

Zo pakt Spar zijn groei in winkels aan

20-05-2022 13:40



Branded content

Toen Christian Koopmans, manager acquisitie en vastgoed, elf jaar geleden bij Spar begon, had hij een belangrijke taak: het aantal locaties flink uitbreiden en ondersteunen bij het ontwikkelen van nieuwe formules. Dat lukt uitstekend: de afgelopen jaren zijn er inclusief de tankstationlocaties 270 nieuwe winkels geopend. Voor de komende jaren verwacht Koopmans een verdere groei van tien tot vijftien nieuwe locaties per jaar. Ook de kansen voor onbemande vestigingen worden onderzocht.

Spar, in 1932 op Nederlandse bodem als supermarktketen gestart, heeft de afgelopen jaren grote ontwikkelingen doorgemaakt. "Er heeft een verschuiving plaatsgevonden van dorpswinkel naar gemakswinkel", vertelt Koopmans. "De afgelopen jaren zijn we echt waanzinnig gegroeid. Qua omzet verwachten we in Nederland een miljard euro te halen. We hebben tweehonderd nieuwe winkels geopend in tankstations. Daarnaast hebben we nog eens zeventig citywinkels aan ons bestand toegevoegd en we zijn nog steeds groeiende."

In deze citywinkels is convenience steeds belangrijker geworden. "Daarom wilden we een paar jaar geleden heel graag een horecafunctie toevoegen", blikt Koopmans terug. "Daarbij hadden we twee keuzes: zelf experimenten met het risico in allerlei valkuilen te belanden, of een succesvolle startup overnemen. Wij hebben voor dat laatste gekozen." In 2020 neemt Spar de veertien vestigingen van The Tosti Club over. "Deze startup wordt gerund door op en top horecaondernemers, die betrokken zijn en blijven bij de doorontwikkeling."

Onafhankelijk onderzoek

Hij besluit voor dit traject de hulp in te schakelen van een onafhankelijk adviesbureau. "Bij de opening van de eerste citywinkel in 2011 waren we in alle mogelijke valkuilen gevallen", verklaart Koopmans. "Sommige winkels waren te groot, andere zaten op een verkeerde locatie. Hieruit blijkt dat het heel belangrijk is om een samenwerking aan te gaan met een deskundig onderzoeksbureau." De keuze valt op MCR RetailMinds. "Dit is een onafhankelijk strategisch adviesbureau, dat zich zowel bezighoudt met groei- en vestigingsvraagstukken als segmentatie- en haalbaarheidsstudies. Directeur en mede-eigenaar Erik van Koert heeft veel verstand van retail en tevens veel ervaring in de horeca."

De eerste opdracht bleek meteen uitstekend te bevalen. Spar had zelf berekeningen gemaakt voor een The Tosti Club in de citywinkel in Arnhem, maar kwam er niet uit. Het rapport van MCR RetailMinds was volgens Koopmans gelijk *spot on*. "We zijn samen echt een partnerschap aangegaan. MCR RetailMinds denkt mee over allerlei strategische keuzes." Van Koert vult aan: "Naast het maken van een rapportage, geven we ook advies. We delen kennis, zelfs als dat conflicterend is." Koopmans: "Op de Zuidas hebben we verschillende locaties overwogen en één of twee keer naar aanleiding van het advies van MCR RetailMinds besloten om het niet te doen."

Op verzoek van Spar worden de onderzoeksrapporten door MCR RetailMinds in relevante documenten aangeleverd. "Zo zorgen we ervoor dat we de interpretatieruimte eruit halen en kunnen we nog preciezer zijn in onze uitspraken", legt Van Koert uit. "Spar deelt onze custom-made modellen met verschillende partijen, zoals de franchisenemer, de directie, de bank, de formulemanagers en de winkelinrichters. Zij moeten er allemaal iets uit kunnen halen en het moet voor alle partijen goed leesbaar zijn." Deskundigheid en betrouwbaarheid zijn ontzettend belangrijk, benadrukt Koopmans. "Het grootste gevaar is dat wij een nieuwe locatie openen, waarbij achteraf blijkt dat het vooronderzoek niet kloppend is. De rapportage van MCR RetailMinds voorkomt dat."

"Goede locaties komen niet op de markt", zegt Van Koert over het openen van nieuwe vestigingen. "Je moet echt ingewijd zijn in de vastgoedwereld en de retail om benaderd te worden. Als Spar een potentiële locatie op het oog heeft, dan gaan wij deze beoordelen. Er wordt vaak een vestigingsplaatsonderzoek uitgevoerd. Daarbij kijken we onder meer naar de ontwikkelingsplannen in de buurt en de concurrentie."

Toekomstplannen

De komende jaren wil Koopmans ieder jaar tien tot vijftien nieuwe winkels toevoegen. "De citywinkels fungeren als kraamkamer van nieuwe ideeën. Als we een nieuw assortiment toevoegen, zoals de verkoop van tapas of zelfgemaakte pizza's, dan testen we dit eerst in onze citywinkels. Pas later rollen we de concepten uit naar de buurtwinkels. Zo is dat ook met The Tosti Club gegaan."

In de nabije toekomst wil hij het bezorgen van maaltijden verder uitbreiden. "Corona heeft ons op scherp gezet. Onze winkels op universiteitsterreinen gingen dicht. Toen zijn we gaan kijken of we iets met bezorging konden doen." Sinds kort werkt Spar samen met Thuisbezorgd.nl. Ook andere mogelijkheden worden onderzocht. Het uitbreiden van de conveniencefunctie vindt hij best lastig. "Wanneer wordt convenience horeca en hoe ga je hier als foodretail serieus goed in worden? Dat wordt dé uitdaging."

Onbemande winkels

Er gebeurt veel, maar de franchisers zijn nog altijd zelf ondernemer, benadrukt Koopmans. “We kunnen hen niets verplichten. Personeelstekort kan voor de citywinkels wel eens de grootste bedreiging voor de komende periode zijn. Medewerkers werken graag dichtbij huis, terwijl wonen in het centrum van de grote steden veelal onbetaalbaar is. Onbemande winkels kunnen hiervoor een oplossing zijn.” Maar hij ziet ook gevaren: “Doordat wij alleen met franchisers werken, moeten we oppassen voor interne concurrentie. We kijken altijd hoe we onze zelfstandig ondernemers zoveel mogelijk kunnen versterken. We zijn aan het kijken hoe we hier handen en voeten aan kunnen geven.”

Hoewel de plannen rond onbemande winkels zich nog in de onderzoeksfase bevinden, ziet Koopmans veel kansen. “Ik denk dat techniek oplossingen biedt voor problemen die we nu nog niet goed in beeld hebben.”

Wendy Noordzij