

de poolse winkel

Minisupers met een assortiment gericht op een bepaalde bevolkingsgroep zijn in Nederland niet onbekend. Zij springen in het gat dat ontstond door het verdwijnen van de kleine buurtsuper. Actueel is de opkomst van de Poolse minisupers, die niet eens altijd door Poolse ondernemers worden gerund.

DOOR MILAN CASPERS

vijf filialen kennende Sklep Halinka. Dit betekent, vrij vertaald, niet meer dan winkel (van) Halinka. Naast het Poolse ondernemerschap zijn het regelmatig ook gewoon Nederlandse ondernemers die een gat in de markt zien. Want dat gat ligt er en dat blijft naar verwachting voorlopig nog wel even zo.

ASSORTIMENT De meeste Poolse winkels halen hooguit de 70 m². Klein dus, maar op dit beperkte aantal meters bevindt zich vaak een bijzonder groot en divers assortiment, waardoor het echt kleine food-supermarktjes zijn. Het assortiment voldoet perfect aan de vraag van de klant, die hier komt vanuit een soort nostalgie, dus veel potjes en blikjes zoals die bij mama en oma ook in de kast staan: zure gekruide augurken, zakjes van Knorr voor Poolse sauzen en soepen, potjes geconcentreerde barszcz (voor bietensoep), bakjes śledź (rolmops in saus), deegwaren als pierogi (Poolse ravioli) en uszka (oortjes), zowel de koeling als diepvries en diverse vruchten-

Polski sklep, een sector in

Afgezien van een enkele Spar, zijn de traditionele Nederlandse kleinere (buurt-) supermarkten eigenlijk vrij snel uit het Nederlandse winkellandschap verdwenen. Een zelfstandige supermarkt is in ieder geval vrijwel niet meer te vinden. Een agressieve locatiestrategie van de Nederlandse supermarkten heeft er voor gezorgd bijna dat iedere buurtstrip wel een full-servicefiliaal kent van meer dan 1000 m². Vaak zijn de Turkse of Marokkaanse supermarkten, die het afgelopen decennium een enorme kwaliteits-slag hebben gemaakt qua kwaliteit en winkelbeleving, hiervan een tegenhanger. Een tegenhanger omdat ze soms (bijna) full-service zijn op een klein metrage: niet alleen delicatessen uit het thuisland en halalvlees, maar ook gewoon frisdrank, komkommers of keukenrollen. Sinds enkele jaren kan aan dit rijtje een nieuwe 'type' supermarkt worden toegevoegd: de Poolse winkel of supermarkt, oftewel de Polski Sklep. Een marktsegment met veel dynamiek, zowel kwantitatief als kwalitatief. Tijd voor een betere kijk.

PADDENSTOELEN Volgens schattingen van het CPB wonen er tussen de 150 duizend en 200 duizend Polen in Nederland. Schattingen, omdat een groot deel van hen hier slechts kort verblijft en dus geen inschrijfplicht in zijn of haar gemeente kent en dus niet officieel is geregistreerd. In ieder geval praten we hier over een bijzonder grote groep, verspreid over het hele land. Niet geheel verrassend is het dus dat de markt voldoet aan de vraag die bij deze groep leeft. Dit is vooral de laatste paar jaar goed te merken. Als paddenstoelen schieten ze uit de grond. Ongeveer iedere maand wel één. Data van Locatus en eigen onderzoek laat zien dat Den Haag bijvoorbeeld tien Poolse winkels kent. Een veel kleinere stad als Tilburg telt er inmiddels drie. Amsterdam blijft echter steken op slechts één Poolse winkel, al waren dit er voorheen meer.

Een groot deel van de ondernemingen wordt gerund door Polen die hier al wat langere tijd wonen. Opvallend vaak gaat het hier om ondernemende dames en dit uit zich weer in de, vaak bijzonder eenvoudige, winkelnamen zoals het inmiddels



Net als thuis: bekende merken in pot of blik

sappen en biermerken. Maar ook drogistijartikelen en tijdschriften. Wodka zal men er niet vinden.

De winkeltjes zijn vaak ook gelegen op een plek waar je het niet een-twee-drie verwacht. Doorgaans bepaalt de locatie voor een groot deel het succes van een winkel. Zo vind je de meeste Marokkaanse en Turkse winkels voornamelijk terug op buurtstrips in de 'eigen' wijk. Bij Poolse winkels in Nederland is dit van minder groot belang. Het gros van de Polen in Nederland beschikt over een auto, zijn hier erg aan gehecht en afstanden zijn daarnaast bijzonder relatief. Voor de spullen van thuis is men dan ook best bereid om enkele kilometers extra te rijden.

