

Opmars van buitenlandse super gaat nog even verder

‘Het zijn de lefgozers die de markt opzoeken’

NIEUWVEEN – Met de komst van de grote groep Indische Nederlanders naar ons land, kwam ook de vraag naar buitenlandse levensmiddelen. Ondanks het grote aanpassingsvermogen van deze medelander, werd het eten uit hun moederland wel gemist. In de jaren vijftig verschenen de eerste toko's in Den Haag en Amsterdam. Inmiddels zijn veel van deze winkels uitgegroeid tot ware Aziatische supermarkten. Ook Marokkaanse, Turkse en Poolse winkels zijn allang niet meer weg te denken uit het straatbeeld van Nederlandse steden. *Levensmiddelenkrant* belde met retaildeskundige Erik Hemmes om te vragen naar de opmars van buitenlandse supermarkten in het Nederlandse winkellandschap.



Eerder werd voor alloctonen alleen het assortiment op de agf-afdeling aangepast. Tegenwoordig is er veel meer buitenlands aanbod door de hele winkel.

Interview | door Nanja Pol

Waar buitenlandse supermarkten vroeger enkel in de grote steden in de Randstad te vinden waren, zijn ze tegenwoordig verspreid over heel Nederland, ook in kleinere plaatsen. De vraag naar niet-Europese levensmiddelen zoals groenten, kruiden, pasta's, sauzen en zoetwaren groeit naventaris met de komst van alloctonen, expats, vluchtelingen en arbeidsmigranten. Eetculturen uit landen over de hele wereld lijken hiermee definitief te zijn geland in Nederland. Maar ook Nederlandse inwoners willen steeds meer buitenlands eten en bezoeken de bonte variëteit aan winkels om alle ingrediënten van buitenlandse recepten te bemachtigen die ze van internet plukken, bij kookprogramma's zien langskomen of in tijdschriften lezen. Hemmes beaamt deze ontwikkelingen. Hij noemt de blauwe hap, de Indische rijststafel die in de vorige eeuw al een prominente plek innam in de Hollandse keuken, als voorbeeld.

Tweede generatie

Hij zegt: "Vooral in gemeenten zoals Den Haag gebeurt er veel. In deze stad is er een groei in buitenlandse winkels te zien. Zo zetten velen die al een zaak hebben, meer vestigingen op andere locaties neer en zien hun onderneming groeien naar een miljoenenbusiness." Deze ontwikkeling is met name bij de tweede generatie alloctone ondernemers te zien. Die voelt zich meer thuis in Nederland en spreekt de

taal. Hemmes: "Het zijn de lefgozers die de markt opzoeken en initiatief tonen."

Tl-lampen en tweedehands

Hemmes vervolgt: "Dit doen ze in de stijl van het land waar ze vandaan komen. Ze hanteren een andere vorm van productpresentatie. Ook zie je dat er veelal tweedehands inventaris in de winkel staat. En ook de felle tl-lampen die allang uit de Nederlandse supermarkten zijn verdwenen, branden nog volop bij buitenlandse collega's."

Hemmes ziet ook onderlinge verschillen tussen de niet-Nederlandse bedrijven: "Aziatische winkels zien er vaak netter en verzorgder uit dan bij collega's uit het Midden-Oosten en Noord-Afrika. En dat zie je ook terug in de horeca." Hemmes noemt als voorbeeld een hamburgerketen die in het centrum van Hilversum is gevestigd.

Poolse schap

Het aantal buitenlandse levensmiddelenwinkels is in 2023 gegroeid naar meer dan 1000 vestigingen. Hiertoe behoren ook de avondwinkels, al is er in dat segment een afname te bespeuren als gevolg van de verruimde openingstijden en de bezorgservice van de reguliere supermarkten. Er is een toename in Poolse supers en Russische discountwinkels te zien in de retailmarkt, ondanks de oorlog tussen Rusland en Oekraïne. Wel hebben de supermarkten last van toelevering van producten.

Poolse levensmiddelen zijn tegenwoordig niet alleen bij Poolse supermarkten te verkrijgen. Reguliere supermarkten voeren vaak eveneens producten uit dat land. Zij hebben een zogeheten Pools schap, waar bijvoorbeeld zupa ogórkowa (augurkensoep met kalkoenvlees), pomidorowa (noedelsoep met tomaat) en chrzan tarty (mierikswortel met citroensaus) worden verkocht. En ook hele maaltijden zijn er verkrijgbaar zoals het zuurkoolgerecht bigos z mięsem i kielbasą. De groeiende vraag naar producten uit hun thuisland komt zowel van arbeidsmigranten uit Oost-Europa als van Oekraïense vluchtelingen.

Ter plekke eten

Hemmes: "Eerder pasten supermarktformules met de komst van alloctone klanten enkel het agfaanbod aan. Zij kopieerden de buitenlandse speciaalzaken. Nu zijn veel meer internationale andere producten volop verkrijgbaar in de daarvoor bestemde schappen." Verder zijn halalproducten ook ruim aanwezig in het koel- en snoepvak, zoals kippenvlees en gebak waarin varkensvleesvrije gelatine is verwerkt.

Een andere trend die Hemmes in de buitenlandse supermarkten constateert, is dat er steeds meer winkels zijn waar je niet alleen je boodschappen doet, maar ook ter plekke kunt eten. De Aziatische supermarkt Amazing Oriëntal, die 24

vestigingen door heel Nederland en een in Antwerpen heeft, is hier een goed voorbeeld van. Je kunt er een snack zoals risolles (pasteitje), spekkook, fingerfood, en zelfs hele maaltijd bestellen en in het restaurantgedeelte opeten. "Door deze vorm van combiverkoop kunnen bezoekers tijdens het winkelen hun winkelmoment uitbreiden en de winkel ziet zijn omzet groeien", aldus Hemmes.



Retaildeskundige Erik Hemmes.