

Marqt zet kwaad bloed bij EkoPlaza

03-03-2015 00:00

Marqt misleidt zijn klanten door zich een stuk biologischer voor te doen dan de keten werkelijk is. Dat stelt directeur Erik-Jan van den Brink van Udea, het moederconcern van Ekoplaza, in een interne memo die in handen is van vakblad P+.

Marqt hoort volgens Van den Brink in het rijtje van 'gewone' supermarkten als Albert Heijn en Lidl. Zo zou de retailer pronken met het Milieukeur-keurmerk, terwijl alle groenten en fruit in Nederlandse supermarkten daarover beschikken. "We hebben wel eens opgebeld omdat ze dan weer dingen in de aanbieding hadden die ze wel biologisch noemden, maar die helemaal niet biologisch waren. En dat gebeurde vaak", aldus directeur Erik Does van EkoPlaza.

Hoewel het misleidende er bij Marqt volgens Does inmiddels wat af is, stelt de retailer zelf helemaal niet naar het stempel op de producten te kijken. "We hebben nooit beweerd een biologische supermarkt te zijn", aldus oprichter Quirijn Bolle. Daarnaast gaat er volgens hem overal weleens wat fout met communicatie-uitingen.

Niet alleen EkoPlaza en Marqt, maar ook Albert Heijn stort zich sinds kort met zijn merk AH Biologisch op deze groeimarkt. Het verschil tussen EkoPlaza en Albert Heijn is dat de Zaanse keten geen duurzame relatie aangaat met telers, omdat dat zou botsen met het verdienmodel. "Je stelt jezelf namelijk kwetsbaar op als supermarkt", aldus Does.

Does stelt dat inkopers van Albert Heijn niet eens op bezoek mogen bij een teler, maar alles telefonisch moet afhalen. Zo ontlopen ze het risico dat er een band ontstaat met een leveranciers. "Dat is niet goed voor de onderhandelingspositie."