



Tekst Joep Meijssen | Foto Cor Salverius, Klijn Fotografie, Anne van der Woude, Peter Roek, Foodmagazine,

GfK Kerstrapport 2021: Prijs speelt bij consumenten
weer belangrijke rol in waardering supermarkten

Kerstkronen voor Jumbo en Poiesz

Jumbo heeft in het jubileumjaar een nieuwe reden voor een feestje. De formule krijgt in het GfK Kerstrapport van zijn klanten een significant hoger rapportcijfer en ontthoort Plus als winnaar bij de landelijke formules. Poiesz prolongeert bij de regionale ketens de eerste plaats uit het GfK Zomer-rapport, maar het verschil met Nettorama kon niet kleiner zijn.

Afgelopen zomer was het langlopende GfK-formulerapport voor het eerst opgedeeld in twee stukken: aparte ranglijsten voor landelijke en regionale formules. De landelijke spelers worden gedefinieerd als die formules waar ten minste 20 procent van de Nederlandse huishoudens over de

vloer komt: Albert Heijn, Aldi, Coop, Dirk, Jumbo, Lidl en Plus. Regionaal gaat daarbij in totaal om negen formules: Boni, Boon's Markt, Dekamarkt, Hoogvliet, Jan Linders, Net-torاما, Poiesz, Spar en Vomar. Het de afgelopen maanden opgedeelde Deen ontbreekt voor het eerst in het rapport.

Landelijk

Afgelopen zomer waren de verschillen tussen de vijf hoogst gewaardeerde landelijke formules al minimaal, in het GfK Kerstrapport zijn deze nog kleiner geworden. Slechts 0,08 punt scheidt de nummer 1 van de nummer 5. Net als in het Zomerrapport zijn de rapportcijfers van Aldi en Coop niet vol-doende voor een plek in de top van de ranglijst. Van de ande-re formules staat alleen Lidl met plek 3 op dezelfde plaats als afgelopen zomer.

Het meest opvallende is dat er een nieuwe nummer 1 is. Jumbo krijgt van zijn klanten het rapportcijfer 7,72 (was 7,64) en is daarmee bij de landelijke formules de winnaar van het GfK Kerstrapport. Jumbo heeft zich op alle aspecten verbe-terd en klimt daarmee van de vijfde naar de eerste plaats. De formule krijgt zelfs het hoogste rapportcijfer voor de versaf-delingen en voor voorraad, terwijl Jumbo in de zomer op geen enkel aspect de beste was.

Jubileum Jumbo

Onderzoeker Norman Buysse van GfK vermoedt dat het groots gevierde jubileum van Jumbo, groothandel Van Eerd bestaat 100 jaar, een rol kan hebben gespeeld. 'Jumbo was de afgelopen maanden enorm zichtbaar in de media en had een groot aantal jubileumacties. De verschillen tussen de formu-les zijn erg klein, waardoor dat het verschil kan maken.'

Plus was enkele maanden geleden de eerste nummer 1 bij de landelijke formules. De 7,70 in dit rapport (was: 7,74) is een stapje terug, maar wel nog goed voor de tweede plaats. Plus krijgt de hoogste rapportcijfers voor de aspecten personeel en

Landelijke formules totaalranglijst

Kerstrapport			Zomerrapport	
	Formule	Rapportcijfer	Ranking	Rapportcijfer
1	Jumbo	7,72	5	7,64
2	Plus	7,70	1	7,74
3	Lidl	7,66	3	7,65
4	Dirk	7,65	3	7,65
5	Albert Heijn	7,64	2	7,72

Regionale formules totaalranglijst

Kerstrapport			Zomerrapport	
	Formule	Rapportcijfer	Ranking	Rapportcijfer
1	Poiesz	7,94	1	8,01
2	Nettorama	7,93	3	7,86
3	Boni	7,84	5	7,72
4	Hoogvliet	7,73	4	7,78
5	Boon's Markt	7,70	2	7,9



