Hoe SLA zijn vleugels uitslaat

03-02-2017 12:22

Door Amnon Vogel
Redactie RetailWatching

Gezond, biologisch en echt. Het zijn toverwoorden in de foodmarkt van vandaag de dag. Saladeformule SLA vaart er wel bij. De formule groeide snel en ziet dit jaar opnieuw kans zijn winkelbestand flink uit te breiden. Aan het eind van de zomer staan er dertien vestigingen. Oprichter en eigenaar Jop van de Graaf neemt ons mee in de groei van zijn foodformule.

Een vooropgezet plan was het niet om van SLA een keten te maken, vertelt Van de Graaf. Maar door de grote vraag en de vele goede vestigingsmogelijkheden die zich aandienden, stonden er binnen de kortste keren vijf vestigingen in Amsterdam. “Toen hebben we een kleine pas op de plaats gemaakt, want dat ging eigenlijk iets te snel”, aldus de oprichter. Na een kleine pauze, waarin de organisatie intern kon worden ingericht op meer groei, pakte SLA weer door met winkels in Utrecht, Den Haag en Haarlem. Het komende half jaar komen er nog eens vijf bij, waarvan weer twee in Amsterdam. Verder komt er in Den Haag een verzameling eetgelegenheden aan de Turfmarkt, met SLA als een van de concepten. Ook in het Utrechtse Hoog Catharijne, dat volop wordt vernieuwd, komt een nieuw horecagedeelte waar een SLA-vestiging deel van uitmaakt. Eerder al opent SLA een winkel aan de Nachtegaalstraat in Utrecht.

“Een half jaar geleden dacht ik dat de groei er in Amsterdam wel uit was”, zegt Van de Graaf. Maar door de vele

geschikte ‘microgebiedjes’ die de hoofdstad te bieden heeft, bleek er voor SLA toch nog ruimte voor uitbreiding. Zo komt er aan het begin van de zomer een vestiging aan de Haarlemmerdijk en later een aan de Zuidas. Daar houdt het wat hem betreft nog niet op, al komt de grens wel eerder in zicht door het toenemende belang van bezorgservices. Zo brengen Deliveroo en foodora de salades van SLA aan huis in de hoofdstad. “De fysieke vestigingen moeten het toch vooral hebben van mensen die een vaste route lopen van hun werk naar huis”, vertelt Van de Graaf. “Dat maakt hun verzorgingsgebied niet zo groot, terwijl het bezorggebied dat wel is.” Waren die maaltijdbezorgers er niet geweest, dan had SLA volgens de oprichter zo naar vijftien of zestien winkels in Amsterdam alleen al kunnen groeien.

Buitenland
SLA hoopt uiteindelijk door te groeien naar dertig tot 35 vestigingen in Nederland. “Hoe snel dat gaat, hangt af van hoe snel het voedingsbewustzijn zich doorzet. Dan kunnen we op een gegeven moment ook naar kleinere steden.” Voor het zover is, kijkt hij nog naar nieuwe locaties als Eindhoven, Rotterdam en Leiden. Daarna lonkt het buitenland, waarbij de pijlen in eerste instantie op Antwerpen zijn gericht. “Daar kunnen we eenvoudig vanuit Nederland leveren”, zegt Van de Graaf. Ook bij onze oosterburen ziet de SLA-oprichter ruimte genoeg. “In Duitsland ligt ons speelveld nog vrij open. Ik denk dat we ons concept daar, zeker in het westen van het land, één op één kunnen kopiëren.”

Zowel België als Duitsland zijn echter eerder plannen voor 2018 dan dit jaar. Nu focust SLA zich, naast de winkelopeningen die al vaststaan, op de introductie van het ontbijt. Die toevoeging zal in eerste instantie getest worden op de nieuwe locaties aan de Turfmarkt in Den Haag en in Hoog Catharijne. “Dat zijn de plaatsen waar ’s ochtends vroeg al veel traffic is”, legt Van de Graaf uit. “Daarna kunnen we de Breakfast Bar, afhankelijk van het succes, breder uitrollen.”

Verder is dit jaar een belangrijke rol weggelegd voor SLA Detox Days, een driedaags voedingspakket dat aan huis bezorgd wordt. Met drie verschillende varianten, die dit jaar mogelijk verder worden uitgebreid, speelt SLA daarmee in op het succes van maaltijdboxaanbieders als HelloFresh. “We beginnen daarmee in ons huidige marktgebied, maar met de optie om uit te breiden naar heel Nederland”, zegt Van de Graaf. “Ik hoop dat dat dit jaar al gaat lukken.”

Het succes van SLA is volgens Van de Graaf een optelsom van de vraag naar ‘echte’, herkenbare groenten en de behoefte aan snelheid en gemakt. Dat gezonde voeding steeds breder wordt omarmd, ook door machtige spelers als supermarkten en internationale fastfoodketens, is volgens Van de Graaf geen gevaar voor het bestaan van SLA zelf. Sterker nog, hoe eerder het in ons land mainstream wordt, hoe beter. “Ik zou dat zien als: mission accomplished. Voor SLA zou het betekenen dat we nog meer op de gemaksfactor gaan zitten. De aspecten bio en ‘echt eten’ als unieke punten zullen er dan een beetje uit zijn.”

In het februarinummer van RetailTrends wordt stilgestaan bij de vernieuwers in de foodbranche, die volgens FoodService Instituut Nederland steeds meer marktaantal van de traditionele spelers afsnoepen. SLA komt daarbij aan bod als een van de voorbeelden. Klik hier voor meer informatie over een abonnement.