



Persbericht

Coca-Cola is opnieuw het meest gekozen merk door Belgische gezinnen

Christine de Boer
Perscontact
T +31 6 28 11 77 11
Christine.deBoer@gfk.com

Stabiele top van meest gekozen merken

Leuven, 8 juni 2022, **Zowel wereldwijd als in België is Coca-Cola opnieuw het meest gekozen merk. De Belgische gezinnen beslisten samen zo'n 52 miljoen keer om het frisdrankmerk in hun winkelkar te leggen. Lay's en LU vervolledigen de top 3.**

Het aankoopgedrag van de Belgische gezinnen stabiliseert opnieuw sinds de uitbraak van COVID-19. De omzetsijging in de FMCG-markt zorgde ervoor dat maar liefst 2 van de 3 A-merken vaker gekozen werd tijdens de pandemie. Gezinnen zochten in eerste instantie naar betrouwbaarheid, die ze vooral terugvonden bij de grote bekende merken.

In 2021 shift het aankoopgedrag opnieuw naar een situatie die meer lijkt op die van het pre-coronatijdperk. 55% van de merken werd vaker gekozen door de Belgische gezinnen, maar dat is toch opvallend minder dan een jaar geleden. Bovendien verliezen de grote merken hun voorsprong en kiezen de Belgen vooral terug meer voor de kleinere merken. Dat bepaalt GfK op basis van Consumer Reach Points (CRP), wat drie parameters omvat: de populatiegrootte, het relatieve aantal kopende gezinnen en hun aankoopfrequentie in elk productsegment.

Op basis van de CRP is Coca-Cola net zoals vorig jaar opnieuw het meest gekozen merk bij de Belgische gezinnen, die opnieuw 52 miljoen keer de keuze voor het populaire frisdrankmerk maakten. Dankzij een status quo in een stabiele markt, behoudt Coca-Cola zijn voorsprong op de competitie. De tweede plaats is opnieuw weggelegd voor Lay's, dat in 47 miljoen beslissingsmomenten verkozen werd. LU, Côte D'Or en Lotus vervolledigen de top 5.

Top 5 FMCG Brands

Ranking based on Consumer Reach Points



Wil je meer weten over het onderzoek en de resultaten, kijk dan even op de [MOST CHOSEN BRANDS](#) webpagina. Heeft u vragen, neem dan contact op met Dimitri Leys (dimitri.leys@gfk.com).

Perscontact: Christine de Boer, T +31 6 28 11 77 11, Christine.deBoer@gfk.com

Over GfK

GfK verbindt gegevens en wetenschap. Innovatieve onderzoekoplossingen bieden antwoorden op belangrijke zakelijke vragen rond consumenten, markten, merken en media - nu en in de toekomst. Als onderzoek - en analysepartner belooft GfK zijn klanten over de hele wereld "Growth from Knowledge"