

Bestaanszekerheid toegenomen, ondanks duurdere boodschappen

- Analyse van 150.000 Nederlandse huishoudens met een salaris biedt inzicht in de ontwikkeling van de bestaanszekerheid
- We onderzoeken welk deel van het netto-inkomen wordt besteed aan vaste lasten en boodschappen
- De boodschappenprijzen zijn flink toegenomen; huishoudens geven er dan ook een groter bedrag aan uit dan 7 jaar geleden
- Toch neemt de bestaanszekerheid toe, omdat de inkomens sterker zijn gestegen dan de vaste lasten en boodschappen
- Het percentage huishoudens dat een groot deel van het inkomen kwijt is aan vaste lasten en boodschappen is afgenomen



Jeannine van Reeken-van Wee
Senior Econoom en Data Scientist
jeannine.van.reeken@nl.abnamro.com
06-55522880



Jan-Paul van de Kerke
Senior Econoom Eurozone/Nederland
jan-paul.van.de.kerke@nl.abnamro.com
06-44294475

Bestaanszekerheid onverminderd relevant

Tijdens Prinsjesdag en bij de verkiezingen gaat het traditiegetrouw over koopkracht. Daar is sinds de vorige verkiezingen bestaanszekerheid aan toegevoegd. In de [miljoenennota](#) kwam bestaanszekerheid al in de derde zin voor en koopkracht volgde niet veel later. In een [eerdere publicatie](#) observeerden we dat de bestaanszekerheid voor een doorsnee Nederlands huishouden in de afgelopen jaren is toegenomen. We zagen dat het aandeel van het netto-inkomen dat huishoudens aan vaste lasten besteden, is gedaald. In die publicatie lieten we echter boodschappen buiten beschouwing. In deze publicatie vullen we ons eerdere werk aan door ook deze uitgaven mee te nemen. Onze conclusies veranderen hierdoor niet. Huishoudens houden sinds 2019 een groter aandeel van hun inkomen over na aftrek van de vaste lasten en de boodschappenuitgaven. Deze uitkomsten zijn in lijn met ander onderzoek van het [CPB](#). Deze doorsnee-uitkomsten gaan echter niet voor alle huishoudens op. De groep huishoudens die een (te) groot aandeel van het inkomen kwijt is aan vaste lasten inclusief boodschappen, is weliswaar kleiner geworden, maar nog steeds niet verwaarloosbaar.

Voor dit onderzoek maken we gebruik van geanonimiseerde en geaggregeerde transactiedata. We analyseren welk gedeelte van het inkomen huishoudens besteden aan vaste lasten en boodschappen over de periode van juli 2019 tot en met augustus 2025. Deze observatieperiode omvat verschillende schokken, zoals de pandemie, de energiecrisis en de periode van hoge inflatie. Door gebruik te maken van geanonimiseerde transactiedata krijgen we inzicht in de daadwerkelijke uitgaven van huishoudens, zonder afhankelijk te zijn van enquêtes. De focus van dit onderzoek ligt specifiek op huishoudens met een inkomen uit salaris. Huishoudens die hun inkomen ontvangen uit een uitkering, pensioen, of als zelfstandige zijn buiten deze analyse gelaten. In totaal omvat onze analyse-groep ongeveer 150.000 huishoudens.

Vaste lasten én boodschappen als indicator voor bestaanszekerheid

Wij interpreteren bestaanszekerheid als de mate waarin huishoudens in staat zijn om te reageren op onverwachte gebeurtenissen die het huishouden financieel raken. Deze definitie komt overeen met een recent [overzicht](#) van definities van de Europese Commissie en wordt ook als invalshoek gebruikt in de rapporten van de [Commissie Sociaal Minimum](#). Een onverwachte financiële gebeurtenis kan een grote uitgave zijn of plotseling verlies van inkomen. In ons eerdere werk keken we enkel naar de vaste lasten als aandeel van het inkomen. Vaste lasten zijn immers uitgaven waaraan huishoudens 'vastzitten' zoals huur en woonlasten, zorgverzekeringen en niet direct opzegbare abonnementen. Naarmate de vaste lasten een groter deel van het inkomen beslaan, hebben huishoudens minder manoeuvreerruimte om onverwachte uitgaven op te vangen. Echter, enkel de genoemde vaste lasten als aandeel van het inkomen vertellen niet het volledige verhaal. Ook de boodschappenuitgaven, die eveneens noodzakelijk zijn en een eerste levensbehoefte vormen, zijn de afgelopen jaren sterk in prijs toegenomen. In deze publicatie combineren we deze uitgaven aan boodschappen daarom met de vaste lasten om de financiële manoeuvreerruimte van huishoudens te beoordelen.

