

Supers profiteren nog niet van horeca-elementen

19-05-2015 07:22

Supermarkten die horeca-elementen integreren in hun formule zien hun omzet vooralsnog niet stijgen. Dat blijkt uit de jaarlijkse benchmark van bureau Marshoek, waarover Distrifood bericht.

Het bureau heeft de cijfers van meer dan tweehonderd supermarkten van zelfstandige ondernemers tegen het licht gehouden. De resultaten van supers met een omzet van boven de 250 duizend liggen niet ver boven de markt, stelt manager bedrijfseconomische advisering Marco Mulder. Dat is volgens hem opmerkelijk omdat deze supermarkten veel horeca-elementen hebben geïntegreerd in hun formule. "Je zou verwachten dat dit een effect zou hebben op het versaandeel en daarmee op de omzet." Het versaandeel komt echter niet in beweging, aldus Mulder. "Wellicht is het daar nog wat vroeg voor."

Ondernemers van onder meer Albert Heijn en Plus breidden hun supermarkt uit met horeca-elementen. Zo heropende in Arnhem onlangs een vestiging van Plus met een complete horeca-afdeling. Klanten kunnen voor in de winkel broodjes bestellen die ter plekke worden bereid. Vervolgens kunnen ze hun broodje in een zitgedeelte nuttigen. Met de introductie van een horeca-afdeling wil de supermarkt naar eigen zeggen inspelen op de veranderende behoefte van klanten. "Plus zal in de toekomst veel meer aan horeca moeten ruiken", aldus formulemanager Robér Delver.