



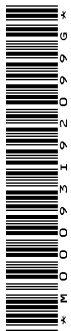
JAN LINDERS HEE



Tekst: Joep Meijsen

SLIGRO-KETEN GRIJPT EERSTE PLAATS IN BROOD EN VLEES

Jan Linders is voor de eigen klanten nog altijd de nummer één in vers. Voor het vierde jaar op rij eindigt de Limburgse keten op de eerste plaats van het Versrapport van GfK en Foodmagazine. **Emté rukt echter op. De formule uit Veghel is al de nummer één in brood en vlees**, alleen een teleurstellende prestatie in groente en fruit houdt de Sligro-formule van de eerste plek af. ➔



RST, EMTÉ RUKT OP

DE vlag kan opnieuw uit in Nieuw-Bergen. De teksten op de vrachtwagens van de keten en de signing in de winkels hoeven niet te worden aangepast. Jan Linders eindigt voor het vierde jaar op rij als de nummer één in het Versrapport van GfK en Foodmagazine. De aanval van AH XL die vorig jaar leek te zijn ingezet, het verschil bedroeg uiteindelijk slechts 0,01 punt, is afgeslagen.

De positie van Jan Linders is echter zeker niet onbedreigd. Nieuwe uitdager is Emté. De supermarktformule van Sligro krijgt van de eigen klanten een gouden medaille voor de de afdelingen brood en vlees, maar stelt diezelfde klanten blijkbaar teleur in groente en fruit. Met het rapportcijfer 7,00 eindigt Emté in agf op de veertiende plaats, wat neerkomt op een plek in de grijze middenmoot.

Het verschil in de waardering voor de versafdelingen van Emté is opvallend. GfK meet per versgroep de waardering voor aanbiedingen, lage prijzen, kwaliteit/versheid en ruime keuze. Waar in vlees en brood louter plusjes te zien zijn, doet Emté het in groente en fruit in drie van de vier aspecten juist minder dan vorig jaar. Werk aan de winkel dus in Veghel.

Als de initiële vreugdedans in Nieuw-Bergen voorbij is, zijn er op detailniveau ook best zorgen voor Jan Linders. In geen van de drie gemeten versgroepen is Linders nog de nummer één. De nummer-éénpositie in brood moet de formule afstaan aan Emté, terwijl het algemene rapportcijfer uitkomt op 7,36, tegen 7,39 vorig jaar.

Lidl

Toen Lidl in 2010 voor het eerst de eerste plek pakte in groente en fruit, was dat een verrassing. Dit jaar is het de vierde keer dat de van oorsprong Duitse discounter als nummer één uit de bus komt en dat zorgt voor steeds meer irritatie in de branche. Lidl verbetert zich zelfs nog in agf.

Nettorama is voor de vijfde keer op rij de nummer twee.

Spar blijft ook in deze editie de nummer laatst van de ranglijst, al is het verschil met de nummer voorlaatst Aldi wel kleiner geworden. Spar doet het behoorlijk beter in vlees en groente en fruit, maar dat is dus niet genoeg om de laatste plek weer over te laten aan Aldi. Een serviceformule als Coop zal ook niet erg te spreken zijn over de 21e plaats op de lijst die in totaal 23 ketens telt. C1000 keldert uit de top-10 en is de grootste daler op de ranglijst.

Consumenten zijn steeds tevredener over de versafdelingen van hun supermarkt. De gemiddelde vleesafdeling krijgt het rapportcijfer 7,18 (7,08 in 2012), de broodafdeling 7,14 (7,06) en 7,10 (7,06) voor groente en fruit. Voor al deze afdelingen is dat een record. Daarbij valt op dat de waardering voor aanbiedingen en lage prijzen in vlees steeds hoger wordt, ondanks de campagnes van organisaties als Wakker Dier.

