Het nieuwe avontuur van Stach Food

05-09-2019 12:10



Door Rupert Parker Brady
Directeur Retaildenkers

De buurtwinkel voor de drukke stadsmens heeft honger om te groeien. Horeca- en cateringgigant Vermaat Groep heeft per 3 september een meerderheid van de aandelen in Stach Food genomen. De foodwinkelketen van oprichters Stach Schaberg en Esgo Kuiper staat na acht jaar bouwen aan de vooravond van een expansie binnen Nederland en de stap naar Duitsland.

'Even langs Stach' is in Amsterdam onderhand een gevleugeld begrip geworden onder millennials, tweeverdieners en jonge gezinnen. Deze gemakskruidenier vind je in bijna elk populair winkelgebied in hoekpanden. Tel de vestigingen in Haarlem, Overveen en Utrecht erbij op, en de teller staat op negentien winkels. Op het LinkedIn-profiel van algemeen directeur Stach Schaberg staat de positionering glashelder omschreven. Stach is een *convenience store* die zich moet gedragen als een vriend die voor je zorgt. 'Lekker en gezond eten hoeft niet ingewikkeld te zijn. Ook als je een druk leven leidt, is het mogelijk om elke dag gezond en vers te eten. Wij selecteren namelijk de lekkerste verse en gezonde maaltijden van de beste leveranciers uit de omgeving. Het assortiment is gevarieerd, van hoge kwaliteit en niet duur. En om dat te bewijzen mag je zelf komen proeven.'

Ergo de slogan 'Stach weet wat lekker is.' Dat deze propositie dagelijks wordt waargemaakt, dwingt bij mij

respect af. Het maakt niet uit wanneer ik in mijn buurt langs het hoekpand loop, de verleiding is altijd groot om er even binnen te gaan kijken. Wat ik zie is een overzichtelijke winkel met vriendelijk personeel achter de toonbank en zoete verleidingen hoog opgetast of in papieren zakjes met de uitnodiging om te proeven. Een nieuwe smaak, een nieuw product, nieuwe combinaties. Bijzondere producten die je niet tegenkomt bij de grootgrutters. En de verse kant-en-klaar maaltijden behoren tot de beste op de markt. Je kunt er bijna alles krijgen. Ontbrekende producten zijn aardappelen, groenten, fruit en bloemen. Vast een bewuste keuze, al is het alleen maar om de groenteboer en bloemenzaak om de hoek het brood niet uit de mond te stoten. Stach denkt inclusief en gunt anderen ruimte in de markt. Dat getuigt van karakter.

Ruimte in de markt steeds kleiner

Het is niet vreemd dat de twee eigenaren samen met hun stille vennoot Peter Beukers in de hoogconjunctuur hebben besloten om hun vertrouwen te schenken aan Vermaat. Het concept heeft zoveel marktpotentie dat je wel moet groeien. Je kunt alleen met een kapitaalkrachtige partij met een gedegen backoffice deze ambities realiseren. In steden wordt de concurrentie steeds heviger met gemakswinkels van supermarkten, die als paddenstoelen uit de grond schieten en zelfstandige buurtwinkeliers kaalvreten. Nu is er nog ruimte in de markt, maar over een paar jaar zijn alle pandjes vergeven. Schaberg weet uit zijn leerschool bij Aldi en Marqt dat daten met een supermarktketen geen optie is. Zeg dan maar dag tegen je identiteit, overgeleverd aan een korps van inkopers die de ziel er vakkundig tot de laatste druppel uit knijpen omwille van de efficiëntie. Vermaat is in veel opzichten een logische match, al is het alleen maar omdat het management heel goed weet hoe belangrijk het is om de identiteit en het ondernemerschap te behouden van een concept met een kloppend hart, een fanbase en een rasechte foodie aan het hoofd.

De ‘specialist in horeca op maat’ uit IJsselstein die 41 jaar geleden begon als delicatessenwinkel, draaide in 2018 een omzet van 254 miljoen euro met 350 vestigingen en vierduizend medewerkers. Vermaat groeit door selectieve overnames en partnerships. Een greep: vier locaties op Eindhoven Airport, twee KLM Lounges op Schiphol en restaurant Lier op de eerste verdieping van het Concertgebouw. Bos & Bos Catering werd overgenomen door Vermaat met locaties onder meer op Groningen Airport Eelde, Groninger Museum en het Groninger Forum, waar Stach een locatie met terras zal krijgen.

Miniwinkeltjes in hotels

Ceo Rick Zeelen van Vermaat is verliefd op zijn nieuwe aanwinst: "Stach is een dusdanig sterk merk, dat we er niets aan zullen veranderen. Ik ben er zéér trots op dat we de handen ineen slaan. Wij kunnen als organisatie leren van Stach en ons klantportfolio inzetten als de accelerator voor de groei." Vermaat biedt Stach een nationaal breed netwerk en internationale potentie. Schaberg kan zijn droom om naar het buitenland te gaan nu eindelijk waarmaken. Er staan stedelijke locaties (‘Stach versteht was lecker schmeckt’) gepland in Noordrijn-Westfalen. Ook in Nederland valt buiten Amsterdam genoeg te doen. Zo krijgt de succesvolle pilot met miniwinkeltjes in de Amsterdamse Accor Hotels navolging bij een andere hotelketen. En kan Stach ook landen bij ABN Amro op de Zuidas en WTC Schiphol. Via het netwerk van Vermaat zijn musea en bedrijven nu ook plekken waar de liefde voor lekkere tussendoortjes en maaltijden kan worden uitgevent.

Je kunt beweren dat Stach eenheidsworst wordt, als het straks als keten overal is te vinden. Ik denk dat het mee zal vallen. De geestelijk vader heeft juist nu, mede dankzij een operationeel directeur als rechterhand, meer tijd om zich te focussen op het assortiment, productontwikkeling, het concept en het laden van de merkpropositie. Als een bok op de haverkist zal Stach Schaberg moeten waken voor de dag dat de passie, innovatiekracht en kwaliteit dreigen te verwateren als rekenmeesters de macht grijpen. Een groot voordeel heeft hij, en dat is zijn leeftijd. Op zijn 39ste kan hij nog jaren vooruit. Zijn werk is zijn lust en zijn leven. En wie aan Stach Food komt, komt aan Stach.

Rupert Parker Brady