

Pas op de plaats voor Multisuper

Toen Multisuper vorig jaar van start ging, waren de ambities van oprichters Gerard en Eric van Herpen en Jacques van der Vlugt groot. Honderd winkels moesten voor de laatste jaarwisseling zijn. Dit jaar moest dit aantal op tweehonderd liggen. Deze ambities hebben de oprichters niet waar kunnen maken. Een lastige branche met een lastige ondernemersdoelgroep, zo verklaren de oprichters van de formule.



Gerard van Herpen (links), Jacques van der Vlugt (midden) en Eric van Herpen (rechts) hebben aan den lijve ondervonden dat allochtonen vaak 'ja' zeggen, maar 'nee' doen.

Nadat de heren vorig jaar hun plannen met Multisuper uiteen zetten in Supermarkt Actueel, was er geen weg meer terug. "Het was alsof de hele wereld wilde weten wat we gingen doen. Radio, televisie, kranten en tijdschriften. Ze zijn allemaal naar ons toegekomen", blikt oprichter Gerard van Herpen terug op een hectische periode. Succes leek verzekerd. Zeker omdat de oprichters op dat moment al

tientallen intentieverklaringen in hun bureaulades liggen. Van de intenties is dus weinig terechtgekomen. "Dat is een groot probleem bij allochtonen. Ze zeggen 'ja', maar doen uiteindelijk 'nee'. Dat zit in de cultuur."

Vaders wil

Culturele problemen hebben Multisuper in het eerste jaar parten gespeeld. Zo blijkt dat familieleden een grote invloed heb-

ben op de veelal jonge ondernemers. "De wil van vader regeert bij allochtonen. De ondernemers waar wij mee praten, mogen zijn vaak van de derde generatie en goed ingeburgerd. Maar alles wat ze doen, wordt in de gaten gehouden door hun vaders. Als die het ergens niet mee eens zijn, gebeurt het ook niet. En die vaders zijn nu eenmaal een stuk minder ingeburgerd dan de jongeren", aldus Van der Vlugt. Omdat de oprichters ook merken dat etnische groeperingen graag afspraken maken met mensen met een zelfde achtergrond, is er inmiddels een Turks en Marokkaans aanspreekpunt binnen de organisatie actief. "Dat werkt bijzonder goed", aldus Eric van Herpen. "Die mensen

TNT als trafficgenerator

Om extra traffic te genereren, is Multisuper begin dit jaar een samenwerking aangegaan met TNT. De eerste Multisuper met TNT Servicepunt is inmiddels een feit in Boxtel. "Het levert extra omzet en meer klanten op. Het mooie van dit concept is dat de medewerkers worden opgeleid door TNT zelf. Daar hebben wij als organisatie geen omkijken naar. Bijkomend voordeel is dat TNT zelf ook ruchtbaarheid geeft aan de opening van het servicepunt door alle buurtbewoners zelf een brief te sturen. Het genereert dus gelijk veel publiciteit", zegt Eric van Herpen.

begrijpen elkaar en vertrouwen elkaar. Voor het overgrote deel althans, want ook binnen de Turkse gemeenschap zijn er heel wat groeperingen die niets met elkaar te maken willen hebben." Een ander cultureel verschil waar Multisuper op stuitte, is het feit dat allochtonen liever geld in hun zak houden dan investeren. "Zaken als pinnen zien velen als weggegooid geld. Dat schiet in onze ogen niet op."

