Supermarktklant let scherper op prijzen

23-06-2014 00:00

Consumenten houden de prijzen in supermarkten meer in de gaten. Een meerderheid van de shoppers (58 procent) let meer op de productprijzen. Dat blijkt uit het onderzoek ConsumentenTrends 2014 van EFMI Business School.

Door de economische crisis is het (voorbereidend) koopgedrag veranderd, aldus de onderzoekers. Zo houdt 53 procent van de shoppers aanbiedingen in de gaten bij het doen van de boodschappen.

Bijna de helft van de shoppers (47 procent) geeft aan vaker de folders te bekijken. Daarnaast kiest 44 procent meer voor producten van het huismerk. Nederlandse consumenten waarderen de supermarkt met een gemiddeld rapportcijfer van 7,6. Ruim tweederde haalt volgens het rapport met plezier boodschappen. Acht op de tien bezoekt de supermarkt meerdere malen per week.

Daarbij let 37 procent meer dan eerder op het gekochte voedsel bijdraagt aan een goede gezondheid. Ook het bewustzijn rond voedselverspilling, de herkomst van de producten en wijze van productie is toegenomen, aldus de onderzoekers.