

Hemmelige dagligvare-tall:

# - Vi fortjener b



**REAGERER:** Kornelia Minsaas, spareøkonom i Lendo, mener Nettavisens tall viser at dagligvarekjedene har mer å gå på. **FOTO:** PRIVAT

**ROMERIKE:** Frukt og grønt bidrar til å finansiere og skrive ned prisene på typiske lokkevarer som kjøtt, mener dagligvareekspert.

LENA-CHRISTIN KALLE  
lena-christin.kalle@nettavisen.no

Nettavisens viste nylig at Kiwis kunder betaler 300 kroner mer for samme frukt- og grøntkurv. Den lokale grønnsakbutikken var 40 prosent billigere.

Vi har igjen fått tilgang til innkjøpsprisene til uavhengige butikker. Tallene indikerer høye marginer på frukt og grønt:

- Ingefær 78 kroner per kilo.
- Lime 30 kroner per kilo.
- Klementiner 26 kroner per kilo.
- Grønn paprika 25 kroner per kilo.

Utsalgsprisen for de samme varene på Kiwi er for eksempel 119 kroner for Ingefær, Lime 64,90 og grønn paprika 76,90 kroner.

- «Fem om dagen» bør være varer butikkene tjener minst på. Det er klart det provoserer å se at utsalgspris på flere kategorier av frukt og grønnsaker kan indikere at det er tre ganger dyrere enn innkjøpspris, sier spareøkonom i Lendo, Kornelia Minsaas.

## Store forskjeller

Kiwi kjøper ikke fra grossisten vi har prisene fra. Det er Bama som leverer frukt- og grønt til Rema 1000 og Kiwi.

Verken Bama eller dagligvarekjedene vil oppgi marginene på frukt og grønt.

For å få en indikasjon om marginene, har vi sett på innkjøpsprisene til Bamas konkurrenter

*Prisene ble sjekket 6. januar i Oslo. Grossistprisen i tabellen er ikke Bamas innkjøpspriser, men kun ment som et bilde på hva marginene kan være i dagligvarebransjen.*

Nettavisen har også tidligere vist priser fra uavhengige

grønnsaksgrossister og sammenlignet med priser hos Rema 1000 og Kiwi.

Prisene i november indikerte enda høyere marginer. Hos Rema 1000 var påslaget på grønn paprika det dobbelte, 50 kroner per kilo.

- Forbrukerne fortjener rettferdige og stabile utsalgspriser på frukt og grønnsaker, uavhengig tilbud. Prisene bør gjenspeile kjedenes kjerneverdier. Marginene indikerer at flere butikker har litt å gå på, sier Minsaas.

## - Vanskelig

Kiwi sier at de har svart før i lignende saker der de er sammenlignet med den lokale grønnsakbutikken.

- Vi mener fortsatt at det blir veldig hypotetisk å indikere noe om marginer basert på en helt ukjent prisliste vi ikke har noen detaljer om, fra en leverandør vi ikke kjøper produkter fra, og som vi heller ikke kjenner til kvaliteten på, skriver kommunikasjonsdirektør i Kiwi, Kristine Aakvaag Arvin.

De høye marginene Nettavisen viser til, er ikke representative, mener dagligvarekjeden og understreker at de ikke kjenner seg igjen i bildet som tegnes.

Kiwi har Norges beste bonusordning med 15 prosent på fersk frukt og grønt. Forbrukerøkonomen mener det ikke er godt nok.

- Sunne basisvarer bør ha en fast, lav pris uavhengig tilbud, kundeklubber og bonusordninger. Det er vanskelig å beregne totalprisen på kassalappen, når man må være medlem og handle etter rabatter hele tiden, sier Minsaas.



**MARGINER:** Marginene er høye på frukt og grønt, men mye havner i søpla, sier Bunnpris-eier, Christian Lykke.

## - Havner i søpla

Det er ikke enkelt å få dagligvarebransjen til å komme med gode forklaringer på det som kan se ut som svært høye marginer på frukt og grønt. Men Bunnpris-eier Christian Lykke har en grundigere forklaring:

- I teorien tjener vi masse på frukt og grønt. Men fordi så mye havner i søpla eller at det er mye nedprising på grunn av dårlig kvalitet, sitter vi ikke igjen med så mye likevel, mye av fortjenesten havner i kontaineren, det er trist, men sånn er det, sier Lykke.

Ifølge Bunnpris-eieren kaster dagligvarekjedene én prosent av det de selger i butikken.

- På frukt og grønt kaster vi fem prosent. Det er her vi har høyeste svinn, forklarer Lykke.

Han vil ikke være med på at frukt og grønt finansierer kjøtt, men å selge kjøtt er ingen god butikk.

- Både kjøtt og fisk selges med tap. Alle andre varer i butikken bidrar til at vi kan selge fisk og kjøtt så billig, sier han,

**» Det er klart det provoserer å se at utsalgspris på flere kategorier av frukt og grønnsaker kan indikere at det er tre ganger dyrere enn innkjøpspris.**

**KORNELIA MINSAAS**  
spareøkonom

og utdyper:

- Når det kommer til fisk er det enda verre. Vi kjøper fisken dyrere enn det vi selger den for. Men vi er nødt til å selge fisk og kjøtt billig for å få kundene inn i butikken.

- Hva tjener dagligvarebransjen mest på?

- Alt du ikke skal spise, is, øl, kjeks og sjokolade, så bruker vi dem til å selge kjøtt og fisk rimelig.

## - Uheldig

- Dersom de oppgitte grossistprisene er representative for Kiwis innkjøpspriser fra Bama, er bruttomarginen for de fleste

frukt- og grøntvarene i dette utvalget høyere enn gjennomsnittet for dagligvarer generelt, uttaler Ivar Gaasland, førsteamanuensis ved Handelshøyskolen BI.

Den gjennomsnittlige bruttomarginen i dagligvarehandelen - målt inn til butikk, ligger i intervallet 25-30 prosent. Her ser vi marginer på over 40 prosent, og helt opp mot 65 prosent, forklarer han.

- Dette kan tyde på at frukt og grønt er et varesegment som bidrar til å finansiere og skrive ned prisene på typiske lokkevarer som kjøtt. Dette er uheldig i et helseperspektiv, konkluderer Gaasland.

Styrket konkurranse i dagligvarehandelen vil kunne bidra til å redusere handlingsrommet for en slik intern krysssubsidiering, mener Gaasland.

## - Ikke flagges i media

Bama, som leverer frukt og grønt til Kiwi, har av konkurransehensyn ikke lov til å svare på om marginene er representative.