

Kassabononderzoek 2023

# Rekenen ze eindelijk goed af?



Bij Albert Heijn, Jumbo en Plus klopte vorig jaar de kassabon geen enkele keer tijdens ons onderzoek. Aanbiedingen stonden regelmatig met een hogere prijs op ons bonnetje. De supermarkten beloofden beterschap. Komen ze hun beloften na?

● De opzet van ons kassabononderzoek is simpel. We vullen onze winkelmandjes bij filialen van landelijke supermarkten en controleren de bon. Dat deden we in 2020 voor het eerst. In totaal controleerden we de afgelopen jaren ruim 1600 prijzen bij 64 supermarktfilialen. In al die jaren liepen we alleen bij 4 Aldi's en 1 Coop met een kloppende bon de winkel uit. Bij de andere 59 filialen gebeurde dat dus niet. Soms ging het om een fout van enkele centen, maar meestal rammelden er meerdere prijzen. Het vaakst ging het fout bij Albert Heijn, Jumbo en Plus.

Of het prijsverschil nu groot of klein is, een kassabon moet gewoon kloppen. Dat vinden de directies van Albert Heijn en Jumbo ook. Daarmee spraken we eind vorig jaar, nadat we bij hun filialen weer relatief veel kassabonfouten aantroffen. 'De prijs op het winkelschap en de prijs die je aan de kassa betaalt moeten gelijk zijn. Daarover mag geen twijfel bestaan', gaf Frances Franken, commercieel directeur van Jumbo, aan. 'Daarom doen we er alles aan om prijsafwijkingen – hoe klein ook – tot een absoluut minimum te beperken. Hier gaan we extra op letten, dat is beloofd!'

Ook Albert Heijn beloofde beterschap, bijvoorbeeld door zelf mysteryshoppers in te zetten en wekelijks prijzen van aanbiedingen te controleren. 'Hierdoor kunnen klanten erop vertrouwen dat alle prijzen, zowel van regulier assortiment als van aanbiedingen, altijd kloppen,' beloofde CEO Marit

van Egmond ons toen. Plus beloofde ons per e-mail dat ze 'blijvend aandacht zullen hebben voor een heldere prijscommunicatie'. Een klein half jaar na deze toezeggingen controleren we de prijzen nu opnieuw.

## Aanbiedingen

Met producten die in de aanbieding zijn, verwacht je geld te besparen. Adverteert een supermarkt met twee pakken Knorr Wereldgerechten voor de prijs van één? Dan leg je die daarom misschien in je mandje of karretje. Maar herinner je je, nadat je alle andere boodschappen hebt verzameld en afgerekend, die aanbieding nog precies? En denk je eraan om de kassabon achteraf te bekijken om te controleren of dat tweede pak inderdaad gratis is?

Eind februari deden onze mysteryshoppers dat wel, bij willekeurige filialen van Albert Heijn, Jumbo en Plus, verspreid over verschillende steden. Dat waren namelijk de drie supermarktketens waarbij we in voorgaande jaren opvallend veel fouten op de kassabonnen aantroffen.

Bij een Plus-vestiging lopen onze shoppers tegen de genoemde aanbieding van Knorr aan. Toch brengt Plus twee pakken Wereldgerechten Lasagne Bolognese in rekening. En betalen we €4,59 meer dan beloofd. En het blijft niet bij deze ene misser. Verspreid over meerdere filialen van Albert Heijn, Jumbo en Plus, controleren we 720 aanbiedingen. Daarvan staan er 114 met een andere, vaak hogere, prijs op de bon.

Gemiddeld klopt de prijs van 1 op de 6 aanbiedingen die we kopen nog steeds niet. Waarom blijft dat toch misgaan?

## Euro's duurder

Jumbo adverteert met 'Euro's Goedkoper'. Zo ook een vestiging in Noord-Holland, waar een groot bord op de vleeskoeling staat met de tekst 'Jumbo Rundergehakt 500 gram - €3,69'. Daaronder staat de tekst 'Elke dag euro's goedkoper'. Maar het pond rundergehakt is veel duurder. Het staat voor €4,99 op de bon. Dat is niet euro's goedkoper, maar ruim een euro duurder. En we achterhalen dat de prijs van een pond rundergehakt bij Jumbo al een jaar geen €3,69 meer kost. Al die tijd pronkt deze Jumbo-vestiging dus met een aanbiedingsprijs die niet klopt.

