

Jumbo ziet omzet met 4 procent stijgen en marktaandeel groeien

Jumbo Supermarkten heeft in de eerste helft van 2026 de consumentenomzet met 4 procent zien stijgen tot afgerond 6 miljard euro. Daarmee groeit de supermarktketen harder dan de totale Nederlandse markt, die in dezelfde periode met 2,1 procent toenam. Het marktaandeel van Jumbo kwam uit op 20 procent.

Dat blijkt uit de halfjaarcijfers die het concern uit Veghel heeft bekendgemaakt. Volgens Jumbo is sprake van een 'positieve trendbreuk': het marktaandeel lag de afgelopen maanden structureel boven de 20 procent. Het aantal klanten dat wekelijks bij Jumbo boodschappen doet, nam met 3,4 procent toe. Ook de klanttevredenheid verbeterde: de NPS steeg met 2,3 punten naar 40,7.

De groei komt volgens Jumbo onder meer voort uit investeringen in de winkels, het assortiment en prijs. In de eerste 6 maanden werden 10 nieuwe winkels geopend en circa 90 bestaande vestigingen verbouwd of vernieuwd. Daarbij ligt volgens de supermarktketen meer nadruk op vers, gemak en een overzichtelijker assortiment. Ook zet Jumbo in op structureel lagere prijzen en scherpe aanbiedingen.

België groeit bijna 28 procent

Ook de Belgische activiteiten groeien stevig. De omzet in België kwam in het eerste halfjaar uit op 326 miljoen euro, bijna 28 procent meer dan een jaar eerder. Meer dan de helft van die groei komt uit bestaande winkels. In de eerste helft van het jaar opende Jumbo 3 nieuwe Belgische vestigingen. Aan het einde van het halfjaar had Jumbo 47 winkels in België. Eind augustus kwam daar de 48e vestiging bij, in Mortsel. Het marktaandeel kwam in sommige weken voor het eerst boven de 2 procent uit. Jumbo schrijft de groei toe aan de combinatie van scherpe prijzen, een kwalitatief en lokaal relevant assortiment en service. In het meest recente Belgische Zomerrapport van YouGov kreeg de supermarktketen van consumenten een waardering van 8,1.

Investeren vanuit kostenbesparing

Jumbo zegt tegelijkertijd te werken aan een efficiëntere organisatie om ruimte te houden voor investeringen en lagere prijzen. Daarbij wordt onder meer gebruikgemaakt van nieuwe technologie en AI, bijvoorbeeld voor voorraadbeheer en logistieke processen. Kostenbesparingen moeten volgens de supermarktketen rechtstreeks worden ingezet voor voordelen voor klanten.

Ceo Jesper Højer spreekt van een positieve ontwikkeling sinds Jumbo begin dit jaar zijn aangescherpte strategie presenteerde. "We zien nu al de eerste resultaten", zegt hij.

Jumbo geeft in het halfjaarbericht geen winstcijfers. Die worden pas bij de publicatie van de jaarresultaten bekendgemaakt. Ook is er geen uitsplitsing naar de online omzet. De cijfers hebben betrekking op de eerste 7 vierwekelijkse periodes van 2026, tot en met 12 juli.

Bron: retailtrends.nl