

# Emté beste kaasformule

Emté heeft volgens consumenten de beste kaasafdeling, zowel qua bediening als qua zelfbediening. Dat blijkt uit onderzoek van GfK. Jumbo krabbelt, na een dip in 2010, dit jaar terug. Verder zien we een groot gat in de kaasperceptie van AH versus AH XL.

Door: **Marieke Venbrux**

Voor het zevende jaar op rij deed marktonderzoeker GfK in week 11 onderzoek naar het 'kaasimago' van de Nederlandse supermarktformules. Dit in opdracht van Westland Kaasspecialiteiten, dat het 'relevant vindt om van consumenten zelf te horen hoe ze ten opzichte van de kaasafdeling van hun supermarkt staan', aldus trade marketing manager Bart Bikker. "Bovendien vinden retailers zelf, zo is onze ervaring, het prettig om die feedback te ontvangen." Die 'feedback' blijkt vooral voor Emté gunstig uit te vallen: de formule krijgt van alle formules de hoogste rapportcijfers (zie afbeelding 1), zowel voor zelfbediening (7,39) als voor bediening (7,55) en mag zich de 'dubbele winnaar' noemen van het kaasrapport.

De rapportcijfers vormen het gemiddelde van de rapportcijfers voor een aantal criteria:

- \*lage prijzen
- \*aantrekkelijke aanbiedingen
- \*ruime keuze artikelen
- \*overzichtelijkheid van het assortiment
- \*nethed van het schap
- \*aanwezigheid van artikelen.

Voor de bedieningsafdeling komen daar nog drie criteria bij:

- \*kwaliteit/versheid van artikelen
- \*vriendelijkheid personeel
- \*wachtijd.

## Emté winnaar

Emté als beste kaaswinkel, is dat opmerkelijk?

Bikker: "Gezien de trend van afgelopen jaren niet. Emté geeft goede invulling aan de kaasafdeling en met name ook aan de executie op de winkelvloer. Gemotiveerd personeel is een van de belangrijkste drijfveren."

Emté kwam in 2010 bij zelfbediening ook al als winnaar uit de bus. Bikker: "Emté kreeg afgelopen jaar nog wat hogere rapportcijfers voor de criteria 'aanwezigheid van artikelen' en 'overzichtelijkheid van het assortiment'. In bediening heeft Emté zich op zo'n beetje alle criteria weten te verbeteren." Emté is dan ook AH XL, in 2010 nog de winnaar, voorbijgestreefd.

## Jumbo: terug van weggeweest

Bikker: "Emté heeft het absoluut goed gedaan, maar vlak ook Jumbo niet uit. Jumbo was enkele jaren op rij de winnaar in onze kaasrapporten, zowel in bediening als in zelfbediening. Vorig jaar verdween Jumbo bij zelfbediening echter uit de top-5, met slechts een zesde plaats. Bij bediening moest Jumbo genoegen nemen met de vierde plaats."

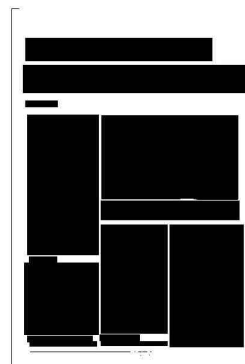
Bikker zoekt die tegenvallende prestaties van 2010 in de overname van Super de Boer. "Door uitbreiding van het aantal winkels moest Jumbo een moeilijker strijd voeren. Het kreeg er in een klap een grote groep nieuwe beoordelaars bij. Dat Jumbo dit jaar terug is in de top-3, vind ik des te opmerkelijker, omdat Super de Boer nooit echt hoog in de ranglijst stond."

Dit laatste kan ook een verklaring voor het 'nieuwe' succes van Jumbo zijn: de kaasconsument kwam bij Super de Boer nooit aan z'n trekken, waardoor datgene wat Jumbo op dat gebied extra/anders doet, al snel hoog wordt gewaardeerd...

Bikker: "Zo zou je het ook kunnen zien. Toch denk ik dat Jumbo er vooral net als Emté goed in is geslaagd winkelpersoneel extra te motiveren."

