

‘Supermarkt 4,6% duurder’

04-09-2008 00:00

Ruim driekwart van de consumenten denkt dat de prijzen in de supermarkten gestegen zijn ten opzichte van vorig jaar. De gemiddeld geschatte prijsstijging bedraagt 4,6 procent. Dat blijkt uit het jaarlijkse onderzoek Bedrijfsvergelijking Levensmiddelendetailhandel van Deloitte. Het heeft de Nederlandse consument er niet van weerhouden vaker af te rekenen (plus 2,7 procent).

Voorts blijkt uit het onderzoek dat het assortiment een belangrijk keuzecriterium is voor de consument. 68 procent van de ondervraagden zegt een bepaalde supermarkt te bezoeken vanwege het assortiment. Daarbij geeft een derde van de ondervraagden aan een voorkeur te hebben voor Nederlandse producten ten opzichte van buitenlandse merken.

Huismerken doen in kwaliteit niet onder voor A-merken, vindt 63 procent. De helft van de consumenten meent bovendien dat een kwalitatief goed huismerk reden is om een bepaalde supermarkt te bezoeken. Ook zal vrijwel iedereen een huismerk dat goed bevalt ook in de toekomst blijven kopen.

Branchevreemde non-food producten, zoals cd's en kleding, vinden steeds minder aftrek bij supermarkten. Vorig jaar kocht nog 36 procent van de ondervraagden van dit soort producten, inmiddels is dat percentage gedaald naar 29 procent. Niettemin geeft bijna een vijfde van de consumenten aan dat het non-food assortiment reden is om een bepaalde supermarkt te bezoeken. 17 procent vindt dat dit assortiment uitgebreid moet worden, vooral met boeken, cd's en dvd's.