

Rijen voor de deur bij Dirk: 'Hier hoeft je niet te bukken voor een huismerk'

Amsterdam- De sterke groei van discountwinkels zorgt voor spektakel. Bij een nieuwe vestiging van supermarkt Dirk in Amsterdam-Noord staan al sinds de opening woensdag iedere dag rijen om naar binnen te komen. Het winkelcentrum rond het Buikslotermeerplein had nog geen discounter. „Hier boodschappen doen scheelt me 10 tot 15 euro.”

Onno kijkt geamuseerd naar de rij die zich voor de deur heeft gevormd. Voor iedere klant die de winkel uitloopt, laat een beveiligder weer één naar binnen. „Woensdag was het helemaal een gekkenhuis. Ik heb het gelukkig niet nodig, maar het is hier wel goedkoper dan bij Jumbo of Albert Heijn.” Achter hem staan Sharon en Nordin Ben Haik met een volle kar. Sharon: „Allemaal aanbiedingen.” We gaan ook naar Appie hoor, voor de kwantumkortingen.” Haar man vult aan: „Daar hebben ze ook meer halalproducten.”

Discount

Discountsupers zoals Aldi, Lidl en Dirk zijn de afgelopen jaren in omzet en marktaandeel veel sneller gegroeid dan de meer traditionele servicesupermarkten. De gezamenlijke discounters strijken ongeveer een kwart van de zestig miljard euro op die in de supermarkten omgaat. Zogenoemde fullservicewinkels zoals Albert Heijn en Jumbo zijn goed voor 58 procent. Ieder procentje marktaandeel is goed voor honderden miljoenen. Verdere groei van de discounters wordt verwacht als de prijzen opnieuw oplopen door de oorlog in de Golf.

Ieder jaar verbouwt Dirk met 134 winkels ongeveer tien winkels, maar in Amsterdam-Noord had de keten er nog maar één, terwijl de oorsprong van het bedrijf ligt bij de melkwinkel Dirk van den Broek die in 1942 in Amsterdam zijn deuren opende. Ceo Marcel Huizing aan de telefoon: „Blijkbaar zaten mensen op ons te wachten. Een nieuwe zaak zorgt wel vaker voor drukte, maar zo'n toeloop heb ik ook nog niet eerder gezien.”

Ooghoogte

„Bij ons kan je de Coca-Cola en Douwe Egberts-koffie goedkoper krijgen dan in andere winkels”, zegt Huizing. „En we hebben ook huismerken die zeker net zo goed zijn en veel voordeliger. Daar hoeft je bij ons niet naar te zoeken. Die staan bij ons gewoon op ooghoogte in de schap.” Dat A-merken bereid zijn om veel korting te geven voor een goede plek in de schap deert Huizing niet. „Wij bepalen zelf hoe we onze winkel inrichten. Bij ons hoeft je niet te bukken voor een huismerk.”

Bron: telegraaf.nl