1. JAN LINDERS ► VIER OP EEN RIJ

Jan Linders wint voor de vierde keer op rij, maar is deze keer in geen van de drie versgroepen de beste. Maar de tweede plaats in brood, de derde plek in vlees en de vierde positie in groente en fruit zijn genoeg voor de eerste plek in het algemeen klassement. Het is uiteindelijk een allroundkampioenschap, geen titelstrijd op individuele afstanden. Het rapportcijfer (7,36) was vorig jaar echter niet genoeg geweest voor de eerste plek. Linders doet het beter op het aspect ruime keus in vlees. Maar de broodafdeling verliest zijn eerste plek van vorig jaar door lagere waardering voor aanbiedingen, lage prijzen en kwaliteit/versheid. Bij agf valt de waardering voor aanbiedingen terug. Reden genoeg om nieuwsgierig te blijven naar het Versrapport van volgend jaar. Kan Linders er vijf op een rij van maken?

2. EMTÉ ► NIEUWE UITDAGER

Emté zit Jan Linders op de hielen. Voor het tweede jaar op rij maakt de formule van Sligro een sprong vooruit. Het totale rapportcijfer stijgt van 7,21 vorig jaar naar 7,33 nu. De versaanpak, waarbij meer wordt samengewerkt met de groothandels van Sligro, en de televisiecampagne rond onderscheidend assortiment lijken hun vruchten af te werpen. Emté verbetert zich op alle punten in vlees en in brood. Een knappe prestatie. Het levert twee eerste plaatsen op. Vreemd is dan ook dat de keten in groente en fruit op zijn best als een middenmoter kan worden omschreven. Waar klanten het prijsniveau en de acties in vlees en brood hoogst waarderen, is daar bij groente en fruit geen sprake van. Maar de titel van Beste Verssupermarkt van Nederland ligt voor het grijpen als Emté komend jaar in agf stappen weet te maken.

3. AH XL ► TERUGVAL

AH XL wordt sinds 2009 apart van Albert Heijn supermarkten gemeten en eindigde direct als nummer één, terwijl de keten daarna drie keer op de tweede plaats eindigde. De daling naar de derde plek in 2013 is dus de slechtste uitslag ooit voor AH XL. Het verschil met de nummer één is slechts gegroeid van 0,01 naar 0,08, dus feitelijk valt de schade wel mee. Toch zal men in Zaandam niet heel blij zijn met de lagere waarderingen voor aanbiedingen in vlees en agf en het lagere rapportcijfer voor kwaliteit/versheid in vlees en brood.

4. BONI ► STILLE STIJGER

Vorig jaar schoot Boni omhoog op de ranglijst en dit jaar zet de keten de progressie dusdanig door dat een plek op het podium lonkt. Dat zou voor het eerst zijn sinds 2007 voor de keten die grotendeels in de anonimiteit opereert. Klanten waarderen de aanbiedingen in vlees en brood hoger en zijn meer tevreden over de ruime keuze in groente en fruit en brood. In groente en fruit gaat Boni zelfs zo vooruit dat de keten stijgt naar de derde plaats. De afstand op de totale ranglijst met AH XL is bovendien nu nog maar minimaal.

5/6. JUMBO ► VOORUITGANG

Jumbo was in 2007 nog de nummer één in het Versrapport. Afgelopen jaar dreigde de formule uit de top-10 te zakken, maar dit jaar stelt Jumbo orde op zaken. Wellicht dat de vele voormalige Super de Boer-klianten beginnen te wennen aan de formule. Vooral in vlees maakt Jumbo een sprongetje vooruit, zowel in aanbiedingen, lage prijzen als kwaliteit/versheid. Ook bij groente en fruit gaat de keten erop vooruit in kwaliteit/versheid. Jumbo staat nu hoger op de ranglijst dan het overgenomen C1000 en rivaal Albert Heijn.

5/6. POIESZ ► SUPERSTIP

De noorderlingen van Poiesz stormen de top-10 binnen. De keten heeft zich vooral verbeterd in brood, maar scoort ook in de andere versgroepen beter. Vooral het prijsimago in vers lijkt zich in een jaar tijd flink verbeterd te hebben. In 2004 en 2005 was Poiesz de winnaar van het Versrapport en de keten meldt zich nu dus weer terug in de top.

