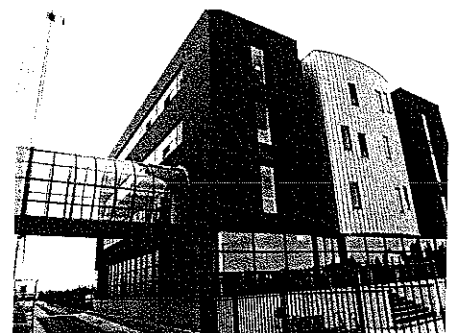
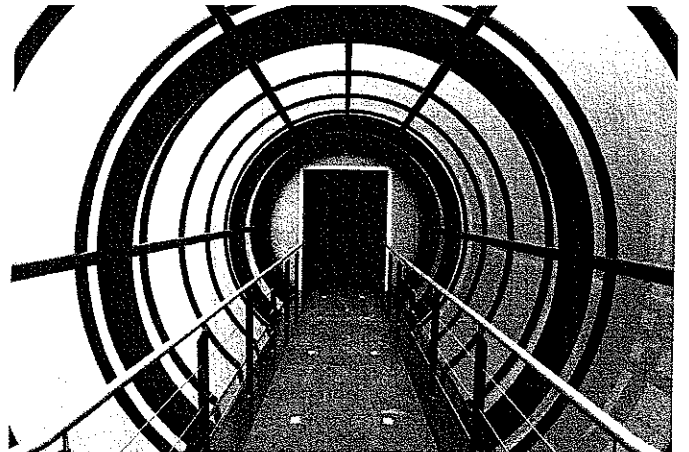


FOTO: BERT JANSSEN



Spar nam op 1 juli het nieuwe distributiecentrum in Waalwijk officieel in gebruik. Via een loopbrug is het kantoor van de holding te bereiken. Het dc is ingericht op duurzaamheid en groei voor de formules Spar en Attent.

*Sjaak Kranendonk wil af van oubollige reputatie Spar*

# Nieuwe locatie, nieuw imago

Alles is fonkelnieuw bij Spar. Een hypermodern distributiecentrum, een nieuw kantoor, nieuwe formats en nieuwe initiatieven. Spar zet zichzelf vanuit Waalwijk opnieuw op de kaart. 'We mogen het rijke verleden van Spar niet vergeten, maar vanaf nu staan we met het gezicht naar de toekomst.'

**S**par is aan het veranderen. Deze maand betrok de onderneming het nieuwe distributiecentrum in Waalwijk. Daar heeft het bedrijf nu de beschikking over 23.000 vierkante meter aan opslagruimte, voorzien van de laatste snufjes. In de omgeving is bovendien nog voldoende ruimte voor uitbreiding als daarvoor reden is. Het dc met daarbij ook het nieuwe kantoor van de holding is meer dan louter een logistiek knooppunt voor de beleving van tweehonderd Spar- en Attent-supermarkten in Zuid-Nederland. Het is vooral ook een symbool voor een organisatie die bezig is met een grote sprong voorwaarts.

Sjaak Kranendonk staat sinds januari 2009 aan het roer van het Spar-schip, waarvoor hij een nieuwe koers uitzet. 'Van groothandel naar retailer, waarbij de formule het belangrijkste is', vat hij de ontwikkeling kernachtig samen. 'Dit nieuwe distributiecentrum is een heel duidelijk statement naar de toekomst. We mogen het rijke verleden van Spar niet vergeten, maar vanaf nu staan we met het gezicht naar de toekomst.'

Dat betekent dat de teugels in de richting van de ondernemers zijn aangehaald. Er is minder vrijheid voor ondernemers die hun eigen invulling aan de formules van Spar willen geven, net zoals dat bij de meeste andere ondernemersformules de laatste jaren is gebeurd. Volgens Kranendonk moeten de beperkingen voor de aangesloten winkeliers echter niet worden overdeven. 'We zijn geen Albert Heijn en dat zullen we ook nooit worden.'

De ogen van Kranendonk beginnen zelfs te fonkelen als hij over de rol van de ondernemers praat. 'We moeten het met z'n allen doen. Ondernemers zijn de toege-

