

Levensmiddelen Krant

Week 45, nummer 20
8 november 2014

Kijk ook op levensmiddelenkrant.nl & Vaknet-TV

25^e Jaargang

HET MEEST GELEZEN VAKBLAD IN DE BRANCHE



Nieuws

Omvallen Mega Food Stunter
geen teken aan de wand

Pagina 2-3



Achtergrond

Albert Heijn moet
van IQ naar EQ

Pagina 6-7



Assortiment

Jumbo introduceert larf
voor bij de borrel

Pagina 8



Out.of.Home Shops

'Supermarkten vormen
gevaar voor cateraar'

Pagina 10

Ubermart streeft naar hoogste service

Personal shopper haalt bestelling in
supermarkt en bezorgt binnen twee uur

Formules | door Peter Smit

ROTTERDAM - In navolging van de Verenigde Staten en Duitsland kent Nederland nu ook een personal shopperservice voor de dagelijkse boodschappen. Vanuit Rotterdam ambieert ondernemer Narek Aramjan een landelijke uitrol van zijn Ubermart.

Nee, er is geen officiële connectie met de veelbesproken taxi-app, zegt Aramjan (foto). "Er zijn honderden bedrijven met 'Uber' in de handelsnaam. Dus dat mag ik gewoon gebruiken." De jonge ondernemer (25) haalt met Ubermart een kopie van het Amerikaanse Instacart naar Nederland. Dit bedrijf is opgericht door een oud-Amazon-medewerker en inmiddels actief in vijftien Amerikaanse steden. Aramjan: "De oprichter van Zalando, Rocket Internet, heeft hetzelfde gedaan. Die startte vorige maand in München met Shopwings, een soortgelijke service."

Door de berichtgeving over Ubermart meldde zich in twee dagen tijd dertig aspirant-personal shoppers bij Aramjan. Hij lanceert de service in Rotterdam en omstreken, maar wil snel landelijk opschalen. "Ik wil de best denkbare persoonlijke service geven, op het niveau van Bijenkorf."

De service die Ubermart verleent bestaat uit het bezorgen van bestellingen die bij reguliere supermarkten worden verzameld. De klant bestelt via de Ubermart-app of -website, waarna een personal shopper uit de buurt op pad gaat om de boodschap-

pen te verzamelen en te bezorgen. Binnen twee uur staat de bestelling op het aanrecht. "Als een product niet voorradig is, stelt de bezorger per telefoon of app een alternatief product voor."

Tot 60 euro rekent Ubermart een bezorgfee van 4,99 euro. Verder rekent het een extra marge bovenop de reguliere supermarktprijzen. Hoeveel dat is, wil Aramjan niet zeggen. "Dat hangt onder meer af van de samenstelling van het boodschappenpakket." Vooralsnog is alleen het aanbod van Albert Heijn aan de Ubermart-site gekoppeld. Jumbo en PLUS zijn inmiddels benaderd. "Ik wil met alle supermarkten samenwerken. Ubermart bijt ze niet, maar kan juist extra omzet en service toevoegen." FOTO: IN 2 PICTURES

AH in noorden bevingproof

LOPPERSUM - Er komt een aardbevingsbestendige Albert Heijn in het centrum van Loppersum. Het Groningse dorp wordt regelmatig getroffen door aardbevingen als gevolg van de gaswinning en de nieuwe winkel moet daarom wel tegen een 'stootje' kunnen zegt ondernemer Jan Willem Scheffers tegen Dagblad van het Noorden.

Om het pand te verstevigen wordt waarschijnlijk gebruik gemaakt van houtmateriaal en aluminium in plaats van bakstenen. Naar verwachting is de supermarkt in augustus of september volgend jaar af. Scheffers wil minister Kamp vragen om de winkel tegen die tijd officieel te openen.

Winkeldief aast op voeding

HILVERSUM - Winkeldiefstal in Nederland is met een percentage van 0,59 procent op de totale retailomzet de op één na hoogste in Europa. Nederlandse retailers liepen in 2013 1,09 miljard euro mis door diefstal. De totale derving is wel lager dan een jaar geleden, maar ligt nog altijd fors hoger dan bij de buurlanden. Alleen in Frankrijk worden winkeliers nog vaker het slachtoffer van diefstal. Dit blijkt uit cijfers van The Smart Cube voor de Global Retail Theft Barometer. Net als vorig jaar ligt voeding goed in de markt bij dieven. Vers vlees, kaas en andere delicatessen worden vaak gestolen.

Jumbo sluit online akkoord

VEGHEL - Jumbo-franchisers hebben tijdens een ledenbijeenkomst hun fiat gegeven aan het onlinevoorstel van Jumbo. Ondernemer uit Eerbeek Casper Heine zegt dat het gaat om afspraken over de verdeling van de online omzet, afhaalpunten bij franchisers en zekerheden voor ondernemers als er toch sprake is van kannibaliserende e-commerce. "Dan gaan we herijken. Belangrijk voor de ondernemers is dat ze er niet slechter van worden. Het idee was altijd 1 plus 1 is 3: winkels plus internet moeten versterkend werken." Nu is de organisatie klaar om de online strategie uit te rollen, zegt Heine. "Dat duurt niet lang meer."

'Marktleider scherpt positie aan in aanloop naar eindejaarsoffensief'

Concurrenten volgen 'prijszonderhoud' Albert Heijn

Formules | door Remco van der Meij

NIEUWVEEN - Verschillende supermarktketens hebben de voorbije weken honderden producten in prijs verlaagd. Onder meer Hoogvliet, PLUS, Boni en Supercoop lijken daarmee te reageren op de prijsverlagingen bij Albert Heijn.

De prijsverlagingen bij Hoogvliet en PLUS werden eind oktober en vorige week signaleerd door de website Inprijsverhoogd.nl. Deze zag

Albert Heijn eerst 782 prijsverlagingen en 88 prijsverhogingen doorvoeren. Hiermee komt het netto aantal in prijs verlaagde producten bij AH uit op 694. Daags daarna kwamen daar nog eens 100 mutaties bij, wat netto 50 prijsverhogingen opleverde. Hoogvliet en PLUS volgden de mutaties bij de marktleider met respectievelijk 496 en 412 prijsverlagingen. Boni (272) en Supercoop (135) pasten eveneens prijzen naar beneden aan.

Ontkenning

Anders dan bij andere prijsverlagingen communiceerde Albert Heijn deze keer niet groot in de media. Bij de opening van de nieuwe Albert Heijn op Schiphol vorige week ontkende AH-directeur Sander van de Laan dat het hier om een prijssoffensief zou gaan. Hij sprak van 'prijsmutaties' en 'regulier prijszonderhoud'.

AH-franchisers melden de levering, vanuit Zaandam, van een grote doos met schapkaarthouders. Over het hoe

en waarom tasten ook zij in het duister. Ze spreken het vermoeden uit dat de extra signing bestemd is voor 'prijsvuurwerk' in de komende weken. Suggesties uit Zaandam dat dit materiaal sec voor de lopende kristalglasactie bestemd is, worden door de eigen achterban weggezet als ongeloofwaardig. Menig franchiser verwacht een eindejaarsoffensief, waarmee AH in aanloop naar de belangrijke decembermaand zijn prijsperceptie richting de klant wil borgen.