

The background image shows a person's hands and arms in a white sweater. One hand is holding a smartphone, and the other is pushing a metal shopping cart. The setting is a brightly lit supermarket aisle with blurred shelves and products in the background.

GfK Supermarktkengetallen

Jaar 2017

3,2 % omzetgroei voor supermarkten in 2017. Omzetstijging waarde kassabon, mede door toenemend belang online. Bijna 1,1 miljard online supermarktomet in 2017. Recordomet Kerst. Voor 2018 omzetgroei van 3.0% verwacht.



De supermarktomet van de huishoudens in Nederland (online en in fysieke supermarkt) is in het jaar 2017 met 3,2% gestegen van € 34,49 miljard (2016) naar € 35,58 miljard (2017). De omzet per kassabon steeg met 6,3% van € 22,53 (2016) naar € 23,91 (2017), mede door toenemend belang van online (met hoge kassa-aanslag). Het aantal uitgegeven kassabonnen in 2017 daalde met 2,9%.



De online omzet in de supermarkten (basis t/m week 48-2017) steeg in 2017 met 47%. Van een omzetaandeel van 2.1% van de supermarktomet in 2016 naar 3.0% in 2017. Oftewel bijna € 1,1 miljard online supermarktomet in 2017. De online groei komt geheel op rekening van bezorgen van de boodschappen, vooral in de Randstad. De fysieke supermarkt zag zijn omzet in 2017 met 2.2% stijgen.



In december 2017 (weken 49-52) steeg de supermarktomet met 6.9%. Er werd een nieuwe Kerstpiek gerealiseerd in 2017. De gemiddelde weekomet in de laatste 2 weken van december 2017 steeg met 6,4% naar € 804 miljoen. Dit lag hoger dan de prognose van € 779 miljoen. De week vóór Kerst (wk 51) scoorde de hoogste omzet ooit met € 961 miljoen. Dit was 8,2% hoger dan vorig jaar Kerst 2016 (€ 888 miljoen).



Voor 2018 wordt een omzetgroei voor de supermarkten van 3.0% verwacht. Naar verwachting stijgt de omzet in de fysieke supermarkt in 2018 met 2% en de omzet online met 30%. In 2018 komt ca 3.8% van de totale supermarktomet online.

Prognose voor 2018 → Omzet supermarkten +3,0% groei.

Fysieke SM 2% groei, Online SM 30% groei.