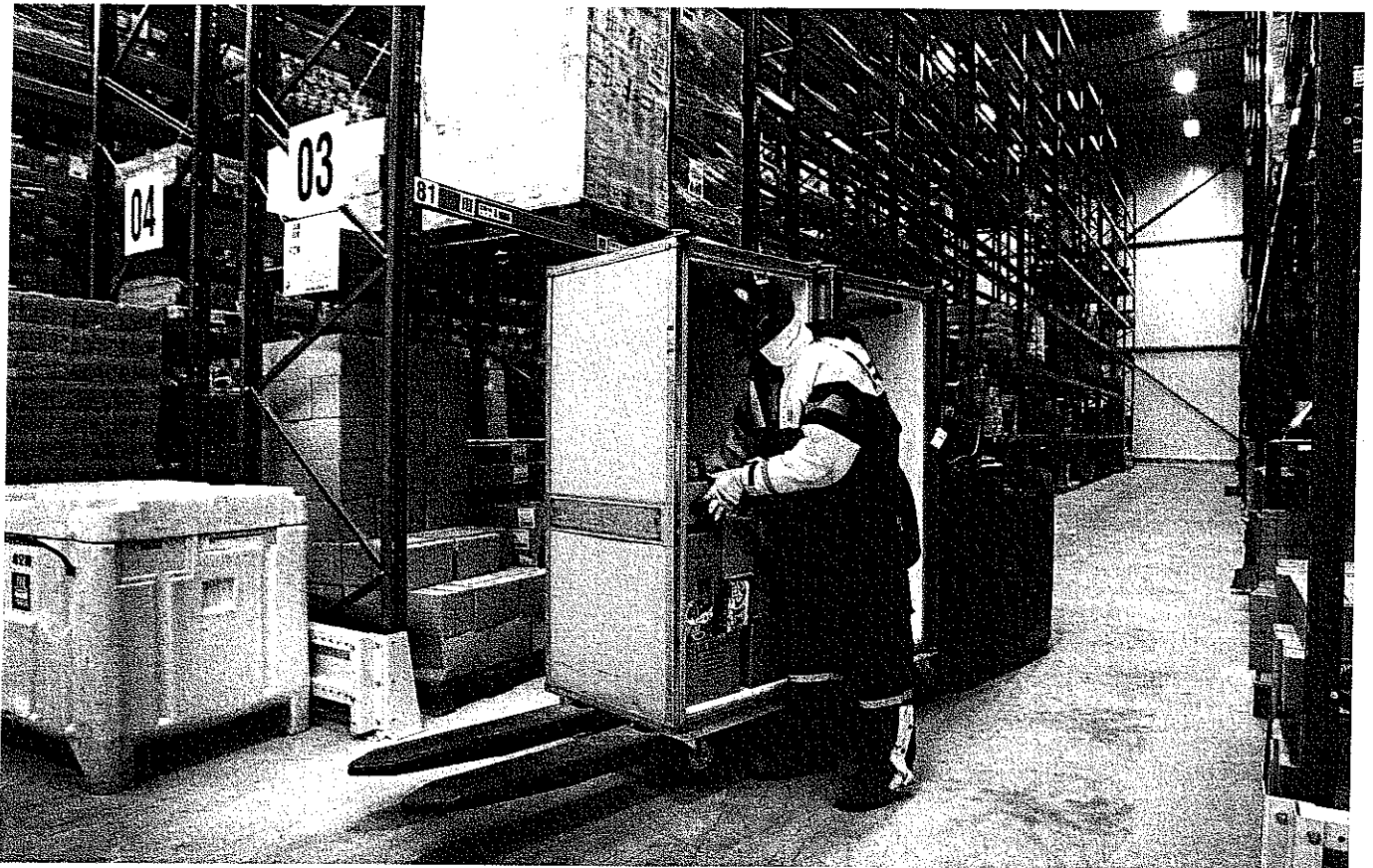
voegde waarde voor onze formules. Ze kennen hun marktgebied en ze kennen hun klanten. Wij bieden ze steeds meer mogelijkheden in assortiment en diensten om daar meer uit te halen.'

Belangrijk is in zijn ogen echter dat twee problemen met het imago van Spar worden aangepakt. 'De formule wordt vaak gezien als oubollig en duur. Het is niet makkelijk om daarin verandering te brengen. Maar door het moderniseren van winkels, formule en assortiment proberen we dat aan te pakken. Het nieuwe dc vergroot daarbij onze mogelijkheden.'

De strategie is er daarbij op gericht om de klanten-

## Attent groeit als kool

De identieke omzetgroei van de Attent-formule bedroeg in de eerste vijf maanden van dit jaar 4,3 procent, zegt directeur Sjaak Kranendonk van Spar. Daarmee groeit de formule voor buurtsupermarkten harder dan de totale markt. 'Het is verrassend hoe goed die Attent-winkels het doen.' Kranendonk ziet verschillende redenen voor het hoge groeicijfer. 'Attent-winkels zijn vaak gevestigd in kleine gemeenschappen, met een kleine groep primaire klanten. Die groep is echter wel heel trouw. Daarnaast heeft Attent minder diepe aanbiedingen dan de meeste andere formules. Dat betekent dat de hogere prijzen door duurdere grondstoffen meer effect hebben.'



