

'Nederlander blijft trouw aan hoofdsupermarkt'

17-05-2022 09:48



Consumenten blijven ondanks de stijgende productprijzen boodschappen doen bij dezelfde supermarkten. De inflatie heeft effect op de productkeuze: Nederlanders ruilen A-merken vaker in voor huismerken, blijkt uit onderzoek van ABN Amro.

Sinds 2018 bezoeken Nederlanders zo'n drie supermarkten per maand. Dat aantal is, ondanks de inflatie, nu nog gelijk. Zodra consumenten op zoek gaan naar aanbiedingen, neemt het aantal bezochte supermarkten toe. Pas als de inflatie nog meer in de portemonnee gevoeld wordt dan nu gaan consumenten op zoek naar koopjes in verschillende supermarkten, zeggen de onderzoekers.

Hoewel het gros van de consumenten trouw blijft aan hun hoofdsupermarkt – de supermarkt waar het grootste bedrag per maand wordt besteed – maken consumenten met lagere inkomens de afgelopen jaren vaker de switch naar discounters. ABN Amro verwacht dat dit aantal binnenkort verder stijgt door de hoge energieprijzen.