



POSITION PAPER

Boodschappen betaalbaar houden in uitdagende marktomstandigheden

In de afgelopen periode is er veel aandacht voor de prijzen van boodschappen. En dat is begrijpelijk. Prijzen van voedsel zijn in de afgelopen jaren gestegen. En de effecten daarvan zijn nog altijd merkbaar. Onze klanten voelen de impact ervan in hun portemonnee. Als Jumbo Supermarkten voelen we ons verantwoordelijk om boodschappen betaalbaar te houden en we zetten ons hier dagelijks voor in. Daarnaast zien we een rol weggelegd voor de overheid om rekening te houden met effecten van beleidskeuzes op prijzen en op te treden tegen handelsbeperkingen die plaatsvinden op de interne markt.

Jumbo is een Brabants familiebedrijf en we zijn inmiddels de tweede supermarktketen van Nederland met bijna 700 fysieke winkels in ons land, webwinkel Jumbo.com, 100.000 medewerkers en honderden ondernemers. We zijn sinds enkele jaren ook actief in Vlaams België met inmiddels bijna 40 winkels. Wekelijks verwelkomen we miljoenen klanten waarbij we ons iedere dag opnieuw inspannen voor het bereikbaar maken van lekker en verantwoord eten voor iedereen. Klanten kunnen daarbij vertrouwen op de bekende 7 Zekerheden van Jumbo, waar 'euro's goedkoper' er één van is. Jumbo is volledig in handen van de oprichtersfamilie Van Eerd en heeft daarmee een unieke positie in de internationaal georganiseerde retailbranche.

Uitdagende markt en aanhoudende kostenstijgingen

Al meerdere jaren opereert Jumbo in een uitdagende markt met aanhoudende kostenstijgingen. Niet alleen zijn kosten van grondstoffen in de afgelopen jaren hard gestegen door marktomstandigheden, waaronder geopolitieke ontwikkelingen en klimaatveranderingen, ook heeft Jumbo net als veel andere bedrijven te maken (gehad) met toenemende bedrijfskosten op het gebied van energie- en transportkosten en huurprijzen. Ook zijn de kosten voor arbeid voor Jumbo in 2024 gestegen met 55 miljoen euro (7 procent). Daarnaast heeft Jumbo afgelopen jaren investeringen gedaan in duurzaamheid waaronder lange termijn relaties met boeren en telers voor een duurzamer versassortiment. In 2024 maakte Jumbo een omzet van 10,72 miljard euro en een winst van 28 miljoen euro en heeft daarmee een winstmarge van 0,3%.

Boodschappen betaalbaar houden

Consumenten hebben afgelopen jaren te maken gekregen met hogere kosten voor levensonderhoud. We begrijpen dat veel mensen zich zorgen maken over hun maandelijkse uitgaven. Boodschappen zijn een eerste levensbehoefte en daarom spant Jumbo zich in om dagelijkse boodschappen betaalbaar te houden en de stijging van de kosten zo min mogelijk door te rekenen. Dat past ook bij onze formule waarbij we onze klanten beloven elke dag lage prijzen aan te bieden. Bij Jumbo zien we dat het prijsbewustzijn toeneemt en consumenten anders boodschappen zijn gaan doen. Hier anticiperen we op. In 2024 hebben we zo 150 miljoen aan besparingen kunnen inzetten voor prijsverlagingen.

Prijsverlagingen door scherpe inkoop

Onze inzet is om afspraken te maken op basis van reële inkoopprijzen. De samenwerking met de [internationale inkooporganisaties Everest en Epic Partners](#) sinds 2023 heeft de eerste voordelen opgebracht die we direct hebben doorgevoerd in prijsverlagingen voor onze klanten. Deze samenwerking leidt tot een meer gelijkwaardige inkooppositie t.o.v. A-merken en biedt belangrijke schaalvoordelen.

Kostenbesparingen doorgeven aan de klant

In 2024 heeft Jumbo haar kantoororganisatie geherstructureerd en hiermee ook kosten bespaard. Bovendien heeft Jumbo maatregelen genomen in diefstalpreventie, waardoor de kosten op derving met miljoenen afnemen. Een andere belangrijke besparing is gerealiseerd door de beëindiging van grootschalige sportsponsoring. Naast de investering in lagere prijzen reserveren we een deel van dit budget voor lokale samenwerkingen, zoals met de Voedselbanken, om mensen die het nodig hebben een steuntje in de rug te geven. Dit draagt bij aan onze missie samen met onze winkels te investeren in betere buurten.