In een ander Jumbo-filiaal staat een vergelijkbaar bord op de koeling: 'Lekker veggie shoarma' voor €1,99. En daarbij de claims 'Elke dag euro's goedkoper' en 'Altijd lage

**Gemiddeld klopt de prijs niet van 1 op de 6 aanbiedingen die we kopen**

## Over de steekproef

Eind februari controleerden we kassabonnen bij Albert Heijn, Jumbo en Plus.

In eerste instantie bezochten we 4 filialen per keten. Omdat uitschieters de resultaten flink beïnvloedden, verdubbelden we het aantal bezoeken.

Uiteindelijk controleerden we per keten 240 willekeurige aanbiedingen, verspreid over 8 filialen in verschillende steden. Aanbiedingen zijn producten die op een in het oog springende manier worden aangeboden, bijvoorbeeld met posters of grote prijsborden. Of het zijn producten die in een graaimand liggen of op een actieschap staan. We controleerden niet op maandagen of in het weekend. En we checkten geen prijzen die digitaal worden weergegeven.

prijs'. Toch betalen we aan de kassa geen €1,99, maar €2,19 voor de shoarma. De prijs steeg, zo achterhalen we achteraf, enkele weken eerder met twee dubbeltjes.

## Geen cent terug

In de belofte die Jumbo afgelopen najaar aan ons deed, staat over Euro's Goedkoper nog iets anders. 'Klanten krijgen een product gratis als zij een afwijking constateren tussen de prijs op het winkelschap en de prijs aan de kassa.' Met die belofte in de hand wijst onze mysteryshopper de kassamedewerker op het onverwachte prijsverschil. Die loopt daarop naar de koeling en bekijkt het kleine prijskaartje voor het ►

## Reacties

**Albert Heijn vindt het belangrijk dat prijzen altijd kloppen en neemt ons onderzoek serieus. Albert Heijn gebruikt mysteryshoppers om fouten te vinden. En gaat elektronische prijskaarten gebruiken voor schapkaarten van aanbiedingen.**

**Daarnaast krijgen klanten een product gratis als de prijs ervan niet klopt. De supermarkt ziet dat deze maatregelen helpen en blijft graag in gesprek met ons.**

**Jumbo vindt dat haar klanten erop moeten kunnen vertrouwen dat prijzen op schapborden gelijk zijn aan de prijs bij de kassa. Daarom nam de supermarkt maatregelen sinds ons voorgaande onderzoek.**

**Hoewel tussentijdse resultaten een significante verbetering laten zien, is Jumbo pas tevreden als alle prijzen overeenkomen. Plus stuurde geen reactie.**

schap. Dat klopt. Maar het grote prijsbord op de koeling, dat klopt inderdaad niet. Toch trekt onze mysteryshopper aan het kortste eind. Want volgens de medewerker hoeft de prijs op het advertentiebord niet te kloppen. We krijgen geen cent terug en Jumbo past het onjuiste bord ook niet aan. In andere filialen houdt Jumbo zich soms wel aan de garantie, al dan niet na een ongemakkelijke discussie. Of onze mysteryshoppers kunnen rekenen op de garantie, hangt vooral af van de bereidwilligheid en kennis van een individuele medewerker.

### Actieschappen

Ondanks de beloften van de grootste supermarktketens van Nederland, staan er dus nog tal van fouten op onze kassabonnen. Het lukt supermarkten kennelijk zelf niet om prijzen op orde te krijgen. Aanbiedingen staan verspreid door de winkel.

Daarom achterhalen we waar het relatief vaak misgaat, zodat je er rekening mee kunt houden tijdens het winkelen (zie de illustratie op de pagina hiernaast).

Bij Albert Heijn is de helft van de fouten te herleiden naar actiedisplays en actieschappen. Die kartonnen displays en metalen rekken staan meestal aan het begin van een gangpad. En soms staan er meerdere bij elkaar, bijvoorbeeld op de broodafdeling. Voorbeelden van producten die daarin staan zijn paaseieren, blikjes bier, flessen wijn, melkbroodjes en brioches. Ze zijn meestal niet tijdelijk in de aanbieding of in de Bonus, maar worden weken achtereen zo aangeboden. Op de flessen wijn bij zo'n aanbieding zit soms een prijssticker met 'Op=Op'. Tijdens onze steekproef blijkt dat je voor zo'n wijnfles aan de kassa tot wel €1,80 meer betaalt.

