

Erik Hemmes en Laurens Sloot over onvlechting formules binnen Detailresult

Dirk/Deka nu vriendelijke concullega's

DOETINCHEM -

Detailresult ontmantelt een deel van de centrale organisatie. Dirk en Dekamarkt gaan weer veel meer zelfstandig opereren. 'Ik ben verbaasd over de argumentatie die wordt gebruikt. Dan denk ik, flauwekul.'

door Maurice de Jong en Herman te Pas

De operationele en commerciële aansturing van Dekamarkt en Dirk gaat vanaf komende zomer weer volledig vanuit de formules gebeuren. Om deze reden verlaten ceo Albert Voogd en commercieel directeur Edwin de Maa Detailresult. Ook Dekamarkt-directeur Edith Appels verlaat, zes maanden na haar aantreden, haar post alweer. 'De aandeelhouders van de Detailresult Groep (DRG) beogen zo de formules meer onderscheidend te positioneren', zo legt voorzitter van de Raad van Commissarissen Cees van Rijn de achtergrond van de beslissing uit.

Retailprofessor Laurens Sloot toont zich tegenover Distrifood verast over de aankondiging, maar heeft wel een verklaring. De integratie aan de voorkant tussen Dirk en Deka is volgens hem nooit van de grond gekomen. 'Dirk en Dekamarkt hebben allebei een eigen gezicht naar de markt toe, de één als prijsvechter en de ander als fullserviceformule. Integratie tussen verschillende formules, kijk naar Jumbo en C1000, is mogelijk, maar niet als ze allebei hun eigen gezicht willen houden.'

Ook supermarktextpert Erik Hemmes is verrast. 'Ik ben verbaasd over de argumentatie die wordt gebruikt. Detailresult zegt dat Dirk en Deka-



'Het kan natuurlijk dat door veranderende marktcondities de klad komt in een aanvankelijk vruchtbare samenwerking.'

Foto: Diederik van der Laan



Om de zoveel jaar een nieuwe man in die functie, dat is geen goed teken

markt zich door de veranderingen straks beter onderscheidend kunnen positioneren. Dan denk ik, flauwekul.'

Hij wijst erop dat bij de oprichting in 2008 samenwerking tussen familiebedrijven hét doel was. 'Juist door te combineren kon er op kosten wor-

den bespaard. Er is ook altijd gezegd dat andere formules welkom zijn om zich aan te sluiten. Nu is dat blijkbaar niet meer het geval, omdat het dus blijkbaar niet werkt op die manier', aldus Hemmes.

Sloot sluit zich hier deels bij aan. 'Volgens mij was het de bedoeling dat geleidelijk meer formules zich bij Detailresult zouden aansluiten, maar het bleef bij deze twee. Het kan natuurlijk dat door veranderende marktcondities de klad komt in een aanvankelijk vruchtbare samenwerking.'

Met de veranderende marktcondities doelt Sloot op de snelle opkomst van e-commerce tijdens de corona-

crisis. Dirk is natuurlijk een discounter die niet aan online doet, terwijl Dekamarkt een fullservicesupermarkt is waarvan klanten verwachten dat er online bestelde boodschappen worden thuisbezorgd. Het voordeel van de nieuwe situatie is dat de focus nu geheel op de eigen formule komt te liggen en dat er sneller kan worden geschakeld. Een connerdirectie kan veel toevoegen, maar werkt ook vaak vertragend, zegt Sloot. 'Nu kan er wellicht meer tempo worden gemaakt.'

Vertrek Voogd

Het vertrek van Albert Voogd is volgens Hemmes een teken aan de

wand. 'Albert Voogd zit er pas sinds oktober 2019 en daarvoor zat John Kruijssen ook maar 2,5 jaar op die positie. Om de zoveel jaar een nieuwe man in die functie, dat is geen goed teken. Tel daarbij op dat het na het vertrek van Kruijssen meer dan een jaar heeft geduurd voordat Voogd werd aangetrokken. Dat geeft al aan dat het heel moeilijk is geweest om die plek in te vullen.'

Hemmes meent dat Deka op het gebied van assortiment stappen moet zetten. 'Je ziet al jaren dat Dekamarkt aan glans verliest. Als ik een World of Food bezoek, dan zie je dat die formule in vergelijking met een AH stilstaat qua ontwikkeling van het assortiment. Dat is eigenlijk al twee jaar zo. Het ziet er wel leuk en aardig uit, maar als je goed kijkt is het qua assortiment nog karig.'

De overname van de Deen-winkels is volgens de retailexpert wel een stap in de goede richting. 'Dan zit Dekamarkt op ongeveer 100 winkels en dat aantal moet je als formule tegenwoordig wel hebben. Daarnaast zie je ontwikkelingen binnen de nieuwe formule in Heemstede. De vraag is alleen hoe snel die formule wordt uitgerold, daar zou in april een beslissing over worden genomen.'

