

'Speciaalzaak prijst zichzelf markt uit'

08-02-2012 00:00

De prijzen van producten in speciaalzaken zijn een stuk harder gestegen dan in supermarkten. Zo leggen consumenten bij de bakker gemiddeld 22 procent meer neer voor een brood dan vijf jaar geleden, de prijs hiervoor in de supermarkt steeg veel minder hard, blijkt uit cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek.

Ook het vlees van de slager werd tussen 2006 en 2011 bij de speciaalzaak een stuk duurder vergeleken met dat in de supers. Bij de slagers namen de vleesprijzen gemiddeld met 13,6 procent toe, terwijl dat bij supermarkten 4,4 procent was. Ook verse groenten, aardappelen en vers fruit zijn het meest in prijs gestegen in de speciaalzaak, met 11,6 procent.

Volgens Joop Holla van marktonderzoeksbureau GfK prijzen speciaalzaken zichzelf uit de markt. Bakkers berekenen de duurdere grondstoffen bijvoorbeeld door aan de consument, terwijl supermarkten dat niet kunnen doen door de concurrentie van discounters als Lidl. "Mensen kopen minder luxeproducten en geven daarom minder uit in de speciaalzaak", aldus Holla. "Ze kiezen minder vaak een biefstuk en vaker een gehaktbal."