

‘Supermarkt voldoet niet aan behoefte’

06-09-2007 00:00

Supermarkten investeren in producten waar consumenten niet op zitten te wachten. Dat is een van de conclusies die naar voren komt uit het jaarlijkse onderzoek van accountants- en adviesorganisatie Deloitte.

Managers van grote supermarkten vinden verbreding van het aanbod biologische producten zelfs het belangrijkste, maar Deloitte concludeert dat klanten dat 'het minst belangrijk' vinden. Tweederde van de Nederlanders koopt zelfs nooit een biologisch artikel.

Deloitte ondervroeg 140 supermarktmanagers en 2700 consumenten. Alleen over uitbreiding en kwaliteitsverhoging van het assortiment groente en fruit zijn winkeliers en klanten het met elkaar eens. Behalve dat, willen consumenten liever goede afdelingen met verse producten, zoals kaas, vlees en brood.

Ook staat in het onderzoek dat het aantal supermarkten in Nederland vorig jaar met ruim honderd is afgenomen. De daling kwam vooral voor rekening van de kleinere buurtwinkels. Eind 2006 telde Nederland 2489 supermarkten. De branche liet vorig jaar winstherstel zien, na een aantal moeilijke jaren als gevolg van de prijzenoorlog die consumenten prijsbewuster maakte. Gemiddeld steeg de winst ten opzichte van 2005 met bijna 100 procent. Een dergelijke stijging kwam niet eerder voor.

Met name de grotere winkels verkochten veel meer dan in het voorgaande jaar. „Algemeen geldt: hoe groter de supermarkt, hoe groter de winst en winststijging", aldus Paul op Heij van Deloitte. Bijna de helft van de ondervraagde ondernemers denkt dat de winst ook dit jaar zal toenemen.