- Persbericht –

Amersfoort, 25 april 2023

Luiers in jaar tijd tot 62% duurder

Ouders met jonge kinderen zijn flink meer geld kwijt aan luiers dan een jaar geleden. Het leven is voor hen aanzienlijk duurder geworden, doordat wegwerpluiers het afgelopen jaar tot wel 62% in prijs zijn gestegen. Dat is de conclusie van het onderzoek naar de prijsontwikkeling van wegwerpluiers, uitgevoerd door Luieraanbiedingen.nl.

Luiers zijn een behoorlijke kostenpost. Voordat een kind uit de luiers is, ben je vele duizenden luiers verder. “Als je dan ook nog eens tot 62% meer moet betalen voor luiers, dan kom het vaak toch wel krappe huishoudbudget van ouders met jonge kinderen verder onder druk te staan,” aldus Robbert Kamphuis, medeoprichter van prijsvergelijkingsplatform Luieraanbiedingen.nl. Dat wegwerpluiers duurder zijn geworden, is op zich niet verrassend. De mate waarin ze duurder zijn geworden is dat wel.

Onderzoek over lange periode

Het prijsvergelijkingsplatform bracht de prijsontwikkeling in kaart van de vier luiers waar online het meest naar gezocht wordt: Pampers Baby-Dry luiers, Pampers Premium Protection luiers en de huismerkluiers van Kruidvat en Etos. “Luieraanbiedingen.nl is sinds 2016 actief en sinds 2018 volgen we de prijsontwikkeling van luiers vanuit eigen data. Voor dit onderzoek hebben we gekeken naar de prijsontwikkeling van luiers in de periode april 2022 tot april 2023,” legt Kamphuis uit. “Mensen hebben vaak het gevoel dat iets duurder is geworden. In het geval van luiers tonen wij aan dat dit ook daadwerkelijk zo is.”

Grote verschillen tussen A-merk en huismerken

Opvallende uitkomst van het onderzoek is dat de prijs van beide soorten A-merk luiers in verhouding aanmerkelijk meer is gestegen dan die van de huismerkluiers van Kruidvat en Etos. Pampers Premium Protection luiers zijn 62% duurder geworden. Ook de Baby-Dry luiers van Pampers zijn met een toename van bijna 60% behoorlijk in prijs gestegen. De prijsstijging van de huismerkluiers van Etos en Kruidvat valt daarentegen beduidend lager uit met respectievelijk 15,3 en 13,5%. Dit past in de huidige tendens waarbij de prijsstijging van huismerken achterblijft bij de prijsstijging van A-merken. Hierdoor zijn huismerken voor de consument steeds vaker een alternatief voor de duurdere A-merken.

Honderden euro’s duurder uit

Waar normaal gesproken de vraag daalt als de prijs stijgt, is dit bij luiers niet het geval. Luiers zijn immers essentiële producten. “Als je kijkt naar de stijging van de prijzen in absolute cijfers, dan lijkt het allemaal nog wel mee te vallen,” licht Kamphuis de cijfers toe. “Maar schijn bedriegt. Dit komt namelijk in een heel ander daglicht te staan als je weet dat een kindje in het eerste jaar alleen al meer dan 2.500 luiers verbruikt. Tel je hier het tweede en derde jaar bij op, dan kom je uit op ongeveer 5.800 luiers. Zo ben je al snel honderden euro’s duurder uit. En vergeet hierbij niet dat de prijsstijging van luiers bovenop al die andere gestegen kosten komen.”

Besparen nog steeds mogelijk

Het lijkt erop dat de grootste prijsstijging van luiers achter ons ligt. “We zien dat prijzen stabiliseren en dat lijkt te suggereren dat we het ergste achter de rug hebben. Een klein lichtpuntje weliswaar, maar toch,” aldus Kamphuis. Het advies aan jonge ouders is om vooral kritisch te blijven kijken naar de prijs van luiers. “Je kunt natuurlijk niet besparen op het aantal luiers dat je kindje nodig heeft. Wat je wel kunt doen, is je luiers kopen op het moment dat ze in de aanbieding zijn. Dit loont echt de moeite en zo bespaar je veel geld.”

-Einde persbericht-

Noot voor de redactie

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

Robbert Kamphuis, oprichter Luieraanbiedingen.nl, 085-0604456 of robbert@wecompare.nl
Matthias ’t Jong, oprichter Luieraanbiedingen.nl, 085-0604456 of matthias@wecompare.nl