Aanpassen

Toen Multisuper enkele maanden in de lucht was, besloten de oprichters dat het tijd was voor een pas op de plaats. "Als verwachtingen niet uitkomen, moet je je bezinnen. We hebben nagedacht over hoe het concept aangepast kon worden", aldus Gerard van Herpen. "Om te beginnen hebben we het concept eenvoudiger gemaakt voor ondernemers. We overstelpen ze niet meer met informatie, maar vatten het concept samen in zes kernpunten." Inmiddels is ook besloten om aangesloten ondernemers te verplichten hun administratie uit te besteden aan het administratiekantoor van Gerard van Herpen. "We krijgen daarmee inzicht in het reilen en zeilen van een winkel. Dan kom je ook niet voor ver-

Crisis

Multisuper heeft ook te kampen met de economische crisis. "Veel ondernemers worden weggevaagd door de grote organisaties. Laatst was bij Super de Boer Akfa tomatenpuree in de aanbieding. Ver onder de inkoopprijs. Daar kunnen wij niet tegenop. Bij zo'n diepe aanbieding gaan allochtonen ook gewoon naar Super de Boer toe", aldus van der Vlugt.



Het TNT Servicepunt is nu ook voor Multisuper-ondernemers beschikbaar. De eerste is in Boxtel te vinden.

deel uit foto's."

Acties

Om meer bekendheid met en betrokkenheid bij de formule te creëren, gaat Multisuper tegen het eind van het jaar acties organiseren. "Daarbij moet je denken aan het inzamelen van producten voor ontwikkelingslanden. Klanten kunnen dan zelf schoolspullen meenemen naar de supermarkt. De ondernemer zorgt er vervolgens voor dat de ingezamelde spullen bij het goede doel terecht komen." Multisuper heeft ook een spaaractie in petto waarmee klanten gratis kunnen eten in een Turks of Marokkaans restaurant. Dat vinden klanten ontzettend leuk. Daarbij is het belangrijk om juist in tijden van recessie aansprekende acties te organiseren."

René de Wit

rassingen te staan en kun je een ondernemer sturen wanneer het de verkeerde kant op gaat. Bij allochtonen is het de gewoonste zaak van de wereld om mooi weer te spelen, maar wel zonder dat iemand het weet de zaak te verkopen." Daarnaast is het de

Initiatief

Multisuper is een initiatief van administratie- en assurantiëkantoor Servicebureau West. Een combinatie die niet echt voor de hand ligt. Maar eigenaar Gerard van Herpen ziet dat anders. "Als servicekantoor hebben wij 35 jaar ervaring met het begeleiden van kleine ondernemers. Van kleine buurtsupereigenaren kregen we in toenemende mate signalen dat het steeds moeilijker wordt om het hoofd boven water te houden. Deze ondernemers hebben we al die jaren met advies ondersteund. Dat doen we nu vanuit een eigen formule", aldus Gerard van Herpen. De organisatie vraagt een maandelijkse bijdrage van € 200. Voor dit bedrag wordt ook de administratie van de ondernemers gedaan. Dit is van belang om de controle op de bedrijfsvoering te houden.

bedoeling dat ondernemers een samenwerkingscontract van een jaar ondertekenen. "Allochtonen ondernemers verwachten dat ze vanaf de eerste week een hogere omzet draaien onder de formule. Dat is natuurlijk niet reëel. De formule moet wel de kans krijgen om bekendheid en extra klantizie op te bouwen. Wij weten zeker dat de ondernemer met Multisuper boven zijn deur extra omzet binnenhaalt. Mocht het na een jaar tegenvallen, kunnen ze er altijd nog mee stoppen."

Folder

De folder bleek een punt van aandacht te zijn. "We drukten op een gegeven moment 70.000 foldertjes. Die kosten een heleboel geld, maar hij was niet herkenbaar voor de doelgroep. Zelfs niet toen we de folder ook uitgevoerd hebben met Turkse, Marokkaanse en Poolse teksten", aldus Van der Vlucht. Daarop is actie ondernomen en onlangs werd een nieuwe folder gelanceerd. "Op de voorkant plaatsen we nu een foto van de winkel in kwestie. Dat maakt alles veel duidelijker en het spreekt zowel de ondernemers als zijn klanten meer aan. Ook de rest van de folder bestaat voor een belangrijk

Op de voorkant van de folder van Multisuper is nu ook een foto van de lokale winkel te zien. Dat vergroot de bekendheid van de winkel bij klanten.