

Sterke groei voor huismerk C1000

05-12-2007 00:00

Consumenten doen steeds vaker producten van het C1000-huismerk in hun winkelwagentje. Dat blijkt uit cijfers van onderzoeksbureau GfK.

Tot en met het derde kwartaal van 2007 is het aandeel van het huismerk C1000 met 1,6 procent toegenomen naar 22 procent. De groei van C1000 heeft de formule vooral te danken aan de forse uitbreiding van het aanbod in het huismerk.

Albert Heijn blijft koploper op het gebied van huismerken. Het totale omzetaandeel van de supermarkt bij de huismerken bedraagt 32,3 procent.