nieuws

"In extreme situaties scoort Colruyt altijd"

nieuws

Terwijl overal banen sneuvelen, bouwt Colruyt in Gellingen een nieuw distributiecentrum, goed voor duizend nieuwe jobs. "In extreme situaties doen wij het altijd goed", zegt commercieel directeur Jean-Pierre Roelands. De financiële crisis is niet de enige reden waarom Colruyt het goed doet. "Op vlak van kostenbeheersing behoort Colruyt tot de tien meest performante bedrijven in Europa", stelt expert retail en consumentengedrag Patrick Van Kenhove (UG).

12 FEBRUARI 2009 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:07

Lees meer over:
distributie

Terwijl overal banen sneuvelen, bouwt Colruyt in Gellingen een nieuw distributiecentrum, goed voor duizend nieuwe jobs. "In extreme situaties doen wij het altijd goed", zegt commercieel directeur Jean-Pierre Roelands. De financiële crisis is echter niet de enige reden waarom Colruyt het goed doet.

De investering van zestig miljoen euro in het nieuwe distributiecentrum is ook niet de enige aanwijzing dat Colruyt het momenteel goed doet. Het marktaandeel van de supermarktketen steeg het afgelopen jaar met 1,7 procent. En dit jaar wil het bedrijf opnieuw 3.000 à 3.500 mensen in dienst nemen. Dit jaren komen er onder meer vier volwaardige Colruytvestigingen en tien Okaybuurtwinkels bij.

De financiële crisis is een voor de hand liggende reden voor de groei. "Klanten letten meer op hun centen en dan komen ze automatisch bij ons uit", zegt Roelands. "In extreme situaties doen we het altijd goed. Ook in periodes van grote hitte zie je bijvoorbeeld een rush op onze winkels. Mensen weten dat ze bij Colruyt snel en makkelijk grote hoeveelheden kunnen kopen".

De weerbarstige conjunctuur verklaart het succes niet helemaal. "We bieden de grootste merken tegen de laagste prijzen én het winkelen is bovendien erg snel en efficiënt geregeld. Onze klanten komen zeker niet allemaal omdat ze het financieel moeilijk hebben. 'Poor prices: poor people need it, rich people love it', hoor je daarover wel eens".
"Bovendien behoort Colruyt op het vlak van kostenbeheersing tot de tien meest performante bedrijven in Europa", stelt expert retail en consumentengedrag Patrick Van Kenhove (UG). Ook retailprofessor Gino Van Ossel is onder de indruk van het kostenbeleid bij Colruyt. "De keten heeft gesloten diepvriezers die zelfs geen doorzichtig deksel hebben, want dat verbruikt meer. In de jaren zeventig en tachtig werd daar erg vreemd naar gekeken, maar vandaag zie je dat dit soort ingrepen volledig bij de tijdsgeest aansluit".
Die tijdsgeest speelt volgens Van Ossel volledig in de kaart van Colruyt. "Mensen vinden het steeds belangrijker op een efficiënte manier dingen te doen. Het verleidingsaspect wordt daarbij heel bewust genegeerd. Bij Colruyt zie je geen snoep of speelgoed aan de kassa. Op korte termijn betekent dat misschien een klein beetje minder omzet door impulsaankopen, op lange termijn vestigt het bedrijf er zijn reputatie als goedkope winkel mee".
In het rijtje van succesfactoren zijn tot slot ook de sector en de familiale structuur terug te vinden. "De voedingssector is anticyclisch want eten doen we altijd. Colruyt voelt daardoor de negatieve impact van de crisis niet. En door zijn familiale structuur kan het intussen rustig aan een langetermijnvisie timmeren", besluit Van Ossel.

Bron: De Morgen

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada