

WYNIA'S WEEK

Supermarkten verhogen vooral de prijzen waar u niet zo op let



Door [Nick Ottens](#) - 17 december 2022

Geplaatst in [Detailhandel](#) - [Economie](#) - [Inflatie](#)

Het is niet alleen gas en stroom, ook de supermarkt is peperduur geworden. Waarom is macaroni twee keer zo duur? Waarom zijn uitgerekend vlees en zuivel zo prijzig? Nick Ottens vergeleek de prijzen en de supermarkten. En hij beantwoordt de vraag: spelen de grote supers soms stiekem onder één hoedje?

De inflatie begint iets af te koelen. In november waren de prijzen nog 10 procent hoger dan een jaar geleden, maar wel 4,2 procent lager dan in de maand oktober. Dat komt vooral doordat de prijs van aardgas zakt, waardoor ook elektriciteit goedkoper wordt.

Uitschieters: vlees en zuivel

Toch blijven boodschappen duurder worden: volgens het CBS 16 procent, volgens de Rabobank [13 procent](#) ten opzichte van een jaar geleden. Uitschieters zijn boter en margarine (in een jaar tijd 40 procent duurder), olie en frituurvet (31 procent), yoghurt (24 procent) en gehakt (22 procent). Vleesvervangers en wijn zijn in prijs bijna gelijk gebleven.

Laurens Sloot, algemeen directeur van EFMI Business School, en gespecialiseerd in de levensmiddelenbranche, ziet hetzelfde: 'Uit een recente analyse die wij in samenwerking met Superscanner hebben gedaan komt naar voren dat de prijzen in de grote supermarktformules ten opzichte van een jaar geleden met zo'n 12-13 procent zijn gestegen.' Vlees zit daar iets boven. Boter, eieren en kaas zijn zelfs fors duurder geworden.

Supermarkten verhogen vooral de prijzen waar u niet zo op let

Macaroni is twee keer zo duur

Eigen onderzoek bevestigt: Albert Heijn, Aldi, Jumbo en Plus hebben de prijzen van eieren, kipfilet, macaroni, melk, tomatenpuree en wasmiddelen aanzienlijk verhoogd.

Wynia's Week vergeleek de prijzen in de vier supermarkten met deze zomer en een jaar geleden. Dierlijke producten werden al in de eerste helft van het jaar duurder, macaroni en tomatenpuree pas de laatste maanden. Een pak macaroni is zelfs twee keer zo duur geworden.

Nederland heeft vijf grote inkopers

Nederland heeft weliswaar een hele rits supermarktketens, maar slechts vijf grote inkopers domineren de markt.

Albert Heijn is met meer dan 1.000 winkels de grootste en heeft [36 procent](#) marktaandeel. Jumbo volgt met net geen 700 winkels en 22 procent van de markt. Aldi en Lidl hebben samen zo'n 900 winkels en 15 procent. Coop, Deen, Dirk van den Broek, Hoogvliet, Plus en Spar vallen allemaal onder de Superunie, dat 1.500 winkels bevoorraadt en 26 procent van de markt in handen heeft. De biologische groothandel Udea, bekend van EkoPlaza en Marqt, is daarbij vergeleken een heel kleine speler.

Uit de merken van Superunie kozen we voor onze vergelijking Plus, dat 270 winkels heeft. Lidl heeft niet voor alle producten prijzen op de website en kon daarom niet worden meegenomen.

Melk

Melk is in de loop van het jaar bij alle supermarkten duurder geworden. Een jaar geleden vroeg Albert Heijn nog 1,15 euro voor een liter gangbare melk. Dat liep in januari op naar 1,25 euro, in augustus naar 1,35 euro en in december naar 1,49 euro: een stijging van 30 procent.

Bij de Aldi kostte een liter melk eind 2021 nog 95 eurocent. Inmiddels betalen klanten daar, en ook bij Jumbo, 1,25 euro: 32 procent meer.

Plus heeft alleen nog biologische melk in het assortiment. Het huismerk kost 1,98 euro per liter. Dat was in augustus 1,58 euro. Bij Albert Heijn en Jumbo betalen klanten dat nog steeds. Aldi verkoopt geen biomelk.

Aldi verkoopt ook geen A-merken. De prijs van Campina is in de andere drie supermarkten gelijk opgelopen. Een liter gangbare Campina-melk kost sinds de zomer 1,59 euro. De prijs van biologische Campina-melk varieert: van 1,93 euro bij de Jumbo tot 2,05 euro bij Albert Heijn. Een jaar geleden kostte hetzelfde pak nog anderhalve euro bij alledrie de supermarkten.

Supermarkten verhogen vooral de prijzen waar u niet zo op let

Eieren

Vrije uitloop eieren zijn opvallend goedkoop bij Albert Heijn: 1,39 euro voor een half-dozijn. Die prijs is in een half jaar niet gestegen. Bij Jumbo kosten zes eieren met twee sterren van het Beter Leven-keurmerk 2,69 euro. Dat was in mei nog 2,37 euro. Zes eieren van Aldi kosten 1,49 euro, twintig cent meer dan een jaar geleden.