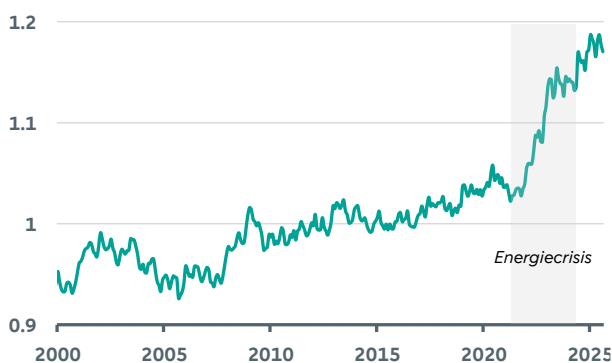
Voedingsprijzen sterk gestegen

De prijzen van boodschappen, hier gedefinieerd als de prijzen van voedingsmiddelen, zijn de afgelopen jaren sterk toegenomen. In vergelijking tot drie jaar geleden liggen de voedingsprijzen grofweg 20% hoger.¹ De prijs van voedingsmiddelen is zelfs harder gestegen dan de prijs van andere producten. Dit relatieve verband tussen voedingsprijzen en overige prijzen is weergegeven in de linkergrafiek hieronder, die de ratio weergeeft tussen het prijsniveau van voedingsmiddelen en overige producten (exclusief voeding en energie)². Sinds grofweg de energiecrisis is er een duidelijke trendbreuk zichtbaar en neemt bij het prijspeil bij voedingsmiddelen sterker toe dan bij andere producten.

[Onderzoek](#) wijst uit dat voedselprijzen een grotere invloed hebben op de inflatieverwachtingen van huishoudens dan de prijzen van andere goederen en diensten. Waarschijnlijk is dit omdat huishoudens deze prijzen het vaakst observeren in de schappen van de supermarkt. Dit fenomeen staat bekend als het 'sticker-effect'. De recente absolute en relatieve prijsstijging van voedingsmiddelen kan dan ook bijdragen aan het huidige [pessimisme](#) onder huishoudens.

Voeding recent relatief veel duurder geworden

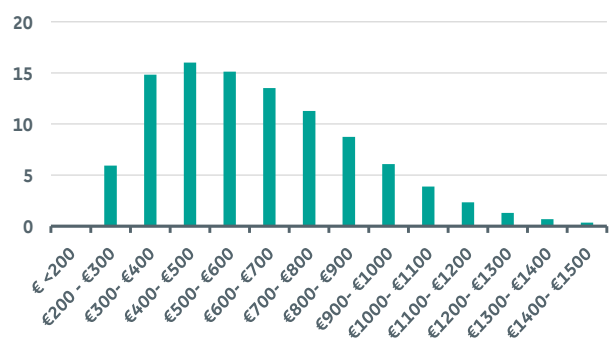
Index 100=2015 Prijspeil voeding tov overig producten (ex-energie)



Bron: CBS, ABN AMRO Economisch Bureau

Maandelijkse uitgaven aan boodschappen

% huishoudens, maanduitgaven boodschappen (sep24 – aug25)



