

Supermarkt houdt groenten peperduur

15-08-2008 00:00

Supermarkten gebruiken hun verse groenten steeds meer als melkkoe. Terwijl de consument zucht onder de dure boodschappen, stuwen de winkels hun winstmarge op groenten naar recordhoogte. Dat blijkt uit de cijfers van marktonderzoeksbureau GfK uit Dongen, melden de GPD-kranten.

Schrijnend is het prijsverschil met de Duitse supermarkten. De Duitse consument betaalt voor diezelfde - in Nederland geteelde - rode paprika 3,18 euro per kilo, ruim eenderde minder. Zo betaalt de klant nu 52 cent meer voor een kilo paprika (4,92 euro) dan vorig jaar, terwijl de telers van de tussenhandelaren niet méér, maar juist minder geld krijgen voor hun product (1,47 euro in plaats van 1,51 euro).

"Voor komkommers en aubergines geldt hetzelfde. Het gat tussen wat de teler krijgt en wat de mensen betalen, wordt in Nederland steeds groter", zegt Thijs Jasperse, voorzitter van telercollectieven voor komkommers, paprika's en aubergines. "De laatste vijf jaar hebben de supermarkten hun winstmarge met 33 procent opgeschroefd. Daarbij is de telersprijs op zijn best gelijk gebleven." De hogere prijs verdwijnt dus grotendeels in de zakken van de supermarkt. In Duitsland is de concurrentie tussen supermarkten groter dan in Nederland.

Supermarkten moeten hun winst wel dubbel en dwars pakken op verse artikelen sinds de prijzenoorlog, zegt branchedeskundige Gerard Rutte. "Die strijd is uitgevochten op de droge kruidenierswaren, houdbare producten als suiker of cola. Die artikelen zitten in elk prijsonderzoek, zoals het mandje van de Consumentenbond. De super verdient daar bijna niets op. Dus moet de winst komen van verse producten als vlees en groente en fruit. Daar kunnen ze de prijzen ook hoog houden omdat niemand de prijzen van vers controleert en vergelijkt."