Het nieuwe distributiecentrum van Spar in Waalwijk werkt met voice-picking, waardoor de foutmarge bij leveringen aan winkels flink moet dalen.

kring van de winkels te vergroten. Kranendonk: 'Vrijwel al onze afnemers hebben een vaste groep trouwe klanten die altijd blijven komen. Een veel grotere groep

## Spar zet in op duurzaamheid

Het nieuwe distributiecentrum van Spar in Waalwijk is veel groter dan het vorige dc in Zevenbergen, maar verbruikt ongeveer net zo veel energie. In het dc is er alles aan gedaan zaken als de CO<sub>2</sub>-uitstoot zo laag mogelijk te houden.

Spar zet echter ook op andere terreinen in op duurzaamheid. Zo werd eerder dit jaar de nieuwe productlijn 'Spar uit de Streek' gelanceerd met onder meer sappen, jam, eieren, snoep, boerenkaas en vleeswaren met een duidelijke herkomst. Op de achterzijde van de verpakking staat een plaatje van de boer, teler of slager die vertelt waarom zijn product zo bijzonder is. Tevens is Spar volledig overgegaan op fairtrade bananen met het Max Havelaar-keurmerk.

klanten ziet hij echter minder vaak. Die komen soms voor de vergeten boodschappen, maar die moet worden verleid om vaker te komen en meer uit te geven. We moeten het goede alternatief in de buurt bieden. Dat betekent open zijn tot minstens zeven of acht uur, tot sluitingstijd vers brood aanbieden en een goede keuze bieden voor de snelle maaltijd. Daarbij moet de klant kunnen vertrouwen op de kwaliteit van Spar.'

In april is daartoe al het communicatiebeleid op de schop genomen. De reclameleus 'Mijn buurt, mijn Spar' speelt in op het buurtgevoel en biedt aangesloten ondernemers een kapstok om buurt-gerelateerde acties te ontwikkelen en hun sociale gezicht te laten zien. De pay-off wil ook benadrukken hoe belangrijk het is voor een dorp of wijk om een eigen supermarkt te hebben.

Niet alle Spar- en Attent-winkeliers zijn even blij met de nieuwe aanpak van formules en logistiek. Zo ergeren verschillende winkeliers zich aan het feit dat ze minder vaak en op andere tijdstippen beleverd worden dan ze gewend waren. Kranendonk toont daarvoor begrip. 'Een computer berekent voor ons de meest efficiënte route om de bestellingen af te leveren. Dat ging in het begin niet altijd even goed. De meeste kinderziekten zijn er nu uit en terug in de tijd kunnen we niet. Daarvoor biedt onze nieuwe logistiek te veel voordelen voor alle partijen.'

De Spar-directeur doelt daarbij onder meer op de besparingen op de logistieke kosten. Dat levert een

besparing van €1,2 miljoen op, die volledig wordt teruggegeven aan de ondernemers. Voor de komende periode rekent Kranendonk erop dat een verdere aanscherping van de logistiek, onder meer de centralisering van alle vers-leveringen in de dc's in Waalwijk en Alkmaar, nog meer besparingen oplevert. 'We halen miljoenen uit de kosten voor logistiek en dat geld zien de ondernemers rechtstreeks terug op hun bankrekening.'

De voordelen van de nieuwe logistieke aanpak beperken zich echter volgens Kranendonk niet tot besparingen. We hebben ook meer ruimte, waardoor de tkt voor langzamer lopende versproducten verbetert. Door de invoering van voice-picking worden ook minder fouten gemaakt. Dat leidt tot minder out-of-stock en minder derving. We kunnen ook meer met assortiment, waardoor de bestelmogelijkheden voor ondernemers worden uitgebreid.'

De modernisering van de achterkant van de winkeloperatie krijgt ook in de winkels vorm. De Spar-formule trok in mei de aandacht van de supermarktbranche met de Spar van ondernemer Edwin van Holland bij het nieuwe Maasstad-ziekenhuis in Rotterdam. Het was een doorontwikkeling van het stadsconcept dat een jaar eerder aan de Glashaven in het centrum van Rotterdam opende, maar met veel nieuwe elementen. Met onder meer ijs, warme pizza's, verse soep en belegde broodjes is het een voor Nederland unieke gemakssuper, al gebruikt Spar die term zelf niet. Die spreekt over city stores.

Doelgroep van de winkel bij het Rotterdamse ziekenhuis zijn werknemers, patiënten, bezoekers, passanten en buurtbewoners. Spar ziet mogelijkheden voor uitbouw van de formule naar andere locaties. Nieuwe ziekenhuizen, maar Spar is ook in de race voor een winkel op de luchthaven van Eindhoven en staat open voor andere locaties met veel passanten. Volgens Kranendonk zullen ook de overige Spar-winkeliers meeprofiteren van het city-storeconcept. 'Dat kan gaan om kant-en-klare maaltijden of maaltijdsalades, maar bijvoorbeeld ook om de Swirl-ijsmodule. Die kan in de zomermaanden voor veel extra omzet zorgen in bijvoorbeeld Giethoorn. Ook voor de sandwich-module zie ik genoeg mogelijkheden bij een deel van de winkeliers.'

