

Action krijgt een Deense concurrent

Retail - Internationale winkelketens zien kansen in Nederland. De Deense budgetketen Normal opent de eerste winkel in Utrecht.

ELISA HERMANIDES, REDACTIE ECONOMIE 23 maart 2018



Beeld uit een reclamefilmje van de Deense winkelketen Normal. Het assortiment van de winkel bestaat voor 65 procent uit goedkope drogisterij-artikelen.

Winkelketens Action, Op=op, Big Bazar en Kruidvat kunnen hun borst natmaken, want er komt weer een winkelketen met bodemprijzen bij. Het Deense winkelbedrijf Normal opent in mei zijn eerste winkel in Nederland en wil op den duur groeien naar honderd

vestigingen. Het assortiment van de winkel bestaat voor 65 procent uit drogisterij-artikelen, die een vaste lage prijs hebben.

Normal is niet de enige buitenlandse partij die kansen ziet op de Nederlandse retailmarkt. De afgelopen twee jaar openden onder meer opticienketen Ace & Tate, sportwinkel Under Armour en de Poolse supermarkt Zabka minstens drie winkels in Nederland, zo blijkt uit gegevens van retailonderzoeksbureau Locatus.

Na de opening van de eerste winkel van Normal in 2013 groeide de keten in Denemarken naar 84 vestigingen. In 2016 en 2017 breidde het winkelbedrijf uit naar Zweden en Noorwegen. En nu volgt dus de Nederlandse markt.

Schoonmaakmiddelen

"Normal biedt A-merken aan tegen een vaste lage prijs. Denk aan tandpasta van Colgate en shampoo van Head & Shoulders", zegt Marjolein Boshuizen van adviesbureau Koelewijn & Partners, die het Deense bedrijf begeleidt bij de eerste stappen op de Nederlandse markt. "Behalve drogisterij-artikelen, vind je bij Normal ook schoonmaakproducten van bijvoorbeeld Ajax en Vanish. Verder is er onder meer een klein assortiment dierbenodigdheden, zoals kattengrit."

Om vernieuwend te zijn, bestaat een deel van het assortiment uit Deense merken, vertelt Boshuizen. "De winkel heeft een fris uiterlijk." Volgens Boshuizen is de winkel in Denemarken onder meer populair bij tienermeisjes die hun tassen vol laden met goedkope make-up.

De eerste winkel van Normal opent in Hoog Catharijne, het winkelcentrum dat grenst aan treinstation Utrecht Centraal.

Als er een plek is in Nederland waar veel passanten voorbij komen, is het wel dit winkelcentrum, dat momenteel ingrijpend wordt opgeknapt. Retaildeskundige Paul Moers vindt het dan ook een handige zet van Normal. "Het genereert in een klap een hoop

naamsbekendheid, want er komen veel mensen langs. Dat is slimme marketing."



Normal wil samenwerken met Nederlandse ondernemers, vertelt Boshuizen. Normal levert de winkelformule, de inrichting, de producten en de marketing. De ondernemer houdt de winkel draaiende.

Dat heeft veel weg van franchise, maar Normal heeft het liever over een 'joint-venture', zegt Boshuizen. Voor de eerste winkel in Hoog Catharijne is Normal nu met een beoogde partner in gesprek.

Paul Moers verwacht dat Normal gaat concurreren met Action, maar of Normal de groei van Action kan bijbenen is de vraag. "Achter Action zitten heel kapitaalkrachtige geldschietters die van geen ophouden weten." Ook Normal zit niet om kapitaal verlegen, want een van de investeerders achter de winkelketen is miljardair Anders Holch Povlsen, eigenaar van modeketens Vero Moda, Pieces en Jack & Jones.

Brede winkelpaden

Normal gaat zich onderscheiden van de concurrentie door ruime brede winkelpaden en een nette productpresentatie. Iets waar concurrenten Action en Kruidvat niet bepaald sterk in zijn.

Volgens retaildeskundige Paul Moers zullen partijen als Action, Op=op, Big Bazar en Kruidvat dan ook zenuwachtig worden van de

komst van Normal. Al vraagt hij zich af wat de komst van de Deense winkel betekent voor de status van A-merken.

"Je ziet steeds vaker dat A-merken verkrijgbaar zijn in goedkope winkelketens voor een veel lagere prijs. Mensen gaan zich wel afvragen waarom ze normaal gesproken zo veel meer voor deze producten betalen."