'Consument hekelt supermarkt die stunt met niet-essentiële producten'

10-02-2021 09:17



Zeventig procent van de consumenten vindt dat stunten met niet-essentiële producten verboden moet worden totdat alle winkels weer open mogen. Dat blijkt uit onderzoek van Radar waaraan bijna 30 duizend Nederlanders deelnamen.

Veel consumenten noemen de stunts, zoals de ‘handdoekenactie’ van Albert Heijn vorige maand, niet netjes. Toch heeft bijna één op de vijf (19 procent) gedurende de strenge lockdown bij de supermarkt artikelen gekocht die hij of zij anders bij een ‘niet-essentiële’ winkel zou kopen. Het gaat bijvoorbeeld om kookgerei, huishoudelijke spullen, klus-, kantoor- en knutselwaar, maar ook kleding (zoals handschoenen en sokken), verzorgingsproducten en bloemen. Een enkeling kocht zelfs een smartwatch of stofzuiger bij de supermarkt.

Van de deelnemers zegt ruim tachtig procent deze artikelen na de lockdown weer bij andere winkels te zullen halen. Zeventien procent geeft aan de spullen wel (deels) bij de supermarkt te blijven kopen, bijvoorbeeld vanwege de prijs.

Vorige maand werd Albert Heijn bekritiseerd wegens een 1+1-actie voor badmatten en handdoeken. HEMA-topman Tjeerd Jegen haalde op LinkedIn hard uit naar de supermarktketen. "Dit is blijkbaar retailsolidariteit midden in een lockdown waarbij niet-essentiële winkels gesloten worden en de supermarkten niet-essentiële non-foodproducten in de ramsj gooien”, schreef hij. Na een 'goed gesprek’ met Jegen liet Ahold Delhaize-

topman Wouter Kolk weten dat Albert Heijn voortaan terughoudend zou zijn rondom dergelijke acties.