7/8. LIDL ► BLIJVERTJE

Het marktaandeel van Lidl stijgt al jaren explosief en dat heeft de keten voor een deel te danken aan het goede versimago bij de eigen klanten. Het positioneert de prijsvechter niet als de grote concurrent van Aldi, maar van de hele supermarktbranche. De keten handhaaft zich dit jaar makkelijk in de top-10 en doet weer stapjes vooruit in de waardering voor de aanbiedingen in groente en fruit en aanbiedingen. In groente en fruit is Lidl wederom de nummer één, maar ondanks de uitbouw van het nieuwe bakkerijconcept wil de broodafdeling maar niet loskomen uit de onderste regionen van de ranglijst. De waardering voor de ruime keuze stijgt wel in brood, dus het is niet ondenkbaar dat de prijsvechter komend jaar in dit segment verdere stappen gaat maken.

7/8. MCD ► REUZESPRONG

MCD is een grote winnaar in deze editie van het Versrapport met een stijging van de zeventiende naar de zevende plek. Vooral de broodafdeling doet het fors beter, terwijl ook in de andere groepen stapjes vooruit worden gezet. MCD heeft wel een relatief gering aantal waarderingen, wat fluctuaties op de ranglijst in de hand werkt.

9. NETTORAMA ► STAPPEN

Nettorama is traditioneel vooral een verkoper van kruidenierswaren, maar besteedt de laatste jaren steeds meer aandacht aan vers. Prijs blijft daarbij een belangrijke factor. In alle drie de gemeten versgroepen krijgt Nettorama een hoger rapportcijfer voor aanbiedingen. In groente en fruit opnieuw de tweede plaats. Het gat met Lidl wordt iets kleiner, maar vooral in kwaliteit/versheid zijn de klanten van Lidl nog meer tevreden dan die van Nettorama.

10. AH SUPERS ► OOK ACHTERUIT

Twee jaar geleden stond Albert Heijn nog met zowel de reguliere winkels als de XL-vestigingen op het podium. Vorig jaar daalden de AH-supermarkten al een beetje en nu dreigen ze zelfs uit de top-10 weg te vallen. Op zich gaat het rapportcijfer niet eens zover achteruit, maar veel andere supermarkketens weten zich juist te verbeteren, waardoor AH zakt op de ranglijst. Beste deelscore is een achtste plek in groente en fruit.

11. PLUS

Lage prijzen blijven in alle versgroepen een probleem.

12. DEEN

Klanten waarderen ruime keuze in vlees en brood lager.

13/14 HOOGVLIET

Gaat flink vooruit in vlees, maar dat is niet genoeg om weg te komen uit de middenmoot.

13/14 C1000

In het Zomerrapport van GfK/Foodmagazine werd nog de conclusie getrokken dat de formule fier overeind bleef. Dat was vooral te danken aan flink hogere waarderingen voor acties. In vers tuimelt C1000 de top-10 uit. Dat klinkt dramatischer dan het is, want de keten krijgt nog altijd een dikke 7 van de eigen klanten. Maar in aanbiedingen en kwaliteit/versheid in groente en fruit en in lage prijzen van het brood doet C1000 toch een stapje achteruit.

15/16. SUPERCOOP

Doet het een stuk beter in vlees, maar verliest wat op aanbiedingen en kwaliteit/versheid in brood.

15/16. DEKAMARKT

Stijging op de ranglijst vooral door verbetering op alle aspecten in brood en in aanbiedingen en kwaliteit/versheid in vlees.

17. BAS VAN DER HEIJDEN

Bas scoort in alle gemeten versgroepen beter, maar vooral in brood is de waardering flink hoger. De zesjes van voorheen zijn omgezet in dikke zevens en een zesde plaats in het deelklassement. Vooral in ruime keuze en kwaliteit/versheid geven de klanten van Bas een flink hoger rapportcijfer.