Bron: ABN AMRO Economisch Bureau

Verskillende boodschappenmandjes

Hoeveel geven huishoudens doorgaans uit aan boodschappen? We kijken naar de gemiddelde maanduitgaven per huishouden gedurende het afgelopen jaar (september 2024 t/m augustus 2025). We kiezen ervoor om een maandelijks gemiddelde over een jaar te berekenen, omdat uitgaven aan boodschappen flinke seizoensgebonden schommelingen vertonen, bijvoorbeeld door de hogere consumptie tijdens de decemberfeestmaand. Om een zo compleet mogelijk beeld te krijgen hanteren we in onze analyse een brede definitie van uitgaven aan boodschappen. Naast uitgaven aan supermarkten (fysiek en online) en maaltijdboxbezorgdiensten, nemen we ook de uitgaven aan gespecialiseerde winkels mee, zoals bakkers, slagers, viswinkels, delicatessезaken en slijterijen.

In de rechtergrafiek hierboven wordt de verdeling weergegeven van de maandelijkse uitgaven aan boodschappen van ons analyse-groep. We zien grote verschillen tussen huishoudens. Ruim 45% van de huishoudens geeft tussen de 300 en 600 euro per maand uit aan boodschappen. Driekwart van de huishoudens heeft uitgavenbedragen tot 785 euro. Het doorsneehuishouden in onze analyse besteedde in het afgelopen jaar 585 euro per maand aan boodschappen, dat is ongeveer 150 euro per week. Deze uitkomsten komen grofweg overeen met de [budgetonderzoeksdata](#) van het CBS.³

Boodschappenuitgaven nemen toe over tijd, ...

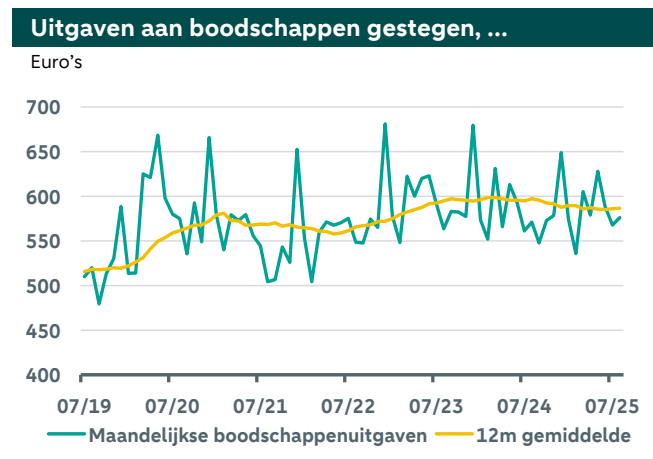
De totale uitgaven aan boodschappen kunnen door veel factoren worden beïnvloed. Hogere prijzen werken bijvoorbeeld direct door in de maanduitgaven. Daarnaast is er ook consumentengedrag. Huishoudens kunnen ervoor kiezen goedkopere alternatieven te kopen zoals huis- in plaats van A-merken, bij andere winkels boodschappen te doen, of hun consumptiepatroon aanpassen door minder te kopen. Ook speelt substitutie tussen horeca en boodschappen een rol in de totale boodschappenuitgaven. Hieruit rijst de vraag, hoe hebben de daadwerkelijke boodschappenuitgaven zich door de jaren heen ontwikkeld?

¹ We kijken hier naar de inflatiecategorie SA08, voedingsmiddelen dranken en tabak. Overheidsbeleid speelt daarom een rol in deze prijsstijging, bijvoorbeeld via accijnsverhoging op tabak, alcohol en de suikertaks, zonder deze verhoging is de prijsstijging grofweg 14%.

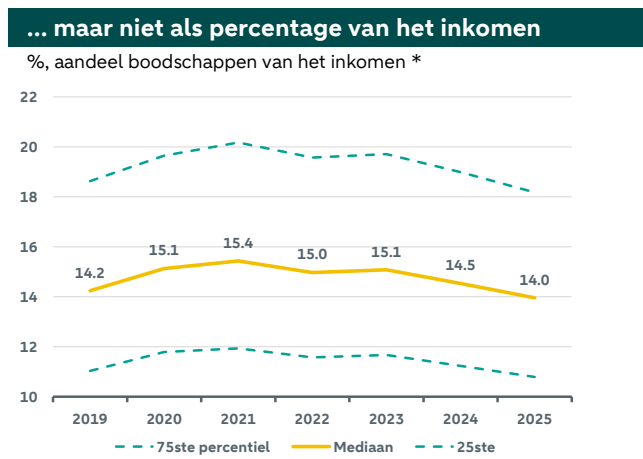
² Idem, zonder accijnsveranderingen mee te nemen ligt de relatieve stijging lager.

