nieuws

Nieuwe wind waait door supermarktwereld

nieuws

Er beweegt wat in de retailwereld. Supermarkten lijken zichzelf voortdurend opnieuw uit te vinden om aan de veranderende verwachtingen van de consument te kunnen voldoen. Zo informeert Colruyt in het kader van een proefproject zijn klanten over de daluren. Kortingen worden, alle berichtgeving ten spijt, niet geboden. Daarnaast schieten nieuwe initiatieven als HelloFresh en Fermette.be als paddenstoelen uit de grond en gaat dit najaar in Nederland de eerste volledig online-supermarkt van start. "Er is een compleet nieuw speelveld ontstaan waar de consument zelf zijn kanaal kiest", zegt Jorg Snoeck van het vakblad RetailDetail.

7 AUGUSTUS 2015 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:31

Lees meer over:
distributie
consument



Er beweegt wat in de retailwereld. Supermarkten lijken zichzelf voortdurend opnieuw uit te vinden om aan de veranderende verwachtingen van de consument te kunnen voldoen. Zo informeert Colruyt in het kader van een proefproject zijn klanten over de daluren. Kortingen worden, alle berichtgeving ten spijt, niet geboden. Daarnaast schieten nieuwe initiatieven als HelloFresh en Fermette.be als paddenstoelen uit de grond en gaat dit najaar in Nederland de eerste volledig online-supermarkt van start. "Er is een compleet nieuw speelveld ontstaan waar de consument zelf zijn kanaal kiest", zegt Jorg Snoeck van het vakblad RetailDetail.

Is de manier waarop we winkelen langzaam maar zeker aan een metamorfose begonnen? Hier en daar duiken signalen op die in die richting wijzen. Zo werkt supermarktketen Colruyt mee aan Vlaams proefproject rond verbeterde mobiliteit bij het boodschappen doen. Klanten van Colruyt worden aangemoedigd om de inkopen tijdens de daluren te doen. Daartoe informeert de keten hen over de daluren. In de Collect&Go-afhaalpunten van Gent en Sint-Amandsberg krijgen klanten een korting wanneer ze in de daluren hun boodschappen oppikken. Wanneer ze de boodschappen van hun buur mee te nemen, is er een korting op de voorbereidingskost van de afhaaldienst.

"Een geweldig goed idee", vindt Johan Vanhaverbeke, retailspecialist van de KU Leuven. Maar of het project ook slaagt, hangt af van de klant. "Voor een bepaalde doelgroep kan het aantrekkelijk zijn om te winkelen op een minder druk moment. Bovendien krijg je een extra korting. Maar wie kan er op die momenten naar de supermarkt? Dat zijn de niet-actieven, zoals de oudere populatie. En die mensen gaan net naar de winkel voor het sociaal contact."

Met het nieuwe initiatief gaat Colruyt nog niet zo ver als Jumbo Foodmarkt in Nederland. Die keten biedt een 'kortewachttijdgarantie': nooit staan er meer dan drie wachtenden aan de kassa. Sta je toch als vierde in rij, dan krijg je je boodschappen gratis. Zo'n initiatieven om het de klant zo aangenaam mogelijk te maken zijn in het veranderende retaillandschap

volgens Snoeck meer dan nodig. "Er is een compleet nieuw speelveld ontstaan waar de consument zelf zijn kanaal kiest. Het internet heeft de wereld van de retail en supermarkten enorm veranderd. Alles wordt transparant. Er ontstaan nieuwe initiatieven, zoals Fermette.be, waar lokale boeren een platform krijgen. De traditionele winkels moeten oplossingen zoeken."
Volgens Vanhaverbeke is het een trend die zich al een tijdje doorzet, en Fermette.be is maar een van de vele voorbeelden. Denk daarnaast maar aan HelloFresh, koerierdiensten of Bpost, dat met de dienst Combo boodschappen aan huis levert. "Stuk voor stuk initiatieven die vraag en aanbod verstoren", zegt hij. "Concepten als HelloFresh spreken de consument geweldig aan. Je krijgt in het begin van de week verse producten, zonder dat je daarbij moet nadenken." Daarnaast bieden bedrijven hun medewerkers meer en meer comfortdiensten aan. "Het blijft niet langer bij een strijkdienst of een kinderoppas", zegt Vanhaverbeke. "Sommige bedrijven hebben ook een boodschappendienst. Als je je boodschappen om 17 uur kunt laten leveren op je werk, hoef je niet meer naar de winkel en kan je meteen naar huis."
Dat de supermarkten zich moeten aanpassen, lijkt vast te staan. Hoe ze dat moeten doen, is een kwestie van 'trial and error'. Met tal van nieuwe initiatieven dingen ze naar de gunst van de consument. Met Cru speelt Colruyt in op de vraag naar authentieke, verse producten. Carrefour experimenteert met een 'slimme koelkast', die een product aan een boodschappenlijstje toevoegt wanneer het bijna op is. Maar bij elk van die projecten is het de klant die het eindoordeel velt.
Jorg Snoeck ziet nog een andere dreiging voor de supermarkten. "In noordelijke landen als Zweden, Denemarken, Nederland en het Verenigd Koninkrijk ontstaat er nieuwe trend: crowd food", zegt hij. "In Scandinavië zie je de mensen bijvoorbeeld aanschuiven aan stadstuintjes, waar ze voor elkaar groenten kweken en ruilen. Daarnaast bestaan er platformen waarbij hobbykoks thuis voor elkaar koken." In België zijn we op dat vlak geen trendsetter, maar een volger, zegt Snoeck. "Als je naar het noorden kijkt, zie je daar allerlei nieuwe vormen ontstaan en druppelsgewijs komen die ook naar ons. Niet alleen nieuwe retailers vormen dus concurrentie, maar ook de consumenten, en dat kan een grote bedreiging vormen.
Toch zijn de twee het erover eens dat er ook in de toekomst nog plaats zal zijn voor fysieke winkels. "Maar of we nog een supermarkt nodig zullen hebben zoals we hem nu kennen, is een open vraag", zegt Snoeck. "Wellicht zal de supermarkt van de toekomst minder inspelen op verkoop en meer en meer op services." Vanhaverbeke gelooft sterk in een concept van een supermarkt als totaalervaring. "Ik stap de winkel binnen, die vol schermen hangt. Ik doe mijn bestelling en terwijl die wordt klaargemaakt, laat ik mijn haar knippen, lees ik een tijdschrift op een scherm en proef ik nieuwe producten. De supermarkt waar je met een caddy in rondloopt, is volgens mij op heel lange termijn ten dode opgeschreven."

Bron: De Morgen

Beeld: Wikimedia Commons - lyzadanger

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