



De Poiesz-supermarkt in Dronryp. FOTO LC/ARODI BUITENWERF

Ja, de inflatie is en blijft hoog, vooral door duurdere voeding. De schade is echter „relatief beperkt”, zegt deskundige Paul Moers. „Wij kunnen zo enorm overdrijven.”

ROBERT JAN SPEERSTRA

De inflatie in Nederland is in april iets minder sterk gestegen dan een maand eerder, maar blijft op een hoog niveau. Volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) waren Nederlanders vorige maand 9,6 procent duurder uit dan een jaar eerder. Dit kwam met name door een verdere stijging van de prijzen van voedingsmiddelen. De energieprijzen stegen in april juist iets minder hard.

Dat het leven momenteel duur is, houdt veel mensen bezig. Nederlanders klagen, maar volgens de bekende retail- en merken-deskundige Paul Moers uit het Twentse Bornerbroek moeten we het probleem vooral „in perspectief blijven zien”.

Hij plaatst het onderwerp in een historisch

kader: „In het jaar 1800 ging zo’n 80 procent van je inkomen naar voedsel, in 1900 was dit 50 procent en tegenwoordig is dit 10 tot 12 procent. Dus zo bekeken valt het mee. Je moet wel realistisch blijven. Want iedereen koopt ook nog gewoon een nieuwe telefoon en een uitje of de auto vinden we ook belangrijk. Als je in de bijstand zit, snap ik het probleem wel. Maar verder kunnen wij zo enorm overdrijven met z’n allen.”

Supermarkten willen juist in deze tijd hun klanten vasthouden. Hoe slagen zij daarin? „Best ingewikkeld”, zegt Moers. „Dat doe je normaal gesproken met aanbiedingen. Zo proberen supermarkten te sturen. Maar de promodruk – zo heet dat – ligt al op zo’n 24 procent. Dat is bizar hoog. Hoeveel meer kan er nog?”

„Als je veel geld verdient, lig je niet zo

wakker van inflatie. Dan koop je gewoon je boodschappen”, vervolgt hij. Mensen met „een kleine portemonnee” kunnen de overstap maken naar huismerken of naar C-merken. Dat zijn de budgetmerken onder in de schappen. „Of ga naar discounters in plaats van de Jumbo of de Albert Heijn. De markt is ook een alternatief, zeker voor voedsel. En koop als consument slimmer in. Kies de groenten van het moment, de groenten van het seizoen. Dat scheelt.”

Onlangs stelde Moers op Radio 1 voor om als gezamenlijke supermarkten een basispakket aan te bieden, tegen een permanent lagere prijs. „In dit pakket zouden zo’n 30 producten moeten die je iedere dag nodig hebt, zoals melk, aardappelen en brood. Het is een vorm van kartel, dus je moet het er met de regering over hebben. Maar ja, nood breekt wet. Doe het gewoon! Regel het via het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel. In een grote supermarkt liggen 35.000 producten, dus van die 30 gaat de Albert Heijn echt niet failliet.”

Eva Rutten, docent ondernemerschap en retailmanagement aan NHL Stenden in Leeuwarden en Amsterdam, klinkt iets bezorgder. Inflatie is een ingewikkeld en abstract begrip,

zegt zij, en daarom voelt het wellicht als ver-van-mijn-bed.

„Maar dat is best naïef. Ook je geld op de bank wordt bijvoorbeeld minder waard. Ik vind het wel zorgelijk. Dan gaan we toch in de bitcoins”, hoor ik mensen roepen. Zo werkt het niet. Het is spannend. Uiteindelijk kan de economische groei onder druk komen en kunnen we in een crisis belanden.”

Volgens Rutten switchen klanten niet heel snel van supermarkt. „Dat is best een grote stap. Supermarkten proberen hun basis, hun trouwe klanten, zo stabiel mogelijk te houden. In die relatie investeren zij al langer. De service eromheen wordt nu wel belangrijker. Is de winkel schoon, zijn de schappen goed gevuld en is er genoeg en net personeel? Want het gaat ook om de ervaring.”

Qua prijsniveau kan er nog weleens een extra slag volgen, denkt Rutten. Want niet alles is al doorberekend. „Brood en bier bijvoorbeeld. Die prijzen gaan echt omhoog, vanwege de oorlog in Oekraïne. Dat kan niet anders. Er zit graan in, er is veel energie voor nodig. Maar geen van de supermarkten wil de eerste stap zetten. Dan schreeuwen de concurrenten namelijk dat zij goedkoper zijn.”

## ‘Inflatie? Ik merk het omdat het telkens op tv is’

Het is rustig bij de Poiesz in Dronryp deze bewolkte dinsdagmiddag. Wiebe Visser (58) heeft haast, vertelt hij vlak voor de ingang van de supermarkt. De Rypster Merke komt eraan, tijd om bier in te slaan. En dat gaat niet per flesje, maar per krat. De hoge inflatie heeft nog geen vat gekregen op Visser. „Ik heb niet het gevoel dat ik moet bezuinigen”, zegt hij. Mochten de prijzen straks extreem uit de hand lopen, dan heeft Visser wel een idee wat er uit zijn boodschappenkar kan. „Roken is wel het eerste om mee te stoppen. Dat is ook beter voor mijn gezondheid.”

Even verderop, op de parkeerplaats, laadt Karin Idzenga (49) uit Baaium haar auto in. „Inflatie? Daar let ik niet zo heel erg op in de winkel. Ik merk dat het speelt omdat het telkens op tv is. Verder eigenlijk niet.” Vlees zou ze als eerste laten liggen. „Dat doe

ik nu ook al wel. Wat voor mij een veel grotere rol speelt, is de brandstof voor mijn auto. Ik ben zuiniger en let beter op hoe hard ik rij.”

Ook Josie Keur (65) uit Dronryp begint al snel over de hoge energieprijzen. „Boodschappen zijn allemaal echt goed te doen. Ik heb het goed genoeg en let ook niet op de reclames. De energieprijzen vind ik wél een probleem. Wij hebben een groot huis, ons contract liep af en wij betalen nu per maand véél meer voor gas en stroom. Echt enorm!”

Een van de weinige Poiesz-klanten die de LC treft die wel last hebben van de inflatie, wil niet met haar naam in de krant.

„Alles is folle djoerder wurden. Dat merk ik wol”, zegt zij. „Farske grienten lit ik lizze. En fleis en ierappels ek. Ik nim no ‘diepvriesspul’, lykas ierappelskiifkes en grienten foar yn de diezer.”

# ‘Wij kunnen zo enorm overdrijven’