2017: 3,0%
2016: 2,1%
2015: 1,2%

**Prognose 2018:
Aandeel Online
3,8%**

**Prognose 2018:
Omzetgroei
+3,0%**

2017: +3,2%
2016: +2,5%
2015: +1,1% *
2014: -0,1%

2017: +2,6%
2016: +1,9%
2015: +0,8%
2014: -0,5%

**€ Waarde
+2,5%**

**# Huishoudens
+0,5%**

2017: +0,6%
2016: +0,6%
2015: +0,3%
2014: +0,4%

2017: 16,0%
2016: 13,1%
2015: 10,9%

**Omnichannel
kopers
18%**

2017: +0,7%
2016: +1,6%
2015: +0,1%
2014: -0,5%

**Volume per hh.
+0,6%**

**Prijseffect
+1,9%**

2017: +1,9%
2016: +0,3%
2015: +0,7%
2014: 0%

2017: +3,6%
2016: +0,7%
2015: -0,4%
2014: -0,7%

**Volume per bezoek
+3,4%**

**Bezoeken per hh.
-2,8%**

2017: -2,9%
2016: +0,9%
2015: +0,5%
2014: +0,2%

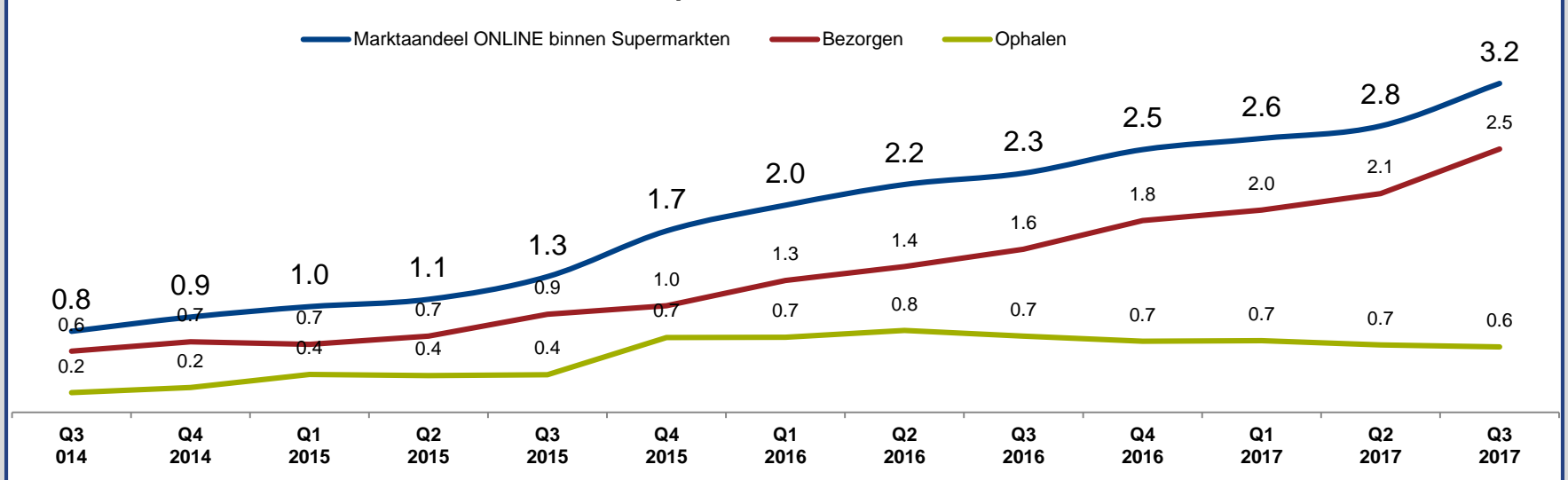
Source: GfK NL ConsumerScan

* 2015 o.b.v. 52 weken

Online bestedingen binnen supermarkten blijft groeien. Forse groei door online bezorgen. Ophalen /pick up bij supermarkt vlakkt af.



Omzetaandeel Online binnen Supermarkten per kwartaal.



% verdeling Bezorgen / Ophalen												
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
76	74	64	67	72	59	64	64	68	73	74	76	80
24	26	36	33	28	41	36	36	32	27	26	24	20

Districten in Nederland

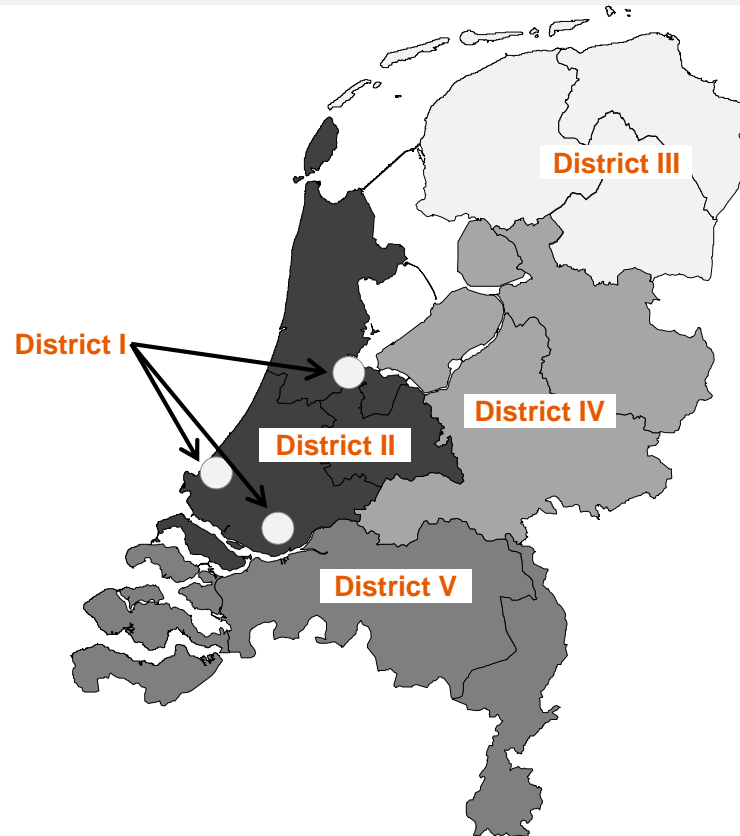
District I Agglomeratie van:
Amsterdam
Rotterdam
Den Haag

