

## **&#8216;Product krijgt nu de hoofdrol&#8217;**

22-10-2007 00:00

Natuurwinkels gaan een verandering doorvoeren in hun imago. Ze schuiven de ideologische boodschap naar de achtergrond en het product krijgt nu de hoofdrol toebedeeld. Dat stelt Marc Koetsier, retailmanager van de Natuurwinkels.

Tot nu toe was men gefocust op de een procent van de bevolking die zeer bewust met biologisch bezig is. Maar inmiddels geeft vijftien procent van de Nederlanders aan interesse te hebben in dit segment. Daar wil Koetsier op in spelen.

In Utrecht is al een Natuurwinkel nieuwe stijl neergezet, met een open en modern uiterlijk. De oorspronkelijke missie blijft bestaan, maar wordt minder ongevraagd uitgedragen. Hoewel de Natuurwinkel zich in die richting beweegt, heeft men niet de ambitie om een supermarkt te worden.

Volgens Koetsier zullen biologische verkopen alleen maar groeien. De enige beperking ligt bij de aanvoer van biologische producten, die nog niet groot genoeg is. Naast de 43 Natuurwinkels zijn er zo'n 200 ondernemers die onder eigen naam een biologische winkel voeren. Daarvan komt de helft in aanmerking voor de Natuurwinkel-formule. Koetsier ziet schaalvergroting als de volgende stap in de volwassenwording van de biologische retail. Groothandels zullen formules onder hun hoede nemen om hun producten af te zetten. Er zullen steeds meer filialenorganisaties komen.