

'Supermarkten moeten vrezen voor V&D-scenario'

10-08-2015 07:05

De supermarktbranche neemt in navolging van de non-foodsector afscheid van het middensegment. "Als je kijkt naar de markt, ben ik er heilig van overtuigd dat het midden van de markt gaat verdwijnen", zegt directeur Aart van Haren van Vomar in De Financiële Telegraaf.

De supermarktketen kwam in april met een nieuwe formule, waarbij het geel van de bestaande Vomar werd vervangen door de kleur rood. "Vomar wil weer echt Voordeelmarkt zijn", zei Van Haren bij de introductie. De nieuwe formule wordt dit jaar in zeker zeven filialen gelanceerd.

Met de nieuwe formule wil Vomar weg van het midden, om te voorkomen dat het onderdeel wordt van een kaalslag die nu al in Engeland zichtbaar is. De directeur wijst ook op een keten als V&D, die aan de ene kant door Action en aan de andere kant door de Bijenkorf wordt aangevallen. "Diezelfde trend zal ook bij supermarkten gaan plaatsvinden, al beseffen we dat nog niet helemaal met zijn allen."

In ons land doet Lidl het volgens Van Haren heel goed, terwijl er aan de bovenkant van de markt initiatieven zijn zoals Marqt, Jumbo Foodmarkt, Bilder & De Clercq en HelloFresh. Vomar heeft meer tegen de harddiscounter aan gezeten, al beschikt de supermarktketen over een breder assortiment. Daar is voor de nieuwe formule fors in gesneden.

De koerswijziging van Vomar kan bedrijfseconomisch alleen maar lukken als er meer verkocht wordt, stelt Van Haren. "In onze eerste drie testwinkels stijgt de omzet met tien tot twintig procent, dus we denken dat we goed zitten."

Ook Dirk bekijkt momenteel de mogelijkheden om het assortiment te verkleinen. Het is echter maar de vraag of de Nederlandse retailers kunnen opboksen tegen Aldi en Lidl, waarschuwt merkenstrateeg Paul Moers. "Het is dapper, maar geen garantie op succes."