### Boven de koeling

Op de groenteafdeling van Albert Heijn stuiten we vaak op blauwe prijsborden die onder het schap hangen. Daarop staat bijvoorbeeld groot dat broccoli €1,79 per ons kost. Maar op het kaartje voor het schap en op de weegschaal staat €1,89 per ons. Bij Jumbo gaat het op dezelfde plek op de groenteafdelingen ook regelmatig mis.

Maar de helft van de fouten treffen we aan bij prijsborden boven de koeling. Met 'Elke dag euro's goedkoper' en 'Altijd lage prijs' prijst Jumbo kipschnitzels, gerookte zalm en rundergehakt aan. Toch kloppen de prijzen op die bordjes bij enkele filialen vaker niet dan wel. De andere fouten bij Jumbo treffen we aan in graaimanden, bij actiedisplays en op kopstellingen. Dat zijn de stellingen die haaks op het gangpad staan. Ook Plus hangt aanbiedingsborden op

### Fouten op de bon

	Fouten op de bon
<b>Albert Heijn</b>	13%
<b>Jumbo</b>	20%
<b>Plus</b>	15%

Steekproef eind februari, 240 aanbiedingen per supermarktketen

boven de koelingen en diepvries. Bijna de helft van de fouten bij Plus treffen we daar aan. Verder gebruiken sommige filialen A4-tjes met de tekst 'Tip'. Die hangen op kopstellingen en op opvallende plekken in het gangpad en kloppen regelmatig niet meer.

### Vervolgstappen

Net als in voorgaande jaren bezoeken we per keten een aantal filialen. Op basis van zo'n beperkte steekproef kunnen we slechts gissen hoe het eraan toe gaat in een gemiddelde vestiging van Albert Heijn, Jumbo of Plus. Maar Albert Heijn beloofde ons dat prijzen altijd kloppen, dus ook bij de handvol vestigingen die wij bezoeken tijdens een steekproef. Die belofte maakt Albert Heijn niet waar. Wel

€4,59

rekende Plus te veel voor twee pakken Knorr Wereldgerechten

besloot Albert Heijn, nadat we de supermarkt hier weer op aanspraken, om per direct een prijsgarantie te hanteren. Klanten krijgen een product dat met een verkeerde prijs op de handscanner, zelfscankassa of kassabon staat, gratis. Jumbo heeft al langer zo'n prijsgarantie en stuurt sinds december zelf mysteryshoppers naar alle filialen. Jumbo concludeert dat 19% van de aanbiedingen een verkeerde prijs heeft. Dat getal scheelt amper met de 20% foute prijzen die wij aantreffen. Bij de drie ketens vinden we dus, drie jaar na ons eerste onderzoek, nog volop fouten op de bonnen. Dat vinden we onacceptabel. Een kassabon moet kloppen. Daarom melden we dit bij de toezichthouder, sturen we de supermarkten een brief over het belang van juiste prijzen en onderzoeken we overige (juridische) stappen. ■

36%

**PRIJZEN BOVEN  
KOELINGEN EN VRIEZERS**

Vooral Jumbo en Plus adverteren met gekoelde producten. Maar liefst **36%** van alle fouten vonden we hier.

**KOPSTELLINGEN**

Vaak staan aanbiedingen uit folders op kopstellingen. **8%** van de fouten kwamen we hier tegen.

**ACTIEDISPLAYS**

**23%** van de fouten vonden we op actiedisplays. Die staan vaak in het gangpad en zijn meestal van karton.

8%

23%

**BORDEN BOVEN  
VERSAFDELINGEN**

**6%** van de fouten stond op borden met doorlopende aanbiedingen voor rosbief, saucijzenbroodjes, borrelkaasjes etc.

6%

11%

**BORDEN OP  
GROENTEAFDELING**

Veel supermarkten adverteren op borden onder de schappen. **11%** van alle fouten kwam door onjuiste prijzen op die borden.

# Smaakt dit naar meer?

Word lid en krijg direct toegang tot alle  
onafhankelijke tests en informatie.

