

'We geven ons niet zo snel gewonnen'

22-11-2007 00:00

Een interview met Harrie ten Have, algemeen directeur SPAR Holding BV.

In 1998 was de Nederlandse supermarktformule SPAR op sterven na dood. Tien jaar later weet het als kleine speler toch een functie in te nemen in het retaillandschap. "We richten ons op dorpen, wijken en stadscentra en op nieuwe bestemmingen als vakantieparken. Daar ligt ons bestaansrecht."

De geschiedenis van SPAR loopt terug tot 1932 en kent vanaf eind jaren zestig een roerige tijd. Tot die tijd ontwikkelt de supermarktformule, bestaande uit zestien groothandelsbedrijven die uitsluitend leveren aan zelfstandig ondernemers, zich prima. In de jaren zestig vertoonden zich echter de eerste scheuringen, voornamelijk ontstaan vanwege opvolgingsproblemen. Er volgde een tijd van fusies en overnames. De diverse groothandelsbedrijven kwamen uiteindelijk in handen van drie verschillende organisaties; de Van Wel Groep, Van Silfhout en de Verenigde Distributie Bedrijven.

"Daarmee viel de SPAR-organisatie uit elkaar. Uiteindelijk namen zowel Unigro (met de formule Super de Boer) en Schuitema (met de formule C1000) de SPAR-activiteiten over. De twee concepten waarmee SPAR tot dan toe de markt bewerkte, werden al snel omgebouwd tot de eigen formules van deze organisaties. De SPAR-winkels van Schuitema werden C1000 en de SPAR-winkels van De Boer/Unigro werden omgedoopt tot Super de Boer", blikt Harrie ten Have, de huidige algemeen directeur, terug.

Het gehele interview is te lezen in het novembernummer van RetailTrends.

Een jaarabonnement op RetailTrends? Klik [hier](#).

U kunt een gratis proefnummer aanvragen via sales@retailtrends.nl.