

Dirk lanceert bespaarbijlage en steekt de draak met Albert Heijn

DE BESPAARBIJLAGE

Speciale advertentiebijlage

13 september 2025



Minister van Financiën: “Oplossing koopkracht dichtbij huis gevonden.”

*Dirk verlaagt structureel de
prijzen van A-merken*

**GROTE MERKEN,
KLEINE PRIJZEN:**

Beeld: Dirk

Dirk presenteert een zogeheten bespaarbijlage in De Telegraaf. De formule steekt hierin onder meer de draak met het nieuwe boegbeeld van Albert Heijn.

Dirk lanceert de bespaarbijlage van 8 pagina's in aanloop naar Prinsjesdag. In het verleden presenteerde de merkendiscouter paginagrote advertenties rond Prinsjesdag, dit jaar gaat de supermarktketen een stap verder met een aparte advertentiebijlage in De Telegraaf.

Appels, peren en torenhoge prijzen

De merkendiscouter daagt hierin de politiek en de rest van de supermarktbranche uit. 'Onderwerpen die langskomen: dure tv-reclames met BN'ers waar de klant uiteindelijk voor opdraait, appels en peren die wél eerlijk vergeleken worden, en de torenhoge prijzen van A-merken die eindelijk betaalbaar moeten worden', meldt de formule zelf over de inhoud.

Minister pleit voor stop op bezorging door supermarkten

Zo ziet de lezer op de voorpagina een foto van de 'minister van Financiën', op de fiets, en met een rode Dirk-tas in een kratje. De minister pleit in het artikel voor een einde van bezorgen van boodschappen door supermarkten. 'Het is heel simpel: boodschappen thuis laten bezorgen, is ontzettend duur. Dat geld kunnen supermarkten veel beter gebruiken om de prijzen zo laag mogelijk te houden. Dat merk je direct in je portemonnee', aldus de minister.

Een prijsvergelijking ontbreekt ook niet. Op pagina 4 staan kassabonnen van Dirk, Albert Heijn en Jumbo afgebeeld. 'Door te kiezen voor Dirk bespaar je ruim 19 procent op je boodschappen. En dat scheelt honderden euro's per jaar! Want waarom zou je meer betalen? Elke week verlagen we bij Dirk de prijzen van heel veel A-merken. Dat is lekker besparen, zonder in te leveren', luidt de begeleidende tekst.

Bespaarbijlage wijst naar keuze Albert Heijn voor BN'er

Zoals vanouds is er ook een sneer richting Albert Heijn. De lezer ziet een foto van een man die veel lijkt op Jeroen van Koningsbrugge, het nieuwe reclameboegbeeld van de marktleider. Onder foto staat het bijschrift: 'Wéér een bekende Nederlander in nieuwe supermarktreclame'. In het bijbehorende verhaal trekt Dirk de conclusie dat BN'ers in supermarktcommercials zorgen voor hogere prijzen voor de consument.

Bron: distrifood.nl