

Samen lunchen Bussum

Huismerk of A-merken in de supermarkt

Consumenten letten steeds meer op de prijs in de supermarkt. Huismerken hebben momenteel een groter marktaandeel dan ooit tevoren. Wat zijn de voor- en nadelen van huismerken en A-merken?

Prijsverschillen

Huismerken zijn een stuk goedkoper dan A-merken. Uit onderzoek van de Consumentenbond blijkt dat u 53 procent op uw boodschappen kunt besparen door van elk product de goedkoopste variant te kopen. De duurdere merken zijn weliswaar vaker in de aanbieding, maar zelfs dan zijn ze lang niet altijd goedkoper dan eigen merken.

Inhoud verpakking

Het is geen verrassing dat huismerken goedkoper zijn dan A-merken. Dat er minder inhoud in de verpakkingen van A-merken zit, is dat misschien wel. Uit een steekproef van de Consumentenbond blijkt dat de verpakkingen van beide type merken doorgaans even groot zijn, maar dat A-merken veel minder inhoud hebben. Deze verpakkingen met onnodig veel lucht misleiden niet alleen de consument, ze zijn ook nog eens slecht voor het milieu. De Consumentenbond geeft enkele voorbeelden waarbij het huismerk meer inhoud heeft dan het A-merk. Bijvoorbeeld vaatwastabletten, waarbij huismerken met een kleinere verpakking bijna 2 keer zoveel inhoud hebben dan het A-merk met een grotere verpakking. Bij aluminiumfolie is de inhoud van het huismerk zelfs 3 keer groter dan bij het A-merk.

Marktaandeel huismerk stijgt

Steeds meer mensen kiezen voor de goedkopere merken. Het marktaandeel van huismerken ligt momenteel rond de 30 procent. Dit betekent dat deze merken verantwoordelijk zijn voor 30 procent van de totale omzet van supermarkten. Dat is het hoogste percentage ooit. De verwachting is echter dat dit de komende jaren nog verder stijgt. Consumenten kiezen door de hoge prijzen steeds vaker voor een goedkoper alternatief. Bovendien proberen supermarkten u ook steeds meer richting de huismerken te sturen. Huismerkenadviseur Koen de Jong zegt tegenover de NOS dat dit komt doordat supermarkten een hogere winstmarge hebben over huismerken dan over A-merken. Albert Heijn zegt dat de winstmarges elkaar over de gehele linie niet veel ontlopen, maar maakt hierover geen cijfers openbaar. Competitieve huismerken geven supermarkten in elk geval een goede onderhandelingspositie tegenover producenten van A-merken.

A-merken zijn niet per definitie gezonder of beter dan huismerken. Het grote verschil is dat A-merken meer geld besteden aan marketing, waardoor zij meer naamsbekendheid genieten. Het merk berekent deze marketingkosten door aan de klant. Daarom betaalt u meer voor de bekende merken.

Huismerken profiteren nauwelijks

Huismerkproducenten hebben het lastig, ondanks de toenemende populariteit. Zelf hebben zij namelijk ook te maken met stijgende prijzen. De productiekosten stijgen, maar het doorberekenen daarvan is voor hen lastiger. Huismerken onderscheiden zich namelijk door de lage prijzen. Als het prijsverschil met A-merken afneemt, verliezen ze hun populariteit.

Bron: MaxVandaag, Consumentenbond, Kassa, WKOF, De Ondernemer, NOS, RTL Nieuws

Mooi onderwerp om nog eens tijdens ons Samen lunchen over te hebben. Wij lunchen weer op zaterdag 4 juli en 1 augustus.

Zoals altijd in Lunchroom Beetje Bijzonder aan het Julianaplein 90. De aanvang is 12.30 uur.

U kunt zich voor deze lunch opgeven tot donderdag 2 juli en 30 juli.

Dit kan bij:

Lidemey Visser, ☎ 035-8889959 of

Ditte van Doorn, ☎ 06-55918411

Lidemey heeft een antwoordapparaat.

Bij Ditte kunt u uiteraard inspreken op de voicemail. Spreek duidelijk uw naam en telefoonnummer in. Bent u onverwacht verhinderd, laat dit dan a.u.b. weten. Bij voorkeur per pin betalen