

## **Geringe prijsstijging merkloze artikelen**

28-08-2008 00:00

Merkloze artikelen in de supermarkt zijn minder in prijs gestegen dan A-merken. De prijsstijging bij merkloze artikelen is bijna vier procent, een boodschappenkar met vijftien merkartikelen is in anderhalf jaar tijd juist ruim tien procent duurder geworden. Dat blijkt uit prijsvergelijkend onderzoek van de Telegraaf.

Net als anderhalf jaar geleden is Bas van der Heijden 't goedkoopst, gevolgd door Albert Heijn. Lidl, anderhalf jaar geleden nog op één na de goedkoopste, is nu de duurste. De prijsvechter is op het totale pakket 0,32 euro duurder dan Aldi, die even duur is in vergelijking met het vorige onderzoek.