

Super de Boer presenteert nieuwe producten en concepten

Super de Boer heeft voor de derde keer de Najaarsbeurs gehouden. Deze beurs is bedoeld voor zowel ondernemers en filiaalhouders als medewerkers van Super de Boer-supermarkten. Tijdens dit evenement konden bezoekers kennismaken met nieuwe producten en concepten die in de supermarkten terug zullen komen.



Op de Najaarsbeurs van Super de Boer konden bezoekers kennismaken met nieuwe producten en concepten. Daarbij kunnen workshops worden gevolgd, zoals wijnproeven met Harold Hamersma.

De supermarktorganisatie stuurt driehonderd eigen supermarkten en ongeveer vijftig leveranciers een uitnodiging voor de tweedaagse najaarsbeurs die op 30 september en 1 oktober in Bemmelen plaatsvond. "Op verzoek van de bezoekers die de beurs vorig jaar bezochten, is er nu meer aandacht besteed aan de kerstsfeer op de beurs", vertelt woordvoerder Carien de Bas. "Vorig jaar was het thema Refresh II. Dit jaar stond de beurs in het teken van 'Samen werken aan de Winkel' waarbij de winkeliers veel konden zien, proeven en ruiken. Daarbij kunnen verschillende workshops worden gevolgd." De veiling, waar de beurs van 2400 m² was opgebouwd, was daarom opgesierd met kerstbomen en serveersterters in kerstoutfits. Maar de beurs was er

vooral om medewerkers te inspireren. De Bas: "We wilden laten zien wat we hebben ontwikkeld en wat er nog op stapel staat".

Ontwikkeling

Volgens organisator Ted van der Lee hebben ongeveer 1800 mensen de beurs bezocht. Topman Jan Brouwer is daarom tevreden. "De mensen waren heel enthousiast. We zijn erg tevreden met de opkomst."

Bezoekers konden innovaties in het productassortiment bekijken en proeven. Daarbij konden workshops worden gevolgd. Zo probeerde Harold Hamersma de wijn bij de deelnemers aan de workshop meer te laten leven.

In het huismerk van Super de Boer is een forse ontwikkeling gaan-

de, vertelde formulemanager Wim Junte. "We voegen dit jaar tweehonderd producten toe onder het merk Super de Boer, Superieur en Voordeelverpakkingen. Het IFB-merk bouwen we langzaam om naar fancy-labels met meerdere merken. We waren niet tevreden over de verpakking van het c-merk."

Superieur

Vooraf aan het Superieur-merk is gewerkt. Vorig jaar lagen 180 artikelen onder dit merk in de schappen, dit jaar zijn daarvan bijna zeventig producten gesaneerd en 55 nieuwe producten toegevoegd. Super de Boer is een samenwerkingsverband aangaan met chef-kok Marco Poldervaart. Poldervaart heeft de producten die onder het huismerk Superieur in de

winkel lagen, onder de loep genomen en ontwikkelde daarnaast vier nieuwe culinaire sauzen. “De meeste sauzen in de supermarkt smaken niet naar hetgeen er in zit”, vertelde de chef-kok op de beurs. “De sauzen die ik heb gemaakt voor Super de Boer zijn uniek. Ze zijn lekker en het zijn ook nog een eerlijke sauzen, omdat er geen conserveringsmiddelen zijn gebruikt.”

Naast de sauzen zijn diverse diepvriesartikelen aan het assortiment toegevoegd, zoals luxe desserttaartjes en borrelhapjes. Het meest in het oogspringende product is een kalkoen. In de verpakking zit niet alleen een hele kalkoen, ook aan de vulling en een oventhermometer is gedacht.

Biologisch

In het vleesschap zijn nog meer nieuwe producten te vinden. Een complete toplijn Iers rundvlees, zoals Rumpsteak, wordt komende week in het assortiment opgenomen. Het vlees is van goede kwaliteit en komt van het Hereford-runderras, deze runderen lopen bijna het hele jaar buiten. Daarnaast heeft Super de Boer het logo voor biologische producten aangepast. “Onze biologische producten waren niet herkenbaar”, aldus De Bas. “We hebben een nieuw logo in Super de Boer-stijl ontwikkeld, zodat de artikelen beter zichtbaar zijn voor de klant.” De supermarktorganisatie geeft biologische producten met de nieuwe lijn een prominente plaats in de winkel.

Tevens schenkt de supermarktorganisatie extra aandacht aan voordeelverpakkingen. “Naast kleine varianten staan er in de winkel grote verpakkingen”, zegt Junte. “Het prijsverschil is minimaal 10% en de kwaliteit is hetzelfde.” Deze producten zijn op de vleesafdeling te vinden, maar ook voordeelverpakkingen rijst staan in de schappen.

Plukbrood

In de internationale straat van Super de Boer-supermarkten is ook het een en ander aangepast. De straat met internationale producten bestond voornamelijk uit rijst en deegwaren. Een meter deegwaren kan optioneel worden ingeruild voor Indiase, Thaise, Chinese en Spaanse producten. Per winkel wordt gekeken naar een voor de handliggende indeling.

Dit concept zal binnen een maand zijn uitgerold. Super de Boer zet hiermee meer in op lokale wensen. In bepaalde winkels kan het assortiment Turks, mediterrane en Surinaams worden uitgebreid om in de lokale vraag te voorzien.

Gebak kan tegenwoordig via het internet of in de winkels worden besteld. De verpakkingen zijn compleet gerestyled. De producten zijn volledig zichtbaar in de plastic verpakking en voorzien van een nieuw etiket. Daarbij ligt tegen het einde van het jaar plukbrood met gegrilde knoflook en rozemarijn en een gevlochten vruchtenstol met rozijnen en gele room in de winkels. Het laatste product is bij de warme bakker niet te koop. De vruchtenstol wordt diverse keren ingeknipt en gevouwen. Door de hoge arbeidsintensiviteit zijn de stollen verkrijgbaar in een beperkte oplage van drieduizend stuks.

Poort

Naast het nieuwe eindejaarsassortiment werden ook nieuwe concepten binnen Refresh II getoond. Zo is er speciaal voor de kleinere winkels een aangepast agf-meubel geïntroduceerd. Doordat het meubel twee lagen bevat, kunnen ook de winkels met een beperkt vvo een groot assortiment kwijt. Daarnaast is het meubel geheel demontabel en kunnen koelelementen gemakkelijk worden geïntegreerd. De nieuwe agf-meubels worden vanaf het najaar geïntroduceerd bij nieuw te openen winkels.

Binnen het Refresh II-concept is het verseiland een van de grootste speerpunten. Vanwege de beperkte ruimte in de kleinere winkels, heeft Super de Boer een verseiland ontworpen met een poort erin. Door de poort is het mogelijk om gebruik te maken van flexibele bezetting op de versafdelingen. Op deze wijze zijn zowel de broodafdeling als de vleeswaren- en kaasafdeling beter benaderbaar voor medewerkers, zodat productiviteit en efficiency verbetert.

Ook wat betreft signing op de wijnafdeling lanceerde Super de Boer een nieuw concept. Klanten kunnen zo gemakkelijker op basis van het land van herkomst of het segment een keuze maken. Mede door een vernieuwde productpresentatie inclusief verspringende planken, wordt een beter onderscheid in het wijnassorti-



Tijdens de Najaarsbeurs van Super de Boer werden de nieuwe concepten en producten gepresenteerd.