

<https://radar.avrotros.nl/artikel/wat-zit-er-achter-de-stijgende-prijzen-van-a-merken-61665>

• 12-06-2025

Wat zit er achter de stijgende prijzen van A-merken?

• 3 min. leestijd

[Delen](#)



A-merken worden steeds duurder dan budgetmerken. Uit een nieuwe prijspeiling van de Consumentenbond blijkt dat de prijzen van bekende merken veel harder stijgen dan die van budget alternatieven. Ook tussen supermarkten onderling zijn de verschillen groot. Waarom lopen die prijzen zo op? En hoe kan het dat A-producten in de ene supermarkt veel duurder zijn dan bij andere?

Waarom stijgen de prijzen van A-merken harder dan huismerken?

De supermarkten bepalen zelf de prijzen van de producten die in hun schappen liggen. Vooral de verschillende supermarktformules spelen hierin een rol. Retailexpert Erik Hemmes legt uit dat supermarkten goed kijken naar die formules en letten op het prijsverschil tussen A-merken en hun eigen merken. “Als supermarkt kun je er bijvoorbeeld voor kiezen om een A-merk duurder te maken, zodat je eigen merk aantrekkelijker wordt voor de klant, omdat dat goedkoper is.”

Volgens Hemmes draaien supermarkten graag op hun eigen merken, omdat ze daar supermarkten hun huismerken steeds verder uit. Op die manier verdienen ze er uiteindelijk meer aan.”

Waarom zit er verschil in prijsstijging van A-merken tussen supermarkten?

Supermarkten verhogen de prijzen van A-merken, maar ook tussen de supermarkten onderling zitten grote verschillen. Volgens de [Consumentenbond](#) stijgen de prijzen van A-merken het hardst, gemiddeld met 11 procent en bij andere supermarkten ligt die stijging tussen de 6 procent en 7 procent. De Dirk, Hoogvliet en Vomar zijn hierbij relatief het goedkoopst voor A-merken.

De hoge hoeveelheid acties en aanbiedingen in Nederlandse winkels spelen hier volgens Hemmes in mee. “Jumbo richt zich op elke dag dezelfde lage prijzen en doet in principe weinig aan acties. Maar recent is besloten dat ze toch meer willen inzetten op aanbiedingen met A-merken, zoals 1+1-acties. Meer acties op deze producten zorgt ervoor dat het lijkt alsof het prijsverschil tussen budget merken en A-merken groter is. Daardoor worden de goedkopere merken aantrekkelijker en worden die meer verkocht.”

Daarnaast denkt hij dat het ook te maken heeft met het feit dat Jumbo vindt dat de marge onderaan de streep te laag is. “Ze willen meer overhouden dan nu het geval is, en daarom kijken ze goed welke producten ze kunnen verhogen in prijs. Soms gebeurt dat zelfs bij prijsgevoelige producten, zoals Coca-Cola.”

Consumenten kunnen anders boodschappen doen

Waar kun je als consument nou op letten bij het doen van boodschappen, nu A-merken steeds duurder worden? Hemmes vertelt dat het eigenlijk begint met minder consumeren. “Mensen eten te veel. Dus als je minder koopt en minder consumeert, ben je vanzelf minder geld kwijt. Daar zit, denk ik, je grootste besparing.”

Daarnaast raadt hij aan om goed op acties te letten. “Het kan je flink schelen in prijs als je producten in de aanbieding koopt. Maar let wel op wat voor producten je koopt. Vier pakken koekjes in de aanbieding zijn misschien voordelig, maar ze gaan vaak ook sneller op. En dat terwijl ik juist pleit voor minder consumptie. Acties op producten zoals toiletpapier of andere niet-eetbare spullen zijn dan een betere keuze.” onderaan de streep meer aan verdienen. “De prijzen van A-merken blijven stijgen, en daardoor breiden

Tot slot adviseert hij om je af te vragen of je echt een A-merk nodig hebt, of dat een huismerk ook prima is. “Het is verstandig om kritisch te kijken naar je aankopen, want betaal je voor

kwiteit of voor de naam? In veel gevallen zijn huismerken vergelijkbaar in samenstelling, maar wel een stuk goedkoper. Mensen weten niet altijd hoe groot deze prijsverschillen zijn, maar daar kun je in je portemonnee zeker in besparen.”

