

'Helft middensegment supermarkten verdwijnt'

26-01-2016 08:01

Nederland staat aan het begin van een trend waarbij het middensegment binnen de supermarkten verdwijnt. Binnen tien tot vijftien jaar is de helft van het midden verdwenen, zegt hoofddocent Jan-Willem Grievink van Nyenrode Business Universiteit tegen [Het Financieele Dagblad](#).

De trend van een afbrokkelend midden binnen de supermarktbranche is al een paar jaar gaande in de Verenigde Staten en Engeland en begint nu ook in Duitsland en Frankrijk, zegt Grievink. "In Nederland is het midden nog dominanter en zijn de gevolgen heftiger." Jumbo en Albert Heijn schuiven volgens hem op naar boven, terwijl Vomar, Nettorama en Dirk van den Broek in de markt omlaag kunnen.

Vomar kondigde vorig jaar al aan met een nieuwe formule op te schuiven naar de onderkant van de markt, omdat ook daar de overtuiging heerst dat het midden zijn langste tijd heeft gehad. "Ik ben er heilig van overtuigd dat het midden gaat verdwijnen", aldus directeur Aart van Haren. Dezelfde trend die bij fashion- en warenhuisketens al langer gaande is, zal ook de supermarkten treffen, denkt Van Haren. Vomar heeft afgelopen jaar zeven filialen omgebouwd naar de voordeelformule.

Albert Heijn ziet de verschuiving naar de boven- en onderkant van de markt ook, al denkt de marktleider beide in één winkel te kunnen aanbieden, zegt director format development Bart Fischer. Emté zegt net als Vomar weg te gaan van het midden, in te zetten op vers en gemak, maar 'zeker niet op luxe'.