



Consumentenbestedingen in Nederland stijgen met 6 procent

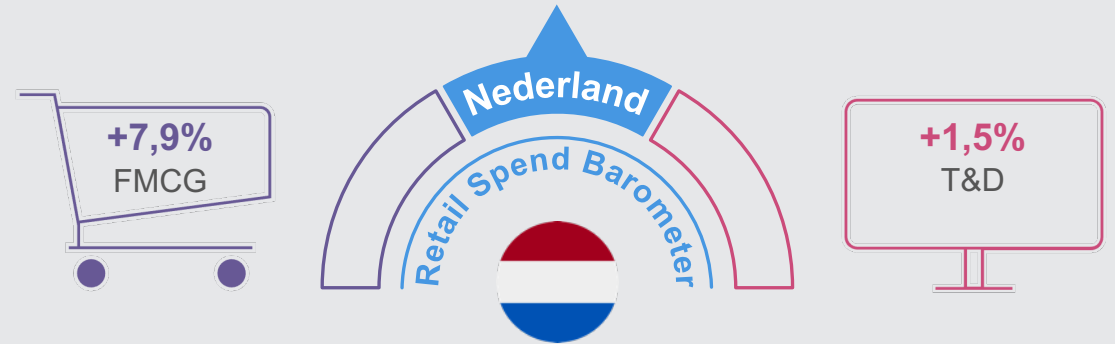
- Deze ontwikkeling wordt vooral gedreven door prijsstijgingen, terwijl de totale verkoopvolumes dalen.
- NIQ en GfK combineren hun data om een holistisch inzicht te geven in de FMCG- en T&D-markt in heel Nederland.

De consumentenbestedingen in fast moving consumer goods (FMCG) en Tech & Durables (T&D) stegen in 2023 met 6 procent ten opzichte van 2022. Het markttotaal komt daarmee uit op 78,6 miljard euro in 2023. De hogere bestedingen werden vooral gedreven door prijsstijgingen voor voedingsmiddelen en drogisterijproducten, terwijl tegelijkertijd een premiumisatie kan worden waargenomen voor T&D-producten. De nieuwe NIQ Retail Spend Barometer verzamelt gegevens van zowel NIQ als GfK om de omzet te meten van FMCG- en T&D-producten die in Nederland worden verkocht.

Consumentenbestedingen

€ 78.662.264.248

+6,0%



“

The Full View™, zoals blijkt uit de NIQ Retail Spend Barometer, biedt retailers en fabrikanten een 360-graden beeld van de markt. We kunnen bijvoorbeeld de geaggregeerde gegevens gebruiken om aan te tonen dat de hoge prijsstijgingen voor olie hebben geleid tot een daling van de totale verkoopvolumes. Tegelijkertijd nam de verkoop van airfryers, die minder olie verbruiken, toe. Dit opende weer kansen voor diepvriessnacks voor airfryers. Met dit overzicht kunnen retailers en fabrikanten kansen in de markt vroegtijdig herkennen en hun strategie daarop aanpassen om op deze kansen te kunnen inspelen.

”

Jasper Bins, Retail Vertical Director Benelux, NIQ en GfK