

## WATER DOOR DE ZAAN

**D**e een z'n dood  
is de ander  
z'n brood.

Zo is het ook gegaan  
bij het ontstaan van  
de Vereniging Albert  
Heijn Franchise.

Het faillissement van  
Kroon, 27 jaar gele-  
den, noodzaakte Abel  
Banus uit te kijken

naar een nieuwe groothandel. Hij koos niet -  
zoals vele anderen - voor Spar, C1000 of 4=6.  
Naar eigen zeggen omdat deze formules niet  
klantgericht genoeg waren. Nee, het moest er  
gelikter uitzien. Banus nam zelf het initiatief  
en belde Zaandam. En zoals het een goede  
filiaalorganisatie betaamt, zag de directie  
het niet helemaal zitten met ondernemers. Er  
stroomde heel wat water door de Zaan voordat  
de organisatie inzag dat door het inschakelen  
van franchisers ook de witte vlekken op de  
kaart ingevuld konden worden. Banus kreeg  
het voordeel van de twijfel in de vorm van een  
proefcontract. Maar over dat tijdelijke con-  
tract werden weinig woorden vuil gemaakt  
toen steeds meer zelfstandigen zich aansloten.

Nu, 27 jaar later, staat er een organisatie  
van 200 Albert Heijn-franchisewinkels. Niet  
zomaar een club. Het percentage ondernemers  
met een eigen pand - ruim 50% - is nergens zo  
hoog als bij Albert Heijn. Ondernemers met  
een vrije keuze kiezen dus vaak voor Albert  
Heijn. Niet verwonderlijk in een tijd dat deze  
formule een rendement van 6 tot 7% draait  
en een formule als C1000 het met 1,5 tot 2%  
moet doen. Regelmatig stappen ondernemers  
over naar Albert Heijn, en geloof mij maar,  
de grootste namen volgen nog. Maar als het  
gaat om grootse namen blijft wat mij betreft  
de naam Abel Banus binnen AH-franchise op  
nummer een staan. Sommige nummers zijn  
onlosmakelijk met bepaalde personen verbon-  
den. Dat heeft de man die jarenlang de winkel  
met nummer 8701 bestierde, toch echt wel  
verdiend.

René de Wit

