Supers stunten structureel met bier

05-11-2014 07:35

Supermarkten zetten bier in navolging van Albert Heijn in als stuntproduct in de onderlinge prijzenoorlog. De prijs voor een krat Brand Bier bij het Zaanse concern is bijvoorbeeld tussen eind september en dinsdag gedaald van 14,34 euro naar 13,09 euro.

Hoogvliet verlaagde als reactie de prijs van een krat Grolsch van veertien euro naar 13,09 euro. “We waken voor onze positie”, zegt een woordvoerder van de supermarktketen hierover tegen De Financiële Telegraaf.

Ook prijsvergelijkingsite inprijsverhoogd.nl signaleert de aanpassingen. “In totaal waren er alleen al gisteren negen mutaties die van 0,8 tot 6,4 procent goedkoper zijn geworden”, aldus eigenaar Thijs van der Tuin.

Consumenten lopen graag om voor goedkoper bier, stelt supermarktdeskundige Gerard Rutte. “Maar de retailers verdienen er niets meer aan.” Zij verkopen volgens hem liever huismerkbier dan een merkproduct. Voorzitter Cees-Jan Adema van koepelorganisatie Nederlandse Brouwers vindt dat supermarkten het stunten te ver doorvoeren. “De consumenten heeft geen idee meer wat een normale prijs is van een krat bier.”