

# ‘WIJ GROEIEN HARDER DAN DE MARKT’

COOP, JOHN UFFING  
MANAGER FRANCHISE,  
ACQUISITIE EN VASTGOED

In 125 jaar tijd van een traditionele coöperatie naar een modern, innovatief bedrijf. Dat is de weg die Coop heeft afgelegd. Die metamorfose legt het bedrijf geen windeieren. Coop paart een gestage groei en gezonde financiën aan hart voor de omgeving. Dat maakt de supermarktketen een interessante partner voor ontwikkelaars en beleggers met ambitie.

In 2016 was het feest bij Coop. Het 125-jarig bestaan werd groots gevierd met een feest in het Arnhemse GelreDome. De gasten: medewerkers, klanten, leveranciers en andere stakeholders. Want als Coop ergens voor staat, is het wel ‘samen’. De pay-off van deze supermarktketen is niet voor niets ‘Samen maak je ’t verschil’. Dat besef zit diep en leidt tot saamhorigheid en een prettige werksfeer. **John Uffing** voelt zich in die cultuur bijzonder thuis. Hij werkt hier niet voor niets al achttien jaar. ‘Het is een fantastisch bedrijf’, zegt hij enthousiast. ‘Warm, collegiaal. De mens staat hier nog echt voorop. We noemen ons hoofdkantoor ook bewust geen hoofdkantoor, maar servicekantoor, omdat we volledig ten dienste staan van onze winkels.’ En die winkels staan op hun beurt weer ten dienste van de klanten. ‘Onze kracht is dat we dicht bij de klant staan. Niet alleen fysiek met de locatie van onze winkels, maar ook qua betrokkenheid. We zijn sociaal actief in de omgeving van onze winkels, steunen veel lokale goede doelen en werken met klantenpanels. Daarvoor houden we optimaal voeling met onze omgeving en maken daar ook echt onderdeel van uit. Voor veel mensen fungeren onze supermarkten echt als ontmoetingsplek.’



‘We zijn sociaal actief in de omgeving van onze winkels, steunen veel lokale goede doelen en werken met klantenpanels’



## INNOVATIES

**Uffing** werkt al zijn hele leven in de supermarktbranche. Met veel plezier, en dat komt vooral door het dynamische karakter van de branche. ‘Innovatie is hier superbelangrijk. Tijden veranderen, en wij moeten mee veranderen. We zijn voortdurend bezig om maatschappelijke ontwikkelingen in de markt te vertalen naar ons assortiment, onze bedrijfsprocessen en de logistiek. Zo leidt bijvoorbeeld de groei van eenpersoonshuishoudens en kleinere gezinnen tot kleinere verpakkingen, en resulteert de behoefte aan gemak in nieuwe winkelconcepten, of de mogelijkheid om online of via de app boodschappen te bestellen. En de aandacht voor maatschappelijk verantwoord ondernemen heeft ertoe geleid dat we in Rotterdam bezig zijn met een pilot om boodschappen te bezorgen met elektrische auto’s. Innovatie is een proces dat altijd doorgaat.’

## COOP VANDAAG

Eén van de grootste uitdagingen is volgens **Uffing** ‘blurring’: de trend dat de grenzen tussen supermarkt en horeca vervagen. Dat vraagt om nieuwe concepten. Daarom is Coop met Coop Vandaag gekomen. Dit is een aanvulling op de reeds bestaande formats. ‘Naast Coop Compact (de buurtwinkels) en Coop (de fullservice-supermarkten) is het nieuwste format Coop Vandaag, een kruising tussen supermarkt en horeca. De stadsfor-

1 In 2016 opende Coop Dunnink een prachtige, energiezuinige winkel op een compleet nieuwe locatie.  
2 Coop Vandaag is ons nieuwste format.  
3 In de keuken worden de hele dag door verse maaltijden bereid.

# Doordat we een coöperatie zijn, blijft het geld dat we verdienen in het bedrijf aanwezig, zodat we maximaal kunnen investeren in innovatie

4

mule richt zich op de dagelijkse boodschappen rondom de maaltijdmomenten, met een sterke nadruk op convenience. De winkels komen te zitten op strategische plekken waar wonen, winkelen en werken elkaar ontmoeten, aan de rand van het centrum waar veel passanten langskomen. De winkels krijgen een horecadeel met een keuken waar de hele



## GROEIAMBITIE

Maar innovatief vermogen alleen is niet genoeg. Je moet in deze branche ook een zekere schaalgrootte hebben om goed te kunnen functioneren. Daarom heeft Coop stevige groeiambities. Die groei wordt op drie manieren gerealiseerd. Ten eerste door het optimaliseren, uitbreiden en/of reloceren van bestaande winkels. Ten tweede door nieuwe winkels te bouwen. En ten derde door acquisities. Vooral door die laatste strategie is het bedrijf spectaculair gegroeid, onder andere door de overname van een groot aantal winkels van Edah, Super de Boer en C1000. 'Van 50 winkels in 2000 zitten we nu op zo'n 265. Dat is een vervijfvoudiging in vijftien jaar', zegt Uffing niet zonder trots. 'Met de voorgenomen overname van Emté zouden daar nog eens 51 winkels bijkomen. Mede daardoor wordt

