



Onderzoekssamenvatting Chiquita:

De bananendoos: van verhuisdoos tot hondenmand

Boodschappen doen we zelf

80% van de Nederlanders zegt thuis meestal de grote, zware boodschappen te doen. 16% zegt zijn of haar partner hiervoor in te schakelen. Ook sjuwt het overgrote deel van de Nederlanders vooral zelf de zware boodschappen (78%). Mannen delen zichzelf die rol vooral toe, ruim 90% zegt de zware tassen of dozen te dragen. Toch zeggen twee op de drie vrouwen zelf de zware dozen te sjuwen.

Vrijdag is de populairste dag om de grote boodschappen te doen. Een op de drie Nederlanders (34%) doet dan meestal de grote boodschappen, gevolgd door zaterdag (26%). Vooral de tweede helft van de week (woensdag tot en met zaterdag) is in trek; dan doet 87% meestal de grote boodschappen.

Grootste supermarktergernissen

Rijen voor de kassa, lege schappen en drukte in de winkel zijn de grootste supermarktergernissen. Nederlanders maken zich ook druk om het vervoeren van de boodschappen. Zo is het voor een op de vijf een ergernis te moeten betalen voor een plastic draagtas en stoort het 16% als er geen dozen meer zijn om de boodschappen in mee te nemen.

Top 5: ergernissen bij het doen van de grote boodschappen

1. *Lange rijen bij de kassa 50%*
2. *Artikelen die uitverkocht zijn 41%*
3. *Drukke in de winkel, zodat ik niet overal bij kan 29%*
4. *Slecht functionerend winkelwagentje 25%*
5. *Auto niet dichtbij kunnen parkeren 23%*

Mannen zijn ongeduldig, vrouwen willen niet sjuwen

Mannen blijken vooral ongeduldig vergeleken met vrouwen. De ruime meerderheid stoort zich aan lange rijen voor de kassa. Bijna 30% ergert zich aan een gebrek aan parkeerplekken in de buurt. Ruim een op de vijf mannen stoort zich aan het ontbreken van dozen om de boodschappen te sjuwen.

Een kwart van de vrouwen vindt het tillen van de (te) zware boodschappen een grote ergernis, terwijl dit voor mannen op de laatste plaats staat met 8%.

Redenen om niet te sjuwen

Bijna de helft van de Nederlanders sjuwt de zware boodschappen zonder te klagen. Toch halen Nederlanders genoeg redenen aan om niet te hoeven tillen, aangevoerd door last van de rug (30%). Vrouwen mogen dan vaker zware boodschappen doen, ze klagen ook meer dan mannen hierover; 30% haalt geen reden aan om de zware boodschappen niet te hoeven tillen, versus 59% van de mannen.

Vrouwen gooien het gauw op de spierballen van de ander (22%): "Jij bent veel sterker dan ik". Maar ook de eigen gesteldheid, bijvoorbeeld zwangerschap, wordt met regelmaat aangehaald om niet te hoeven sjuwen. Mannen zijn vooral praktisch ingesteld om niet te hoeven sjuwen. Redenen als "Ik ben met de fiets" of "Ik moet nog andere boodschappen doen" worden vergeleken met de vrouwen vaak gebruikt.

Quote: "Als ik met de auto thuis kom met alle boodschappen en mijn man is thuis, dan geef ik hem de zwaardere boodschappen onder het mom: dan draag ik deze wel; de lichtere."

Top 5: redenen aangedragen om niet de zware boodschappen te (hoeven) tillen

1. Geen reden 44%
2. Last van de rug 30%
3. Niet sterk genoeg / jij bent veel sterker 13,3%
4. Ben met de fiets of lopend 13%
5. Andere lichamelijke klachten 9%

Top 5 vrouwen: redenen aangedragen om niet de zware boodschappen te (hoeven) tillen

1. Last van de rug 34%
2. Geen reden 30%
3. Niet sterk genoeg / jij bent veel sterker 22%
4. Zwangerschap (klachten) 15%
4. Andere lichamelijke klachten 15%

Top 5 mannen: redenen aangedragen om niet de zware boodschappen te (hoeven) tillen

1. Geen reden 59%
2. Last van de rug 26%
3. Ben met de fiets of lopend 13%
4. Moet nog andere boodschap doen 7%
5. Niet sterk genoeg / jij bent veel sterker 4%

De bananendoos

Vrijwel alle Nederlanders zijn bekend met de Chiquita bananendoos (96%). Ruim 8 op de 10 heeft de doos ook wel eens gebruikt. Meest genoemde toepassing is de doos als verzamelplek voor oud papier (50%) op de voet gevolgd door de functie als verhuisdoos (49%). Pas op nummer drie komt de functie van de doos om boodschappen in te vervoeren.

Top 7: gebruikstoepassing van Chiquita bananendoos

1. Om oud papier in te verzamelen 50%
2. Als verhuisdoos 49%
3. Om boodschappen in te vervoeren 42%
4. Als opbergdoos 36%
5. Om mee te spelen / als speelgoed voor de kinderen 6%
6. Anders namelijk 4%
Bijvoorbeeld: als hondenmand, om op te sturen, als Sinterklaassurprise, als speeldoos voor de katten
7. Om huisdieren in te vervoeren 2%

15% is bekend met de doos, maar heeft deze nog nooit gebruikt

4% is niet bekend met de Chiquita bananendoos

Over het onderzoek

PanelWizard voerde in januari 2011 in opdracht van Chiquita onderzoek uit onder 525 Nederlanders. Daarmee voldoet het onderzoek aan de 'gouden representatiestandaard' (leeftijd, opleiding, gezin en arbeid). Aanleiding voor het onderzoek is de introductie van de nieuwe bananendoos van Chiquita.