

# Levensmiddelen Krant

Week 5, nummer 2  
1 februari 2013

Kijk ook op [levensmiddelenkrant.nl](http://levensmiddelenkrant.nl) & Vaknet-TV

24<sup>e</sup> Jaargang

HET MEEST GELEZEN VAKBLAD IN DE BRANCHE

## Aldi en Lidl verlagen prijzen

NIEUWVEEN - Harddiscounters Aldi en Lidl houden elkaars acties goed in de gaten. Lidl verlaagde vorige week de prijs van haar sixpack vitaminewater blijvend van 2,19 naar 1,99 euro. Aldi doet nu exact hetzelfde bij haar Top Aqua vitaminewater. Ook de koffiepads worden bij beide formules evenveel goedkoper. Lidl biedt 36 koffiepads onder het merk Bellarom aan voor 1,99, Aldi zet haar Morenopads nu voor dezelfde prijs in de schappen.

## AH lanceert Keukenmini's

ZAANDAM - De nieuwe campagne van Albert Heijn borduurt voort op het succes van de vorige actie - het winkeltje - en wordt afgetrapt met de lancering van een speciale Allerhande voor kinderen, een kartonnen keukentje en 50 Keukenmini's. Online zijn veel extra's te vinden, zoals de 'garde beat': een beat die kids precies in het juiste tempo een beslag laat kloppen en begeleidende kookvideo's die de kinderen helpen om de gerechten zelf te bereiden.

## Condiestelsel Jumbo is rond

VEGHEL - Jumbo heeft een akkoord bereikt met de ondernemersvereniging over een nieuw condiestelsel. Onderhandelingen tussen de directie, de ondernemers van Jumbo en C1000 en enkele adviseurs hebben geleid tot een mondeling besluit. De details van dit akkoord worden nu verder uitgewerkt, vervolgens wordt het in de loop van februari voorgesteld aan de ledenvergadering van de Ondernemers Vereniging Jumbo (OVJ). Jumbo gaat niet in op vragen over de inhoud van het stelsel.

## Meer toezicht op oneerlijke handel

DEN HAAG - Het burgerlijk recht en de Mededingingswet zijn in de praktijk niet toereikend om oneerlijke handelspraktijken in de markt tegen te gaan. Er is een onderlinge gedragscode nodig en een onafhankelijke toezichthouder. Dat concludeert het onderzoeksbureau SEO. Het ministerie van Economische Zaken zei eerder al mee te willen werken aan de totstandkoming van een gedragscode Eerlijke Handelspraktijken tussen leveranciers van levensmiddelen en supermarkten. Dit gebeurde naar aanleiding van de beruchte kortingsbrief van Albert Heijn.



### Reportage

DekaMarkt scoort met verse pizza's  
*Handel 5*



### Assortiment

PLUS heeft primeur Groentefriet  
*Assortiment 13*



### Logistiek

'Miljoenen te besparen op laden en lossen'  
*Logistiek 15*

## Troonswisseling inzet van superacties

Koninklijke De Ruijter herhaalt voor inhuldiging succesnummer uit 1980

**HANDEL** Peter Smit  
**NIEUWVEEN - In de weken voor de deze week aangekondigde troonswisseling op 30 april zal in de supermarkten een waar oranjebal losbarsten. Marktkenner zijn echter voorzichtig over de omzetplus die daaruit kan voortvloeien.**

Bij fabrikanten als De Ruijter, Fortuin Dockum en FrieslandCampina wordt sinds de bekendmaking van de troonswisseling hard gewerkt aan een originele aanhaker op de troonswisseling. De Ruijter en Wilhelmina Pepermunt komen met een speciaal bewaarblik, Mona met een koninklijk toetje.

Erik Hemmes, retailadviseur van Trade Marketing Services, kan zich nog herinneren dat het oranje hagelblik bij de vorige troonswisseling in 1980 een enorme hit was. Destijds was hij category manager bij Albert Heijn. "Ik heb toen bij De Ruijter moeten smeken om nog een paar honderdduizend blikjes oranje hagel. Ze waren niet aan te slepen."

Volgens Hemmes biedt de troonswisseling voor fabrikanten en supermarkten een ideaal inhaakmoment. "Een reden om een hele grote omzetplus te verwachten, zie ik niet. Het is hetzelfde als met een WK voetbal. Bepaalde producten als gebak en koek zul je meer verkopen, maar in andere categorieën ver-

wacht ik een verschuiving van regulier assortiment naar speciale oranje producten. Het zal rond 30 april vooral draaien om de vraag wie de leukste en aantrekkelijkste actie heeft. Het totale actievolumen is momenteel al zo hoog dat daar eigenlijk niks meer bij kan."

Onderzoeksdirecteur Joop Holla van GfK beschikt niet over historische supermarktdata uit 1980. Met

een slag om de arm durft hij wel een voorspelling te doen. "Mijn gevoel zegt echter dat er wellicht meer extra omzet in zit dan rond het WK van 2010 toen de verkoopplus 50 miljoen euro bedroeg. Het is wel sterk afhankelijk waar fabrikanten en supers mee gaan komen. Premium producten die dienen als aandenken zullen het vermoedelijk goed doen. Een mooi gevuld koek-

blik levert dan ook extra omzet op in vergelijking met een gewoon pak koekjes."

Privatelabelexpert Koen de Jong van IPLC verwacht dat supermarkten het zelf vooral in kort houdbare producten zullen zoeken rond 30 april. "Het risico van voorraadvorming is dan veel kleiner en producten zijn sneller weer bij te produceren." PAGINA 3



FOTO: ANNE VAN DER WOUDE

## AttentPlus gaat over naar Superrr

WIRDUM - Zorgorganisatie Support & Co bouwt haar AttentPlus-supermarkten om naar de nieuwe formule Superrr. De winkels krijgen andere signing en de medewerkers moderne bedrijfskleding. De drie r'en in de formulenaam staan voor retail, relatie en re-integratie, verklaart Jan van der Meer, directeur van Support & Co. De eerste winkel met de nieuwe look staat in Wirdum. Het welbekende groen en rood van AttentPlus is verdwenen, de gevel en signing is grijs en oranje. De winkel biedt meer ruimte aan lokale producten. Spar blijft leverancier van Superrr.

MEER SUPERRR OP PAGINA 3

Gemaksformule wil beter aansluiten op kanaalspecifieke wensen

## Ahold zet Albert Heijn to go apart in eigen organisatie

**HANDEL** Joost Agterhoek  
**AMSTERDAM - AH to go wordt een apart organisatieonderdeel binnen Ahold. Het retailconcern wil gericht werken aan de gemaksformule om beter aan te sluiten op de wensen van de klant.**

In het afgelopen jaar is Ahold al gestart met het inrichten van de eigen AH to go-organisatie. Woordvoerder van Ahold Anoesjka Aspeslagh zegt

dat Ahold een groeiambitie heeft en dit onder meer wil bereiken door het aanbod te verbreden en dit op verschillende manieren aan te bieden. "Albert Heijn to go onderscheidt zich door een geheel eigen aanbod en focus op klanten die onderweg zijn. Door gericht te werken aan de AH to go-formule kunnen we nog beter aan de wensen van onze klanten voldoen", zegt Aspeslagh.

Saskia Egas Reparaz is en blijft

directeur van Albert Heijn to go Nederland. In Duitsland moet AH to go in een jaar tijd groeien naar tien winkels. Op dit moment zijn er drie stadswinkels in Essen, Aken en Düsseldorf te vinden.

Dat AH to go Nederland nu formeel een aparte organisatie wordt, heeft

echter niets te maken met de plannen in Duitsland, zegt Aspeslagh. Ahold is wel bezig met het aanscherpen van de Duitse gemakshops. De openingstijden van de drie shops zijn kort geleden aangepast aan de lokale situatie. De winkels openen en sluiten een uur later.



Ahold is in het afgelopen jaar al begonnen met het inrichten van de eigen AH to go-organisatie. Het concern wil gericht werken om klanten beter aan te spreken.

De helpende hand om waarde toe te voegen aan de categorie

Kijk op pagina 6

# Bezuiniging werkt Superrr in de hand

Support & Co gaat met vertrouwen nieuwe jaar in

**FORMULES** Joost Agterhoek

**WIRDUM - Zorgorganisatie Support & Co verwacht veel goeds van het nieuwe jaar. Haar AttentPlus-winkels hebben met Superrr een nieuw formulebeeld en verschuivingen in de zorg leveren meer werk op. "Dit jaar biedt ons veel perspectief."**

In samenspraak met Spar krijgen alle AttentPlus-winkels dit jaar de ombouw naar de Superrr-formule, inclusief signing en bedrijfskleding. Bij de winkels werken mensen met een zorgindicatie: gehandicapten, mensen met psychische problemen en ook mensen die uit de bijstand komen. Om flink te bezuinigen, wordt de zorg voor deze mensen niet langer bekostigd vanuit de Algemene Wet Bijzondere Ziektekosten (AWBZ) maar vanuit de Wet maatschappelijke ondersteuning (Wmo). Daarmee krijgen gemeentes de verantwoordelijkheid voor de zorg. Dat betekent meer werk voor Support & Co, zegt Jan van der Meer, directeur Support & Co. "De supermarkt kan als thuisbasis dienen voor zowel dagbesteding als de organisatie van thuiszorg."

## Aantrekkelijk

Support & Co is een aantrekkelijke partij voor gemeentes om alle ondersteuning voor deze doelgroep te regelen, zegt Van der Meer. "Onze

overhead is klein, zorginstellingen maken vaak veel meer kosten. Daarbij hebben wij een doorstroom van 40 procent naar regulier werk. Elders is dat vaak maar 10 procent. Onze supers ondersteunen ook de kleine kern: een supermarkt heeft een belangrijke sociale functie." De bezetting van de winkels zal door de verschuiving van de zorg veranderen. De gemeente wil liever de dagbesteding voor mensen met een zorgindicatie binnen de gemeentegrenzen regelen, om zo de leefbaarheid te bevorderen.



Directeur van zorgorganisatie Support & Co Jan van der Meer vindt dat de nieuwe uitstraling van de AttentPlus-winkels beter past bij het karakter van de organisatie. "We zijn geen harde franchiser."

Veel jong personeel legt te hoge druk op middenkader

# Experts waarschuwen Albert Heijn voor doorslaan flexibiliseringsdrang

**PERSONEEL** Joost Agterhoek

**AMSTERDAM - Het cao-overleg tussen AH en de vakbonden over de dc's zit muurvast. De crux is de flexibele baan. Albert Heijn moet zich hoeden voor meer uitzendkrachten en deelcontracten, ook in de winkels, vindt arbeidsmarkt-expert Maarten van Klaveren. "De bedrijfsvoering wordt te zwaar belast."**

Na een twintigtal overlegondes heeft Albert Heijn deze week een eindbod aan de vakbonden gedaan in de cao-onderhandelingen voor het personeel in de distributiecentra. AH biedt een cao voor twee jaar aan met een loonsverhoging van 1,75 in 2013 en nog een in 2014. De bonden zijn furieus en vinden dat de grootgrutter de overlegdeur dichtsmijt. Ze willen meer duidelijkheid over de flexibilisering van banen. Een groep Poolse dc-werkers reikte vorige week de zogeheten Platina Plof-Pool uit aan AH en ageerde tegen de baanonzekerheid voor de Oost-Europese uitzendkrachten op de dc's.

## Middenkader

Ook in de supermarkten van AH is die flexibilisering van banen voelbaar, zegt Van Klaveren tijdens een expertmeeting die vakbond FNV Bondgenoten organiseerde over het personeelsbeleid van Ahold. "Het aandeel van jongeren dat in Nederland in de supermarkt werkt, is uniek hoog. Daar speelt een pro-



Een groep Poolse dc-werkers protesteerde samen met FNV Bondgenoten een kleine twee weken geleden bij Albert Heijn tegen baanonzekerheid. AH kreeg de 'Platina Plof-Pool' uitgereikt.

bleem op, namelijk een te zware belasting van het middenkader." Van Klaveren deed enkele jaren geleden onderzoek bij retailers zoals AH naar de arbeidsorganisatie. "In vergelijking met buitenlandse collega's krijgt het middenkader in Nederlandse supermarkten veel voor zijn kiezen. Ik hoor van managers dat zij eigenlijk de helft van hun tijd moeten besteden aan inspelen op de lokale markt, maar daar vaak niet aan toekomen. De 'zorg' voor de jongere medewerkers gaat voor, ook bij AH."

## Rommel

Arbeidseconoom Ronald Dekker

sprak ook op de expertmeeting en is het roerend met Van Klaveren eens. "Banen worden verkleind en gesplitst. Daar raak je gemotiveerd personeel mee kwijt. Op de lange termijn schiet je jezelf in de eigen voet."

Van Klaveren denkt ook dat minder jongeren in de supermarkt voor een rustiger winkelbeeld zorgen. "Het zou veel oplossen in de sfeer en de rommel die je nu soms tegenkomt. Een derde punt is dat het aandeel jongeren met het oog op de arbeidsmarkt steeds kleiner wordt. Er ontstaan dus tekorten aan in de toekomst. En waar haal je dan je personeel vandaan?"

Inhuldiging koning Willem-Alexander zet productontwikkelaars aan het werk

# Fabrikanten grijpen terug op populaire bewaarblikken van eerdere successen

**ASSORTIMENT** Kim van Dijk

**NIEUWVEEN - De inhuldiging van koning Willem-Alexander maakt veel los bij koningsgezind Nederland. Niet alleen Amsterdam maakt zich klaar voor de grote dag, ook fabrikanten zetten alle zeilen bij om met een bijzonder product te komen. Zo blijkt uit rondgang van Levensmiddelenkrant.**

## Liever een separate viering

Als maker van het bekende Wilhelmina pepermunt kan Fortuin Dockum niet stil blijven zitten. "Natuurlijk besteden wij aandacht aan het afscheid van de koningin en de inhuldiging van koning Willem-Alexander", zegt commercieel directeur René Alkema. "We komen zoals je van ons verwacht met een blik gericht op de troonswisseling. Wij zijn ook één van de weinige fabrikanten die afbeeldingen van het Koninklijk Huis mogen gebruiken."

De commercieel directeur geeft aan het wel spijtig te vinden dat de inhuldiging op 30 april plaats heeft. "Wij hadden liever een separate viering gehad. Het is voor ons namelijk gangbaar om ieder jaar rond Koningsinnedag met een nieuw blik te komen en een aparte datum had het specialer gemaakt", aldus Alkema. Het blik zal vanaf week 15 instromen in de supermarkten.

## Mona heeft receptuur al klaar

FrieslandCampina is als maker van Mona zeker van zijn zaak. De fabrikant weet al precies met welke verrassing hij in april komt en ziet het Toetje van de Maand als een uitgelezen mogelijkheid. "We introduceren waarschijnlijk een luchtige slagroompudding met sinaasappelsaus als Toetje van de



De Ruijter hoopt dat het bewaarblik voor de komende troonswisseling een even groot succes wordt als in 1980.

Maand april", zegt Bram van IJsel Smits, brandmanager bij Mona.

Voor de bedenkers van de Mona-toetjes kwam de troonswisseling niet geheel onverwacht. "Deze receptuur hebben we al in een eerder stadium ontwikkeld en zo maakten we ook al eerder een beginnetje met het design. Wel is het nu alsnog alle hens aan dek om het tijdig in de schappen van de supermarkt te krijgen", aldus Van IJsel Smits.

## Opnieuw een collectors item

Net als in 1980 wil Koninklijke De Ruijter ook tijdens de komende troonsopvolging zorgen voor het spaarobject. "Wij hebben een traditie hoog te houden als het gaat om het Koninklijk Huis. Al in 1885 werden we Koninklijk en in 1935 kwamen we voor het eerst met een blikje. Ons exemplaar uit 1980, toen koningin Beatrix het stokje overnam van prinses Juliana, werd een echt collectors item", zegt Menno van der Vlist, marketing en PR manager bij H.J. Heinz. Dat het blikje een echt verzamelobject is, blijkt wel uit het feit dat het de laatste week ineens weer meerdere keren aangeboden werd op Marktplaats.

De Ruijter had de boodschap van de Koningin niet zien aankomen. "Hoewel we al iets op de plank hadden liggen, werden we wel degelijk verrast door de mededeling. Daarom moeten we nu alsnog hard werken om het op tijd af te krijgen. We zitten op dit moment midden in het ontwerpproces. Want we komen weer met een blikje en de kleur oranje zal er zeker in voorkomen. Ik heb nog geen schetsen gezien, dus ik kan nog niet zeggen hoe het blikje gaat ogen. Het zal natuurlijk wel volledig bij deze tijd passen."

## Snel reageren met private label

In 2012 zat de Britse koningin Elizabeth 60 jaar op de troon. De Britse supers wisten dankzij dit volksfeest een omzetplus van omgerekend 219 miljoen euro te boeken.



De dag na de bekendmaking van de troonswisseling speelden fabrikanten al meteen in op de abdicatie. Onder andere Bavaria en Unox kwamen met advertenties in de landelijke dagbladen. De ene was een knipoog naar de aanstaande rust voor de koningin, de ander naar de nieuwe vorst.

Koen de Jong, directeur van huismerkadviseur IPLC, zag in de Britse supermarkten destijds onder meer luxe

koektrommels en theemokken gevuld met snoep. "De troonsbestijging van koning Willem-Alexander biedt de Nederlanders een even goede kans om op in te haken. Met hun private labels, vooral bij kort houdbare producten, kunnen ze heel snel reageren. Bovendien kunnen ze met speciale en exclusieve producten de loyaliteit bij hun klanten vergroten."

Volgens De Jong bieden producten waarmee je eindeloos kan variëren veel mogelijkheden. "Neem een groep als banket. Daar kun je heel veel van verkopen en het is eenvoudig bij te bestellen. Daarmee kun je zonder risico extra omzet pakken. Voor een kw-artikel moet je een speciale verpakking ontwikkelen en een voorraad aanleggen. Daaraan kleven veel meer nadelen."



Fortuin Dockum kiest ook bij de aanstaande troonswisseling voor een speciale uitgave van de bekende pepermunt.