

Her er mærkevarerne billigst

Rema1000 klarer sig bedst i et stort pristjek af 24 mærkevarer i syv supermarkeds kæder. Men kampen i toppen er tæt

Stine Daugaard
sda@sondagsavisen.dk

48 kroner og 25 øre. Så meget betaler du mere, hvis du vælger at fylde kurven med 24 udvalgte mærkevarer i SuperBest i stedet for at gå i Rema 1000. Værdierne er de samme, det er bare prisen, der er forskellig. En prisforskkel på 8,4 procent. Det viser et stort pristjek af 24 mærkevarer i syv supermarkeds kæder, som Søndagsavisen har foretaget. Pristjekket er udført 5. og 6. oktober, og alle priserne er supermarkedernes normalpriser. Tilbud og kampag-

// De har rigtig godt styr på hinanden kæderne imellem og holder grundigt øje med, hvad hinanden gør
Flemming Birch, detailhandels-ekspert

nepriser er ikke taget med i opgørelsen.

Ansatte og udvalg koster
»Du betaler for oplevelsen!«
Så kort kan forskellen i pris på de syv indkøbskurve forklares, hvis man spørger kontaktdirektør Dorte Wimmer i Retail Institute Scandinavia.
»Hvis du vælger at købe ind i eksempelvis Irma, får du et bredere sortiment, flere ansatte og bedre service. I discountbutikkerne møder du færre ansatte og færre valgmuligheder, men så er prisen også en anden,« forklarer Dorte Wimmer.
Samme forklaring lyder fra SuperBest, som lander på en syvende- og sidsteplads i pristjekket med en samlet pris på 622,35 kroner for de 24 mærkevarer.
Vores indkøbte varer er blandt andet Kellogg's-cornflakes, Grøn Tuborg, Stryhns-leverpostej, Heinz-ketchup, Rød Merrild-kaffe og Ariel-vaskemiddel.
»SuperBest er et supermarked med fuldt sortiment med hensyn til bredde og dybde og ikke mindst personlig service. Det vil sige, at kunden i SuperBest har valgmulighed mellem cirka fire gange så mange varer som i en discountbutik,« forklarer Martin Brinch Jöhncke, drifts- & udviklingsdirektør i SuperBest.



Du kan spare knap 50 kroner ved at købe de 24 mærkevarer i Rema 1000 i stedet for i Superbest. Foto: Kristian Brasen

Holder øje med hinanden
I toppen er kampen ekstremt tæt. Det overrasker ikke Flemming Birch, som arbejder med forbrugertendenser og detailhandel i konsulentvirksomheden Birch & Birch.

»De har rigtig godt styr på hinanden kæderne imellem og holder grundigt øje med, hvad hinanden gør. Bliver der piller ved prisen ét sted, vil de andre som regel følge efter,« siger Flemming Birch.

Det lægger Anders René Jensen, indkøbs- og markedingdirektør i Rema 1000, heller ikke skjul på, da han får nyheden om kædens førsteplads.
»Det er altid vigtigt at

være billigst. Jeg bliver rigtig glad, når det lykkes, og her stod sol, måne og stjerner så rigtig på dagen. For priserne ændrer sig løbende, og derfor er vi hver uge ude at tjekke hos konkurrenter-

ne. Det er noget, vi bruger rigtig mange ressourcer på, siger han.«
Mads Hvidtved Grand, pressechef i Dansk Supermarked, der dækker Netto, Bilka og Føtex, ærgres sig lidt

over, at hans discountkæder ikke vinder.
»Vi er naturligvis aldrig tilfredse med at tabe. Vi foretrækker at ligge nummer et, men det er en marginal forskel på et så stort indkøb.«



Det er nemmest på cykel

»Jeg vil gerne handle i Rema 1000, men det er for langt på cykel med indkøbsposer. SuperBest er tæt på, og de har en god bager, så jeg handler mest her og i Netto.«
Anders Jacobsgaard, 35 år, musiker.



Jeg kan finde rundt

»Her, hvor jeg bor, er der Aldi, Irma og SuperBest, og jeg foretrækker SuperBest, selvom den er lidt dyrere end nogle af de andre butikker. De har gode, reelle varer, jeg kan finde rundt, og priserne er stadig fornuftige.«
Klaus Kristensen, 75 år, pensioneret lagerchef.



Jeg fordeler indkøbene

»Jeg kigger i tilbudsaviser, og så fordeler jeg mine indkøb, så jeg køber godt kød i SuperBest, pålæg i Netto og resten i Fakta på grund af prisen. Men jeg går aldrig i Aldi.«
Tina Wernblad, 46 år, tjener.

Derfor køber vi mærkevarer

Tryghed og genkendelighed er væsentlige årsager til, at vi rækker ud efter mærkevarer på supermarkedernes hylder

Stine Daugaard
sda@sondagsavisen.dk

Hvorfor skal leverpostejn hedde Stryhns og colaen Pepsi, når supermarkederne også har en række af deres egne – ofte billigere – produkter på hylderne? Det er der flere gode grunde til, forklarer eksperter i dagligvarebranchen.
»Vi betaler for tryghed. Vi ved, hvad vi får, når vi åbner pakken, uanset om den er købt i Kvickly, Føtex eller Netto, mens supermarkedernes egne produkter kan

variere fra butik til butik,« forklarer Flemming Birch, der har beskæftiget sig med forbrugertendenser og detailhandel gennem mange år, senest som medejer af kon-