Biologische eieren, met drie Beter Leven-sterren, zijn in prijs gelijk gebleven. Behalve bij de Aldi, waar een half-dozijn in mei nog 1,79 euro kostte en deze week 1,99 euro.

Kipfilet

Dan de kip zelf. Die kost bij Albert Heijn, Jumbo en Plus opvallend genoeg precies hetzelfde: 14,97 euro per kilo. Dat is kip met één Beter Leven-ster. Albert Heijn verkoopt geen kippenvlees zonder Beter Leven-keurmerk.

Aldi is goedkoper: 13,73 euro per kilo. Alleen bij Aldi is de oude prijs nog met enig speurwerk te achterhalen: eind 2021 kostte een kilo kipfilet daar 9,98 euro.

Oorlog is niet de enige oorzaak

Over de oorzaken zijn deskundigen het eens: de oorlog in Oekraïne. Veevoer is duurder geworden, omdat Oekraïne minder graan en tarwe exporteert. Voor de oorlog haalden Nederlandse veehouders [60 procent](#) van hun voermais uit Oekraïne. Voerkosten bepalen weer 60 tot 80 procent van de prijs van eieren, vlees en zuivel.

Gas is duurder geworden door de sancties tegen Rusland en de Russische maatregelen, waardoor het meer kost om kassen te verwarmen en kunstmest te maken. Ook vergt de productie van verpakkingsmaterialen als glas en karton veel energie.

Komt bij: de vogelgriep. In een jaar tijd zijn op [104](#) pluimveebedrijven 5 miljoen eenden, kippen en vogels geruimd. Dat is zo'n 5 procent van het aantal eenden en kippen dat in Nederland wordt gehouden.

Dan is de dollar ook nog eens duurder geworden, en veel grondstoffen, zoals graan, koffie en oliezaden, worden wereldwijd in dollars verhandeld. Europese inkopers betalen dus meer.

En ook de voedselsector kampt met personeelstekorten en hoge looneisen. Als de salarissen in de landbouw, verwerkende industrie en supermarkten stijgen, werkt dat door in de prijs die consumenten betalen. Personeelskosten zijn zo'n 10 tot 20 procent van de verkoopprijs.

Supermarkten verhogen vooral de prijzen waar u niet zo op let

Supermarkten houden 'signaalproducten' goedkoop

Producenten van voedingsmiddelen kopen een groot deel van hun grondstoffen en energie op contractbasis. Deze leveringscontracten lopen [volgens de Rabobank](#) doorgaans van zes tot achttien maanden. Vandaar dat het een tijd heeft geduurd voor consumenten de gevolgen van hoge grondstof- en energieprijzen in de schappen terugzagen.

Supermarkten maken keuzes in de producten die zij duurder maken. 'Dat gebeurt niet bij de signaalproducten waarvan klanten de prijzen kennen,' vertelt Olivier Hagenbeek, directeur consumentengoederen bij adviesbureau Simon-Kucher & Partners, in het *Noordhollands Dagblad*. 'Denk aan een pond rundergehakt, pasta of een kilo bananen.' Als klanten merken dat die standaard boodschappen bij de Albert Heijn of de Plus duurder worden, gaan ze naar de Aldi of de Lidl.

'Prijsverhogingen gebeuren in de niet-sigtaalproducten,' volgens Hagenbeek, 'waaruit het grootste deel van het supermarktassortiment bestaat, zoals een speciaal soort brood, een ananas of kruiden.'

Andere producten worden extra duur

Terug naar ons winkelmandje. Dan valt op dat tomatenpuree flink duurder is geworden. Het huismerk van zowel Albert Heijn als Plus kostte deze zomer 5 euro per kilo. Dat is opgelopen tot 6,43 euro per kilo bij AH en 5,57 euro per kilo bij Plus.

Aldi is met 5,45 euro per kilo goedkoper. Klanten van Jumbo betalen slechts 4,21 euro. Dat was een half jaar geleden nog 2,79 euro: een prijsstijging van 51 procent.

Ook tomatenpuree van Heinz - bij Aldi niet verkrijgbaar - is duurder geworden. Eerder dit jaar vroegen alledrie de supermarkten 6,43 euro per kilo. Inmiddels ligt de prijs bij Jumbo op 6,86 euro, bij Plus op 7 euro en bij Albert Heijn zelfs op 8,43 euro: een stijging van 31 procent.

Nog een voorbeeld: vloeibaar wasmiddel. In januari kostte het huismerk van AH en Aldi 2,79 euro. Inmiddels vragen beide supermarkten 3,69 euro voor dezelfde fles van 1,1 liter: 32 procent meer.

Een fles Robijn-wasmiddel kostte deze zomer 16,35 euro bij Jumbo en Plus en 16,99 euro bij Albert Heijn. Deze week vroegen de eerste twee supermarkten 17,52 euro per fles en AH 17,79 euro.