Sloot weet niet of Detailresult een lege huls wordt. Volgens hem blijven er nog voldoende gebieden over om op samen te werken, bijvoorbeeld op het gebied van IT, data-inkoop of logistiek. 'Maar het is mogelijk dat beide bedrijven zo zelfstandig mogelijk verder gaan.' Sloot verwacht in ieder geval dat beide bedrijven weer afzonderlijk lid worden van Superunie. 'Ze worden bevriende concullega's', lacht Sloot. Het is onduidelijk of de families Kat en Van den Broek een rol spelen bij de loskoppeling van Deka en Dirk. 'Wellicht wordt over een half jaar duidelijk waarom dit nu gebeurt en vinden we het achteraf allemaal logisch.'

Gorillas werft in reeks steden

door Joep Meijens

AMSTERDAM - Flitsbezorger Gorillas lijkt zijn entree in een reeks steden voor te bereiden. Het bedrijf werft personeel in Amersfoort, Arnhem, Den Bosch, Haarlem, Nijmegen en Tilburg.

Het gaat daarbij om leidinggevenden en orderpickers voor in de dark stores van waaruit het van oorsprong Duitse bedrijf binnen 15 minuten boodschappen bezorgt. Daarmee zou het aantal steden waar de snelgroeiende onderneming actief is in ons land verdubbelen. De fietsers van Gorillas zijn nu al actief in Amsterdam, Groningen, Leiden, Rotterdam, Den Haag en Utrecht.

De ambities in Nederland en de rest van Europa worden onderstreept door een reeks vacatures voor het kantoor in Amsterdam. Zo zoekt Gorillas onder meer verschillende mensen voor de IT-afdeling, voor operations en voor human resources. Daarnaast wil het bedrijf onder meer een commercial director voor de Benelux en een social media manager aantrekken.

Gorillas is één van de zogenoemde flitsbezorgers die in Nederland actief

zijn of plannen hebben de Nederlandse markt te bestormen. De concepten lijken veel op elkaar. Vanuit kleine distributiecentra in de wijk wordt een beperkt assortiment levensmiddelen, veelal gericht op gemak, tegen lage kosten snel door fietskoeriers thuisbezorgd.

De andere internationale flitsbezorger die al actief is in Nederland, het eveneens van oorsprong Duitse Flink, begon enkele weken geleden in Utrecht en heeft zijn dienstverlening inmiddels uitgebreid naar twee andere steden. De fietskoeriers van het bedrijf rijden ook rond in Delft en Tilburg. Op de vacaturepagina op de site van Flink blijkt dat dit bedrijf in ieder geval ook in Amsterdam actief wil worden.

Ook voor het hoofdkantoor in Amsterdam is Flink op zoek naar de nodige mensen. Zo wordt er gezocht naar een marketing manager, een finance & accounting manager, een launch manager, een winkelopbouwmedewerker, een category manager en een community engagement manager.

Verscheidene Britse flitsbezorgers hebben ook plannen om naar Nederland te komen, maar hebben voor zover bekend nog geen daadwerke-

lijke activiteiten. Het Turkse Getir kondigde in maart aan in ieder geval dit jaar in Amsterdam actief te worden. De Nederlandse hoofdstad lijkt zo uit te groeien tot een belangrijk slagveld tussen een reeks internationale start-ups in flitsbezorging.

Investeerders staan in de rij om geld te steken in de initiatieven. Zo haalde Gorillas eind maart in een nieuwe financieringsronde €240 miljoen op voor expansie. Het bedrijf zegt door de nieuwe financieringsronde de 'marktwaardering van 1 miljard dollar ruimschoots overschreden' te hebben. Daarmee is het naar eigen zeggen de start-up in Europa die het snelst de status van unicorn heeft bereikt.

Een steekproef van Distrifood wees enkele weken geleden uit dat de prijzen die Flink en Gorillas vragen voor hun producten vergelijkbaar zijn met die van bijvoorbeeld Albert Heijn. Grote voorbeeld voor alle Europese flitsbezorgers is het snelgroeiende Amerikaanse GoPuff, dat ooit in Philadelphia begon maar nu bezig is met een snelle uitrol in andere Amerikaanse steden. Deze dienst doet het vooral goed met de levering van drank en snacks in studentensteden.

Hoogvliet suikervrij



Hoogvliet test in zeven winkels.

Foto: Vrumona

BLEISWIJK - Hoogvliet houdt in zeven supermarkten een pilot met speciale schapmeters voor suikervrije frisdrank.

De test loopt onder het motto '0% suiker, 100% genieten' en in samenwerking met frisdrankfabrikant Vrumona. Binnen het segment cola komt een schapmeter met suikervrije colavarianten; de overige suikervrije frisdranken worden bij elkaar

geplaatst op ooghoogte. De test loopt tien weken.

De suikervrije categorie wordt daarnaast gepromoot, onder andere met een online doorvertaling op Hoogvliet.com, suikervrije folderpromoties en aankleding van kopstellingen in de winkels. Hoogvliet is naar eigen zeggen een formule die het minste aantal kcal per 100 milliliter verkoopt. Ook wist Hoogvliet in 2020 17,4 miljoen klontjes te besparen.