SPREIDING Maar die afstanden nemen ook steeds verder af. Op basis van Locatus-data en eigen onderzoek blijkt dat Nederland momenteel meer dan zeventig Poolse winkels kent, tezamen ongeveer 4.500 m² wvo. Verspreid over heel het land, maar met een sterke vertegenwoordiging in Noord Brabant,



Te klein voor Nederlandse formules, groot genoeg voor een niche

Staat het Poolse wortelsap straks naast het Turkse kersensap in onze supermarkten?

opkomst

Den Haag en Rotterdam, en daar komen er dus iedere maand meer bij. Vijf jaar geleden, toen de grenzen voor Poolse werknemers opengingen, kende Nederland slechts één Poolse winkel! Ondanks dat er nog voldoende witte vlekken zijn op de kaart, is de concurrentie tussen de winkels inmiddels in ieder geval toegenomen. Maar dit heeft direct ook een bijzonder aangenaam effect. Vanaf het begin zijn de winkels qua inrichting en uitstraling vrij eenvoudig. Op zich niet vreemd. Klanten komen niet voor de ambiance of om lekker te snuffelen naar nieuwe producten. Ze weten wat ze nodig hebben en het zien van producten van thuis geeft al voldoende blijdschap. Maar deze eenvoud is, waarschijnlijk onder druk van de toegenomen concurrentie, meer ondernemerservaring maar ook door toenemend bezoek van autochtone Nederlanders, redelijk snel aan het veranderen. De metrages nemen toe, aan

Klanten van de sklep komen niet voor de ambiance of om lekker te snuffelen naar nieuwe producten

sfeer en beleving wordt gewerkt en het echt verse assortiment wordt steeds verder uitgebreid.

In juni 2012 werd in het buitengebied van Aalsmeer de tot dan toe grootste Poolse winkel van Nederland, in het bijzijn van de lokale wethouder, feestelijk geopend. Deze winkel, Odido, meet 350 m² en is niet alleen groter dan de meeste vergelijkbare winkels, maar ze besteedt deze extra ruimte aan bedieningsafdelingen met verse producten zoals vlees, groenten, versgebakken brood en banket. Doorgaans is het echte

versassortiment redelijk beperkt, maar dat verandert dus. Ook hier dus schaalvergroting.

BELEVING Zoals gezegd wordt ook aan de winkelbeleving gewerkt en dat loont. In Oss heeft de lokale Poolse winkel onlangs de deuren heropend na een verbouwing. Hierbij is vooral het in- en exterieur onder handen genomen. De winkel is nu zowel binnen als buiten prachtig versierd met Zuid-Pools houtsnijwerk. Dat dit de klant aanspreekt heeft de eigenaar direct gemerkt: vooral het aantal Nederlandse klanten is sterk toegenomen.

Nederlanders hebben het steeds vaker over de klant(on) vriendelijkheid van winkelpersoneel. Daargelaten dat op dit vlak bij veel retailers vast een enorme winst te behalen valt, is dit waarschijnlijk in ieder land een probleem. Zo zijn mijn ervaringen met winkelpersoneel in diverse mediterrane landen een stuk slechter dan in Nederland. In Polen is het een grote bijzonderheid als je door een winkelmanager gedag wordt gezegd op de winkelvloer of dat je door de caissière, na het afrekenen, een prettige dag wordt gewenst. Polen zijn gewoonweg een stuk introverter dan Nederlanders. 's Lands wijs, 's lands eer en dus stoort niemand zich daaraan in Polen. Echter, in de Poolse winkels in Nederland zijn mijn ervaringen totaal anders: altijd een dzień dobry bij binnenkomst, do widzenia bij vertrek. In ieder geval opvallend anders dan in Polen zelf.

WODKA Ook de Albert Heijn heeft het succes van deze winkels opgemerkt. Diverse Albert Heijn-filialen verkopen inmiddels Pools bier, vaak twee of drie verschillende merken (doorgaans Zywiec, Tyskie of Lech). Maar ook enkele C1000-ondernemers, gelegen in wijken met veel Poolse migranten, hebben reeds gezien dat hier omzet valt te halen en maken ruimte vrij voor een Pools assortiment. En ook slijterijen breiden hun assortiment wodka uit. Een ouderwets stukje Hollandse handelsgeest, al houdt het hier tot op heden bij de Nederlandse winkels wel op. De verwachting is echter dat een deel van de Poolse arbeidsmigranten voor korte duur in Nederland is, vaak voor slechts een half jaar, maar dat er ook een bijzonder groot deel is dat in Nederland zal blijven. Zijn de Poolse winkels daarom *here to stay*? Of wordt een deel van het assortiment overgenomen door de grote spelers in supermarkland en staat de kasza gryczana (boekweitgrutten) straks naast de Marokkaanse couscous (van Lassie overigens)? En staat de kubus (zoet wortelsap) naast het Turkse kersensap in het Albert Heijnschap? De tijd zal het leren.. czas pokaże! ↩

MILAN CASPERS IS PROJECTLEIDER BIJ STRABO