

Albert Heijn rondt 'true price'-pilot af

13-07-2023 11:37



Vijftien procent van de klanten van Albert Heijn is bereid de 'echte prijs' te betalen voor een kop koffie. Het gaat dan om de winkelprijs plus verborgen sociale- en milieukosten. Dat blijkt uit het true price-experiment dat nu is afgerond.

Albert Heijn bood klanten in drie to go-vestigingen tussen april en juni de keuze om voor een kop koffie de reguliere winkelprijs te betalen, of een 'true price'-toeslag. Het gaat dan, afhankelijk van de soort koffie, om 6 tot 40 cent extra die verborgen kosten in de keten representeren. Albert Heijn werkte hiervoor samen met de onafhankelijke organisatie True Price.

Albert Heijn had vooraf onderzoek gedaan naar de bereidheid bij consumenten om de 'echte prijs' te betalen. 36 procent gaf toen aan dat wel te willen. Uit het experiment bleek dat 15 procent het ook daadwerkelijk doet. 'Groenere' consumenten die plantaardige koffievarianten kopen bleken beduidend vaker bereid (31 procent) om de true price te betalen.

Via de true price-toeslag hebben consumenten in totaal bijna 950 euro extra betaald. Albert Heijn verhoogt dit bedrag tot 10.000 euro en doneert dit aan Rainforest Alliance. Albert Heijn en True Price zeggen tevreden te zijn over de eerste learnings van de pilot. Later volgt wellicht een nieuwe proef met andere productgroepen.