

# Minder supermarktbezoeken, vooral 65-plusser is voorzichtig

15-04-2020 12:00



Ruim de helft (56 procent) van de Nederlandse consumenten komt minder vaak in de supermarkt dan vóór de uitbraak van het coronavirus. Dat blijkt uit de Corona Impact Monitor van Motivaction.

Vooral 65-plussers zijn extra voorzichtig: twee derde van hen brengt minder vaak een bezoek aan de supermarkt. Twee op de tien shoppers koopt door de crisis meer dan normaal als hij of zij boodschappen doet. Wegens de veiligheid maakt een op de tien ook vaker gebruik van de self check-out.

In lijn met de supermarkten ziet ook Motivaction een toename van consumenten die wel eens online boodschappen doen: van 23 procent in 2018 en 25 procent in 2019 naar dertig procent nu. Toch hoeft de crisis niet de definitieve doorbraak van online boodschappen te betekenen, volgens Motivaction. Ruurd Hielkema, senior onderzoeker: "Dat kan opborrelend nostalgisch sentiment zijn, maar natuurlijk biedt een goede super veel meer sfeer en beleving dan het online alternatief. Veel van de nieuwe aanwas is 55-plusser, en juist zij zeggen in meerderheid 'straks' weer af te halen. Lang niet alle nieuwe online ervaringen zullen voor hen ook positief zijn geweest, onder meer door lange wachttijden, nee-verkopen en bezorgkosten."

Tot slot bestaat de top drie van categorieën waarbinnen consumenten meer besteden sinds de crisis uit 'algemene boodschappen in de supermarkt' (25 procent), gezonde voeding (21 procent) en hygiëneproducten (twintig procent).