AH geeft startsein prijzenoorlog

30-12-2008 00:00

Albert Heijn heeft zaterdag met een landelijke advertentie in de dagbladen de supermarktbranche op scherp gezet. Met de aanstaande slag om de A-merken vergeleek de Nederlandse marktleider de prijs van A-merken nu met vijf jaar terug. De boodschap moge duidelijk zijn: wij zijn goedkoper geworden.

In de advertentie vergelijkt Albert Heijn prijsbarometers van de Consumentenbond uit maart 2003 en juni 2008. De vergelijking geeft aan dat de marktleider in de tussenliggende periode goedkoper is geworden wanneer het gaat om de prijs van A-merken. Was AH in 2003 nog zes procent duurder dan het gemiddelde, inmiddels is dat een kleine twee procent.

In de advertentie, met de kop ‘Ook voor de prijs naar Albert Heijn’, wordt gebruik gemaakt van een citaat van Consumentenbond: ‘Albert Heijn is in vergelijking met voorgaande jaren veranderd van een duurdere supermarkt tot een supermarkt met een gemiddeld prijsniveau als het om A-merken gaat.’

De grootgrutter geeft toe niet de allergoedkoopste te zijn en dat ook niet te zullen worden. ‘Gewoon omdat we dan niet meer de kwaliteit en keuze kunnen bieden die Albert Heijn zo Albert Heijn maakt.’