District II Rest van:
Noord-Holland
Zuid-Holland
Utrecht

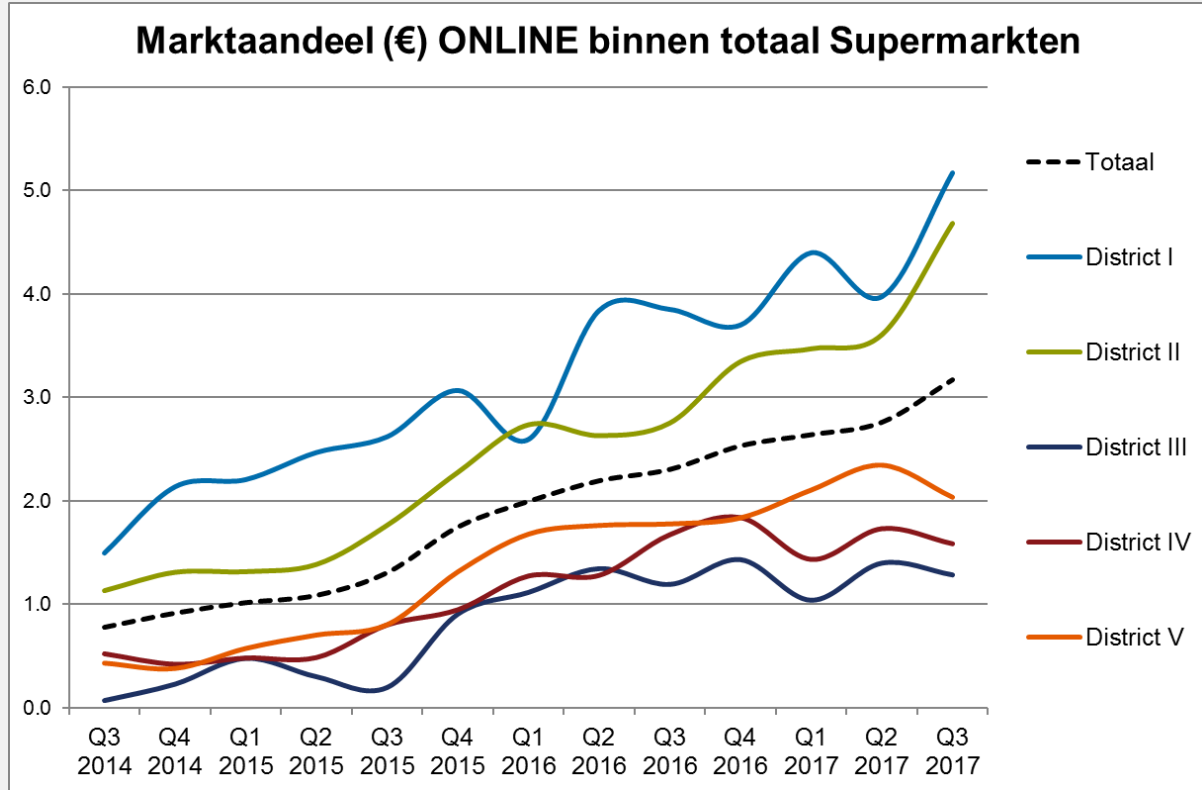
District III Groningen
Friesland
Drenthe

District IV Overijssel
Gelderland
Flevoland

District V Zeeland
Noord-Brabant
Limburg



In de Randstad ligt het online omzetaandeel binnen supermarkten het hoogst en stijgt in tegenstelling tot buiten de Randstad gestaag door.



