nieuws

Albert Heijn lanceert nieuwe prijzenoorlog

nieuws

De supermarktwereld in Nederland maakt zich op voor een nieuwe slag in de prijzenoorlog. Albert Heijn verlaagt vandaag de prijzen van ruim duizend A-merk producten en Plus komt dinsdag met een prijsverlaging van duizend artikelen. Volgens Albert Heijn gaat het om producten van A-merken die dagelijks worden gekocht, zoals Heineken-bier, Campina-yoghurt en Spa Fruit. De concurrentie zit niet stil. "Wij gaan zeker reageren. Het wordt een korte Pasen en een bloederig jaar voor de supermarkten", klinkt het bij discounter Dirk van den Broek.

21 MAART 2008 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:03

Nederland maakt zich op voor een nieuwe slag in de prijzenoorlog tussen de supermarkten. Marktleider Albert Heijn kondigde aan dat het vanaf vandaag de prijzen van ruim 1.000 A-merken zal verlagen. De warenhuisketen Plus volgt dinsdag. Heineken-bier, Campina-yoghurt en Spa & Fruit-drankjes. Dat zijn drie van producten uit het Albert Heijn-gamma die vanaf vandaag gemiddeld zes procent goedkoper worden. De prijsverlaging bij Albert Heijn is een onderdeel van een promotiecampagne voor A-merken. De woordvoerder van het bedrijf neemt het woord 'prijzenoorlog' liever niet in de mond. "Wij laten gewoon zien dat we op de prijs blijven letten".
Volgens supermarktdeskundige Jan Willem Grievink, directeur van het Food Service Instuut, hangt er wel degelijk een prijzenoorlog in de lucht. "Albert Heijn zit qua prijzenimago nog niet waar ze willen zitten. Vandaar deze verlaging. Prijsvechters als Dirk van den Broek zullen heel snel reageren. Dit circus gaat zeker tot oktober door".
De concurrentie ligt inderdaad op vinkenslag. "Wij gaan zeker reageren. Het wordt een korte Pasen en een bloederig jaar voor de supermarkten", klinkt het bij Dirk van den Broek. Plus, een keten die onder Superunie valt, reageerde al meteen met een tegenzet. Gisteren stond in de landelijke dagbladen een paginagrote advertentie met artikelen die blijvend in prijs verlaagd worden. Super de Boer "zal reageren wanneer nodig". De C1000-keten zegt hetzelfde.

Dat het opbod net nu begint is geen toeval. Volgens analisten bij de supermarkten hebben de consumenten een 'negatief prijsimago': het prijsbeeld in het hoofd van de consument en de reële prijs stemmen niet overeen. Sinds de zomer van 2007 zijn de grondstoffenprijzen fel gestegen en hoewel de supermarkten beweren die verhogingen niet (helemaal) door te rekenen, gelooft de klant dat niet.

Bron: Het Laatste Nieuws

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada