

EEN REGELRECHTE SCHANDE

Het Algemeen Dagblad is weer eens als een olifant door een porseleinkast geden- derd. Dit keer was het voor ons retailers al- leen stuk minder ver- makelijk, aangezien het nu de levensmid- delenbranche was die zwaar onder vuur lag. We verkopen bedorven vis en de aankoop van groente en fruit blijft ook een gok voor de consument. En dat met ge- middelde marges van 50%. We moeten ons de ogen uit de kop schamen en met een papieren zak over het hoofd naar onze werkplek togen. Of toch niet? Marc Jansen hoofd, consument & kwaliteit van het CBL speelt de bal terug naar het AD en noemt de test een regelrechte schande. In deze uitgave van Supermarkt Actueel stelt hij dat het onderzoek niet strookt met de praktijk: "Wij krijgen dagelijks vier miljoen consumenten over de vloer. Gezien de uitslagen van de test zou het klachten moeten regenen". De soep wordt weer eens niet zo heet gegeten als hij wordt opgediend.



Relativeren en met beide benen op de grond staan is een groot goed. Zeker in onze branche. Een van de beste voorbeelden daar- van is Leen Hoogvliet. Hoewel hij van zichzelf zegt dat hij niet altijd de gemakkelijkste is, is hij een baken van rust en een voorbeeld voor velen in de branche. En hij is eerlijk en op- recht. Een kwaliteit die lang niet iedereen be- zit. Zo noemt hij het beestje bij zijn naam en vindt bijvoorbeeld de huidige consolidatieslag pure onzin. Een teken van zwakte door niet uit eigen kracht te kunnen groeien. Nou, die zit. Weet iedereen gelijk waar hij aan toe is. Over groei hebben ze bij Hoogvliet niet te kla- gen, zo blijkt uit de geschiedenis van de for- mule. Waar ze ook niet over te klagen hebben, is de tomeloze inzet van de oprichter. Naar ei- gen zeggen wordt hij 200 jaar oud. Dan moet Albert Heijn nog op gaan passen.

René de Wit