

AAN ZICHZELF TE WIJTEN

Nederland is weer een formule rijker.

Dat het een allochtonenformule betreft, is niet verbazingwekkend. Zolang de bestaande organisaties niet binnen hun eigen gelederen iets lanceren, valt er op



autochtoon vlak weinig te verwachten. Na een jarenlange ontwikkeling zag enkele weken geleden Waikiki voor het eerste het daglicht. Volgende maand kunnen we Multisuper begroeten aan het firmament. De ambities van de organisatie zijn niet van de lucht. Eind volgend jaar zijn er tweehonderd winkels onder die naam, volgens de initiatiefnemers. Geen sinecure. Met dat aantal zou de formule veel bekende en al jarenlang acterende organisaties het nakijken geven. Op het gebied van omzet zal dit nog wel meevallen. Multisuper richt zich op de allerkleinste winkeltjes. Maar wie het kleine niet eert...

Albert Heijn is een organisatie die groot is geworden door de kleintjes te eren. En hoewel de organisatie allesbehalve klein is, is vorige week ook nog eens het startschot gegeven om volgas het Doorbraak-concept uit te rollen. Een operatie die op de concurrentie wellicht net zo'n grote impact heeft als vijf rondes prijsverlagingen. De gemiddelde omzetstijging van de Doorbraak-winkels bedraagt ruim 10% en daar gaan nog veel supermarkten last van krijgen. Maar goed, de concurrentie is al meer dan een jaar gewaarschuwd. Dus iedereen die de boot ingaat doordat een Albert Heijn om de hoek doorbreekt, heeft dat aan zichzelf te wijten. Er breken weer zware tijden aan voor niet-blauwe ondernemers. En velen van hen zouden willen dat ze een kleine buurtsuper hadden. Een winkel met een duidelijke functie en een leven zonder minmarges. Misschien hebben ze bij Multisuper nog een plekje over.

René de Wit