

Supermarkten in the city, een nieuw succes?

04-06-2018 12:13



Door Dirk Mulder
Sector banker trade & retail bij ING

De laatste jaren is er een forse groei te zien in gemakswinkels. Kleine winkels op hightrafficlocaties in de grote steden met een assortiment dat op de passant en het eetmoment van de dag is afgestemd. Zo was ik laatst in Amersfoort en moest ik tussen twee afspraken door even snel een broodje scoren. Gelukkig kwam ik op weg naar de parkeergarage langs een Spar City waar heerlijke broodjes te krijgen waren.

Spar heeft zo'n vijftig stadswinkels en wil graag groeien naar honderd vestigingen van Spar City. AH to go, de gemakswinkel van Albert Heijn, heeft 76 vestigingen op hightrafficlocaties, waaronder ook op stations. Inmiddels heeft Jumbo een viertal Jumbo City's en worden er binnenkort twee geopend in Amsterdam. Voor mij extra bijzonder, omdat mijn zoon in één van deze filialen aan de slag gaat. Coop is nog met een klein aantal winkels aan het testen, maar staat aan de vooravond van de uitrol van stadsconcept Coop Vandaag. Afgelopen week is een vestiging in Groningen geopend en in mei volgen winkels in Zwolle en Sittard.

De opening van dit soort winkels past in de ontwikkeling waarin de 'traditionele' supermarkten in toenemende mate onder druk staan. De concurrentie komt onder meer dus uit de hoek van kleine 'to go'-stadswinkels. Winkels die inspelen op de trend dat consumenten steeds vaker onderweg willen eten en meer direct willen consumeren, vooral onder een iets jongere doelgroep.

'To go' staat voor...

Je ziet een duidelijk verschil in het concept van Jumbo, Coop en Spar aan de ene kant en AH to go aan de andere kant. Jumbo, Coop en Spar richten zich met name op wat in foodretailand 'ultravers' wordt genoemd; Jumbo heeft daarbij voordeel van de samenwerking met La Place. In de Jumbo City's worden bijvoorbeeld veel meters ingeruimd voor de verse bereiding van allerlei 'on the go-etenswaren'.

De concepten van Jumbo, Coop en Spar zijn primair een supermarkt. Een stadsformule voor de dagelijkse boodschappen rond de maaltijdmomenten, met een sterke nadruk op convenience. Dit past natuurlijk in de trend van lekker, vers en gemak, maar deze combi van horeca en retail is wel lastig. De derving is hoog, zo'n ultravers broodje moet je binnen twee uur verkocht hebben. Je moet mensen dus continu broodjes laten maken en daar moet je ook ruimte voor hebben. De vraag is of dat in een relatief kleine winkel wel kan.

Albert Heijn kiest een andere koers

AH to go gaat met zijn concept toch een hele andere kant op. De winkel is gericht op een snelle en efficiënte boodschappen trip. De winkelinrichting, het assortiment en de technologie zijn er op gericht de klant zo snel mogelijk de winkel uit te krijgen. Het kassaloos betalen (tap to go) waarmee nu wordt getest, is hiervan een voorbeeld. Daarbij wordt de klant op basis van data gestimuleerd bepaalde aankopen te doen die passen bij zijn eerdere aankoopgedrag. AH to go zit dan ook boven op de trends en is steeds op zoek naar nieuwe producten. Bovendien is 'vers daar toch iets langer houdbaar'. Maar hierdoor zijn omzet en kosten ook makkelijker in evenwicht te brengen.

Dus hoewel de ultraversconcepten zoals je die ziet bij Jumbo, Coop en Spar passen bij de huidige trends, schat ik wat betreft uitrolbaarheid en rendement op lange termijn AH to go toch als een betere oplossing.

Dirk Mulder