



Kies jou grootte

Skape word deesdae jonger en ligter geslag, want die moderne huisvrou soek 'n kleiner skaapboud met minder vet vir 'n kleiner, gesondheidsbewuste gesin. Mense word groter soos hulle beter eet (geen ridder harnas in die *Tower of London* sal die gemiddelde man meer pas nie!).

Die verbruiker is eenvoudig nie meer tevrede met die grootte waarmee hy of sy grootgeword het nie – of dit nou porsies, verpakking, klere of motors is. En dit is te verstane, want in hierdie dag en tyd is die verbruiker koning! Hy vra wat hy wil hê en kry dit gewoonlik ook.

Size does matter! Hierdie is 'n beginsel wat enige verskaffer van voedsel aan verbruikers moet weet. Vandag is dit groter. More is dit kleiner. Volgende week is dit meer, dan weer minder. En so hou dit aan! Die verskaffer se vermoë om hierby aan te pas, is bepalend vir sy sukses. Sommige verskaffers tree selfs meer proaktief op deur hierdie behoeftes te voorspel en aan te bied, selfs nog voor dit deur die verbruiker uitgespreek word.

Só lei die verbruikers die verskaffers en lei die verskaffers die verbruikers om sodoende saam die interessante wêreld te skep waarin ons eet en drink. Dink net hoe onbesielend 'n spyskaart by 'n Middeleeuse herberg met vandag s'n sal vergelyk. Selfs *M&J Retail* se A5-formaat kan met vrug in hierdie argument ingegooi word.

In hierdie uitgawe kyk ons onder andere na die kleiner verwerker en verspreider van suiwel- en sapprodakte. Hierdie ondernemings het ook deel van hulle mark daaraan te danke dat hulle juis die verbruiker se wispelturigheid baie vinniger en doeltreffender kan akkommodeer. Daarom het hulle 'n plek in die Suid-Afrikaanse voedselmark oopgeskop en gegroei tot 'n krag wat nie meer ontken of geignoreer kan word nie. Nie net het baie vernuwende idees rondom produkontwikkeling hier hulle ontstaan gehad nie. Heelwat nuutskeppings is ook ingebring by verpakking, porsiegrootte, produk aanbieding, en dies meer. Die uiteinde is bykans sonder uitsondering dat die verbruiker wen deur te kry wat hy of sy vra.

Die les wat ons hieruit leer is dat die verbruiker 'n keuse wil hê. Verbruikers leef in 'n wêreld waar dinge vir hulle besluit word. Belasting is wat dit is – geen demokrasie geld by Jan Taks nie. So ook reën dit wanneer dit wil en wen of verloor die Bokke, of jy nou 'n kaartjie gekoop het of nie. As die verbruiker in die winkel staan, wil hy vir 'n verandering 'n eie keuse kan maak. Dit is wanneer die verskaffer en kleinhandelaar moet spring. Daar is altyd iemand aan die ontvangkant van keuse.

Keuse is die fondament van ons demokratiese samelewing en iets wat met respek as een van die basiese regte van ons gemeenskap erken moet word. Dus, as die verbruiker wil kies, bied hom of haar die keuse. En as die verskaffer boonop daaruit kan geld maak en demokrasie word gegdiens... waarvoor sal ons dan kla? **M&J R**