

'Nog 50 jaar Nettorama? Kansloos!'

BREDA - Supermarktketen Nettorama bestaat 50 jaar en dat zal bij het bedrijf zeker gevierd worden. Maar of het ganse land daar iets van meekrijgt is maar de vraag.

Niels van den Hoven 01-05-18, 11:23 Laatste update: 16:57

„Wij zijn niet van die publiciteitszoekers", antwoordt directeur Harry Sulmann op de vraag of hij wil meewerken aan een verhaal over 50 jaar Nettorama. En dat is precies zoals supermarktdeskundige Joop Holla van onderzoeksbureau GfK de merkendiscouter kent. „Nettorama heeft altijd op de achtergrond geopereerd. Het maakt het liefst zo min mogelijk bekend om de concurrent niet wijzer te maken. Dat heeft te maken met de Bastmeijers", zegt Holla.

Discountzaken

'De Bastmeijers' is de familie uit Gorinchem die in 1968 de supermarktketen startte, met een winkel in Breda. Nettorama was een van de eerste discountzaken in Nederland en liet zich meteen gelden door fors onder de prijzen te duiken die fabrikanten oplegden, schetste Jaap Bastmeijer eens in BN DeStem.

Daarover vocht de firma 25 jaar allerlei rechtszaken uit. Nettorama is altijd een van de goedkoopste geweest. „Dat was altijd het spelletje. Als een andere super de prijzen verlaagde, dook Nettorama er meteen onder", zegt Holla.

Je komt bij ons geen overbodige dingen tegen. We hebben geen spaaracties of flatscreens in de winkels hangen

Harry Sulmann

Hoe het bedrijf dat kon doen? Wie weleens op het hoofdkantoor in Oosterhout is geweest ziet de bedrijfsfilosofie aan de muur hangen; via een telefoon bij de entree bel je met de secretaresse van de directeur. Een receptioniste is er niet, die kost alleen maar geld. „Je komt bij ons geen overbodige dingen tegen. We hebben geen spaaracties of flatscreens in de winkels hangen", zei Sulmann in 2016 tegen retailtrends.nl. Een groot assortiment kende Nettorama ook nooit, zo'n 6.000

artikelen tellen de 31 vestigingen. „Geen zes soorten olijven, twee is genoeg", aldus Sulmann.

Marktaandeel

Door een kleine organisatie, een gezamenlijke inkoop met andere supermarkten via SuperUnie en de afkeer van opsmuk kon Nettorama altijd een van de goedkoopste zijn, met op een gegeven moment een marktaandeel van 1,5 procent. Dat aandeel is nu 0,9 procent. Op naar de volgende 50 jaar? „Kansloos", zegt retail- en merkendeskundige Paul Moers.

Hij praat zelfs al in de verleden tijd over de super die voornamelijk gezinnen met een kleine beurs trekt. „Nettorama heeft een uitstekende functie gehad aan de onderkant van de markt. Het heeft in de crisisjaren, waarin de supermarktwereld sterk bleef groeien, mee kunnen liften en zich een aantal jaren lekker in de markt kunnen bewegen. Maar het is voor zo'n piepkleine speler niet vol te houden."

Zelfscankassa's en robots

Moers voorspelt dat van de huidige 25 supermarktformules er over 'tien jaar nog maar tien tot twaalf over zijn'. „Als supermarktketen moet je de komende jaren zoveel investeren in technologie, zoals zelfscankassa's, robots die de klant de weg wijzen en elektronische bordjes in de schappen. Dat kost enorm veel geld. Het innovatief vermogen van Nettorama is te laag. Kleine supers leggen het af tegen Albert Heijn en Jumbo."

