

## **Consument: prijzenoorlog wordt gewoon**

06-02-2007 00:00

De supermarktoorlog heeft nog altijd de interesse van twee op de drie consumenten. Ook treedt een soort gewenning op: bijna de helft van de Nederlanders (47%) denkt dat prijsverlagingen onderdeel zijn geworden van het beleid van supermarkten. Dat blijkt uit onderzoek door onderzoeksbureau TNS Nipo.

Met het switchen van de ene naar de andere supermarkt, als gevolg van het dalende verschil in prijzen tussen supermarkten, valt het echter wel mee. In tijden van prijzenoorlog switcht ruim een derde van de Nederlanders van supermarkt (35%), maar blijft 39 procent van de bevolking trouw aan de eigen supermarkt.

Na de prijs is het assortiment de belangrijkste factor bij de keuze voor een supermarkt. Maar hoewel twee op de drie consumenten aangeeft dat prijsverlagingen in supermarkten goed voor hen zijn, geeft bijna een kwart aan dat door de prijsverlagingen het assortiment te beperkt wordt. Voorts komt uit het onderzoek naar voren dat bijna de helft van de Nederlanders (48%) de prijzen van verschillende supermarkten vergelijkt.