nieuws

"Belgische voeding 10 pct duurder dan in buurlanden"

nieuws

Belgische voedingsproducten kosten gemiddeld 10 procent meer dan in Nederland en Duitsland en 7,5 procent meer dan in Frankrijk, toch als het gaat om merkproducten. Dat blijkt uit een studie van de FOD Economie. Wel zijn er aanwijzingen dat huisproducten bij ons gevoelig goedkoper zijn. Bovendien bestaan tussen de Belgische warenhuisketens grote verschillen.

13 FEBRUARI 2012 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:17

Lees meer over:
distributie

Belgische voedingsproducten kosten gemiddeld 10 procent meer dan in Nederland en Duitsland en 7,5 procent meer dan in Frankrijk, toch als het gaat om merkproducten. Dat blijkt uit een studie van de FOD Economie. Wel zijn er aanwijzingen dat huisproducten bij ons gevoelig goedkoper zijn. Bovendien bestaan tussen de Belgische warenhuisketens grote verschillen, tot wel 25 procent.
In de studie gaat de mededingingsautoriteit op zoek naar de oorsprong van prijsverschillen met Nederland. "Die zijn complex en veelvuldig. Ze zijn dus niet op een half jaar op te lossen", waarschuwde minister van Economie Johan Vande Lanotte (sp.a) meteen. De verschillende kostenfactoren - loonkosten, belastingen, sociale bijdragen - kunnen bijvoorbeeld slechts de helft van het prijsverschil verklaren.

"Er is wel degelijk sprake van scherpe prijsconcurrentie", klonk het nadrukkelijk. Probleem is echter onder meer de nipte rentabiliteit van grote speler Carrefour. Die kan niet veel goedkoper aanbieden, waardoor Delhaize en Colruyt als andere "groten" niet veel lager moeten met hun prijzen. Dat Colruyt belooft steeds de goedkoopste te zijn, speelt bizar genoeg net zo goed een rol. In Nederland is de prijsleider dan weer veel groter en dominanter, wat de prijzen helpt drukken.

Bovendien bleek eerder al dat de afstand tot een warenhuis voor Belgen zwaarder (35%) doorweegt dan de prijzen (25%), bracht Vande Lanotte in herinnering. Lokale besturen doen er dus goed aan om voor hun inwoners eerder goedkope dan dure ketens nieuwe vestigingen te laten openen op hun grondgebied, raadde hij aan. "De Europese regels laten dat ook toe."

Een tekort aan Belgische warenhuizen is er dan weer niet. België telt meer winkels en meer vierkante meter winkeloppervlakte per inwoner dan Nederland, maar dat brengt natuurlijk extra kosten met zich mee. Groter probleem is de drempel om als franchisenemer van keten te veranderen. Die uittredingsbelemmering maakt dat winkels minder makkelijk van keten kunnen wisselen, wat het nipt rendabele Carrefour helpt toch een stevige aanwezigheid te behouden.

Opvallend genoeg verdienen de Belgische warenhuisketens evenmin aan het prijsverschil. Hun winstmarges zijn niet groter dan in Nederland. Zo is het voor ketens in België "beduidend duurder" dan in onze buurlanden om nationale merken aan te kopen, zelfs voor de internationale groepen. "Feitelijke en juridische belemmeringen" verhinderen dat.

Minister Vande Lanotte wil de Europese Commissie alvast "voortdurend" op dat probleem wijzen. "De eengemaakte markt mag er niet enkel zijn voor producenten, die moet er ook zijn voor de consumenten." Al is het probleem voor de warenhuisketens "stroomopwaarts" - dus bij de producenten - erg moeilijk te becijferen.

Wat de consument betreft, kan kritisch kopen door de grote verschillen tussen de ketens heel wat winst opleveren. Al lijkt ook de eigen hang naar productdifferentiatie de prijzen kunstmatig hoger te stuwen, aangezien dat de kans op schaalvoordelen verkleint. Maar die differentiatie wordt ook uitdrukkelijk als bedrijfsstrategie uitgespeeld door sommige aanbieders.

Omdat de huismerken van de supermarktketens in ons land gevoelig goedkoper lijken te zijn, overweegt Vande Lanotte om een stickersysteem in te voeren dat aangeeft welke goedkopere huismerken van "minstens even goede kwaliteit" zijn als de grote merken. "Consumenten gaan er vaak van uit dat de grote merken kwaliteitsvoller zijn", aldus Vande Lanotte. "Dat is echter bijlange niet zeker. Heel veel huismerken zijn minstens even goed."

De minister denkt eraan een databank met een hele resem belangrijke producten op te richten, zodat consumenten de producten kunnen kiezen die kwalitatief minstens even goed zijn als de grote merken. "Met een soort labeling of sticker kunnen we dan aan de consument duidelijk maken dat een product even goed is", stelt het. Vande Lanotte beseft wel dat dit niet van vandaag op morgen zal kunnen. Bovendien zal het ook wetenschappelijk goed onderbouwd moeten zijn. Maar gezien de "enorme" prijsverschillen, ook tussen de ketens, lijkt het hem noodzakelijk.
Meer informatie: Prijsniveau in supermarkten

Bron: Belga/eigen verslaggeving

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