



Q1 consumer spending in the Netherlands is 1.1 percent above last year’s Q1

- Prices in the tech and durables sector (T&D) are stabilizing, with a high willingness to spend for highly featured premium products.
- Consumers are saving on food and drugstore products, but to a lesser extent than last year.

The new NIQ Retail Spend Barometer shows that in the Netherlands consumer spending on everyday products (such as perishable and non-perishable food, beverages and drugstore products) as well as technical consumer goods, household appliances, DIY and clothing was 1.1 percent higher in the first quarter of 2024 than in the same period last year, for a total of EUR 20.4 billion. Growth was primarily driven by near-food, DIY and home improvement products, while technical consumer goods and large appliances experienced a decline and in the food retail sector, the upcoming legislation on tobacco products has already had a noticeable effect. Combined data from NIQ and GfK also shows how the retail spend has changed in Q1.

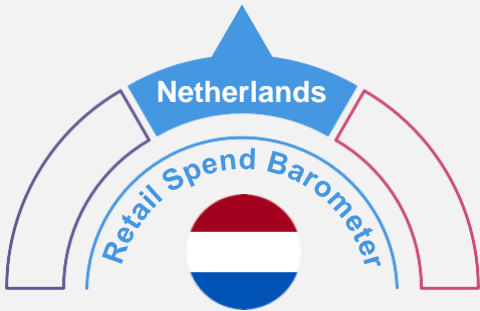
Consumer spending

€ 20.369.158.000

+1,1%



+1,9%
FMCG



-0,4%
T&D

“

We are still observing changed consumer behaviors. For example, they are increasingly buying private labels and special offers in order to keep their shopping bills as low as possible. However, due to flattening inflation, we can also observe less extreme sales changes across categories than last year.

”

Jasper Bins, Retail Vertical Director Benelux, NIQ and GfK

Source: NIQ and GfK retail market measurements Q1 2024 vs Q1 2023



Consumentenbestedingen in Nederland in Q1 2024 1,1 procent hoger dan in Q1 2023

- De prijzen in de Tech & Durables sector (T&D) stabiliseren zich, met een hoge bereidheid om geld uit te geven voor zeer belangrijke premiumproducten.
- Consumenten besparen op voedingsmiddelen en drogisterijproducten, maar in mindere mate dan vorig jaar.

Uit de nieuwe NIQ Retail Spend Barometer blijkt dat consumenten in Nederland voor een totaal van 20,4 miljard euro hebben besteed aan alledaagse producten (zoals bederfelijke en niet-bederfelijke voedingsmiddelen, dranken en drogisterijproducten) en technische consumptiegoederen, huishoudelijke apparaten, doe-het-zelf en kleding. Dit was 1,1 procent hoger dan in dezelfde periode vorig jaar. De groei werd vooral gedreven door near-food -, doe-het-zelf- en huishoudelijke producten, terwijl technische consumptiegoederen en grote apparaten een daling kenden en in de levensmiddelenhandel heeft de komende wetgeving inzake tabaksproducten al een merkbaar effect gehad. Gecombineerde gegevens van NIQ en GfK laten ook zien hoe de detailhandelsuitgaven in Q1 zijn veranderd.

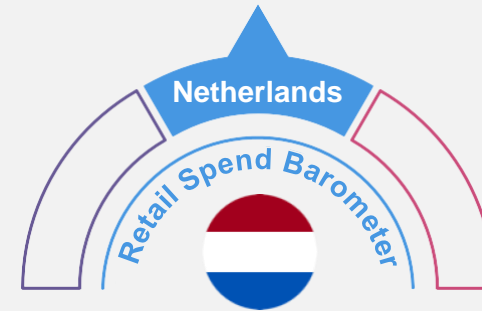
Consumentenbestedingen

€ 20.369.158.000

+1,1%



+1,9%
FMCG



-0,4%
T&D

Gecombineerde gegevens maken uitgebreide inzichten mogelijk

“

We zien nog steeds verandering in consumentengedrag. Ze kopen bijvoorbeeld steeds vaker huismerken en speciale aanbiedingen om hun kassabon zo laag mogelijk te houden. Door de afvlakkende inflatie kunnen we echter ook minder extreme verkoopveranderingen in alle categorieën waarnemen dan vorig jaar.

”

Jasper Bins, Retail Vertical Director Benelux, NIQ en GfK