

Luxeproduct in supermarkt

24-08-2008 00:00

Het is een kruipende trend, de opkomst van luxe producten in de supermarkt en het warenhuis. Juist door de opkomst van extreem goedkope producten uit het Verre Oosten heeft de consument geld beschikbaar dat aan uitpattingen kan worden besteed. Aan premiumketchup bijvoorbeeld.

Marmite is nou niet bepaald een luxe product. Dit smeersel, ooit uitgevonden om iets nuttigs te doen met de restanten van biergist, is vooral in Engeland populair als smaakversterker op een boterham met kaas of vlees. Toch kwam merkeigenaar Unilever afgelopen voorjaar met een aanbod dat Marmite-liefhebbers een extra aankoopimpuls gaf. Voor Valentijnsdag lanceerde het bedrijf een speciale versie met toegevoegde champagne en een I Love You-etiket. Zo kreeg ontbijt op bed een nieuwe dimensie: croissantje marmite. Wie het helemaal bont wilde maken, kon bij Selfridge zelfs een potje met een zilveren deksel bestellen. Consumentenprijs 145 pond.

Het gehele artikel is te lezen in het augustusnummer van RetailTrends

Een jaarabonnement op RetailTrends? Klik [hier](#)

U kunt vrijblijvend een proefnummer aanvragen via sales@retailtrends.nl