

Aandeel huismerken groeit gestaag in Europa

09-10-2023 16:35



Huismerken winnen aan marktaandeel in Europa. Dat blijkt uit onderzoek van Nielsen in opdracht van PLMA International Council.

Nielsen onderzocht 17 markten in Europa. In 16 van die 17 markten kochten consumenten meer huismerken. Van de onderzochte landen hadden Portugal (4,4 procent) en Duitsland (2,9 procent) de hoogste stijging in het aandeel huismerken.

Ook in Tsjechië (2,8 procent) en Spanje (2,2 procent) steeg het aandeel in huismerken fors. In Nederland en België was de groei 1,5 procent. De groei zit hem vooral in bederfelijke voeding en huisdiervoeding, aldus het onderzoek. Ook stellen de onderzoekers dat huismerken goed betaalbaar zijn en toch kwaliteit waarborgen. De stijging in Nederland komt niet helemaal als een verrassing. Eerder bleek al uit het [marktonderzoek](#) van Circana dat er een recordaantal huismerken in de Nederlandse supermarkten te vinden zijn.

Het enige land met een daling van het aandeel was Zwitserland. Daar zakte het aandeel huismerk met 0,1 procent. Opvallend, omdat Zwitserland het land is met het hoogste aandeel verkochte huismerken (51,8 procent) en het enige land dat boven de 50 procent uitkomt.

In de afbeelding hieronder staat het totaal aandeel van huismerken in de onderzochte landen:

PRIVATE LABEL SHARE BY COUNTRY (VALUE)

