

GfK: 'Fors meer koopjesjagers'

12-05-2014 00:00

Bijna een op de zes huishoudens kocht in 2013 minimaal veertig procent van zijn supermarktaankopen in de aanbieding. Dat blijkt uit cijfers van onderzoeksbureau GfK.

In 2012 gold dit voor 11,3 procent van de huishoudens en in 2011 voor acht procent. Naast het feit dat consumenten hun hand op de knip houden door de economische crisis, spelen volgens onderzoeksdirecteur Joop Holla de prijspromoties binnen supermarkten een rol.

Supermarkten voeden de consument op hun aankoop uit te stellen tot de volgende aanbieding, zegt hij tegen RetailNews. "Wie nu bijvoorbeeld vaatwastabletten nog voor de reguliere prijs aanschaft, is bijna een dief van zijn eigen portemonnee. Ze zijn bijna altijd wel ergens in de aanbieding."

Consumenten schaffen in de supermarkt vaak schoonmaakartikelen en persoonlijke verzorgingsproducten in de aanbieding aan. Vers vlees, gevogelte en vis werden minder vaak via een aanbieding gekocht. "Ik vermoed dat supermarkten hiermee minder vaak promoties doen onder druk van een actiegroep als Wakker Dier", zegt Holla.

De omzet van producten in een aanbieding steeg in 2013 met vijf procent naar 6,1 miljard euro. In 2012 was dat nog 5,8 miljard euro. Van elke Van elke euro die in 2013 in de supermarkt werd besteed, ging 18,2 procent naar een aanbieding. Een jaar eerder was dit 17,7 procent. Vooral ouderen maken graag gebruik van promoties, aldus GfK.