

Prijspeiling huismerken

Hand op de knip



Aldi en Lidl waren altijd met afstand het goedkoopst voor huismerken. Maar Lidl heeft een voorsprong genomen en prijkt nu aan kop. Aldi is zelfs afgezakt naar de vierde plaats.

● Wil je besparen in de supermarkt, dan kun je het best kiezen voor huismerken. Onze onderzoeken tonen al jaren aan dat je voor een mandje met huismerken veel minder betaalt dan voor hetzelfde mandje gevuld met A-merken. En dat verschil wordt steeds groter. Vorig jaar was het prijsverschil maar liefst 45%. Ter vergelijking: in 2014 was dit prijsverschil tussen A-merken en huismerken nog 24%. Traditiegetrouw hadden Aldi en Lidl altijd de goedkoopste huismerken. Maar dit jaar zien we voor het eerst dat Lidl alleen aan kop staat. Al zijn de verschillen klein. In de afgelopen jaren werd het verschil met de overige supermarkten al kleiner. Lidl is nu nipt het goedkoopst en krijgt daarmee het predicaat Laagste Prijs. Aldi is zelfs net ingehaald door Dirk en Vomar.

125 producten

We vulden in april ons winkelwagentje met 125 dagelijkse huismerkproducten, zoals cola, koffie, melk, rijst en pasta. Onder huismerken verstaan we producten die wat prijs en kwaliteit betreft door de supermarkten worden aangeboden als het eerstvolgende alternatief voor een A-merk. Bekende huismerken zijn bijvoorbeeld Jumbo, Plus, AH en AH Basic, G'woon (onder andere bij Vomar, Deen, Coop en Plus) en 1 de Beste (bij Dirk en Dekamarkt). Lidl en Aldi gebruiken per productgroep een andere naam. Lidl heeft bijvoorbeeld Formil (wasmiddelen),

Lidl is nu nipt het goedkoopst en krijgt het predicaat Laagste Prijs

Freeway (frisdrank) en W5 (schoonmaakmiddelen). Aldi heeft onder andere Una (schoonmaakmiddelen) en Markus (koffie). Sommige supermarkten verkopen verschillende huismerken van een product. Zo heeft Albert Heijn voor koffie het merk Perla en een goedkopere budgetvariant Caffé Gondoliere. Voor zuivel is er AH en het goedkopere De Zaanse Hoeve. Bij Coop is zuivel van het merk Melkan te koop en ook een goedkopere budgetvariant van Zuivelmeester. De budgetvarianten zijn niet in dit onderzoek opgenomen, omdat ze niet het eerste alternatief voor een A-merk zijn en omdat ze vaak minder herkenbaar zijn als huismerk.

Deen stopt

We deden ons prijzenonderzoek bij de 15 grootste supermarktketens van Nederland. In de vergelijking zitten alleen ketens die meer dan 50 filialen of bezorggemeenten

hebben en een minimaal marktaandeel van 1%. Supermarkten als Boni (44 filialen) en Nettorama (32 filialen) vallen daarvoor buiten de selectie. We kijken alleen naar de standaardprijzen. Aanbiedingen hebben we buiten beschouwing gelaten. Ook hebben we niet de kwaliteit van de huismerken onderzocht.

Vorig jaar sloot de laatste Emté-winkel de deuren. Daarmee is Emté de zoveelste in het rijtje met 'verdwenen' supermarkten. Eerder al stopten Konmar, C1000, Edah, Super de Boer, Digros, Dagmarkt, A&P en Golf. Dit jaar zal Deen uit het, voornamelijk Noord-Hollandse, straatbeeld gaan verdwijnen. De helft van de winkels wordt omgevormd tot Albert Heijn-filialen, een kwart tot Vomar- en een kwart tot Dekamarkt-supermarkten. Omdat Deen nog even blijft bestaan, hebben we deze keten nog wel meegenomen in dit onderzoek.

Prijzenstrijd

De 'gewone' supermarkten gaan met het huismerk steeds meer de strijd aan met de discountsupermarkten Aldi en Lidl. En met succes, blijkt uit deze prijspeiling. Vomar en Dirk hebben Aldi inmiddels ingehaald. De supermarkten kruipen wel steeds dichter naar elkaar toe, net als bij A-merken. Het verschil tussen de goedkoopste supermarkt en het gemiddelde is kleiner geworden. Lidl is nu 10% goedkoper dan gemiddeld. In 2019 was dat nog 15% en in 2016 zelfs 21%. Ook het gat met de nummer twee, drie en vier is nu kleiner. Toch zijn er tussen de producten in de supermarkten nog altijd voorbeelden van grote prijsverschillen. Zo betaal je voor 500 ml chilisaus sweet bij Jumbo €0,64 en bij Coop €1,65. En het huismerk mondwater mint (500 ml) koop je bij AH voor ▶

Biologische alternatieven

Voor een ruime keus aan biologische huismerken moet je bij Albert Heijn zijn. Voor ongeveer 50 van de 125 producten was er een biologische variant te koop. Bij Jumbo, Plus en Poiesz vonden we rond de 40 biologische varianten. Onderaan de lijst staan Lidl, Picnic en Spar met 20 biologische alternatieven. Hekensluis is Aldi met 15.

