

Supermarktomzet plust drie procent

15-04-2016 10:52

De omzet van Nederlandse supermarkten is in het eerste kwartaal van dit jaar gestegen naar 8,58 miljard euro. Dat komt neer op een groei van 2,9 procent, blijkt uit cijfers van GfK.

De stijging valt wat hoger uit dankzij de vroege paasweken. Als die buiten beschouwing worden gelaten, blijft de stijging beperkt tot 1,8 procent. Dankzij Pasen was de stijging in maart het sterkst, met 6,5 procent groei ten opzichte van dezelfde maand vorig jaar. De week voor en na Pasen zorgde voor 95 miljoen euro extra omzet.

GfK meldt verder dat de klantenkring van alle grote supermarktketens is gegroeid, behalve bij Aldi. De discounter zag zijn klantenbestand met 1,2 procent afnemen. Jumbo zag zijn klantenkring, dankzij de overname van C1000, het sterkst groeien in 2015. Het Veghelse concern bediende in 2014 62,5 procent van de huishoudens en vorig jaar 67,7 procent.

Albert Heijn heeft nog altijd de grootste klantenkring, met 87,3 huishoudens die er boodschappen doen. Lidl volgt met 71 procent op de tweede plek en Jumbo staat op drie.