

Belgische formules  
met beelden van Erik  
Hemmes: deze maand  
Colruyt.

Door: **Gé Lommen** Foto's: **Erik Hemmes**



*Colruyt van binnen: hoge stellingen, met de allerhoogste als opslag voor de voorraad, om bij te vullen. Een hoog plafond. Kaal tl-licht. En een vloer die niet uit tegels bestaat, maar van epoxy is (of een andere kunststof). Wij zeggen: 'kil, kaal', maar woordvoester Hanne Poppe van Colruyt zegt: 'eenvoudig'. "We bieden de laagste prijzen en dat is ook omdat we op veel zaken besparen, zoals het interieur."*

## FOOD RETAIL IN BELGIË:

# Colruyt

We begonnen met impressies van discounter Red Market: ooit van Delhaize, maar opgedoekt na de vorming van Ahold Delhaize. Daarna kwam de bijzondere Carrefour-hypermarkt in Bergen voorbij. Afgelopen maand: een vrij nieuwe en ruime Delhaize-vestiging in Denderleeuw, inmiddels dus een van de formules van Ahold Delhaize. Deze maand Colruyt, van Colruyt Group, de grootste detailhandelaar van België en ook marktleider in de levensmiddelenmarkt; met 31,5%, maar dat is niet alleen door de formule

Colruyt, daar hoort ook buurtwinkel formule Okay bij en sinds 2014 Spar, waarvoor Colruyt Group als grossier fungeert (per formule bekeken is Delhaize marktleider in België). Erik Hemmes van Erik Hemmes/Retail Advies schoot de beelden in Colruyt-vestigingen in Ekeren en Merksem, beide nabij Antwerpen.

Colruyt Group is een beursgenoteerd bedrijf, maar wel met leden van de familie Colruyt in topfuncties van dat bedrijf, zoals in ons land

Sligro Food Group. Bij Colruyt Group is Jef Colruyt sinds 1994 ceo (met een pauze, toen neef Frans dat deed) en die neef dus, Frans Colruyt, is sinds enkele jaren coo voor de retailtak, terwijl Jef naast ceo ook coo weer voor de servicetak is.

Jef Colruyt is de kleinzoon van oprichter Franz en zoon van (vader) Jo, die de formule Colruyt groot maakte. In 1964 nam het bedrijf, dat tot dan toe vooral een groothandel in Halle was (net onder Brussel), een winkel over. Dat ging Jo Colruyt, die toen al de leiding had, 'Discount' noemen. Die naam bleef twaalf jaar in gebruik, maar in 1976 waren er toch wel iets te veel andere partijen die ook iets met 'Discount' hadden. De naam werd in dat jaar: Colruyt. Colruyt is te omschrijven als een soort Jumbo of Dirk van den Broek, maar dan wel met het uiterlijk van een groothandel. Colruyt heet officieel ook anders; 'Colruyt Lage Prijzen', dat het verschil moet uitdrukken met 'Colruyt Group', het bedrijf. Maar in de volksmond heet het uiteraard gewoon Colruyt.

Colruyt is de tegenhanger op het punt van prijs, waar in de jaren tachtig en negentig Delhaize en GB de grote tegenhangers op fullservice waren. GB was een keten van conglomeraat GIB-Inno, waar de schwung behoorlijk uit raakte en uiteindelijk nam Carrefour de keten over. Sindsdien zijn Colruyt, Delhaize en Carrefour de grote drie in België, met Aldi en Lidl als grote Duitse concurrenten in dat land. En sinds 2011 AH, maar da's allemaal wel bekend, zeker sinds de vorming van Ahold Delhaize.



*Dé claim van Colruyt, op de winkelwagentjes, onderin uitleg over 'laagste prijs' en 'net in prijs verlaagd', bovenin de 'rode telefoon', waarmee klanten over prijzen bij de concurrentie kunnen bellen.*



Colruyt laat overal bij de schappen prijsvergelijkingen zien: hier Colruyt versus Lidl, maar het vergelijkt ook met Aldi, Delhaize en Carrefour. En ook, op een groot bord, buiten, met Albert Heijn.

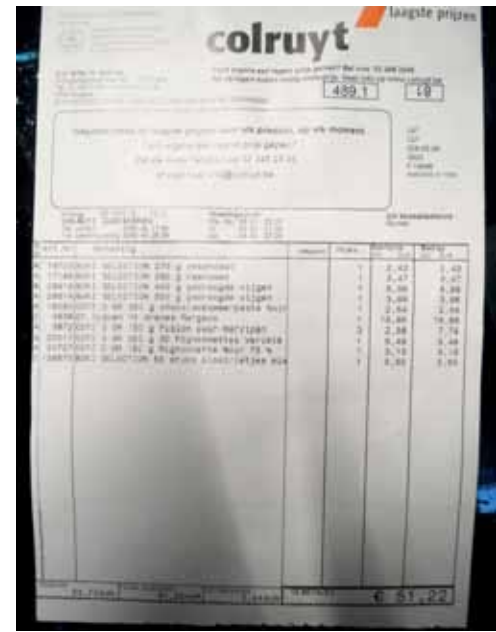


Een Colruyt beschikt over twee soorten ladders: een ladder voor personeel, voor het bijvullen van boven (voorraad) naar de schappen lager (voor de klanten). En er is een ladder voor consumenten, voor als het voor hen alsnog aan de hoge kant is. Het verschil is te zien: op elke ladder staat of die voor personeel of klandizie bestemd is.

