

'Consument doet anders boodschappen door corona'

31-08-2020 09:07



De coronacrisis heeft de manier waarop consumenten boodschappen doen veranderd. Dat blijkt uit onderzoek van marktonderzoeker GfK, dat in handen is van [NU.nl](https://www.nu.nl).

Uit het onderzoek blijkt onder meer dat klanten vanaf het tweede kwartaal van dit jaar minder vaak in het weekend boodschappen doen. Gemiddeld zes procent van de Nederlanders gaat minder vaak in het weekend naar de supermarkt.

Ook worden boodschappen minder vaak 's avonds gedaan, met uitzondering van ouderen; die gaan juist vaker 's avonds naar de supermarkt. Jongeren, gezinnen en ouderen gaan vaker op maandag, dinsdag of woensdag boodschappen doen.

Daarnaast gaan Nederlanders minder vaak naar de supermarkt en wordt er meer in één keer gekocht. Dat resulteert ook in een stijging van het bonbedrag, van 22,51 euro naar 26,89 euro per huishouden. Een toename van bijna twintig procent.

Als laatste blijkt uit het onderzoek dat consumenten ook gezondere boodschappen doen. "Er is meer aandacht voor het avondeten thuis", vertelt Joop Holla van GfK. Het tweede kwartaal gaf een huishouden gemiddeld 1.049 euro aan boodschappen uit. Een stijging van 9,5 procent ten opzichte van vorig jaar.