'Versmarkten zetten supers onder druk'

21-01-2015 00:00

Traditionele supermarkten krijgen last van de opkomst van concepten die focussen op ultraversbeleving, zoals Valk Versmarkt en Jumbo Foodmarkt. “Deze ontwikkeling zal de markt sneller overnemen dan we denken”, zegt directeur Jan-Willem Grievink van het FoodService Instituut tegen de Volkskrant.

Binnen vijf tot tien jaar wordt de foodmarkt gedomineerd door spelers die focussen op verse en authentieke producten, aldus Grievink. “Supermarkten moeten meer aandacht steken in hun versassortiment en producten opnemen waarmee ze zich kunnen onderscheiden. Daar liggen nog mogelijkheden.”

Traditionele supermarkten zijn volgens hem over hun hoogtepunt heen en lijken te veel op elkaar. Op het gebied van prijs en uitstraling focussen ze zich op het midden van markt, terwijl consumenten of goedkoop of luxe willen. Daarnaast doen shoppers steeds vaker op korte termijn boodschappen en versmarkten haken daar op in met verantwoorde kant-en-klaarmaaltijden. “Voor mensen met weinig tijd en wat meer geld zijn dit soort initiatieven erg aantrekkelijk”, beaamt onderzoeksdirecteur Joop Holla van marktonderzoeker GfK.

Albert Heijn is niet bang voor de concurrentie van versmarkten en foodhallen. “Mensen kopen op een versmarkt één ingrediënt om een maaltijd mee samen te stellen. Ze kunnen dan bij ons de rest kopen”, aldus een woordvoerder. Daarnaast zorgen versmarkten ervoor dat consumenten meer aandacht krijgen voor voedsel. “En dat is uiteindelijk goed voor Albert Heijn, want wij verkopen ook veel eten.”