## AH XL versus AH

Dan Albert Heijn. AH XL staat zowel bij bediening als bij zelfbediening op de tweede plaats (in het laatste geval samen met Jumbo). De 'reguliere' AH-supermarkten scoren echter aanmerkelijk minder hoog. Bij bediening behaalt AH een vijfde plaats, bij zelfbediening een zesde. Geen topposities, zeker niet als we bedenken dat het om de marktleider gaat, die zich ook nog eens sterk profileert met vers en waar kaas toch altijd een speerpunt is geweest (hoe lang kennen we het merk Zaanlander nu al niet?). Bikker: "AH heeft inderdaad wat minder goed gescoord. Typisch geval van 'hoge bomen vangen veel wind'. Dat gaat Jumbo wellicht ook meemaken nu de formule landelijk wordt. Lokale retailers hebben vaak een wat trouwere kopersgroep, die een sterkere binding heeft met het personeel – iets wat zeker bij bediening een grote rol speelt – dan een grote, landelijke formule als AH. AH moet echter wel met die lokale supermarkten concurreren, dus wellicht



is het onderzoek een stimulans om in kaas beter te gaan presteren.”

Verdere conclusies? Lidl scoort goed als het om lage prijzen gaat. Dat geldt ook voor Deen, dat bij bediening op 1 staat als het om die lage prijzen gaat. Plus zakt bij bediening van de vijfde naar de achtste

plaats, iets waar ze in De Bilt niet om zullen staan juichen.

In het algemeen is de waardering voor de kaasafdeling bij de Nederlandse formules vrij stabiel gebleven. Daarnaast blijkt – maar dat is niet echt heel verwonderlijk – de waardering voor de bedieningsafdeling hoger dan die van de zelfbedieningsafdeling (7,33 versus 7,19). Bikker: “Bediening heeft een meerwaarde voor de klant. Uit kwalitatief onderzoek dat wij eerder hebben verricht, weten we dat zelfs consumenten die zelf géén vers in bediening kopen toch eerder kiezen voor supermarkten die hun vers- en dus ook hun kaasafdeling goed hebben opgetuigd.”

Dat kan zo zijn, en we snappen ook dat fabrikanten

meer service en aanbod toejuichen, maar voor supermarkten is er ook nog zoiets als ‘de kosten’. En die kosten van bediening zijn nu eenmaal flink hoger dan die van zelfbediening. Bikker: “De kosten worden altijd heel snel gezien, de opbrengsten zijn minder zichtbaar. Maar uit een analyse die we hebben gedaan, blijkt dat versafdelingen 1 tot 3,5% aan de supermarkt omzet kunnen toevoegen. Reden om als supermarkt nog eens drie keer na te denken voor je een bedieningsafdeling afschaft; je krijgt zo’n afdeling niet zomaar weer opgetuigd.”

### Perceptie, weekmarkt

Tot slot belangrijk te vermelden: het kaasonderzoek van GfK geeft de perceptie van de klant weer. En die kan heel anders zijn dan de realiteit. Bikker: “Daardoor krijg je soms wat vreemde verschillen of uitslagen. Het meest duidelijke voorbeeld in dat opzicht vind ik dat de consument de weekmarkt een hoger rapportcijfer geeft als het gaat om lage prijzen dan Aldi en Lidl, terwijl we allemaal weten dat de weekmarkt niet de allerlaagste prijzen berekent. Ook op assortiment scoort de weekmarkt hoog, terwijl het assortiment in de meeste supermarkten groter is. Wat mij betreft dan ook de boodschap aan de retailer: stuur meer op perceptie, in plaats van op de grootste knaller van je promoties. Of zorg op z’n minst dat de promotie bij de consument blijft hängen. Dat is belangrijker dan de diepte van de promotie.”

## Waardering kaasafdeling supermarkten: bediening versus zelfbediening

(tussen haakjes de rapportcijfers van vorig jaar)

2011 Supermarkten	Schoolcijfers	
	Kaas Zelfbediening	Kaas Bediening
prijzen	<b>6.95</b> (6.95)	<b>6.65</b> (6.64)
aanbiedingen	<b>6.98</b> (6.91)	<b>6.89</b> (6.80)
ruime keuze	<b>7.16</b> (7.13)	<b>7.40</b> (7.38)
overzichtelijkheid afdeling	<b>7.28</b> (7.27)	<b>7.33</b> (7.35)
netheid	<b>7.49</b> (7.48)	<b>7.62</b> (7.65)
Aanwezigheid artikelen	<b>7.30</b> (7.27)	<b>7.29</b> (7.25)
kwaliteit	-	<b>7.44</b> (7.44)
Vriendelijkheid personeel	-	<b>7.69</b> (7.66)
Wachttijden	-	<b>7.65</b> (7.63)
Gemiddeld	<b>7.19</b> (7.17)	<b>7.33</b> (7.31)

De waardering voor de consument voor de kaasafdelingen van Nederlandse supermarkten is ten opzichte van 2010 opnieuw iets gestegen. "De scores dit jaar zijn de hoogste sinds we zeven jaar geleden begonnen zijn met het Kaasrapport", aldus trade marketing manager Bart Bikker.

Supermarkten scoren (zowel in bediening als in zelfbediening) dit jaar vooral iets hoger op de criteria 'aanbiedingen' (niet zo verwonderlijk, gezien de nog altijd toenemende prijsdruk, MV) en 'ruime keuze' en 'aanwezigheid artikelen'.

Op het criterium 'netheid' en 'overzichtelijkheid van de afdeling' scoren supermarkten lager dan vorig jaar. Tenminste, waar het de bedieningsafdeling betreft. In zelfbediening scoren supermarkten op deze twee punten juist ietsje hoger.

## Imago-onderzoek kaas

Zelfbediening 2011			Zelfbediening 2010			Bediening 2011			Bediening 2010		
	Formule	Totaal		Formule	Totaal		Formule	Totaal		Formule	Totaal
1	Em-Té	7.39	1	Em-Té	7.41	1	Em-Té	7.55	1	AH XL	7.58
2/3	AH XL	7.29	2	AH XL	7.31	2	AH XL	7.54	2	Em-Té	7.47
2/3	Jumbo	7.29	3	Plus	7.25	3	Jumbo	7.48	3	AH	7.42
4	Deen	7.27	4	AH	7.24	4	Deen	7.40	4	Jumbo	7.41
5	Plus	7.21	5	Deen	7.13	5	AH	7.38	5	Plus	7.27
6	AH	7.20	6	Jumbo	7.12	6 / 7	Vomar	7.26	6	Deen	7.20
7	C1000	7.16	7	Hoogvliet	7.11	6 / 7	Hoogvliet	7.26	7	Vomar	7.19
8	Dirk v.d. Broek	7.11	8	C1000	7.10	8	Plus	7.20	8	Hoogvliet	7.17
9/10	Lidl	7.09	9	Super de Boer	7.05	9	C1000	7.17	9	Super de Boer	7.16
9/10	Hoogvliet	7.09	10	Bas v.d. Heijden	7.01	10	Super de Boer	7.13	10	C1000	7.09
11	Vomar	7.04	11	Lidl	7.00	11	Dekamarkt	7.01	11	Dekamarkt	7.03
12	Dekamarkt	7.00	12	Vomar	7.00		<b>Alle formules</b>	<b>7.33</b>		<b>Alle formules</b>	<b>7.31</b>
13	Super de Boer	6.92	13	Dekamarkt	6.97						
14	Bas v.d. Heijden	6.85	14	Dirk v.d. Broek	6.89						
15	Aldi	6.67	15	Aldi	6.58						
	<b>Alle formules</b>	<b>7.19</b>		<b>Alle formules</b>	<b>7.17</b>						

Emté heeft volgens consumenten de beste kaasafdeling, zowel wat betreft bediening als wat betreft zelfbediening. AH XL staat op de tweede plaats, bij zelfbediening deelt het die plek met Jumbo. Jumbo is daarmee terug van weggeweest. De formule stond jarenlang op 1 in het kaasrapport (zowel bij bediening als bij zelfbediening), maar vorig jaar moest het 'ineens' genoegen nemen met een zesde (zelfbediening) en vierde plaats (bediening).

Verder: de rapportcijfers voor Nettorama, Jan Linders, Poiesz, Boni, Digros, Golff, Coop, Supercoop en Spar zijn in de ranglijst niet meegenomen: er waren – in GfK-termen gesproken – te weinig 'waarnemingen' (minder dan vijftig) beschikbaar; de cijfers zijn daarom 'indicatief'. De scores zijn wel meegenomen in de gemiddelde scores van 'totaal supermarkten'.



*Emté is 'dubbel' winnaar van het Kaasrapport. De 'oorkonde' wordt uitgereikt in Emté Veghel. Van links naar rechts: Huub Postma (sales manager Nederland bij Westland Kaasspecialiteiten), Ton van den Bosch (inkoper-buyer bij Sligro Food Group Nederland, Brenda Leenders (afdelingsverantwoordelijke kaas, bij Emté Veghel) en Bart Bikker (trade marketing manager bij Westland Kaasspecialiteiten).*