18. VOMAR

Bijna op alle aspecten gaat Vomar erop vooruit. De ruime 6 van vorig jaar is omgezet in een 7 en daarmee komt de middenmoot in zicht.

19 DIRK VAN DEN BROEK

De positieve ontwikkeling bij Bas vertaalt zich niet naar een soortgelijke sprong bij de zusterketen.

20. DIGROS ► ZIE DIRK

21. COOP

De klanten van Coop zijn niet te spreken over de versafdelingen. Het versimago van de keten behoort in alle drie de gemeten versgroepen tot de laagst gewaardeerde en dat is een servicesupermarkt als Coop onwaardig. De keten verbetert zich in aanbiedingen en kwaliteit/versheid in vlees en groente en fruit. In alle versgroepen is het rapportcijfer voor lage prijzen echter gedaald.

22. ALDI

Het versimago van Aldi is de laatste jaren verbeterd maar die ontwikkeling zet dit jaar niet door.

23. SPAR

De klanten van Spar waarderen vlees een stuk hoger, ook in groente en fruit gaat de keten er voor een deel op vooruit, maar in brood levert Spar die winst weer in. Klanten zijn vooral niet tevreden over het prijsniveau, terwijl ook de ruime keuze ze niet echt kan bekoren. ■

TOP 5 GROENTE EN FRUIT

1	Lidl	7,52
2	Nettorama	7,49
3	Boni	7,34
4	Jan Linders	7,30
5	AH XL	7,24

TOP 5 VLEES

1	Emté	7,54
2	AH XL	7,37
3	Jan Linders	7,33
4	Jumbo	7,31
5	Boni	7,26
5	C1000	7,26

TOP 5 BROOD

1	Emté	7,45
2	Jan Linders	7,44
3	MCD	7,42
4	Plus	7,36
5	Poiesz	7,27

VERSRAPPORT 2013

ranking		formule	rapportcijfer	
2013	2012		2013	2012
1	1	Jan Linders	7,36	7,39
2	3/4	Emté	7,33	7,21
3	2	AH XL	7,28	7,38
4	5/6	Boni	7,26	7,20
5/6	9/10	Jumbo	7,23	7,15
5/6	11	Poiesz	7,23	7,14
7/8	7/8	Lidl	7,21	7,19
7/8	17	MCD	7,21	7,01
9	12	Nettorama	7,20	7,12
10	5/6	AH-supermarkten	7,17	7,20
11	9/10	Plus	7,15	7,15
12	7/8	Deen	7,14	7,19
13/14	3/4	C1000	7,12	7,21
13/14	13	Hoogvliet	7,12	7,11
15/16	14	Supercoop	7,11	7,04
15/16	18	Dekamarkt	7,11	6,97
17	20/21	Bas van der Heijden	7,10	6,87
18	19	Vomar	7,06	6,92
19	15	Dirk van den Broek	7,01	7,03
20	16	Digros	6,99	7,02
21	20/21	Coop	6,79	6,87
22	22	Aldi	6,68	6,72
23	23	Spar	6,56	6,49
totaal supermarkten			7,14	7,08

Bron: GfK Versrapport 2013



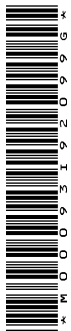
Lidl is niet alleen wederom de nummer één in agf. De prijsvechter weet het rapportcijfer zelfs opnieuw op te voeren.



Poiesz stormt de top-10 binnen. De keten heeft zich vooral verbeterd in brood.



Nettorama scoort in alle versgroepen beter op prijs, maar moet in agf nog altijd Lidl voor zich dulden.





C1000 tuimelt niet alleen van het podium af, maar valt zelfs helemaal de top-10 uit.



Klanten van Coop geven de versafdelingen bijna unaniem een negatief oordeel, met als resultaat de 21e plaats in het Versrapport.

FOTO: TON KASTERMANS

