

# Winkeltrouw bij dagelijkse boodschappen

01-08-2012 00:00

Nederlandse consumenten zijn voor hun dagelijkse boodschappen trouw aan bepaalde winkels. Albert Heijn, Lidl en Aldi zijn de meest favoriete supermarkten. Dat blijkt uit onderzoek van CendrisMonitor onder 5509 consumenten.

Ook zweren de shoppers bij bepaalde merken. "We zien een duidelijk verschil in merktrouw bij verschillende productgroepen. Zo geeft 65 procent van de respondenten aan trouw te blijven aan hetzelfde merk koffie", aldus Marije van der Poel van Cendris. "Bij machinevaatwasmiddelen en douche- en badproducten is men daarentegen veel minder merktrouw."

Opvallend is dat ruim driekwart van de consumenten geen voorkeur heeft voor A-merken; de winkelwagen is vaker gevuld met huismerken of B-merken. A-merken worden vooral gekocht als ze in de aanbieding zijn.

Volgens de onderzoekers gaan consumenten meestal met een duidelijk missie naar de supermarkt. Bijna een derde van de consumenten weet van te voren al precies wat voor producten hij gaat kopen. Maar ook de prijs speelt een belangrijke rol in de aankoopbeslissing. Ruim zeventig procent van de respondenten gooit zijn winkelwagen vol met producten die op dat moment in de aanbieding zijn. Sommigen slaan daar wel eens in door; veertig procent koopt meer dan oorspronkelijk de bedoeling was.

Verder blijkt uit het onderzoek dat veertig procent van de Nederlanders winkelen helemaal niet leuk vindt. Een vijfde van de Nederlanders ziet shoppen zelfs als een 'moetje' en ziet er tegenop. Twintig procent van de Nederlanders ziet winkelen juist als een hobby. In deze categorie vallen vooral hoogopgeleide singles en studenten.