

INNOVATIEVE IDEEËN EN CONCEPTEN

Makro als de beste supermarkt van Nederland. Godzijdank is dat ondenkbaar. In België denken ze daar heel anders over. Daar is Colruyt verkozen tot de beste winkelketen en zelfs tot de beste supermarkt. Onbegrijpelijk dat een winkel als beste uit de bus komt waar kippengaas als afrastering dient, de vloer geplaveid is met asfalt en waar je je boodschappen verzamelt op een groothandelskar. De consument wordt er niet doorheen geleid aan de hand van bordjes met productgroepen, maar door witgekalkte pijlen op de vloer. En je zult maar rietjes nodig hebben. Minimale afname 500 stuks. Hoezo klantvriendelijk? Hoezo supermarkt? Onze zuiderburen hebben zo'n hoge pet op van Colruyt dat ze zich geen betere winkel kunnen voorstellen. Gezien het winkelbeeld van de gemiddelde supermarkt aldaar is het enigszins voor te stellen. Maar ik ken toch heel wat Delhaizes die er beter uitzien.



Of Jan Linders ooit de verkiezing van beste supermarkt van Nederland zal winnen, is nog maar de vraag. Maar in Nieuw-Bergen, is men wel heel innovatief. In het jongste filiaal in Arnhem presenteerde de formule de eerste CO²-koeling van Nederland. Een tweede innovatie, het zelf uitprinten van postzegels op de winkelvloer, kon door technische tegenslag nog niet gelanceerd worden. Een tegenvaller voor de formule, zeker gezien het feit dat de introductie tot na de feestdagen is uitgesteld. Het lijkt er op dat Jan Linders de rol van innovatieve, regionale supermarktketen over heeft genomen van Hoogvliet. In Alphen aan den Rijn werd jarenlang de toon gezet door zeer innovatieve ideeën en concepten. Die bron lijkt voorlopig opgedroogd. De kleine jongens moeten niet de groten nadoen, maar onderscheidend te werk gaan. Dat hebben ze vooralsnog bij Jan Linders goed begrepen.