// Vi betaler for tryghed. Vi ved, hvad vi får, når vi åbner pakken
Flemming Birch, detailhandels-ekspert

sulentvirksomheden Birch & Birch.
De velkendte mærkevarer fungerer også som fyrårer for forbrugeren, når de skal navigere rundt i supermarkedernes oprørte hav af assorterede tilbud.
»Hvis et supermarked sælger sit eget colamærke til 10 kroner, ved vi ikke, om det er billigt. Men er det Coca Cola eller Pepsi til en 10'er, ved de fleste, om det er billigt eller ej,« fortsætter Flemming Birch.
Betaler for innovation
Derudover er mærkevarerne

også med til at sætte nye produkter på hylderne. Det fortæller Dorte Wimmer, kontaktdirektør i Retail Institute Scandinavia, som har specialiseret sig i detailhandel og forbrugeradfærd.
»Man betaler indirekte for, at der sker innovation inden for kategorien. Det er meget sjældent supermarkedernes egne produkter, der kommer i nye varianter – de er kopier. Hvis man som forbruger vil have innovation, er man nødt til at have mærkevarerne, som finansierer og driver udviklingen,« siger Dorte Wimmer.

	Nutella (350g)	Ariel Colour & Style (1000 ml)	Rød Merrild Mellem ristet kaffe (500g)	Heinz Tomatketchup økologisk (580g)	Ajax Original (1,25l)	Zendium Classic (2x50 ml)	Ritter Sport (100g)	Stryhns grovhakket (200g)	Arla Minimælk 0,5%(1l)	Philadelphia (200g)	Kærgården økologisk (200g)	Riberhus Mellemlagret Danbo 25% fedt (650g)	Yoggi original Pære & banan (1000g)	Dansukker Brun Farin (500g)	Vel Ultra (500ml)	Knorr Sauce Béarnaise (80g)	Wasa Rågi (275g)	Bisca Digestive (400g)	Schulstad Det Gode Sol-sikke Rugbrød (950g)	Prince Original (300g)	Grøn Tuborg 6 stk dåser (6x33cl)	Kellogg's CornFlakes (500g)	Taffel Original (200g)	Pepsi Max (1,5l)	Alle 24 varer
REMA 1000	32,50 kr.	39,95 kr.	47,95 kr.	29,95 kr.	26,50 kr.	31,95 kr.	12,95 kr.	14,95 kr.	8,50 kr.	18,95 kr.	16,95 kr.	59,95 kr.	14,95 kr.	9,50 kr.	16,65 kr.	25,70 kr.	16,95 kr.	10,00 kr.	19,95 kr.	16,50 kr.	36,00 kr.	28,95 kr.	19,95 kr.	17,95 kr.	574,10 kr.
NETTO	32,50 kr.	39,95 kr.	47,95 kr.	36,95 kr.	24,69 kr.*	31,95 kr.	12,95 kr.	14,95 kr.	8,50 kr.	18,95 kr.	16,95 kr.	56,62 kr.	14,95 kr.	9,50 kr.	16,95 kr.	25,95 kr.	16,95 kr.	10,00 kr.	20,20 kr.**	16,50 kr.	35,70 kr.	28,95 kr.	19,95 kr.	17,95 kr.	576,46 kr.
Bilka	32,50 kr.	39,95 kr.	48,00 kr.	36,95 kr.	26,50 kr.	32,00 kr.	12,95 kr.	15,00 kr.	8,50 kr.	18,95 kr.	16,95 kr.	56,62 kr.	14,95 kr.	9,50 kr.	17,00 kr.	26,00 kr.	16,95 kr.	10,00 kr.	19,95 kr.	16,50 kr.	35,70 kr.	29,00 kr.	20,00 kr.	17,95 kr.	578,37 kr.
føtex	34,95 kr.	41,95 kr.	49,00 kr.	37,95 kr.	29,25 kr.	33,95 kr.	15,00 kr.	16,00 kr.	8,50 kr.	20,95 kr.	16,95 kr.	64,95 kr.	15,95 kr.	9,95 kr.	17,00 kr.	27,95 kr.	17,95 kr.	11,95 kr.	20,95 kr.	18,50 kr.	39,95 kr.	30,00 kr.	22,00 kr.	18,50 kr.	620,05 kr.
Kvickly	34,95 kr.	39,95 kr.	48,95 kr.	36,95 kr.	29,25 kr.	33,95 kr.	14,95 kr.	15,95 kr.	8,50 kr.	20,95 kr.	18,50 kr.	64,95 kr.	15,95 kr.	9,95 kr.	16,95 kr.	27,95 kr.	17,95 kr.	13,95 kr.	20,95 kr.	18,50 kr.	39,95 kr.	29,95 kr.	21,95 kr.	18,50 kr.	620,30 kr.
Super Brugsen	34,95 kr.	39,95 kr.	48,95 kr.	36,95 kr.	29,25 kr.	33,95 kr.	14,95 kr.	15,95 kr.	8,50 kr.	20,95 kr.	18,50 kr.	64,95 kr.	15,95 kr.	9,95 kr.	16,95 kr.	27,95 kr.	17,95 kr.	13,95 kr.	20,95 kr.	18,50 kr.	39,95 kr.	29,95 kr.	21,95 kr.	18,50 kr.	620,30 kr.
Super Best	32,65 kr.	41,95 kr.	49,95 kr.	37,95 kr.	26,50 kr.	34,95 kr.	15,00 kr.	14,95 kr.	8,50 kr.	20,95 kr.	18,50 kr.	64,95 kr.	15,95 kr.	9,50 kr.	17,95 kr.	27,95 kr.	17,95 kr.	12,95 kr.	20,95 kr.	18,50 kr.	45,00 kr.	29,95 kr.	19,95 kr.	18,95 kr.	622,35 kr.

* omregnet fra flaske med 1 liter. ** omregnet fra pakke med 750 gr.