Marqt: 'Tijd om gelijk te krijgen van publiek'

14-07-2015 11:17

De gemiddelde prijs van een verkocht product bij Marqt is sinds 2008 met dertig procent gedaald. Oprichter Quirijn Bolle baalt dan ook van het beeld van de biologische keten als elitesupermarkt. “Sterker nog: dat is een van de grote mankementen die Marqt nog heeft”, zegt hij in de Volkskrant.

Teun van de Keuken, bekend van het programma Keuringsdienst van Waarde en oprichter van Tony’s Chocolonely schreef in de krant twee kritische columns over Marqt. Zo wees hij erop dat 48 papieren boterhamzakjes bij de supermarkt 4,39 euro kosten. “Van de vierduizend producten voelt zeker vijf à tien procent te duur en dat is iets waarmee wij elke dag bezig zijn”, aldus Bolle.

De oprichter ontkent dat sommige producten duur zijn, omdat de marge te groot is. Zo is er vooralsnog geen goedkoper alternatief voor de boterhamzakjes met een FSC-keurmerk, geeft Bolle aan. “Bovendien hebben wij er helemaal niets aan om die zakjes extreem duur te maken. Ik durf te wedden dat ze, vanwege die hoge prijs, zelfs nauwelijks verkopen.”

Van de Keuken laakt eveneens de ‘marketinggekte’ bij Marqt, met termen als ‘vers bevroren’ en de slogan ‘écht eten’. Hij wijst er daarbij op dat er ontdooide gamba’s tussen de verse vis liggen. “Als je deukjes wil, is dit een slecht voorbeeld”, beaamt Bolle. Het verhaal klopt volgens de oprichter wel, maar wordt niet altijd duidelijk verteld. Daarom moet de retailer zich misschien meer toeleggen op duidelijkere communicatie, stelt hij. “Onze prioriteit lag in eerste instantie bij gelijk hebben. Nu is het misschien tijd om dat gelijk daadwerkelijk te krijgen van het publiek.”