

Hoe Vitaminstore de witte plekken kleurt

10-09-2015 09:46

Vitaminstore opent over ongeveer een maand in Leiden zijn dertigste winkel en blikst alweer verder. Hoewel de gezondheidsketen nog geen locaties heeft, weerhoudt dat Vitaminstore niet om vast te zoeken naar storemanagers uit Den Haag en Breda. Verdere expansie wordt verwacht in Groningen, Maastricht en Rotterdam. Algemeen directeur Koert Otten kijkt er nuchter tegenaan. "Eigenlijk groeit ons winkelbestand al een jaar of tien met twintig tot 25 procent. Nu we de dertig vestigingen naderen valt de relatieve groei mee. Absoluut gezien zijn de uitbreidingen natuurlijk nog best indrukwekkend."

Otten richtte Vitaminstore in 1995 op met zijn compagnon Alain Vermeulen. Het concept begon als groothandel in voedingssupplementen, waarna drie jaar later de eerste winkel in Amsterdam volgde. Door de overname van Body Vitaal in 2007 verdriedubbelde het winkelbestand ineens naar 21 vestigingen.

Sindsdien breidt de keten in een rustiger tempo uit. Groeien moet op duurzame en financieel gezonde wijze plaatsvinden. Vitaminstore kijkt daarnaast kritischer naar winkellocaties. Waar de keuze voorheen vaak op A2-locaties viel, wil de retailer voortaan liever naar A1-plekken. "In bijvoorbeeld Haarlem hebben we onze winkel daarom verhuisd", aldus Otten.

Juicebar

Dankzij de betere plekken trekt Vitaminstore een breder en jonger publiek. Dat wordt gestuwd door de zogenoemde Juicebar, waar klanten sapjes kunnen laten samenstellen met verse producten. "Echt heel winstgevend zijn de Juicebars nog niet. Maar ze zijn goed voor het totaalplaatje van onze winkels. Ze bieden toch extra beleving", ziet Otten. Bovendien maakt de bar van passanten sneller klanten. Winkels met een Juicebar zien hun traffic verdrievoudigen. Dat neemt niet weg dat de vestiging in Arnhem het sinds dit jaar zonder bar doet. "De ondernemer vond de aanlooptijd te lang", legt Otten uit. "Was het een eigen winkel geweest, dan hadden we de Juicebar waarschijnlijk langer laten zitten."

Branchegenoot Holland & Barrett doet tegenwoordig iets vergelijkbaars. Het moederconcern van De Tuinen plaatst in de 150 winkels tea bars en fruit bars. Otten laat zich bij zijn expansieplannen niet beïnvloeden door die reus die nu gebruikmaakt van één van de onderscheidende middelen van Vitaminstore. "De markt is groot genoeg voor ons allebei. En eerlijk gezegd letten we niet op Holland & Barrett. We trekken ons nooit zoveel aan van wat anderen doen."

Vitaminstore kan zich bovendien nog op genoeg andere vlakken onderscheiden, vindt Otten. In de vestigingen in Nijmegen, Haarlem en Amsterdam-Osdorp vindt een pilot plaats met het store-to-door-concept. Via touchscreens in de winkel kunnen klanten het volledige assortiment bekijken en bestellen. Het had nogal wat voeten in de aarde om de achterkant goed te krijgen. Zo moesten bestellingen eerst nog via e-mail aan het magazijn worden doorgegeven. Inmiddels is er een realtime koppeling zodat de beschikbare voorraad beter inzichtelijk is.

De kinderziekten zijn er na ruim een jaar testen wel uit, stelt Otten. "We zetten nu nog de puntjes op de i qua presentatie en training van ons personeel. Nu het concept aan sich staat, kunnen we snel uitrollen. Per week kunnen we het store-to-door-concept naar verwachting in tien winkels integreren." Dat belooft prettige omzetcijfers: Otten verwacht dat de touchscreens straks voor minimaal twintig procent van de omzet binnenhalen.

Shop-in-shops

Vanaf het begin streven Otten en Vermeulen naar een keten met landelijke dekking. In dat kader opende de

retailer al veertig shop-in-shops bij drogisterijketen DA. Sinds DA zijn nieuwe winkelformule met een thema als gezondheid lanceerde, past de keten namelijk goed bij Vitaminstore. De strubbelingen met ondernemers die dat concept niet wilden integreren, hebben verdere uitrol wat vertraagd, aldus Otten. Nu dat is afgerond kunnen er weer meer shop-in-shops worden geopend. "Eind dit jaar moet de teller op ongeveer zestig staan."

Intussen wordt gesproken met een andere retailer over eenzelfde samenwerking. Welke dat is, wil Otten niet zeggen. Het is ook nog niet al in kannen en kruiken. "Het zijn nog oriënterende gesprekken. Er kan van alles gebeuren." Zo zat hij ook weleens om de tafel met NS Retail. "Uiteindelijk kozen we daar niet voor. We moeten ook niet denken dat we in elke stad rijk kunnen worden."