

## **&#8216;Supermarktkeuze geeft sociale status weer&#8217;**

26-10-2007 00:00

Sociale status wordt door de Britten afgemeten aan supermarktkeuze. Dat schrijft het Engelse e-zine Talking Retail. Onderzoek van bureau Ginsters wijst uit dat 56 procent van de Britten het gevoel heeft dat de keuze voor een supermarkt iets zegt over de sociale status.

Volgens ruim twintig procent van de respondenten worden consumenten beoordeeld op hun levensmiddelenkeuze. Twaalf procent vindt dat boodschappen doen in een bepaalde supermarkt iemand welvarender kan doen lijken.

De gemiddelde Brit geeft per jaar 375 euro meer uit dan noodzakelijk is, om zich te laten zien in een supermarkt met een rijke uitstraling. Van de consumenten schaamt tien procent zich ervoor boodschappen te doen in een supermarkt met een goedkoop imago.