5

dag door verse producten bereid worden. Je kunt er 's morgens terecht voor een ontbijt, 's middags voor lunch en 's avonds voor de avondmaaltijd. Mensen kunnen zelf kiezen of ze hun eten ter plekke willen nuttigen of het mee willen nemen naar huis. Met dit nieuwe concept spelen we maximaal in op de behoefte van mensen aan gemak. Het is echt een stadsconcept, gericht op de moderne stedeling die na het werk of een dagje winkelen snel iets lekkers wil eten tegen een prima prijs, maar hier ook terecht kunnen voor de weekboodschappen.' De pilot met twee van deze winkels in Rotterdam was een groot succes. Daarom is besloten deze formule verder uit te rollen. Dit jaar zullen 8 CoopVandaag winkels geopend worden, o.a. in Zwolle, Sittard en Groningen.

6



4 Losse eitjes, uien en tomaatjes op verzoek van onze klanten.  
5 Voor ontbijt, lunch en de avondmaaltijd kunnen klanten bij Coop Vandaag terecht.

6 Onze medewerkers maken dagelijks 't verschil voor onze klanten!  
7 Coop groeit stevig door.



7



het strategische doel om in 2020 1,5 miljard euro omzet te halen, vermoedelijk al in 2019 gehaald. Los daarvan groeit de markt met 3,7 procent, en groeit Coop met 5,3 procent. We groeien dus harder dan de markt!

## INTERESSANTE PARTNER

Een bijzondere prestatie voor een bedrijf dat 125 jaar geleden begon als consumentencoöperatie. Het geheim van dat succes lijkt te zijn dat Coop een goede neus voor innovatie paart aan trouw aan haar coöperatieve wortels. Een ideale mix van oud en nieuw. Een supermarktketen die zichzelf zo succesvol steeds opnieuw weet uit te vinden, kan een interessante partner zijn voor ontwikkelaars en beleggers. Omgekeerd is Uffing altijd op zoek naar interessante projecten om de groei van het bedrijf vorm te geven. 'Wij zijn in veel opzichten een goede partner. We zijn heel flexibel: dankzij onze verschillende concepten kunnen we alle winkels invullen tussen 600 en 2000 meter. Door de platte organisatie en de korte lijnen kunnen we bovendien snel schakelen. Bij ons geen ellenlange besluitvormingsprocessen. Daarnaast zijn we financieel kerngezond. Met een solvabiliteit van 40 procent is Coop een hele solide partner. Doordat we een coöperatie zijn, blijft het geld dat we verdienen in het bedrijf aanwezig, zodat we maximaal kunnen investeren in innovatie. Maar het belangrijkste kapitaal wordt toch wel gevormd door onze medewerkers. Je kunt fantastische systemen hebben, maar uiteindelijk zijn het toch de mensen die het moeten doen.

## John Uffing

*Welke innovatie gaat in jouw branche het verschil maken?*

'De mate waarin je als organisatie in staat bent om in te spelen op het veranderende gedrag van de consument. Die vraagt om gemak en snelheid om zo efficiënt mogelijk met zijn tijd om te gaan. Als supermarktorganisatie moeten we daar dus alert op blijven, door bijvoorbeeld ons bestaande stadsconcept uit te diepen en verder te ontwikkelen.'

## Wat vind je een mooi supermarktconcept?

'Trader Joe's, een Amerikaanse keten met winkels die slim op het lokale marktgebied inspelen. Ze omschrijven zichzelf als "buurtsupermarkt" en verkopen veel producten onder eigen private labels. De keten staat vooral bekend om z'n ongewone winkellocaties.'

## Wat inspireert jou?

'De groei van Coop is een van mijn prioriteiten. Daar krijg ik energie van. Nieuwe locaties en de ideeën van onze

ondernemers en mijn collega's inspireren me om steeds weer een bijdrage te leveren aan de ontwikkeling van ons mooie bedrijf.'

## Waar drink je de lekkerste koffie?

'In een Coop Vandaag! In de ochtend, met een lekkere croissant erbij. Heerlijk! Het wordt de hoogste tijd dat dit op meer plekken in ons land mogelijk wordt...'

## Top 3 beste winkelcentra?

'Dat is heel erg afhankelijk van waar je naar op zoek bent.'

Door onze bedrijfscultuur, de collegialiteit en de grote betrokkenheid van onze medewerkers kunnen we samen echt het verschil maken. Het is voor iedereen goed als de diversiteit van het winkellandschap in stand blijft. Wij willen daar heel graag een bijdrage aan leveren, en kunnen dat ook. Dus ik zou zeggen: heb je als ontwikkelaar of belegger een mooie ontwikkeling of een interessante locatie? Bel ons! Samen kunnen we er iets moois van maken en iets betekenen voor de stad.'