Dirk krijgt hetzelfde rapportcijfer als in de zomer. De formule krijgt wel een hogere waardering voor het aspect lage prijzen, maar Lidl gaat nog verder vooruit.

winkeluitstraling, maar werd bij voorraad ingehaald door Jumbo. Het betekent in ieder geval dat Buysse van GfK en Distrifood-hoofdredacteur Peter Garstenveld met het bij de winst in het GfK Kerstrapport behorende beeld en de oorkonde niet naar Utrecht, maar naar Veghel afreizen.

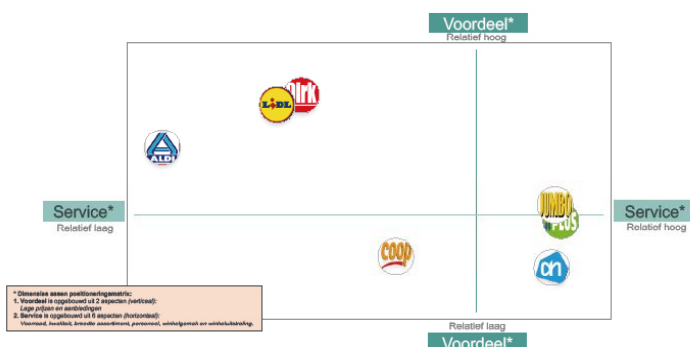
Lidl derde

De derde plek op het podium is net als afgelopen zomer voor Lidl (van 7,65 naar 7,66). De formule is nu ook de nummer 1

op een aspect. Bij lage prijzen (van 7,74 naar 7,81) neemt Lidl de eerste plaats over van Dirk, dat echter zelf ook voor dit aspect een hogere waardering krijgt dan in het GfK Zomerrapport (van 7,76 naar 7,80). Dirk krijgt in de eindrangschikking exact hetzelfde rapportcijfer (7,65) als in de zomer, maar zakt wel een plekje van de gedeelde derde naar de vierde plaats. De rode formule is net als in de zomer de nummer 1 op het aspect aanbiedingen, ondanks een iets lagere waardering (van 7,83 naar 7,79).

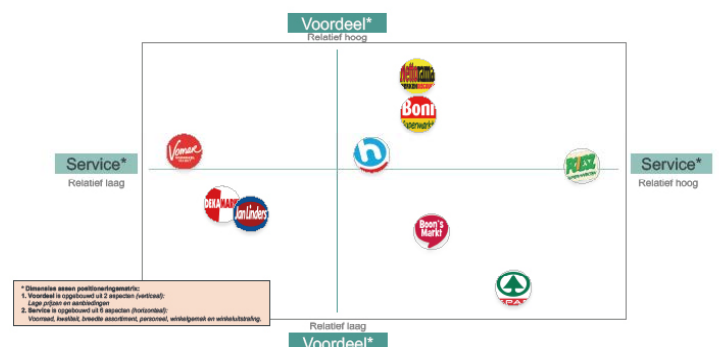
Positioneringsmatrix landelijk

Positioneringsmatrix - GfK Kerstrapport 2021 – Landelijke formules
2 dominante dimensies: voordeel versus service



Positioneringsmatrix regionaal

Positioneringsmatrix - GfK Kerstrapport 2021 – Regionale formules
2 dominante dimensies: voordeel versus service



Aspecten landelijk

Versafdelingen

Formule	Cijfer
Jumbo	7,78
Plus	7,78
Lidl	7,76

Voorraad

Formule	Cijfer
Jumbo	7,79
Plus	7,75
Albert Heijn	7,73

Kwaliteit

Formule	Cijfer
Albert Heijn	7,98
Jumbo	7,94
Plus	7,94

Breedte assortiment

Formule	Cijfer
Albert Heijn	7,98
Jumbo	7,86
Plus	7,83

Personeel

Formule	Cijfer
Plus	7,93
Jumbo	7,90
Coop	7,83

Lage prijzen

Formule	Cijfer
Lidl	7,81
Dirk	7,80
Aldi	7,64

Aanbiedingen

Formule	Cijfer
Dirk	7,79
Plus	7,73
Albert Heijn	7,70

Winkelgemak

Formule	Cijfer
Albert Heijn	7,92
Jumbo	7,88
Plus	7,85

Winkeluitstraling

Formule	Cijfer
Plus	7,87
Jumbo	7,75
Albert Heijn	7,71

Albert Heijn zakt in dit GfK Kerstrapport flink. De marktleider krijgt een lager rapportcijfer (van 7,72 naar 7,64) en houdt van de zeven landelijke formules alleen nog Aldi en Coop achter zich. Buysse: 'Het verschil tussen de nummer 3 Lidl en nummer 5 Albert Heijn is maar 0,02, dus het komt aan op details. Dan zien we dat Albert Heijn nog altijd de hoogste waardering krijgt voor winkelgemak (van 7,91 naar 7,92), maar het bij aanbiedingen (van 7,80 naar 7,70) minder doet. Bij lage prijzen staat Albert Heijn niet bij de beste drie en op dat aspect zijn de onderlinge verschillen toch al groot.'

Daar komt nog een factor bij, legt de GfK-onderzoeker uit. 'We meten ook hoe belangrijk consumenten de verschillende aspecten vinden en dat weegt in het uiteindelijke rapportcijfer mee. Kwaliteit blijft zowel bij de landelijke als de regionale formules het belangrijkste, maar lage prijzen zijn nu num-

mer 2, terwijl dat in de zomer nog het vijfde belangrijkste aspect was. Ook aanbiedingen zijn voor klanten weer veel belangrijker. Ik denk dat de aandacht in de media voor prijsverhogingen daar een rol in speelt. Het belang van het aspect voorraad blijft onder invloed van corona onverminderd hoger dan in het verleden.'

Fusie Plus-Coop

Gezien de fusieplannen is het ook interessant om te kijken naar de posities van Coop en Plus. Hoewel het exacte rapportcijfer van Coop niet bekend is, is op de befaamde GfK-matrix duidelijk zichtbaar dat Plus zowel op service als op prijs een beter imago heeft. De keuze om, als de plannen zijn goedgekeurd, verder te gaan met alleen Plus is dan ook logisch. Sterkste aspect voor Coop is personeel (derde plaats, 7,83). Maar ook op dat aspect doet Plus (eerste, 7,93) het beter.

Aldi haalt ook de top-5 niet. Prijsvechter Aldi is zich sinds vorig jaar weer aan het herprofilen als klassieke discounter en zal dus teleurgesteld zijn door de achteruitgang op de prijsaspecten. Op lage prijzen is Aldi nu de nummer 3 (van 7,74 naar 7,64), een plek lager dan in de zomer. Bij aanbiedingen (was 7,47) staat de formule niet meer bij de beste drie. Dat is ook op de matrix zichtbaar. Op service blijft Aldi ongeveer



Albert Heijn krijgt het hoogste rapportcijfer voor het aspect winkelgemak.



Plus krijgt van de landelijke formules de hoogste waardering voor personeel.

Aspecten regionaal

Versafdelingen

Formule	Cijfer
Poiesz	7,95
Nettorama	7,93
Boon's Markt	7,80
Spar	7,76
Jan Linders	7,64
Hoogvliet	7,64
Boni	7,64

Voorraad

Formule	Cijfer
Nettorama	8,13
Poiesz	7,99
Boni	7,84
Spar	7,82
Boon's Markt	7,82

Kwaliteit

Formule	Cijfer
Nettorama	8,13
Poiesz	8,13
Boni	8,07
Spar	8,06
Boon's Markt	7,95

Breedte assortiment

Formule	Cijfer
Poiesz	7,94
Nettorama	7,85
Hoogvliet	7,83
Boon's Markt	7,81
Boni	7,66