Macaroni is grootste prijsstijger

De grootste prijsstijger blijkt macaroni. Eind vorig jaar kostte een kilo nog geen euro. Inmiddels brengen AH, Aldi en Jumbo 1,78 euro per kilo in rekening voor hun huismerken en Plus zelfs 1,98.

Een pak 700 gram Honig-macaroni kostte een jaar geleden nog omgerekend 1,64 euro per kilo. De prijs steeg in mei naar 1,99 euro. Albert Heijn vraagt inmiddels 2,27 euro, Jumbo 2,19 euro en Plus 2,21 euro.

Supermarkten verhogen vooral de prijzen waar u niet zo op let

Toegeven, supermarkten stunten geregeld met producten. Zo kon je bij Jumbo deze week twee flessen vloeibaar wasmiddel van Robijn kopen voor de prijs van één. Plus heeft ook voordeelpakken van Honig in het assortiment. Dan betaal je 1,69 euro voor een kilopak.

Supermarkten gaan stevig onderhandelen

Er komen nog meer prijsstijgingen aan, vertelt een woordvoerder van Aldi: 'Wij vinden het oneerlijk om de verhogingen op het gebied van onder meer energie-, transport- en verpakkingskosten enkel door de leveranciers te laten betalen. Dit is economisch ook onhaalbaar.' Rabobank [schat](#) dat producenten van levensmiddelen nog een verhoging van 10 tot 20 procent nodig hebben om hun kosten te dekken.

Dat geldt niet voor iedereen. Zo verdubbelde FrieslandCampina in de eerste helft van dit jaar de nettowinst tot bijna 140 miljoen euro. Goed voor melkveehouders, die jarenlang bijna tegen kostprijs produceerden, maar grote kans dat supermarkten de onderhandelingen met de zuivelgigant hard gaan voeren.

Lisa Martis, woordvoerder van de branchevereniging Centraal Bureau Levensmiddelenhandel, zegt daarover: 'Uiteraard hebben supermarkten begrip voor de kostenstijgingen waar ook andere partijen in de voedselketen mee te maken hebben. Tegelijkertijd is het de taak van de supermarkt om ervoor te zorgen dat de prijsstijgingen die zij door willen berekenen verklaarbaar en reëel zijn. Daarom worden er intensieve gesprekken gevoerd met producenten en leveranciers.'

Winstmarges van supermarkten zijn laag

Supermarkten hebben zelf ook ingeleverd. 'De marges van supermarkten zijn - in tegenstelling tot wat soms wordt gedacht - klein', zegt Martis.

Het moederbedrijf van Albert Heijn, Ahold Delhaize, draaide in Europa een winst van 3,7 procent in het derde kwartaal. Dat was een kwartaal eerder nog 4,4 procent. 'Dit beeld herken ik ook als ik met supermarktondernemers van andere formules praat', zegt Sloot. De bedrijfsresultaten waren begin 2022 nog redelijk, maar zullen dit jaar al met al waarschijnlijk lager uitpakken dan vorig jaar.

Dus moeten supermarkten kiezen, [schrijven](#) Rabobank-economen Sebastiaan Schreijen en Cyrille Filott: 'óf mogelijk niet meer geleverd krijgen als ze de prijsverhogingen van de producenten niet accepteren óf klanten de winkel uitjagen met nóg hogere prijzen.'

Eerder dit jaar ontbrak Nestlé bijvoorbeeld een tijdje in de Albert Heijn-winkels omdat de onderhandelingen waren vastgelopen.

Supermarkten verhogen vooral de prijzen waar u niet zo op let

Zonder concurrentie was het erger geweest

Prijsafspraken zijn volgens de deskundigen onwaarschijnlijk. 'Er is sprake van een enorme onderlinge concurrentie bij de Nederlandse supermarkten,' vertelt Sloot. 'Ze houden elkaar qua prijs scherp in de gaten en al helemaal nu de consument zo prijsgevoelig is geworden.'

Volgens Schrijen is de Nederlandse supermarktsector zelfs 'één van de meest competitieve in Europa.'

De Autoriteit Consument & Markt (ACM) houdt de prijsvorming in supermarkten niet nauwlettend in de gaten. Maar ook zij weten: 'Supermarkten concurreren flink met elkaar.'

Wel doet de ACM al drie jaar onderzoek naar de margeverdeling binnen de voedselketen. Daaruit blijkt dat grofweg een derde van de winstmarge op de meeste producten naar boeren gaat, een derde naar de tussenhandel en verwerkende industrie, en een derde naar supermarkten. Uitzonderingen zijn uien, waarop supermarkten opvallend veel winst nemen, en melk en vlees, waarop juist meer winst naar de boer, en minder naar de tussenpartijen gaat.

[**Nick Ottens**](#) stelt voor Wynia's Week de vragen die u graag beantwoord ziet worden.

De donateurs vormen **het fundament van Wynia's Week**. U maakt het mogelijk dat ons online magazine 104 keer per jaar verschijnt - ook straks weer, in 2023. Doneren kan op verschillende manieren, kijk [**HIER**](#). **Hartelijk dank!**