

Appeltje-Eitje: ‘Wij zijn boer, geen prijsvechter’

Distrifood.nl 28 mei 2021

ARNHEM – Automatieketen Appeltje-Eitje heeft in Arnhem zijn achtste vestigingspunt geopend, waarvan zes in stadscentra. Een primeur: op afstand kan de boer nu ook meekijken en vanuit de stal de prijzen aanpassen.



Twee boeren, zes automatiekwinkels in de stad. Dat is in een notendop Appeltje-Eitje. De automatieketen, initiatief van een pluimveehouder en een fruitteiler, begon in 2018. Als Distrifood met Gertjan van Dam belt, één van de twee boeren achter de keten, staat de pluimveehouder tussen zijn kippen. De dames tokken op de achtergrond vrolijk mee. Samen met zijn collega Sven Wiggelo – ‘Wij hebben thuis een fruitteelt- en melkveebedrijf’ – is hij drijvende kracht achter Appeltje-Eitje, automatiekwinkels die de tussenhandel en de supermarkt overslaan en rechtstreeks aan de klant leveren.

Boerderijwinkels geopend in de stadscentra

Er zijn twee innovatieve zaken die opvallen: de twee boeren zoeken het niet meer alleen in een boerderijwinkel op het erf, maar openen vestigingspunten in de stadscentra. Op de tweede plaats hebben de boeren in Arnhem voor het eerst de techniek in eigen hand, met eigen software. ‘Als ik wil, kan ik nu hier vanuit de kippenstal de prijzen aanpassen. Maar de software doet ook aan forecasting en heeft commerciële opties: wij kunnen nu ook aanbiedingen doen, of combi-deals.’ Over de prijzen: ‘We zijn net zo goedkoop, soms goedkoper dan de supermarkt omdat geen enkele partij tussen ons en de klant zit. Overigens is dat het laatste wat wij willen zijn, een prijsvechter.’

Winkel in Arnhem is automatisch met bestelzuil

De winkel in Arnhem is de zesde in de rij die de twee ondernemende boeren nu in de stad geopend hebben. Distrifood nam op een dinsdagmiddag een kijkje in de gloednieuwe winkel in Arnhem. Het is wat het zegt te zijn: een automatiek. De klant komt binnen, gaat naar een bestelzuil, maakt zijn keuze, rekent af en de luikjes springen open. Het aanbod is overigens zeer beperkt en bestaat uit eieren, aardbeien, sappen en wat fruit. Ook is er een cadeaupakket fruit en sap te koop. De winkel belooft binnenkort ook zuivel aan het assortiment toe te voegen. Van Dam noemt eieren het hele jaar door als hardloper omdat ‘mensen die toch wel wekelijks nodig hebben.’ ‘In deze periode zijn het ook de aardbeien die hard lopen.’ In het directe marktgebied is er geen folder of promotie. Van Dam daarover: ‘Wij zijn boeren en doen het allemaal anders.’



Weinig kopers te spotten

Iedere pakweg 10 minuten stapt er wel een nieuwsgierige klant naar binnen. Kopers heeft Distrifood er niet kunnen spotten. De winkel zit naast de ingang van een parkeergarage en vlak bij de stadsvestiging van Albert Heijn. Bij AH zijn ze blij met de automatiek. ‘Het voegt iets toe aan deze hoek van het centrum’, aldus de bedrijfsleider van het filiaal. De AH supermarkt opende in 2018 de deuren om een verloren centrumhoek meer sjeu te geven. Van Dam zegt ook juist dit soort plekken op te zoeken: ‘Onze zoektocht zit richting supermarkten. We willen klanten trekken op het moment dat zij boodschappen doen en dan is een supermarkt als buurman wel zo handig. Traffic alleen op een locatie is niet voldoende.’ Over de omzet: ‘Natuurlijk is het winstgevend, anders zouden wij er geen acht openen.’ Over de huur: ‘Die moeten we inderdaad betalen. Of het daarna nog steeds uitkan, dat is aan ons.’

Het belangrijkste voordeel voor de klant zit volgens Van Dam in het uitschakelen van de tussenhandel. Dat levert tijd én geld op. Vooral de korte keten maakt dat de producten vers bij de klant komen. Het ei ligt bij wijze van spreken ’s ochtends onder de kip en ’s middags in de

winkel. 'Voeg daaraan toe dat alles contactloos is en dus coronaproof.' Een automatiek heeft ook de belofte in zich van 24-uursopening. Dat wil deze keten Appeltje-Eitje niet. Gertjan van Dam: 'Wij houden ons aan de winkeltijdenwet en zijn van 7 uur in de ochtend tot 9 uur in de avond open, in de zomer tot 10 uur 's avonds.'

Over de ambitie zegt Van Dam: 'Dat is moeilijk te zeggen. Ja, wij zijn ambitieus en hebben producten genoeg. Ik lever nog altijd 80 procent van mijn eieren aan de supermarkt. Maar wij werken inderdaad aan uitbreiding van de winkels met partners en er zijn plannen voor een franchiseconcept.'