Die prijsgerichtheid van Colruyt legde het bedrijf geen windeieren. In de jaren negentig en daarna groeide het bedrijf volop, met als resultaat een marktleidende positie in België. Colruyt, daar heb je ook fans van. Want: op en top Belgisch, en behalve 'gewone producten' voor een lage prijs ook verwenproducten voor een lage prijs. Met een drie-eenheid vandaag de dag: A-merken, huismerk Boni Selection en vechtmek Everyday. Boni? Dat klinkt raar, omdat wij in ons land de keten Boni hebben, maar daar heeft het niets mee te maken. Ooit, in 1953, richtte Colruyt-oprichter Franz Boni op als ondernemerscollectief voor zijn afnemende winkeliers.

Andere kenmerken van Colruyt, de formule dus: gemiddeld 1.600 m2 vvo, zo'n 18.000 sku's (waarvan vrij veel non-food, ruim 7.000!). Er zijn zo'n 240 vestigingen van Colruyt in België. En dan mogen we dit niet vergeten: de 'rode telefoon'. 'Eenvoud' staat in het jaarverslag gemeld als een van de kernwaarden van het bedrijf. Als we hier verderop de activiteiten van het bedrijf omschrijven, moeten we dat maar even vergeten, maar het gaat wel op voor de prijspolitiek van Colruyt. De kern: wie bij een concurrent een lagere prijs heeft gezien, mag 02-3601040 bellen, dat is gewoon het hoofdkantoor in Halle. Daar neemt dan iemand op en dan zorgt Colruyt dat

de prijs van datzelfde sku in de Colruyt-winkels wordt aangepast. Dat heeft Colruyt bij de Belg wel populair gemaakt; 'wij helpen jou het leven financieel draaglijk te houden' was jarenlang de impliciete boodschap. Inmiddels heeft Colruyt de prijspolitiek veranderd, het zorgt voor regionale prijsverlagingen en daarbij is er met de opkomst van de smartphone ook nog een persoonlijk lageprijsaanbod. En dat geeft uiteraard meer speling voor Colruyt – maar dan nog, Colruyt is en blijft prijskampioen in België. Kijk bijvoorbeeld maar naar de bijbehorende winkelbeelden met informatie over Delhaize, AH, Carrefour, Aldi en Lidl.



*De kassa-afhandeling van Colruyt is nog steeds uniek – want nooit nagedaan door een ander, voor zover wij weten. Colruyt heeft geen vaste caissières. Zowel vrouwen als mannen vervullen de rol van kassamedewerker, maar dat is maar één van de taken, ze worden bij Colruyt 'bediende-verkoper' genoemd en hun taken rouleren: kassa, schappen bijvullen etc., etc. Ze staan dus niet urenlang kassa te draaien.*

*Hoe werkt het? De 'bediende-verkoper' laadt de winkelwagen uit door stuk voor stuk elk artikel met een handscanner te scannen (afg moet soms worden gewogen) en over te laden in een andere (lege) winkelwagen. Na het scannen loopt hij of zij naar een betaalvoorziening (pin, contant etc.) twee, drie meter daarachter, en de klant loopt mee. Daar wordt betaald.*

*De kassabon van Colruyt wijkt ook af van wat wij gewoon zijn en wat een Belgische consument in een Carrefour, Delhaize, Aldi etc. mag verwachten: geen kassabonnetje, maar een forse bon, A4-formaat, en hij doet aan een business-to-businessfactuur denken.*



*Dit is inmiddels uit onze Belgische reeks welbekend; grote ronde broden, los, om zo te pakken en dan zelf snijden in die machine.*

Waar Ahold Delhaize een supermarktconglomeraat is met activiteiten in vele landen (Nederland, België, Luxemburg, de VS, Tsjechië, de Balkanwinkels van Delhaize en joint ventures in Indonesië en Portugal), is Colruyt Group veeleer een conglomeraat aan activiteiten in eigen land en voor een deel ook in Frankrijk, maar dan: binnen en buiten de levensmiddelensector. Lageprijzen-super Colruyt is de kurk waar de groep op drijft (meer dan de helft van de groepsomzet).

