

‘Bag&Buy wordt geen elitewinkel’

17-02-2015 14:13

De verpakkingloze winkel Bag&Buy mikt op een doelgroep die in Duitsland al zo’n kwart van de consumenten beslaat. Dat zegt initiatiefnemer Wim van Dijk in het februarinummer van RetailTrends. “We worden geen elitewinkel.”

Van Dijk haalde vorig jaar via crowdfunding voldoende geld op om een winkel in Utrecht te openen. Daarmee volgt hij onder meer het voorbeeld van Original Unverpackt in Berlijn. Net als het Duitse concept mikt hij op de LOHAS, Life of Health And Sustainability.

Het idee dat bewust eten alleen bij een selecte groep ‘geitenwollensokken’ hoort, is volgens Van Dijk allang achterhaald. Ook supermarktextpert Erik Hemmes denkt dat de ‘nuchtere’ Nederlandse consument klaar is voor zo’n nicheconcept. “Omdat het niet op zich staat, maar onderdeel is van een beweging.” Ook Jumbo Foodmarkt biedt bijvoorbeeld losse spinazie in bakken, weet hij. “Zelfs bij Lidl kun je noten scheppen.”

Verpakkingsexperts reageren in RetailTrends 2 minder enthousiast op het concept. Van Dijk begrijpt de kritiek (“ik wil niet de antichrist van de verpakkingswereld worden”), maar wijst erop dat hij nog geen vlees en kaas gaat verkopen. Op producten als noten, koffiebonen en pasta heeft een THT-datum volgens hem amper zin. “Dus waar hebben we het over?” Klik [hier](#) voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends.