

‘Super mist visie en is niet innovatief’

17-09-2007 00:00

Nederlandse supers laten miljarden aan omzet liggen door trends te negeren. Zo lijken zij blind voor de ontwikkeling dat steeds meer Nederlanders buitenshuis eten. Bovendien benadrukken supermarkten het traditionele food-assortiment te veel. Dat stellen Jan Willem Grievink van het Foodservice Instituut Nederland en Laurens Sloot van het Erasmus Food Management Instituut.

Grievink sprak tijdens het Nationale Food Congres. In supermarkten wordt al jaren 22,5 miljard van het totale foodbudget van 51 miljard euro uitgegeven. Maar het foodretailkanaal zal sterk groeien door het toenemende aantal alleenstaanden en het aantal babyboomers met een goed pensioen. Die zullen meer buitenshuis eten, stelt Grievink.

Sloot sprak op het jaarcongres van marktonderzoeker GfK. Hij stelde dat de Nederlandse supers omzet laten liggen doordat zij zich teveel op het traditionele food-assortiment richten. Met een moderner assortiment, zoals bijvoorbeeld de Britse supers voeren, is ook in Nederland een omzetplus van acht procent mogelijk, in plaats van de vier tot vijf procent die in Nederland als de limiet beschouwd wordt, aldus Sloot.