Dan hebben we nog buurtwinkel Okay, biologische formule Bio-Planet, marktformule Cru met z'n bijzondere assortiment en de nadruk op duurzaam, smaak en aanboddiversiteit (kleinschalige leveranciers/kleinschalige producten), speelgoedketen Dreamland (overname in de jaren negentig), baby-artikelenformule Dreambaby en in Frankrijk is ook in het noorden en oosten Colruyt te vinden.

Daarnaast is Colruyt een soort grossier, van Spar (sinds 2014 en net als Okay ook een buurtformule) en van Alvo (een groep supermarktwinkeliers in België, met soms de naam Alvo en soms niet). Verder is Colruyt groothandelaar in Frankrijk voor levensmiddelenzaken en voor een kleiner deel was het daar ook foodserviceleverancier, maar die activiteit is inmiddels aan Metro Group verkocht. Ook in België doet Colruyt Group aan foodservice, met het onderdeel Solucious.

Wat hebben we verder nog? De tankstationketen Dats 24 in België en Frankrijk, in het ene land wordt daarover weer anders gerapporteerd dan in het andere.

Wat hebben we verder nog? Collishop, een catalogusverkoop waarbij de klant bestellingen opgeeft en afhaalt in ofwel een Colruyt, ofwel een Dreamland of Dreambaby.

Wat hebben we verder nog? Collect & Go.



Dit heeft Colruyt al jaren: dichte diepvrieskisten, maar ook nog ondoorzichtig. De artikelen in die vrieskist, dat zijn...? Ja, dan moet je naar de plaatjes kijken... Het doet denken aan Oost-Berlijn, zeg 1986. Alleen, het gekke is, Colruyt was er ook een voorloper mee ook! Want jaren later kwam – ook in ons land – de druk van de overheid om geen open koelingen en vriezers meer te gebruiken. Maar, brengen we dáár weer tegen in, inmiddels zou Colruyt afdekplaten kunnen gebruiken die doorzichtig zijn, toch? Nou, daar is het bedrijf wel redelijk Spartaans in. Want ja, dat bordje zegt wel wat het milieuvoordeel is en dat geef je, zeg je als retailer dan, door aan de klant. (Ook opvallend, trouwens: ze heten hier niet kisten, maar 'koffers'.)

Ook dit hebben we Colruyt voorgelegd, waarom geen doorzichtige kisten? Poppe wijst erop dat de dichte en ondoorzichtige vrieskisten alsnog de artikelen kouder houden dan andere, er is sprake van een duidelijk milieuvoordeel; dat blijkt het bedrijf goed onderzocht te hebben. "Er is milieuvoordeel, de temperatuur blijft constant langer dan bij doorzichtige vriezers en er komt bij het openen minder warme lucht bij."

Hemmes: "Colruyt verkoopt deze kisten om de paar jaar aan consumenten en installeert dan zelf weer nieuwe."



Colruyt informeert de klant ook over energieverbruik, hier zijn het zonnepanelen die de energie van de vestiging laten draaien. Colruyt en duurzame energie is wel een apart hoofdstuk, ook al doordat de Colruyt-familieleden dat hoog in het vaandel hebben en inmiddels is heel Colruyt Group een voorloper in België als het om duurzaam energieverbruik gaat. In 1999 kwam er bijvoorbeeld bij het hoofdkantoor in Halle al een grote windmolen te staan, voor de energieopwekking voor kantoor en dc. Poppe voegt daaraan toe: "We willen op termijn alle energie die we verbruiken, zelf opwekken."



Vlees bij Colruyt: dat is weliswaar doorgaans in zelfbediening, maar elke Colruyt heeft zo z'n slaggers in elke vestiging. Verder wijst het bedrijf op tal van kwaliteitseisen en we zien zelfs een tv-scherm met de camera gericht op een varkenstal. Hemmes: "Dat scherm biedt wisselende informatie over het vlees van Colruyt, je kijkt niet voortdurend naar die stal, hoor."

Colruyt is destijds snel begonnen met afhaalpunten, Collect & Go genaamd. Dat was zeer vóór voordat bijvoorbeeld AH en Jumbo ermee begonnen: in 2000.

Colruyt Group stak in 1996 de grens over, door de keten Ripotot over te nemen. Dat zijn nu Colruyts, maar heel erg veel groei is daar de laatste jaren niet meer te vinden. Zoals gezegd:

de foodservice-activiteit is inmiddels aan Metro Group verkocht.

Maar het punt is, ook dán zijn we er nog niet. Er zitten ook activiteiten bij die voort te lijken zijn gekomen uit interne taken, zoals het maken van een folder ander commercieel drukwerk. Of het hanteerbaar maken van documenten. Het heeft een eigen energiebedrijf, 'Eoly', want ja, je hebt

als supermarkt ook energie nodig. En die taken worden dan weer hun eigen business unit ofwel dochtermaatschappij, met ieder een ondernemingsplan en exploitatiedoelen. Zo is Eoly duidelijk een eigen leven gaan leiden, duurzame energie voor hoofdkantoor, dc's etc., etc.