Bron: GfK ConsumerScan panel n=10.000
 © GfK 2017 | Supermarktkengetallen | December 2017

GfK Supermarktkenngetallen

A faint, light gray icon of a shopping cart is positioned on the left side of the central gray banner.

‘Wat is de omzet van de supermarkten op weekniveau?’

‘Hoe ontwikkelt het aantal kassabonnen zich?’

A faint, light gray icon of a shopping basket is positioned on the right side of the central gray banner.

‘Hoe ontwikkelt zich de omzet per kassabon?’

GfK Kengetallen Supermarktomez

Weekbasis 2016 - 2017



In de supermarktomez is naast de huishoudelijke GfK omzet uit ConsumerScan het belang van de niet huishoudelijke omzet ingeschat (zoals aankopen door bedrijven in supermarkten, persoonlijke aankopen).

	Week 48	Week 49	Week 50	Week 51	Week 52
Omzet (x 1.000)					
2016	€677.232	€647.884	€683.634	€887.828	€624.448
2017	€702.967	€719.792	€713.030	€960.812	€647.720
% Groei t.o.v. 2016	3,8	11,1	4,3	8,2	3,7

Kassabonnen (x 1.000)

2016	30.112	28.419	29.019	32.310	25.712
2017	29.293	27.214	27.247	31.864	23.611
% Groei t.o.v. 2016	-2,7	-4,2	-6,1	-1,4	-8,2

Omzet per kassabon

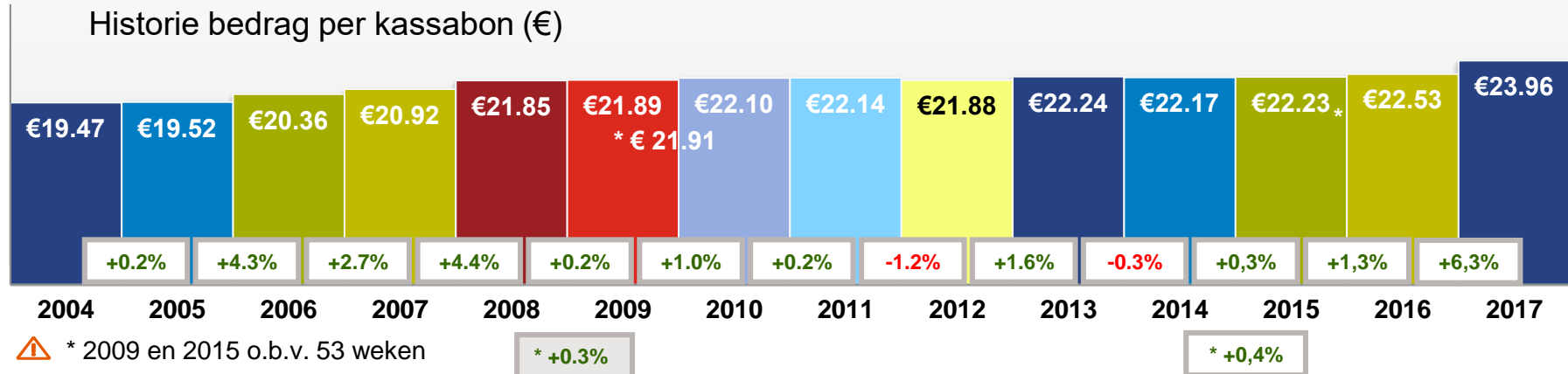
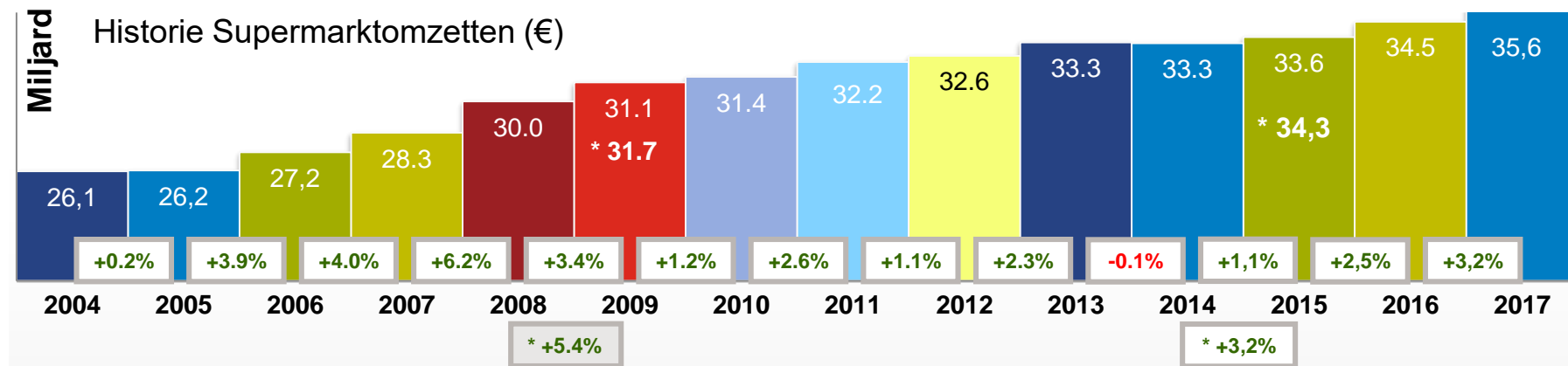
2016	€22,49	€22,80	€23,56	€27,48	€24,29
2017	€24,00	€26,45	€26,17	€30,15	€27,43
% Groei t.o.v. 2016	6,7	16,0	11,1	9,7	13,0