³ De gemiddelde uitgaven aan boodschappen (categorie 0100 en 0200) omgerekend naar 2025 prijspeil bedragen volgens het CBS ongeveer 640 euro per maand.

In onderstaande linkerfiguur wordt in groen de doorsnee maandelijkse uitgaven aan boodschappen weergegeven; in geel dezelfde reeks maar dan het voortschrijdend jaargemiddelde ervan. Naast een duidelijk seizoenspatroon, waaronder de december feestmaand, zien we ook goed het begin van de COVID-pandemie in maart 2020. Door de lockdown werden uitgaven van horeca naar boodschappen verschoven. Het stijgende voortschrijdend gemiddelde laat zien dat huishoudens in 2025 aanzienlijk meer uitgeven aan boodschappen dan in 2019. De uitgaven gedurende de afgelopen 7 jaar zijn gestegen van ongeveer 520 euro per maand naar circa 585 euro per maand.



Bron: ABN AMRO Economisch Bureau



Bron: ABN AMRO Economisch Bureau

* Jaren verwijzen naar de periode augustus voorgaande jaar tot en met september huidige jaar om zoveel mogelijk recente data mee te nemen.

... maar niet als percentage van het inkomen

Wat valt op als we de absolute toename in uitgaven aan boodschappen afzetten tegen het inkomen? De rechterfiguur hierboven laat zien dat een doorsneehuishouden in het afgelopen jaar ongeveer 14% van het inkomen aan boodschappen besteedde. Dit aandeel is vergelijkbaar met het aandeel van 2019. In de jaren daartussen zien we een toename, met een piek van 15,4% in 2020-2021. Deze stijging van het relatieve aandeel kan verklaard worden door de extra boodschappenuitgaven gedurende de COVID-lockdowns. Hoewel het absolute bedrag dat aan boodschappen wordt uitgegeven ook daarna nog toenam, was er geen stijging van de ratio tussen boodschappenuitgaven en inkomen. De inkomens zijn de laatste jaren sterker gestegen dan de uitgaven aan boodschappen.

Bestaanszekerheid toegenomen, ook als we boodschappen meenemen

Nu voegen we onze eerdere [analyse](#) naar de vaste lasten van huishoudens en onze nieuwe analyse samen. In de linkerfiguur hieronder zien we hoeveel procent van het inkomen naar vaste lasten en boodschappen samen gaat. Tussen 2019 en 2025 daalt dit percentage van 55,5 naar 52,5. Dit komt doordat vaste lasten een kleiner deel van het inkomen innemen. Dit betekent dat huishoudens een groter deel van hun inkomen overhouden na aftrek van de uitgaven aan vaste lasten en boodschappen. Het beeld dat vanuit de eerdere analyse naar vaste lasten bestond – dat doorsnee huishoudens een stijging van de bestaanszekerheid hebben ervaren – blijft dus intact, ook als de boodschappenuitgaven worden meegenomen.

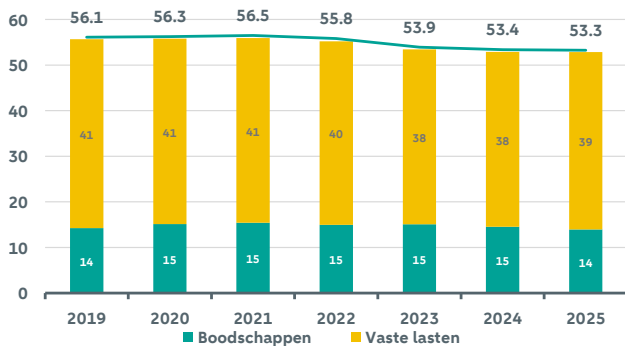
Kleinere groep huishoudens heeft een structureel probleem

De bovenstaande conclusies gelden voor doorsneehuishoudens, maar gaan niet voor alle huishoudens op. Een te hoge verhouding tussen boodschappenuitgaven en vaste lasten en het inkomen impliceert beperkte manoeuvreerruimte om te reageren op schokken, zoals een grote uitgave of een plotseling verlies van inkomen. We kijken daarom naar de huishoudens die structureel een hoge verhouding hebben.

