

Supers zien omzetgroei afvlakken

08-05-2015 11:25

Nederlandse supermarkten hebben in april een half procent meer omzet geboekt dan een jaar eerder. De omzet kwam daarmee uit op 3,23 miljard euro, zo heeft marktonderzoeker GfK berekend.

De gemiddelde waarde per kassabon groeide in april met 0,7 procent naar 22,25 euro. De omzetgroei van vorige maand lag onder het gemiddelde van eerdere maanden dit jaar. In januari stegen de verkopen nog met 2,6 procent, gevolgd door toenames van respectievelijk 1,2 en 1,1 procent in februari en maart. De omzet in het eerste kwartaal was met een stijging van 1,3 procent goed voor 11,6 miljard euro.

De onderzoekers vergeleken daarnaast de clientèle van supermarkten en speciaalzaken van 2014 met die van 2012. De klantenkring van met name grote supermarktketens groeide doordat het aantal formules in ons land afnam. Zo breidde Jumbo flink uit door de overname van C1000. Speciaalzaken trokken minder klanten ten opzichte van twee jaar eerder. De clientèle van natuurvoedingswinkels nam niet af.

Vorig jaar bezochten consumenten gemiddeld 4,6 verschillende supermarktformules. Albert Heijn trekt volgens GfK de meeste bezoekers, gevolgd door respectievelijk Lidl, Jumbo, Aldi en C1000. Vooral huishoudens met kinderen doen hun boodschappen bij supermarkten, terwijl oudere consumenten goed zijn voor een groot deel van de omzet bij speciaalzaken.