

Duitse discounters: het formaat telt

18-04-2006 00:00

Duitse discountsupermarkten vinden grotere winkels belangrijker dan uitbreiding van het aantal supers. Hiermee is sprake van een gewijzigde uitbreidingsstrategie, aldus de LebensmittelZeitung. Een veranderde Duitse wetgeving speelt hierbij een belangrijke rol. Tot voor kort waren speciale vergunningen nodig als een supermarkt wilde uitbreiden tot meer dan 700 vierkante meter. Inmiddels hoeft dit echter pas vanaf 800 vierkante meter.

Volgens de prijsvechters lopen zij omzet mis doordat zij niet genoeg ruimte hebben om actie-artikelen goed te presenteren. Vooral bij non-food zou dit het geval zijn. Ook hebben zij extra schapruimte nodig voor een uitbreiding van het assortiment.