Opmerking: de schuingedrukte (blauwe) getallen betreffen voorlopige cijfers.

	Omzet (x 1.000)		Groei	Omzet per kassabon		Groei
Cumulatief (t/m week 52)	2016	2017		2016	2017	
	€34.490.603,01	€35.581.061,58	3,2	€22,53	€23,96	6,3

Ontwikkeling in de tijd

Jaarbasis



⚠ * 2009 en 2015 o.b.v. 53 weken

GfK Supermarktkengetallen

Maandbasis 2016 - 2017



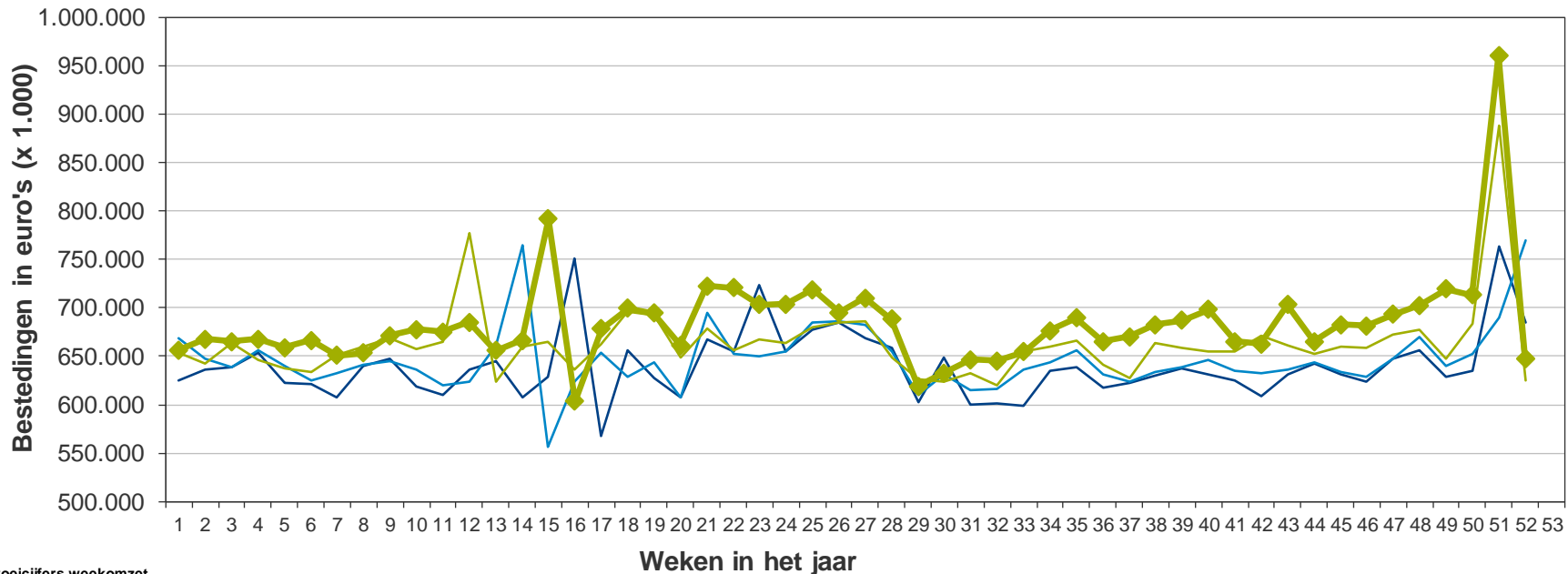
	Totale omzet (x 1.000) 2016	Totale omzet (x 1.000) 2017	Groei tov 2016	Omzet per kassabon 2016	Omzet per kassabon 2017	Groei tov 2016
Januari (week 1 t/m 4)	€ 2.606.845	€ 2.656.779	1,9	€ 22,07	€ 23,11	4,7
Februari (week 5 t/m 8)	€ 2.581.628	€ 2.629.755	1,9	€ 22,08	€ 22,79	3,2
Maart (week 9 t/m 13)	€ 3.391.964	€ 3.365.849	-0,8	€ 22,77	€ 23,20	1,9
Q1 (week 1 t/m 13)	€ 8.580.437	€ 8.652.384	0,8	€ 22,34	€ 23,04	3,1
April (week 14 t/m 17)	€ 2.622.928	€ 2.740.249	4,5	€ 22,28	€ 24,32	9,2
Mei (week 18 t/m 21)	€ 2.715.864	€ 2.778.420	2,3	€ 23,30	€ 24,02	3,1
Juni (week 22 t/m 26)	€ 3.352.893	€ 3.542.094	5,6	€ 22,82	€ 24,15	5,8
Q2 (week 14 t/m 26)	€ 8.691.685	€ 9.060.762	4,2	€ 22,80	€ 24,16	6,0
Juli (week 27 t/m 30)	€ 2.584.400	€ 2.650.217	2,5	€ 22,20	€ 23,49	5,8
Augustus (week 31 t/m 35)	€ 3.234.416	€ 3.313.287	2,4	€ 21,91	€ 23,74	8,4
September (week 36 t/m 39)	€ 2.591.550	€ 2.706.232	4,4	€ 21,75	€ 23,53	8,2
Q3 (week 27 t/m 39)	€ 8.410.366	€ 8.669.737	3,1	€ 21,95	€ 23,60	7,5
Oktober (week 40 t/m 43)	€ 2.642.361	€ 2.730.167	3,3	€ 22,27	€ 23,81	6,9
November (week 44 t/m 48)	€ 3.321.961	€ 3.426.658	3,2	€ 22,43	€ 23,98	6,9
December (week 49 t/m 52)	€ 2.843.794	€ 3.041.354	6,9	€ 24,53	€ 27,55	12,3
Q4 (week 40 t/m 52)	€ 8.808.115	€ 9.198.179	4,4	€ 23,03	€ 25,03	8,7

GfK Supermarktkengetallen

Omzet per week (totaal assortiment)



