

# Marktaandelen: AH wint dik, Plus, Dirk en Aldi leveren in

AMSTERDAM – Plus, Dirk van den Broek en Aldi hebben het meeste marktaandeel ingeleverd over 2021. Dat blijkt uit de cijfers van Nielsen IQ.

Opgeteld is daarmee ook Superunie een partij die marktaandeel verliest met een daling van 0,9 procentpunt. AH is de grote winnaar en pakt 0,9 procentpunt waarvan 0,2 procentpunt door de overname van Deen. Die overname voegde met name in het najaar pas omzet toe, waardoor AH volgend jaar ook nog profijt zal hebben in het marktaandeel over het hele jaar.

## Plus en Dirk leveren marktaandeel in

Bij de verliezers valt Plus op dat over 2021 met slecht 1 winkel minder toch 0,2 procentpunt inlevert naar 6,5 procent marktaandeel. Coop handhaaft het marktaandeel maar doet dat wel met per saldo 2 nieuwe winkels erbij. Ook Dirk dat misgreep bij de overname van Deen levert 0,2 procentpunt in. Dirk slaagde er ook niet in zijn winkelbestand uit te breiden. Deen is een logische verliezer, door de ombouw zakte het marktaandeel over het hele jaar weg van 2 naar 1,5 procent. Ook Linders levert 0,1 procentpunt marktaandeel in.

## Aldi saneert zijn winkelbestand

Bij de discounters is het opvallend dat Lidl zijn marktaandeel weet te handhaven. Het heeft daarvoor wel de opening van per saldo 6 winkels nodig. Aldi levert stevig in van 5,5 procent naar 5,2, een daling met 0,3 procentpunt. Aldi lijkt te hebben gesaneerd: de keten telt met 487 winkels eind 2021 tien supermarkten minder dan een jaar geleden. Nielsen: 'Met betrekking tot de marktaandelen van 2021 zijn verschuivingen in marktaandeel meer dan anders geweest door het uit het straatbeeld verdwijnen van de supermarktketen Deen. Ook in 2022 zal er in het supermarktlandschap weer het nodige gebeuren met bijvoorbeeld de fusie van Plus en Coop.'

## NIELSENIQ VRIJGAVE MARKTAANDELEN 2020-2021



	Marktaandeel		Winkelaantallen	
	JAAR 2020	JAAR 2021	WK 53 2020	WK 52 2021
Food Totaal*	100.0%	100.0%		
Albert Heijn	35.0%	35.9%	992	1057
Jumbo	21.5%	21.8%	678	691
Superunie	27.3%	26.4%	1493	1456
Plus	6.7%	6.5%	269	268
Detailresult	5.3%	5.2%	205	225
Dirk Van Den Broek	3.6%	3.4%	126	126
Dekamarkt	1.7%	1.7%	79	99
Coop	3.9%	3.9%	314	316
Hoogvliet	2.0%	2.0%	71	71
Deen	2.0%	1.5%	80	0
Spar Formule	1.1%	1.2%	236	236
Jan Linders	1.2%	1.1%	62	62
Poiesz	1.0%	1.0%	69	69
Boon's Markt	0.5%	0.5%	41	40
Aldi	5.5%	5.2%	497	487
Lidl	10.7%	10.7%	432	438

\* Food totaal markt is inclusief online verkopen

\*\* Spar Formule bestaat uit Spar Buurt, Spar City en Spar University

© 2022 Nielsen Consumer LLC

## Dit is de analyse van Nielsen IQ over 2021

Nielsen IQ ziet de markt licht dalen in 2021 en geeft een waarschuwing: 'Het is de vraag of de consumenten in 2022 evenveel blijven kopen.' Zo duidt het toonaangevende marktbureau de supermarktmarkt in 2021.

Online groeide in 2021 naar €2,4 miljard, een stijging van bijna 30 procent Foto: Albert Heijn

In 2021 hebben de Nederlandse supermarkten €44,6 miljard omzet gedraaid. Dit is een lichte daling van 0,2 procent, die is echter te verklaren doordat 2020 een 53e week had en 2021 een week minder telde.

## **1. Gecorrigeerd groeit de markt**

Gecorrigeerd voor deze extra week zou de groei 1,7 procent zijn geweest. Na de recordgroei in 2020 (+11,2%), is de omzet ook in 2021 op een hoog niveau gebleven, onder andere door diverse beperkende maatregelen vanwege corona.

## **2. Tabakscijfers hebben een grote invloed op de omzet**

Een grote factor was de tweevoudige accijnsverhoging op tabak in januari en april. In combinatie met de tijdelijke sluiting van tabakszaken begin en eind 2021 leverde dit de supermarkten een omzetgroei van €158 miljoen op.

## **3. Corona zorgt voor incidentele uitschieters**

Uiteraard zijn de overheidsmaatregelen tegen corona ook in diverse andere categorieën terug te vinden. Supermarkten profiteerden bijvoorbeeld van het veelal thuisblijven met categorieën als batterijen (+16%), tijdschriften (+9%) maar ook kaarsen waren zeer in trek (+50%).

## **4. Meer bierverkopen door sluiten horeca**

Evenals in 2020 hebben de verschillende horecasluitingen een extra impuls aan de bieromzet gegeven. De supermarkten verkochten voor circa €35 miljoen meer bier.

## **5. Online groeit bijna 30 procent**

In 2021 is het belang van de onlineverkopen van supermarkten verder gestegen. De online-omzet bedroeg in 2021 €2,4 miljard, een stijging van bijna 30 procent ten opzichte van 2020.

## **6. Inflatie hét thema in 2022**

Vooruitkijkend, zal 2022 een uitdagend jaar worden nu de inflatie oploopt en prijsverhogingen onvermijdelijk lijken. Alhoewel de omzet positief door prijsverhogingen beïnvloed zal worden, is het de vraag of consumenten evenveel blijven kopen.