In de rechterfiguur hieronder zien het aandeel huishoudens in onze analyse-groep met een verhouding van meer dan 75, 80, 85 en 90 procent. Op dit moment geeft 13% van de huishoudens meer dan driekwart van hun inkomen uit aan vaste lasten en boodschappen. Over het geheel genomen is er een duidelijke daling te zien van dit percentage. Dit suggereert dat een groter aandeel huishoudens financiële ruimte heeft gekregen om andere uitgaven te doen en om onverwachte kosten op te vangen. Dit is positief. Een niet verwaarloosbaar aandeel van de huishoudens blijft echter een structureel hoge verhouding hebben. Zo'n 10% van de huishoudens in onze analyse-groep van 150.000 huishoudens heeft bijvoorbeeld een verhouding tussen noodzakelijke uitgaven en het inkomen van meer dan 80%.

Inclusief boodschappen ook een dalende trend

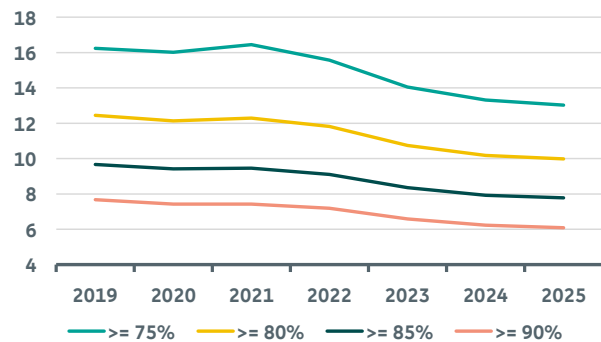
%, aandeel boodschappen en vaste lasten van het inkomen *, **



Bron: ABN AMRO Economisch Bureau

Minder huishoudens met hoge verhouding

%, aandeel huishoudens met hoge vaste lasten incl. boodschappen *



Bron: ABN AMRO Economisch Bureau

* Jaren verwijzen naar de periode augustus voorgaande jaar tot en met september huidige jaar.

** Door het gebruik van de mediaan van de verschillende reeksen kan de som niet volledig overeenkomen met het totaal.

Conclusie

Met de verkiezingen en de formatie in aantocht zal bestaanszekerheid en koopkracht mogelijk weer aan aandacht winnen, ook juist vanwege de nog altijd hogere inflatie in Nederland in vergelijking tot buurlanden. Onze analyse geeft een actueel beeld van zo'n 150.000 huishoudens met een salaris als hoofdinkomen tot en met augustus 2025 over één maatstaf van bestaanszekerheid: het aandeel van het inkomen dat opgaat aan vaste lasten en boodschappen. In onze analyse zien wij dat ondanks de absolute stijging van de uitgaven aan vaste lasten en boodschappen deze uitgaven als percentage van het inkomen zijn gedaald. Dit betekent dat huishoudens meer ruimte hebben om onverwachte tegenvallers op te vangen. Immers, na aftrek van deze noodzakelijke uitgaven houdt een doorsneehuishouden in 2025 een groter aandeel van het inkomen over dan in 2019. Dit geldt echter niet voor alle huishoudens. Er is een grote spreiding in uitgaven aan boodschappen, zowel in euro's als in verhouding tot het inkomen. Bij een niet verwaarloosbaar aantal huishoudens ligt de verhouding tussen noodzakelijke uitgaven en het inkomen nog steeds erg hoog. Hieruit volgen twee conclusies: 1) de noodzaak tot generieke koopkrachtondersteuning voor doorsneehuishoudens is gegeven de verbeterde verhoudingen kleiner dan een aantal jaren geleden; 2) Koopkrachtondersteuning kan beter gericht worden op huishoudens met weinig financiële manoeuvreerruimte.

