

A-merken groeien flink

25-02-2008 00:00

De verkoop van A-merken doet het goed in Nederland. De omzet van merken als Campina, Unox en Heineken is het afgelopen jaar sterk toegenomen. De omzetgroei van de honderd grootste merken is met 5,2 procent zelfs groter dan de omzetgroei van de supermarkten zelf. Dat is sinds 2001 niet meer voorgekomen. Dat komt naar voren uit onderzoek van IRI Nederland.

De laatste jaren kwam de omzet van A-merken vanwege de prijzenoorlog in de supermarkten sterk onder druk te staan. De groei vond in deze periode vooral in verse producten plaats, waarin A-merken nauwelijks een rol spelen. Volgens Ronald Laureijsen, directeur bij marktonderzoeker IRI, is het aspect 'gezondheid' een grote stimulator van de groei in de A-merken. "Dat heeft een extra stimulans gekregen doordat Sonja Bakker zich ermee is gaan bemoeien. De omzetimpulsen bij sommige merken zijn deels toe te schrijven aan haar adviezen", aldus Laureijsen. "Verder valt op dat een aantal merken zich heeft weten te wapenen tegen private label, waarmee de posities die aan huismerken waren verloren, nu zijn teruggewonnen."