Ook met andere formules is Spar aan het werk. Bijvoorbeeld de champions-leaguewinkels, de Spars met een oppervlakte tussen de 600 en 800 vierkante meter. 'Dat moet nog verbeteren. Daarbij krijgen we hulp van Wim Jaegers, die tot enkele maanden geleden eigenaar was van de Eurospar in Putte', zegt Kranendonk. De Spar-formule verdwijnt op campings en recreatiecentra en gaat, net als de kleinere Spar-winkels in de steden, over naar Attent.

Volgend jaar gaat Spar ook de consumentenwebsite onder handen nemen. Daarbij gaat de organisatie beginnen met een websupermarkt. Kranendonk: '95 procent van de winkeliers bezorgt al boodschappen, dus dat is een logische uitbreiding waarmee Spar nieuwe klanten kan aanspreken. Het is echter iets voor volgend jaar. Met de verhuizing heeft de IT-afdeling nu al de

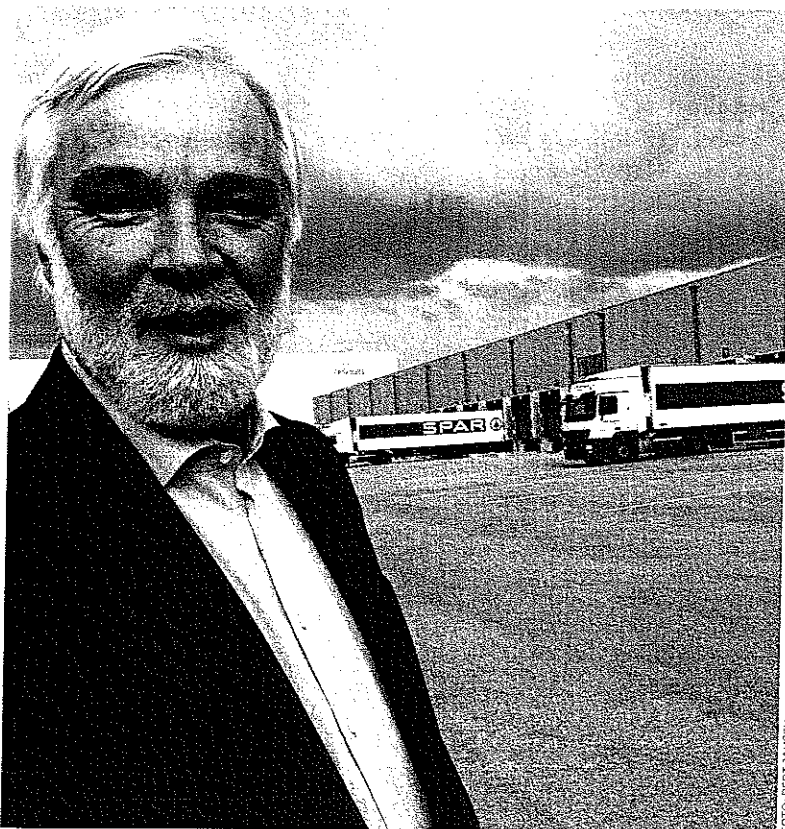


FOTO: BERT JANSSEN

**Sjaak Kranendonk: 'We halen miljoenen uit de kosten voor logistiek en dat geld zien de ondernemers rechtstreeks terug op hun bankrekening.'**

handen vol.' Om ook het prijsimago een duw in de rug te geven, is Spar recent begonnen met advertenties in lokale huis-aan-huisbladen. Daarmee worden wekelijks zo'n vier miljoen huishoudens bereikt. Wekelijks worden onder meer vijf speciale weekendaanbiedingen onder de aandacht gebracht. Kranendonk: 'Prijsimago blijft een complex spel. Die advertenties geven een prijs-sigitaal af en zijn een goede manier om meer weekendklanten naar de winkels te trekken. Consumenten reageren daar heel positief op.'

## Spar sponsort RKC Waalwijk

Spar grijpt de verhuizing naar Waalwijk aan om daar lokaal actief te worden. Het bedrijf heeft zich als co-sponsor aangesloten bij RKC Waalwijk. Bij die club profileert de club zich vooral als partner in lokale, maatschappelijke projecten. De supermarktorganisatie heeft ervoor gekozen niet op het shirt- of de boarding van de gepromoveerde voetbalclub te staan. In plaats daarvan is het bedrijf betrokken bij programma's voor bijvoorbeeld scholieren met leerproblemen. De lokale betrokkenheid past volgens Spar bij de formules van het bedrijf.