Data en Methode:

In deze publicatiereeks genaamd “Transactie Trends” delen wij relevante economische inzichten vanuit onze ABN AMRO geaggregeerde en geanonimiseerde transactiedata. Wij gebruiken transactiedata om economische stromen beter inzichtelijk te krijgen. We gebruiken voor statistisch onderzoek alleen geaggregeerde data en geanonimiseerde data. De uitkomsten van het onderzoek zijn niet te herleiden tot een natuurlijk persoon en uitsluitend bestemd voor onderzoek naar economische trends.

Definities:

In onze analyse hanteren we een uitgebreide definitie van inkomen om een zo compleet mogelijk beeld te krijgen van het nominaal beschikbare inkomen van huishoudens. Allereerst omvat onze definitie van inkomen de opbrengsten uit salaris. Naast deze primaire bron van inkomen spelen toeslagen een rol in het besteedbaar inkomen van veel huishoudens. Daarom nemen we de zorgtoeslag, huurtoeslag, kinderopvangtoeslag, energietoeslag, kindgebonden budget, persoonsgebonden budget en kinderbijslag mee. Bovendien houden we rekening met fiscale correcties: we verminderen het inkomen met eventuele belasting naheffingen en verhogen het met belastingteruggaves. Om met onze definitie zo veel mogelijk aan te sluiten bij de besteedbaar inkomen definitie van het microsimulatiemodel [MIMOSI](#) van het CPB en de [CBS-definitie](#), trekken we twee specifieke uitgavenposten af. Dit zijn de kosten voor kinderopvang en de premies voor zorgverzekeringen. In deze analyse blijven echter inkomen uit vermogen, zoals rente-inkomsten of huuropbrengsten en alimentatiebetalingen buiten beschouwing. Huishoudens die hun inkomen ontvangen uit een uitkering, pensioen of als zelfstandige zijn buiten deze analyse gelaten.

We definiëren vaste lasten als de terugkerende uitgaven die huishoudens maken om hun verplichtingen te dekken. Deze lasten vormen een substantieel onderdeel van de financiële huishouding en zijn vaak onontkoombaar. Onze definitie van vaste lasten omvat een breed scala aan categorieën. Allereerst nemen we huisvestingskosten mee, waaronder huur, hypotheeklasten en bijdragen aan de Vereniging van Eigenaren (VvE). Daarnaast zijn diverse belastingen opgenomen, zoals motorrijtuigenbelasting, gemeentelijke belastingen en waterschapslasten.

Verder behoren verzekeringspremies tot de vaste lasten, met inbegrip van auto-, inboedel- en reisverzekeringen, maar met uitzondering van zorgverzekeringen, die al van het totale inkomen zijn afgetrokken. Ook de kosten voor gas, water en licht vallen hieronder, net als uitgaven voor telecomdiensten zoals telefoon en internet. We rekenen ook betaalproductkosten mee. Tot slot nemen we overige automatische incasso's op, met uitzondering van beleggingen, creditcardafschriften en termijndeposito's. Automatische incasso's boven de 5.000 euro worden eveneens uitgesloten, aangezien deze doorgaans niet tot de reguliere vaste lasten behoren. Voorbeelden van de automatische incasso's zijn kosten van abonnementen en lidmaatschappen zoals kranten, streamingdiensten en sportclubs of contributies aan goede doelen.

We hanteren een brede definitie voor uitgaven aan boodschappen. Naast uitgaven aan supermarkten (fysiek en online) en maaltijdboxbezorgdiensten, nemen we ook uitgaven mee aan gespecialiseerde winkels zoals bakkers, slagers, viswinkels, delicatessезaken en slijterijen. Boodschappenuitgaven herkennen we op transactieniveau, en niet op productniveau zoals bij scannerdata of enquêtes wel mogelijk is. Een kanttekening bij onze analyse is dat er ook winkels bestaan die een verscheidenheid aan producten, inclusief voedingsmiddelen verkopen. Denk aan bepaalde webshops. Het voedingsmiddelen aandeel van deze uitgaven kunnen wij niet identificeren en daardoor vallen deze uitgaven buiten onze analyse. Hierdoor zijn we mogelijk niet volledig in onze identificatie van alle uitgaven aan boodschappen en geeft dit waarschijnlijk een ondergrens aan van de daadwerkelijke boodschappen uitgaven.

Panel selectie:

In onze analyse nemen we ongeveer 150.000 huishoudens mee met een inkomen uit salaris. Dit aantal blijft over na het toepassen van enkele filters. Voor de panelselectie moet een huishouden actief zijn. We definiëren een “actief huishouden” op basis van een aantal transacties gedurende een voortschrijdende periode van 12 maanden. Om als actief huishouden te worden beschouwd, moet een huishouden een inkomen ontvangen uit salaris en moeten er vaste lasten met de rekening worden betaald: regionale belasting, woonlasten, nutsvoorzieningen, zorgverzekering en telecom. Daarnaast moeten we iedere maand boodschappenuitgaven observeren.

Voor de panelselectie worden huishoudens geselecteerd die gedurende het afgelopen jaar actief zijn. Ook passen we enkele filters toe om outliers in onze data uit te sluiten. Zo moet het totale jaarinkomen op de rekening van een huishouden groter of gelijk zijn aan 12.000 euro, en de jaarlijkse vaste lasten moeten kleiner of gelijk zijn aan 50.000 euro. Actieve instroom en uitstroom van huishoudens in de sample zijn dus toegestaan.

Team Nederland en Transactiedata onderzoek

Aggie van Huisseling, Econoom | aggie.van.huisseling@nl.abnamro.com

Eva Viviani, Data Scientist | eva.viviani@nl.abnamro.com

Finn Blokker, Data Scientist | finn.blokker@nl.abnamro.com

Jan-Paul van de Kerke, Senior Econoom | jan-paul.van.de.kerke@nl.abnamro.com

Jeannine van Reeken – van Wee, Senior Econoom / Data Scientist | jeannine.van.reeken@nl.abnamro.com

Mike Langen, Senior Econoom | mike.langen@nl.abnamro.com

Nick Kounis, Hoofdeconoom | nick.kounis@nl.abnamro.com

Philip Bokeloh, Senior Econoom | philip.bokeloh@nl.abnamro.com

Zarir Madan, Data Scientist | zarir.madan@nl.abnamro.com

DISCLAIMER

This document has been prepared by ABN AMRO. It is solely intended to provide financial and general information on economics. The information in this document is strictly proprietary and is being supplied to you solely for your information. It may not (in whole or in part) be reproduced, distributed or passed to a third party or used for any other purposes than stated above. This document is informative in nature and does not constitute an offer of securities to the public, nor a solicitation to make such an offer.

No reliance may be placed for any purposes whatsoever on the information, opinions, forecasts and assumptions contained in the document or on its completeness, accuracy or fairness. No representation or warranty, express or implied, is given by or on behalf of ABN AMRO, or any of its directors, officers, agents, affiliates, group companies, or employees as to the accuracy or completeness of the information contained in this document and no liability is accepted for any loss, arising, directly or indirectly, from any use of such information. The views and opinions expressed herein may be subject to change at any given time and ABN AMRO is under no obligation to update the information contained in this document after the date thereof.

Before investing in any product of ABN AMRO Bank N.V., you should obtain information on various financial and other risks and any possible restrictions that you and your investments activities may encounter under applicable laws and regulations. If, after reading this document, you consider investing in a product, you are advised to discuss such an investment with your relationship manager or personal advisor and check whether the relevant product –considering the risks involved- is appropriate within your investment activities. The value of your investments may fluctuate. Past performance is no guarantee for future returns. ABN AMRO reserves the right to make amendments to this material.

© Copyright 2025 ABN AMRO Bank N.V. and affiliated companies ("ABN AMRO")