

Merkloze boodschap nauwelijks duurder

23-02-2009 00:00

Merkloze artikelen bij de supermarkt zijn het afgelopen jaar nog geen drie procent in prijs gestegen. Dat blijkt uit gegevens die ochtendkrant De Telegraaf in de prijsvergelijkende rubriek 'De Boodschappenkar' heeft verzameld.

Die is nu gevuld met exact dezelfde goedkoopste varianten van vijftien artikelen bij exact dezelfde winkels als op 23 augustus vorig jaar. Albert Heijn, de super met het 'dure imago', komt volgens de krant als enige goedkoper uit de bus dan toen. Gemiddeld betaalden we 17,39 euro voor het totale boodschappenpakket, terwijl dit in 2008 16,92 euro was. Een prijsstijging van 47 eurocent, oftewel 2,8 procent duurder.