— 2014 — 2015 — 2016 — 2017

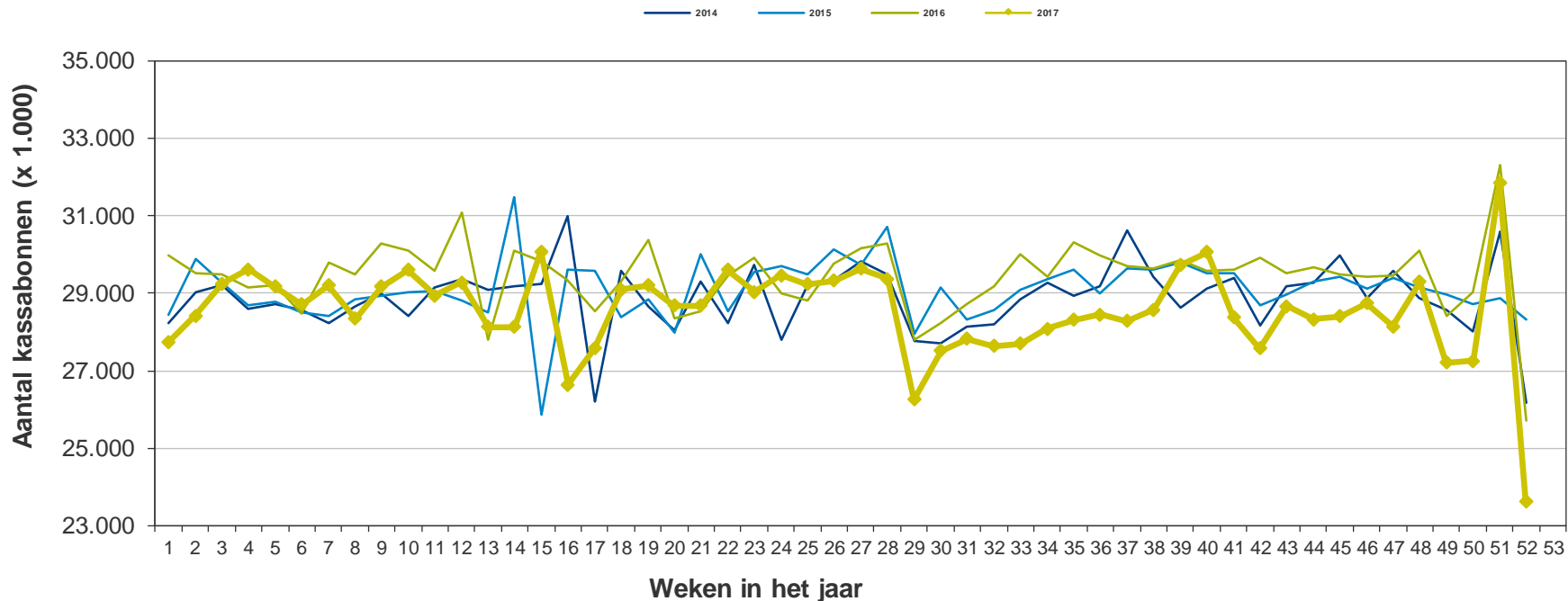


Groei cijfers weekomzet

Week	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
%	0,4	3,8	0,2	3,3	3,5	5,2	0,0	-1,0	0,5	3,1	1,5	-11,9	5,3	1,0	19,2	-5,2	2,5	0,5	0,4	2,0	6,4	9,7	5,4	6,0	5,7	1,5
	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52
	3,5	6,0	-1,1	1,5	2,2	4,1	-0,1	2,6	3,5	3,7	6,8	2,9	4,4	6,6	1,5	-1,2	6,5	2,0	3,5	3,4	3,1	3,8	11,1	4,3	8,2	3,7

