AH en Jumbo goed voor ruim helft supermarktomzet

25-01-2016 15:35

Het marktaandeel van Albert Heijn is in 2015 gegroeid van 34,3 naar 35,1 procent. Jumbo groeide van 14 naar 17,4 procent, waardoor beide formules samen ruim de helft van de supermarktomzet voor hun rekening nemen. Dat blijkt uit cijfers van marktonderzoeksbureau.

Albert Heijn en Jumbo zijn de twee supermarkten die de meeste winkels hebben geopend en hun marktaandeel het hardst zagen groeien. Het aandeel van Plus groeide van 6 naar 6,2 procent, zonder dat die formule veel nieuwe winkels opende.

	Marktaandelen (%)		
	YTD 52, 2014	YTD 53, 2015	Ontw.*
TOTAAL SUPERMARKTEN	**100,0**	**100,0**	
ALBERT HEIJN	**34,3**	**35,1**	+0,9
JUMBO	14,0	17,4	+3,4
C1000	5,8	1,1	-4,7
SUPERUNIE	**29,6**	**29,7**	+0,1
AGRIMARKT	0,2	0,2	-
COOP	2,9	3,0	+0,1
DEEN	2,1	2,1	+0,1
DETAILRESULT	5,7	5,7	-0,1
DEKAMARKT	1,9	1,9	-
DIRK VAN DEN BROEK	3,8	3,8	-
EMTÉ	2,7	2,7	-
HOOGVLIET	2,1	2,2	-
JAN LINDERS	1,0	1,1	-
MCD	0,6	0,6	-
PLUS	6,0	6,2	+0,2
POIESZ	1,0	1,0	-
SPAR	1,3	1,2	-
DISCOUNTERS (ALDI/LIDL)	**15,6**	**15,9**	+0,4

* = Afgerond op 1 decimaal

De totaalomzet van de Nederlandse supermarkten in 2015 bedroeg volgens IRI 35,9 miljard euro, een stijging

van 4 6 procent. Dat komt voor een deel doordat het jaar 53 weken had. Met alleen de eerste 52 weken van het jaar meegerekend, blijft de stijging beperkt tot 2,5 procent.

Van de totale omzet in 2015 is 19,8 procent toe te schrijven aan promotieverkopen, aldus IRI. Dat percentage bedroeg in 2014 nog 19,3 procent. Verder is het aandeel van huismerken gedaald van 27,2 naar 26,9 procent, het laagste in de afgelopen vier jaar.