

## 'Hamstergedrag daalt, omzet supermarkten stijgt minder hard'

01-04-2020 15:12



Na twee weken volop hamsteren is de verzameldrang van Nederlandse consumenten zichtbaar gedaald. De supermarkt omzet daalde met 10,2 procent in vergelijking met vorige week, meldt onderzoeksbureau Nielsen.

De supermarkten behaalden gezamenlijk een omzet van 838 miljoen euro. Ten opzichte van diezelfde week in 2019 is dat alsnog een stijging van 8,6 procent. De immense groei sinds de uitbraak van het coronavirus lijkt echter af te nemen. "Het aanvankelijke hamstergedrag dat we in week 11 zagen, is nu gekalmeerd in Nederland", zegt Johan Vrancken, Managing Director van Nielsen Connect Benelux. "Mensen passen zich meer aan het nieuwe ritme aan."

Nielsen deed tevens onderzoek naar het consumentengedrag in aanloop naar de paasperiode. Daaruit blijkt dat iets meer dan vier op de tien Nederlanders uitkijkt naar de feestdagen. 65 procent van hen geeft aan dat ze Pasen anders zullen vieren dan andere jaren. Een derde is van plan evenveel uit te geven in de supermarkt, elf procent denkt meer te zullen besteden en vier op de tien verwacht minder of veel minder (zeventien procent) uit te geven.

RetailTrends beschreef eerder hoe [de Nederlandse supermarkten de toegenomen drukte \(online en offline\) bestrijden](#).