GfK Supermarktkengetallen

Aantal kassabonnen per week

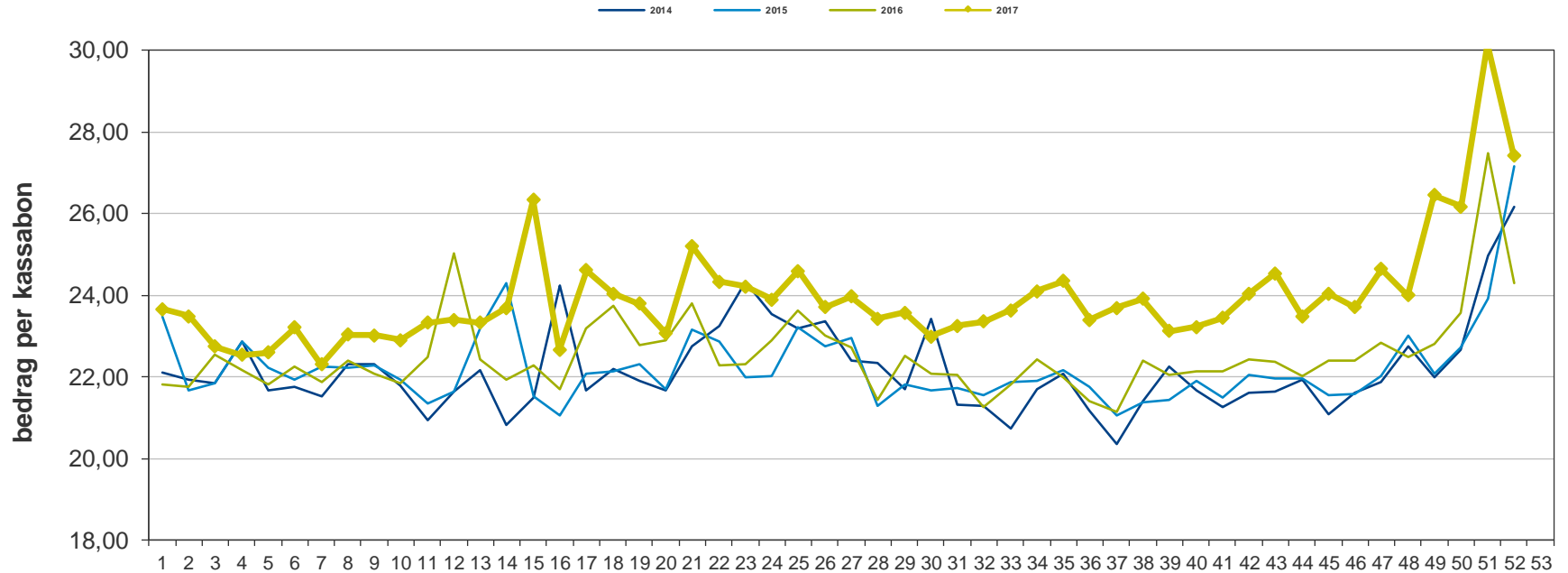


Groecijfers aantal kassabonnen

Week	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
%	-7,5	-3,8	-0,8	1,6	-0,1	0,9	-2,0	-3,8	-3,7	-1,6	-2,2	-5,8	1,2	-6,5	0,9	-9,2	-3,4	-0,7	-3,9	1,2	0,5	0,5	-2,9	1,6	1,5	-1,5
	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52
	-1,8	-3,0	-5,5	-2,5	-3,1	-5,3	-7,8	-4,6	-6,6	-5,1	-4,8	-3,6	-0,4	1,7	-4,2	-7,9	-2,9	-4,5	-3,6	-2,3	-4,4	-2,7	-4,2	-6,1	-1,4	-8,2

GfK Supermarktkengetallen

Omzet per kassabon per week



Groecijfers omzet per kassabon

Week	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
%	8,5	7,9	1,0	1,7	3,6	4,3	2,0	2,9	4,3	4,8	3,8	-6,5	4,0	8,0	18,1	4,4	6,1	1,2	4,5	0,7	5,9	9,2	8,6	4,4	4,1	3,0
	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52
	5,4	9,3	4,7	4,1	5,5	9,9	8,3	7,5	10,8	9,2	12,1	6,7	4,8	4,9	5,9	7,2	9,6	6,7	7,4	5,8	7,8	6,7	16,0	11,1	9,7	13,0

Meer informatie?



Joop Holla
Research Director

+31 (0) 88 435 1365 | +31 6 55 32 31 14

Joop.Holla@gfk.com

www.gfk.com/nl