

Supers zijn weer wat duurder

De btw-verhoging die de dagelijkse boodschappen begin dit jaar 3 procent duurder maakte, zorgde voor veel discussie. Geruisloos zijn veel prijzen ook de laatste twee maanden echter blijven stijgen.

DIEDE HOEKSTRA D.HOEKSTRA@ED.NL 8 maart 2019

EINDHOVEN



DIEDE HOEKSTRA

Het ED nam deze week opnieuw een steekproef, bij marktleider Albert Heijn. De gekochte boodschappen bleken nog eens 3,4 procent duurder dan bij de peiling begin januari. Voor achttien producten, variërend van Fanta Orange tot gebraden kipfilet en basmatirijst, moest in totaal 39,39 euro afgerekend worden. Op 3 januari was dat nog 38,10 euro.

Een gemiddelde stijging van bijna 3,5 procent, met enkele uitschieters tot ruim 12 procent. Zo kost een rookworst van Unox twee maanden later 36 cent meer en moest voor een pak Knorr Wereldgerechten Risotto 23 cent meer afgerekend worden. In veel gevallen is de prijs

subtieler aangepast. De Calvé pindakaas werd 7 cent duurder en de AH roze koeken drie cent goedkoper.

Vergeleken met eind december betalen we voor de boodschappentas met achttien producten bijna 2,5 euro meer en dat is precies wat supermarktdeskundige Paul Moers eind vorig jaar al voorspelde. „Supermarkten hebben destijds precies de btw-verhoging doorgevoerd. Omdat dit al tot de nodige weerstand leidde, hebben ze daar niet meteen een extra prijsverhoging bovenop gegooid. Maar het is pure noodzaak om dit nu wel te doen. Loon, energie- en grondstofkosten stijgen en supermarkten schieten zichzelf in de voet als zee dit niet doorberekenen. Vergeet niet dat de marges voor supers in Nederland al extreem laag zijn. Gemiddeld 2 procent.” Het goede nieuws is volgens Moers dat Nederlandse supermarkten nog steeds tot de goedkoopste van Europa behoren. „Alleen in Polen is de consument nog voordeliger uit. Dat komt door de enorme concurrentie tussen de in totaal liefst 4300 supermarkten. De gemiddelde afstand tot een super is slechts 900 meter.”

Dat sommige producten tot wel 12 procent duurder zijn geworden en andere juist iets goedkoper, is volgens Moers vrij makkelijk te verklaren. „De ene leverancier durft de prijsverhogingen harder door te voeren dan de andere. Het hangt er verder ook vanaf hoelang van tevoren de supermarkten hun inkopen gedaan hebben. Moers verwacht dat op termijn alle producten duurder worden. Nogmaals, de kosten stijgen en dat moeten leveranciers op den duur doorvoeren.”

Voorloper

Moers verwacht dan ook dat een tas boodschappen de komende maanden weer duurder wordt. „Albert Heijn en Jumbo, samen goed voor 55 procent van de markt, zijn daarin bepalend. Ze doen overigens wel hun best om de prijsverhoging te beperken. Vooral door een zo

efficiënt mogelijke bedrijfsvoering. Albert Heijn is wat dat betreft echt een voorloper op logistiek gebied."

Albert Heijn laat in een reactie weten dat de prijzen van artikelen dynamisch zijn en van week tot week kunnen verschillen. Zowel omhoog als omlaag. De prijs van een product wordt volgens een woordvoerder door meerdere factoren bepaald, onder andere prijs van de grondstoffen en prijzen in de markt. De woordvoerder stelt verder dat de 3,4 procent prijsstijging bij de steekproef van het ED niet opgaat als je het complete assortiment van de supermarkt zou vergelijken. Hoeveel het gemiddeld dan wel is, zegt de woordvoerder niet. Hoe de prijzen zich de komende tijd gaan ontwikkelen kan de woordvoerder niet voorspellen. „Dat is zagezegd afhankelijk van meerdere factoren." Voor de steekproef hanteerde het ED de onlineprijzen volgens de website van Albert Heijn.