

# Spaarpunten populair door recessie

26-01-2009 00:00

Consumenten halen de broekriem aan door vaker te betalen met ooit gespaarde spaarpunten als Airmiles, Freebees en Rocks. Een op de vijf spaarders zegt vaker of veel vaker punten te gaan verzilveren. Dit blijkt uit onderzoek in opdracht van Airmiles, waarvoor ook spaarders van concurrerende spaarprogramma's zijn ondervraagd. Van de 1079 ondervraagden geeft 30 procent aan spaarprogramma's en kortingsacties in deze economisch krappe tijden belangrijker te vinden.

“Een op de vijf mensen is door de financiële crisis geïnteresseerd geraakt in deelname aan een spaarprogramma”, zegt directeur Henk Kok van Loyalty Maatschappij Nederland, de organisatie achter Airmiles. Volgens Kok is 65 procent van de consumenten tegenwoordig attenter op prijsacties. 33 procent verwacht meer promotionele prijsacties van winkeliers. Een kwart van de respondenten is van plan minder geld uit te geven. “Dat geldt zowel voor spaarders als niet-spaarders”, citeert Kok uit het onderzoek.