Wie het jaarverslag erop naleest, ziet een bonte stoet business-to-business- en business-to-consumerondernemingen voorbijkomen, food en non-food, van computerapplicaties tot 'document management solutions', duurzame energie, een vleesverwerkingsbedrijf en een deelneming in een kledingketen.

Het is helemaal niet ons soort uitspraken als je dat bijvoorbeeld afzet tegen Arend-Jan Kamp van

Iex.nl, die het maar wat geweldig vond dat Buffett en zijn Braziliaanse 3G-heren zomaar Unilever konden kopen en verknippen; nee, diversiteit zou immers geen vloek hoeven te zijn. Maar je ziet bij Colruyt Group de private-equitypartijen er al een beetje als een roedel omheen sluipen, kijkend naar wat er te strippen, te outsourcen en te verkopen valt.

Het is dus hoe dan ook de grootste concurrent van Ahold Delhaize in België, maar Colruyt heeft ook naar Nederland gekeken. Zo'n tien jaar terug zou een eerste Colruyt op Nederlandse bodem starten, er was sprake van een vestiging die in Terneuzen zou komen. Ex-Edah-manager Jan Seerden speurde rond in Nederland, namens Colruyt. Colruyt zou ook naar de Laurus-boedel van toen hebben gekeken (denk aan Edah) en het zou zelfs een bod op Nettorama hebben gedaan, maar die laatste is er een uit het geruchtencircuit van toen. Uiteindelijk ging het allemaal niet door, naderhand merkte een Colruyt-topman in de media op door Nederlandse supermarktspelers collectief uit de Nederlandse winkelstraat te zijn geweerd. Bovendien, iets lukte wel: Colruyt opende een Bio-Planet in Eindhoven. Maar die sloot na ruim een jaar weer. Wel nam het een Nederlands verpakkingsbedrijf (Mundipak) over. En jarenlang stond ergens in de KvK-registers Colruyt Vastgoed Nederland, gezeteld in Hillegom. En er zijn ook retailwatchers die het voor zich zien dat familiebedrijf Jumbo Supermarkten en beursgenoteerd familiebedrijf Colruyt Group ooit elkaar zullen vinden, als antwoord op – uiteraard – de vorming van Ahold en Delhaize. Maar dat blijft koffiedik kijken.

De jaaromzet van Colruyt Group omvat € 9,2 miljard (boekjaar april 2015-maart 2016),



Een 'eenvoudige' aankleding, dat is het uitgangspunt bij Colruyt, maar dat wil vooral niet zeggen dat het assortiment ook basaal is, de Colruyt-klant moet kunnen genieten van bijvoorbeeld: een fles Moët & Chandon voor 42 euro. Hemmes: "Het viel me ook op dat Colruyt enorm uitpakt met wijnen, champagne, cava etc. Volumepresentaties in dozen, gewoon op pallets. En je kunt er vaak proeven, overal kon ik chips, tapas, olijven etc. proeven, uit kleine bakjes en er stonden zelfs open wijnflessen klaar om een slokje daarvan te proeven."

waarvan het onderdeel detailhandel food € 6,3 miljard uitmaakt. Binnen dat bedrag is de omzet van de formule Colruyt in België en Luxemburg € 5,6 miljard. Naast het onderdeel detailhandel food is er nog onderdeel twee, 'detailhandel non-food', met een omzet van ruim € 250 miljoen, en

onderdeel drie, 'groothandel en foodservice', met een omzet van bijna € 1,6 miljard (daar zit o.a. de rol van groothandel van bijvoorbeeld Spar en Alvo in). ■  
Meer foto's zien? Mail Erik Hemmes, info@erikhemmes.nl



De bezoeker van Colruyt wordt wel duidelijk gewezen op bijvoorbeeld het non-food van zusterformules Dreamland (speelgoedketen) en Dreambaby (baby-artikelenketen). En op Collect & Go, de bestel-en-afhaalservice van Colruyt, waar het in 2000 (!!) al mee begon. En dan heb je nog Collishop, een bestelservice in een Colruyt van non-food in een catalogus, die bestelling kun je ook weer afhalen in de Colruyt naar keuze. Dit soort distributie werd naderhand in ons land vooral bekend met de opkomst van Wehkamp, Zalando en Bol.com, en met name ook de combi bestellen bij Bol.com, en afhalen bij een AH. Maar Colruyt had deze optie met Collishop al jaren in huis, zij het natuurlijk niet in die keuze zoals de latere grote internetspelers en zeker al niet in al die categorieën.

