

Supermarkten en cateraars steeds actiever met foodretail op hogescholen

‘Campusgemakswinkel vraagt om specifieke bedrijfsvoering’

AMSTERDAM - Er valt nog een wereld te winnen in campusretail. AH to go en Spar roeren zich flink, maar ook de cateraars zitten niet stil en lanceren hun eigen gemakformules. Is dat een goede ontwikkeling? “Laat retailen vooral aan echte retailers over.”

Convenience | door Eelco Brandes



FFWD is de gemakformule die cateraar Albrun runt op enkele campuslocaties.

Dat laatste zegt Tony Wijntuin, die met zijn adviesbureau Wyne & Innovation adviseert in de ontwikkeling en realisatie van voorzieningen op high-trafficlocaties waaronder campus terreinen. In zijn ogen is het logisch dat vooral supermarkten zich op deze locaties hebben gestort. Naast het aanbieden van producten en diensten is de campus een prachtige plek voor retailers om hun merk te promoten en een relatie op te bouwen met hun (toekomstige) klanten. Marktpartijen die inzicht willen in hoe millennials zich gedragen en wat hun eisen en wensen zijn op het gebied van retail, horeca en services, kunnen zich geen betere plek wensen. “Het is niet voor niets dat een partij als bijvoorbeeld Spar naast de fysieke winkel op de campus hard

“Campus is een atypische winkelomgeving

aan het werk is om de relatie met de klanten ook via (sociale) platformen verder uit te bouwen”, zegt Wijntuin.

Schoenmaker

De strijd gaat hoofdzakelijk tussen Spar en AH to go. Ook andere partijen betreden deze markt echter, zoals cateraars die hun eigen supermarktformules ontwikkelen. Zo heeft Appèl catering dit jaar minisupermarkt Mini-Marché gelanceerd op de Saxxion Hogeschool in Deventer en Enschede. Terwijl cateraar Albron al eerder de gemakformule FFWD op campuscomplexen opende. In de visie van Wijntuin geldt: ‘schoenmaker blijf bij je leest’. “Wij zijn geen voorstander van cateraars die opeens winkeltje gaan spelen. Ons advies: laat retailen vooral aan echte retailers over.”

Rien de Koning van Foodservice Marktonderzoek snapt de stap van cateraars binnen foodretail op campussen wel. “De positie van cateraars in onderwijs loopt terug. Ook het aantal leerlingen is stabiel en gaat in de toekomst dalen. Binnen deze ontwikkelingen worden alle registers opengetrokken om de positie te behouden. En dan is het inspelende de behoeften van studenten natuurlijk een goed uitgangspunt.”

Spar heeft volgens De Koning de beste papieren in de campusmarkt. Wijntuin is dat met hem eens. “Zij waren er al vroeg bij om werk te maken van campusretail, zegt hij.

“Eerst met een normale Spar-winkel, daarna met de speciaal ontwikkelde Spar-University formule van ondernemer Erwin Binneveld om nog gericht te kunnen inspelen op de doelgroep studenten. Inmiddels is ook AH to go zich steeds duidelijker aan het manifesteren als een grote partij die ook studentensupers wil openen op campuslocaties.”

Atypisch

Ondernemers en retailers die de stap in de wereld van universiteiten en hogescholen willen wagen moeten volgens Wijntuin wel enkele zaken in acht nemen met betrekking tot de bedrijfsvoering. Naast het feit dat een campus een atypische winkelomgeving is met een atypisch kooppatroon, speelt ook het piek- en dalgedrag op campuslocaties een rol. “In de zomer- en kerstperiode is het een stuk rustiger op universiteiten en hogescholen en is dus ook de normaal aanwezige traffic aanzienlijk minder”, aldus de kenner. Het advies dat hij gratis geeft aan geïnteresseerde marktpartijen is dan ook om zich goed te verdiepen in de dynamiek op campussen, de aanwezige doelgroepen, transactiegedrag en op basis van deze informatie een afgestemd winkelconcept te realiseren. “Het een-op-een kopiëren van de winkel uit de binnenstad naar een campuslocatie gaat namelijk niet werken.” Ook over de doelgroep studenten is een aantal eigenschappen te noemen. Zij verwachten lage prijzen, maar zijn ook zeker bereid om meer te betalen, stelt Wijntuin. “De kwaliteit van het aanbod moet dan wel goed zijn. Studenten zijn vluchtig in hun aankoopgedrag en verwachten afwisseling in de winkel. Maar als het aanbod klopt en de sfeer aansluit bij hun behoefte komen ze graag terug.”



Het assortiment in de Mini-Marché van Appèl catering bestaat uit een breed pakket aan to-go artikelen.