

'Supermarkten moeten stoppen met meters toevoegen'

10-06-2015 07:15

Supermarkten hebben steeds meer vierkante meters nodig om dezelfde omzet te behalen. De vestigingen worden groter, maar de omzet per vierkante meter groeit niet. Dat blijkt uit onderzoek van adviesbureau IG&H.

Nederlandse supermarkten zijn de afgelopen periode bezig geweest met witte vlekken in te vullen en meters toe te voegen, zegt partner Robert Spieker tegenover BNR. "Terwijl de consument in werkelijkheid steeds minder behoefte heeft aan die meters."

In 'koploperlanden' als Engeland en de Verenigde Staten wordt al steeds minder in supermarkten uitgegeven, zegt Spieker. Als onderdeel van deze 'trendbreuk' eisen zowel het online kanaal als andere type winkels volgens hem een steeds groter deel van de omzettaart op. "Wij zien de eerste indicatoren dat die verschuiving ook in Nederland plaatsvindt."

Nederlandse supermarkten moeten dan ook stoppen met het aanbieden van meer meters, stelt hij. Ook prijskortingen zouden het probleem alleen maar erger maken. "Wij bouwen de case voor innovatie."

Eén van de manieren om aansluiting bij de nieuwe consument te vinden is investeren in convenience retail, vervolgt Spieker. Klanten doen namelijk niet langer in één keer zijn boodschappen voor twee weken. "De consument wikt, beschikt en bepaalt op welke momenten hij iets koopt."

In ons land spelen AH to go en stationswinkels daar volgens de partner bij IG&H al langer op in. "Maar in het buitenland is dat veel groter." Spar geeft al het goede voorbeeld met zijn stads- en universiteitswinkels die heel gericht op 'last minute boodschappen' inspelen. "Wij denken dat die kans aanzienlijk is voor Nederlandse retailers."