Personeel

Formule	Cijfer
Spar	8,43
Poiesz	8,32
Boni	8,03
Boon's Markt	7,97
Hoogvliet	7,82
Nettorama	7,82

Lage prijzen

Formule	Cijfer
Nettorama	8,17
Boni	7,79
Vomar	7,55
Hoogvliet	7,36
Poiesz	6,99

Aanbiedingen

Formule	Cijfer
Poiesz	8,03
Nettorama	7,97
Boni	7,88
Hoogvliet	7,79
Vomar	7,63

Winkelgemak

Formule	Cijfer
Poiesz	8,14
Spar	8,12
Hoogvliet	7,90
Boni	7,83
Boon's Markt	7,82

Winkeluitstraling

Formule	Cijfer
Poiesz	8,11
Spar	8,11
Boon's Markt	7,98
Boni	7,74
Hoogvliet	7,67



Jumbo is de winnaar onder de landelijke formules. Een mogelijke reden voor de hogere waardering zijn de vele acties in het kader van het 100-jarige bestaan.



Klanten van Spar hebben veel waardering voor het personeel van de winkel.



Lidl eindigt bij de landelijke formules op de derde plaats.

gelijk, maar op de prijs-as zakt de discounter.

Het totale rapportcijfer van de zeven landelijke formules komt in dit GfK Kerstrapport iets lager uit dan afgelopen zomer (van 7,66 naar 7,64).

Regionaal

Bij de regionale formules zijn de verschillen, de top-2 daargelaten, groter dan bij de landelijke formules, constateert Norman Buysse van GfK. 'Daar was het verschil tussen de nummer 1 en nummer 5 maar 0,08 punt. Bij de regionale formules is het rapportcijfer van Poiesz bijna een kwart punt hoger dan dat van Boni dat op de vijfde plaats staat. Dat is een voor deze rapporten behoorlijk onderscheid.'

Poiesz krijgt ten opzichte van afgelopen zomer een iets lagere waardering van zijn klanten (van 8,01 naar 7,94). Nettorama op zijn beurt doet het juist iets beter dan enkele maanden geleden (van 7,86 naar 7,93), waardoor een nek-aan-nekrace ontstaat die nipt in het voordeel van Poiesz wordt beslist. Dat betekent dat het beeldje en de oorkonde die bij de winst in het GfK Kerstrapport horen naar Sneek gaan.

Het is dan ook niet verrassend dat de twee formules op de aspecten dominant zijn. 'Poiesz en Nettorama winnen samen bij alle aspecten, met uitzondering van personeel. Daar was Poiesz in het GfK Zomerrapport nog wel de nummer 1, maar dat is nu Spar', legt onderzoeker Buysse uit. Spar doet op dat aspect (van 8,25 naar 8,43) een flinke stap vooruit, terwijl



Nettorama wordt met het kleinste mogelijke verschil tweede bij de regionale formules. Het verschil met Poiesz is maar 0,01 punt.

Poiesz (van 8,44 naar 8,32) bij personeel juist een sprongje achteruit doet. Al blijft de waardering nog altijd bijzonder hoog.

Fraaie eindscore

Dat neemt niet weg dat Poiesz het rapport wint met een fraaie eindscore. Maar de formule doet het wel over de breedte van de service-aspecten iets minder dan het heel bijzondere rapport dat in juni werd uitgereikt met een unieke 8 als eindcijfer. De formule is nummer 1 met versafdelingen (van 8,08 naar 7,95), kwaliteit (van 8,21 naar 8,13), breedte assortiment (van 8,05 naar 7,94), aanbiedingen (van 8,01 naar 8,03), winkelgemak (van 8,21 naar 8,14) en winkeluitstraling (van 8,17 naar 8,11). Met de tweede plaatsen voor personeel (van 8,44 naar 8,32) en voorraad (van 8,12 naar 7,99) de vijfde plek bij lage prijzen (6,99, in Zomerrapport niet in top-5) is het toch een uitzonderlijk goed rapport.

Dat geldt ook voor Nettorama, in het verleden natuurlijk al regelmatig winnaar van een GfK-rapport. Buysse: 'Nettorama verbetert zich op veel aspecten, maar ontbreekt bij winkelgemak en winkeluitstraling ook in dit rapport in de top-5, terwijl Poiesz daarin de nummer 1 is. Als je dan alles optelt, komt Poiesz net iets hoger uit.'

Lage prijzen

Nettorama is vooral op het aspect lage prijzen (van 8,10 naar 8,17) dominant. Nummer 2 Boni krijgt van zijn klanten voor dit aspect het rapportcijfer 7,79. Bij de versafdelingen (van 7,83 naar 7,93) is Nettorama nu de nummer 2, bij voorraad (van 8,11 naar 8,13) wordt Boon's Markt (van 8,22 naar 7,82) van de troon gestoten. In kwaliteit (van 8,02 naar 8,13) is Nettorama nu samen met Poiesz de nummer 1.

Boni zet ook een goed rapport neer (van 7,72 naar 7,84) en is nu de nummer 3 onder de regionale formules. Twee plaatsen hoger dan afgelopen zomer. Op verschillende aspecten

staat de formule nu in de top-5, waar dat afgelopen zomer nog niet het geval was. Bijvoorbeeld met een gedeelde vijfde plaats bij versafdelingen (7,64), de derde plek op voorraad (7,84) en kwaliteit (8,07) en de vijfde plaats in breedte assortiment (7,66). Lage prijzen (van 7,78 naar 7,79) blijft het sterkste aspect voor Boni. Alleen Nettorama scoort hoger.

Boon's Markt zakt

Het spiegelbeeld van deze ontwikkeling is te vinden bij Boon's Markt. De formule staat bij alle niet-prijsaspecten in de top-5, maar doet overall wel een behoorlijke stap terug (van 7,90 naar 7,70) en blijft daarmee nog maar net in de top-5. Vooral op de aspecten voorraad (van 8,22 naar 7,82), winkelgemak (van 8,04 naar 7,82) en personeel (van 8,23 naar 7,97) is de teruggang fors. Dat geldt in iets mindere mate ook voor kwaliteit (van 8,15 naar 7,95), breedte assortiment (van 7,91 naar 7,81) en winkeluitstraling (van 8,08 naar 7,98). Kortom, zo'n beetje in de breedte een lagere waardering.

Hoogvliet blijft met een nipt lager cijfer (van 7,78 naar 7,73) stabiel op de vierde plaats. Op het aspect kwaliteit staat Hoogvliet niet meer bij de beste vijf, op personeel (7,82) en winkeluitstraling (7,67) deze keer juist wel. Belangrijkste achteruitgang is er te zien op het aspect lage prijzen (van 7,61 naar 7,36). Met derde plaatsen zijn breedte assortiment (van 7,88 naar 7,83) en winkelgemak (van 7,87 naar 7,90) voor Hoogvliet de sterkste aspecten.

Als we naar de matrix kijken, zit Poiesz op een unieke positie op de service-as, terwijl Nettorama de prijs-as domineert. Van de formules die de top-5 niet hebben gehaald scoort Vomar op de prijs-as iets boven het gemiddelde en is Spar op service bovengemiddeld. Dekamarkt en Jan Linders zitten linksonder in het schema, de positie waar formules in principe niet willen zitten.

Het gemiddelde rapportcijfer van de regionale formules komt uit op 7,68, iets lager dan afgelopen zomer. **F**

Het complete GfK
Kerstrapport bestellen:
adrienne.koreman@gfk.com,
T (088) 435 14 03.