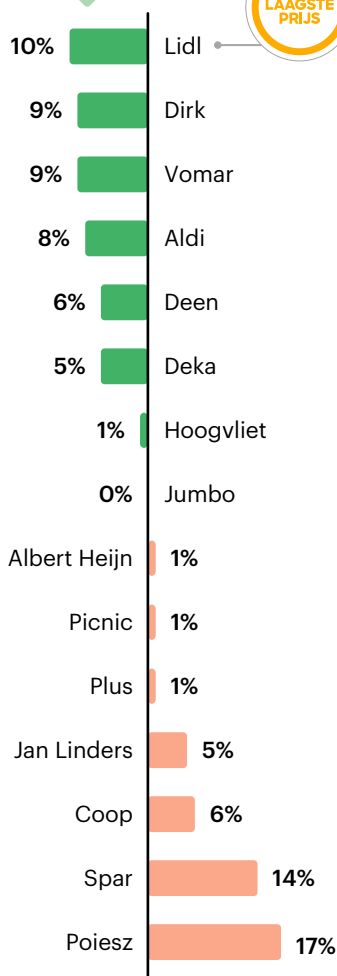
39

van de 80 Deen-winkels worden overgenomen door Albert Heijn

Prijspeiling huismerken



% goedkoper dan gemiddelde prijs



% duurder dan gemiddelde prijs

Peilmaand: april

65%

steeg de online omzet van supermarkten in 2020

€2,49 en bij Lidl voor slechts €1,19. Aldi en Lidl houden elkaar goed in de gaten. In eerdere onderzoeken waren de prijzen op een paar uitzonderingen na altijd gelijk. Deze keer vonden we bij Lidl 11 producten met een lagere prijs dan bij Aldi. Zo kost de koffie snelfilter rood (500 gram) bij Lidl €3,29 en bij Aldi €3,39. Voor gezeefde tomaten (500 gram) betaal je bij Lidl €0,49 en bij Aldi €0,59. Aldi was slechts in één geval goedkoper dan Lidl. Aldi lijkt afgelopen jaar wat achterop te raken bij Lidl. Ook bij onze prijspeiling groente en fruit (Consumentengids van oktober 2020) kwam Lidl als goedkoopste uit de bus. Groenten en fruit waren er 16% goedkoper dan gemiddeld. Aldi bleef steken op 12% goedkoper.

Meerdere prijslijnen

Van de 15 supermarkketens zijn er 3 die meerdere prijslijnen hanteren: Jumbo, Hoogvliet en Picnic. Daardoor kan het zijn dat je bij de ene winkel van Jumbo of Hoogvliet minder betaalt voor een pak hagelslag dan bij de andere. Deze supermarkten stemmen hun prijzen af op de nabijgelegen concurrentie. Is er veel concurrentie, dan zijn de prijzen vaak lager. Picnic is in dit rijtje een beetje een vreemde eend in de bijt, want het is een online supermarkt. Maar ook die kijkt sinds kort naar de concurrentie in de buurt en past daar de prijzen op aan. Afhankelijk van waar je woont, kun je dus te maken krijgen met een lagere of juist hogere prijs. Bij Jumbo namen de prijsverschillen tussen de prijslijnen de afgelopen jaren toe. In onze prijspeiling van maart vorig jaar was het prijsverschil tussen de Jumbo-winkels 8%, terwijl dat een half jaar eerder nog 5% was. Maar bij huismerken zien we weinig prijsverschillen. En niet alleen bij Jumbo (1% prijsverschil), ook bij Picnic zijn de prijsverschillen voor huismerken

klein en vooral 'achter de komma werk'. Plus is gestopt met de diverse prijslijnen. Alleen bij Hoogvliet zien we nog forse verschillen, van gemiddeld 6% tussen de twee prijslijnen. In de grafiek links zijn alleen de (meest- of veelvoorkomende) hogere prijslijnen van Jumbo en Hoogvliet opgenomen.

Biologisch

Het aandeel biologische producten in de supermarkten neemt steeds meer toe. Vorig jaar hebben we bij onze prijspeiling groente en fruit ook gekeken naar het aanbod van biologische varianten. Albert Heijn verkocht toen de meeste biologische producten. Van de 112 gepeilde artikelen waren er 51 in een biologische variant verkrijgbaar. Bij Jumbo waren dat er 45 en bij Plus 35. Bij Aldi en Lidl telden we de minste biologische varianten in groente en fruit. Ook deze keer hebben we gekeken hoeveel van de 125 producten in ons winkelwagentje verkrijgbaar zijn in een biologische huismarkvariant (zie het kader op

Supermarkten kruipen steeds dichter naar elkaar toe met hun huismarktprijzen

de vorige pagina). Jumbo, Albert Heijn en Deen hebben een biologisch huismark dat de naam van de supermarktketen draagt. De overige supermarkten hebben biologische huismerken met andere namen, zoals Bio+. Van deze biologische producten noteerden we de prijs. Huismerken staan erom bekend dat ze goedkoper zijn dan A-merken. Maar biologische én voordelige huismerken zijn nog schaars. Voor dagelijkse producten zoals melk, yoghurt en rijst is er wel een betaalbare biologische huismarkvariant te vinden. Die is soms zelfs goedkoper dan een niet-biologisch A-merk. ■