POSITION PAPER

Kwalitatief huiskmerk en aanbiedingen

Consumenten zijn in de afgelopen jaren prijsbewuster geworden. We zien dit terug in de populariteit van huiskmerkproducten onder onze klanten. Bovendien wordt er meer gelet op aanbiedingen en is de promotiedruk in de retailbranche toegenomen. Dit heeft ertoe geleid dat Jumbo nog meer focus heeft op een kwalitatief sterk huiskmerk en met relevante aanbiedingen inspeelt op de behoefte van de klant. Waar de Jumbo formule zich van oorsprong richt op elke dag lage prijzen ('EDLP') voor een breed assortiment, kunnen wij niet anders dan ons nu ook richten op aanvullende promoties.

Financieel gezond bedrijf

Maar Jumbo is ook realistisch: we kunnen simpelweg niet alle stijgende kosten voor onze rekening nemen. Prijsverhogingen in ons assortiment zijn soms onvermijdelijk. We hebben een zekere winst – zij het bescheiden – nodig om toekomstbestendig te blijven als bedrijf en als werkgever. Bovendien staan we als supermarktbedrijf middenin de maatschappij. We dragen bij aan een lokale voedselzekerheid, werkgelegenheid en de lokale Nederlandse economie:

- Jumbo is met 100.000 medewerkers één van de grootste werkgevers van Nederland, voor wie we de verantwoordelijkheid voelen nu en in de toekomst een salaris te betalen;
- Jumbo werkt nauw samen met huiskmerkleveranciers en Nederlandse boeren en telers, die veelal te maken hebben met hogere kosten en een boterham moeten kunnen blijven verdienen;
- Jumbo investeert in wettelijke en bovenwettelijke eisen op het gebied van duurzaamheid, milieu en dierenwelzijn waaronder lange termijn samenwerkingen met boeren en telers voor een duurzamer versproduct. We betalen hiervoor een meerprijs. Een deel van deze kosten nemen we voor onze rekening, maar dit heeft ook invloed op de prijs die we aan onze klanten vragen;
- Jumbo is direct verbonden met het midden- en kleinbedrijf (MKB). Van circa 380 ondernemers die onder de vlag van Jumbo opereren (franchise) tot aan honderden huiskmerkleveranciers. Het is dan ook van belang dat Jumbo kan blijven bijdragen aan een toekomstbestendig MKB.

Wat kan de overheid doen?

Naast dat we scherp blijven op kostenbesparingen en waar kan prijsvoordeel realiseren voor onze klanten, zal Jumbo ook naar de toekomst toe te maken hebben met fluctuerende inkooprijzen en bedrijfskosten als gevolg van marktomstandigheden, zoals geopolitieke ontwikkelingen en klimaatveranderingen. Ontwikkelingen waar we als Jumbo geen invloed op hebben. Naast onze eigen inspanningen om de prijzen van boodschappen laag te houden, vragen we de overheid te kijken naar het volgende:

Tegengaan territoriale leveringsbeperkingen

In de afgelopen jaren heeft Jumbo hinder ondervonden van territoriale leveringsbeperkingen door zogeheten 'inkoopmuren' die worden opgetrokken door A-merken. Hierdoor wordt het supermarkten moeilijk gemaakt internationaal A-merken in te kopen tegen een lager tarief. We zijn dan ook positief dat de Tweede Kamer de regering heeft verzocht hier tegen op te treden.

Oog hebben voor effecten van beleidskeuzes op prijzen

Beleidsmaatregelen op het gebied van belastingen, heffingen, duurzaamheid en de arbeidsmarkt kunnen onbedoelde effecten hebben op de prijzen. Jumbo vraagt de overheid en politiek oog te hebben voor de eventuele effecten van bepaalde beleidskeuzes op prijsverhogingen en de koopkracht.

Prijsstijgingen van grondstoffen en schaarste als gevolg van marktomstandigheden zijn onvermijdelijk. Stijging van bedrijfskosten en beleidsmaatregelen zijn van invloed op prijsvorming binnen de voedselketens.

- 1. Stijgende en fluctuerende grondstofprijzen.** Grondstofprijzen van onder andere cacao, koffie, tarwe, graan en melk zijn de afgelopen tijd duurder geworden of onderhevig aan veel fluctuatie. Onder meer door klimaatveranderingen en geopolitieke onrusten. De aanhoudende onzekerheden maken de markt zeer onvoorspelbaar.
- 2. Toenemende kosten in de keten.** Producten leggen een route af langs verschillende bedrijven voordat deze bij de consument op het bord terecht komen ('van boer tot bord'). Elk bedrijf in deze keten voegt waarde toe. Al deze bedrijven - van grondstofproducenten tot aan Jumbo - hebben te maken met stijgende kosten. Dit gaat over onder meer arbeidskosten, energie- en transportkosten en huurprijzen.
- 3. Effect van beleidsmaatregelen op prijzen.** Fiscale maatregelen zoals energie- en milieuheffingen, verbruiksbelastingen, btw en accijnzen hebben invloed op de hoogte van prijzen. Bovendien kan arbeidsmarktbeleid van invloed zijn op de loonkosten.