

Opvallend

Niet na twee dagen, maar na twee uur bereikten we onze vakantiebestemming. Met de auto en ons kipje erachter. Eerst twee weken in Koudum, daarna nog een week in Sneek. Drie weken tussen kamperende waterliefhebbers. Dan valt je een aantal zaken op.

Andere winkels. Mijn favorieten Aldi en C1000 heb ik niet gezien. Wel een fraaie Appie in Sneek, enkele filialen van Poiesz en kampwinkels. Die laatste krijgen de laatste jaren een steeds groter deel van ons budget. De lusten van snel iets kunnen halen winnen het steeds vaker van de lasten van hogere prijzen en beperkter assortiment. Geen cent teveel verschuift richting gunnen. Blijkbaar worden we niet alleen grijzer, maar ook milder.

Ander assortiment. Kampwinkels blinken uit in A-merkartikelen. Zeker als er maar een merk voedingsmiddel is, is dat vrijwel altijd een A-merk. Normaliter kopen we die – hoe zal ik het zeggen – heel bewust. Of om meer precies te zijn: prijsbewust.

Andere prijzen. Kampwinkels zijn duur. En vanzelfsprekend zijn A-merken duurder dan andere merken. Zo dronken wij bij gebrek aan een alternatief soms Royal halfvolle melk van 79 cent de liter. Dat zijn er maar liefst vierentwintig meer dan we normaliter betalen.

Bij een omzet van meer dan 10 pakken per week – we hebben drie zonen die ons inmiddels in lengte voorbij zijn geschoten – kun je op jaarbasis al bijna gedurende een vakantiedag een sloepje huren. U weet wel zo'n open bootje met ingebouwde motor. Héérlijk tuffen op Friesche wateren! Trekken we die zuinige lijn door naar andere bulkgoederen als yoghurt, brood, frisdrank, vruchtensappen, pasta en niet te vergeten pannenkoekenmeel, dan kunnen we voortaan de gehele vakantie in een royale sloep met wapperende vlag varen.

Andere keuze. Op vakantie, maar ook in het weekeinde of gewoon als het leven ons toelacht, zijn we geneigd luxere voedingsmiddelen te kopen. Brood van ruim twee euro, meergranenpannenkoekenmix in plaats van bloem en soep en saus in luxe stazak in plaats van blik of pot; van zakjes worden wij niet echt vrolijk.

Anders koken. In Koudum stonden we op een veldje met zo'n tien andere gezinnen. Wij waren daar de enige – echt waar – die niet kookten/bakten/braden op een skottelbraai. Buiten zijn is fijn, en buiten koken hoort daar blijkbaar helemaal bij. Overigens hebben we de laatste week er geen een meer gezien.

Wat ik met dit alles maar wil zeggen, is dat vakantie A-merken ongekende mogelijkheden biedt om mensen voor hun product te winnen. Wat denkt u van skottelbraaikruiden of skottelbraaisaus.

Zouden A-merken ook de kampwinkel (of gangbare supers in de buurt van campings) niet veel meer aandacht moeten geven, wat betreft aanbod, maar tevens met lagere prijzen. Dat lijkt mij veel effectiever dan welke actie dan ook. Misschien moet voedingsmiddelenfabrikantenland wel een kampwinkelketen vormen, droomde ik terwijl de boot langzaam richting de horizon kabbelde.



Hans Damman
hdamman@noordervlietmedia.nl