'Nieuwe supermarkten gaan uiteindelijk kopje onder'

17-07-2015 06:46

Nieuwe supermarktformules als Marqt, Troefmarkt en Gekke Gerrit roeien tegen de stroom in. Ze stellen qua omvang niets voor naast hun voorgangers, stelt supermarktexpert Gerard Rutte in het Algemeen Dagblad. “Uiteindelijk gaan ze kopje onder.”

Sinds de start van dit millennium verdwenen zeker al veertig foodformules zoals Konmar, Super de Boer en Edah, berekende vakblad Foodmagazine. Supermarkten fuseren volgens Rutte om het hoofd boven water te houden. Daarbij is alleen Albert Heijn een oppermachtige speler. “Om daarmee te kunnen concurreren, moet je kosten drukken door groter in te kopen. Niet alleen producten, ook zaken als reclame en bedrijfskleding.”

De overname van C1000 door Jumbo heeft het beste van twee werelden samengebracht, stelt voormalig C1000-topman Niels Onkenhout. Jumbo heeft volgens hem niet alleen geprofiteerd van de marketing van C1000. “Denk aan de goede slagerijen in de winkels en processen achter de schermen.”

De overname heeft volgens Rutte het hele supermarktlandschap veranderd, omdat klanten van C1000 verslaafd zijn geraakt aan aanbiedingen. Regionale ketens als Vomar en Plus zijn in het gat gesproken dat de formule heeft achtergelaten, stelt hij. Zij experimenteren nu met een kleiner assortiment in combinatie met lage prijzen en scherpe aanbiedingen.