



Openheid centraal in nieuwe winkel van Christiaanse

# Omzetstijging na gedwongen verhuizing

Ondanks de gedwongen verhuizing is slager Sjaak Christiaanse dik tevreden met zijn nieuwe winkel in Leidschendam.

‘Culinair genieten’ en ‘Centrum voor gastronomie’. Deze slogans hebben een opvallend plekje gekregen in de nieuwe winkel van slager Sjaak Christiaanse in Leidschendam. Dat ambacht, kwaliteit en vakmanschap samengaan, laat hij zien in zijn producten en werkwijze. Letterlijk, want in de nieuwe zaak wordt voor het oog van de klant gewerkt.

DOOR WENDY NOORDZIJ – Sjaak Christiaanse was dik tevreden met zijn slagerij in de Kornoelje in Leidschendam, totdat hij - net als de andere versdetaillisten in de straat - te horen kreeg dat de panden gesloopt werden en hij naar een andere locatie moesten uitkijken. ‘Zo’n boodschap gaat je niet in de koude kleren zitten’, blikt de ondernemer terug. ‘Helaas had ik weinig keus. Sommigen verklaarden me voor gek dat ik op deze leeftijd

nog een nieuwe slagerij wilde openen. Maar ik vond dat ik vooral vanwege de sociale functie van het bedrijf geen keuze had. Ik ben verantwoordelijk voor negentien personeelsleden, waaronder ook enkele oudere medewerkers. Voor hen zal het moeilijk worden om een andere baan te vinden. Daarom besloot ik verder te gaan op een nieuwe locatie.'

Christiaanse vond een prachtig hoekpand op 300 meter afstand van de oude winkel, naast de Albert Heijn. 'Hier was vroeger de Gall & Gall gevestigd. Maar omdat de Albert Heijn werd omgebouwd tot een XL-vestiging kreeg de drankenwinkel een plekje in de supermarkt en kwam dit pand leeg te staan. Zodra ik hoorde dat ik moest verhuizen, heb ik me sterk gemaakt voor dit pand. Op de oude locatie zat ik naast de Jumbo, maar ik wil het liefst zo dicht mogelijk bij de Albert Heijn zitten, omdat ik het idee heb dat hun klanten nog net iets meer aansluiten bij mijn doelgroep.'

### Openheid

Bij de inrichting werd de hulp ingeschakeld van Renselaar Koeltechniek. 'Maarten de Boer gaf me advies en vertaalde mijn wensen in een ontwerp. Uitgangspunten waren het creëren van openheid en het plaatsen van een centraal kookeiland in het zicht van de klant. Zo kan de klant met eigen ogen zien dat we alles zelf bereiden. Dat stukje transparantie en beleving vind ik erg belangrijk.' Niet alleen wordt er in het zicht van de klant gekookt, alle werkmeubelen staan zo opgesteld dat er altijd met het gezicht naar de klant toe wordt gewerkt.

'Ik heb niets te verbergen en wil aan iedereen laten zien hoe ambachtelijk we hier te werk gaan. Met deze opstelling is dat voor de volle 100 procent gelukt.' Ook het personeel is erg tevreden. 'Door alle openheid kunnen de medewerkers gemakkelijk met elkaar communiceren. Dat werkt erg prettig.'

Christiaanse koos uiteindelijk voor een U-vormige toonbank. 'Door de U-vorm lijkt de toonbank niet heel erg groot, maar hebben we wel veel vierkante meters om onze producten te laten zien.' De vitrine is uitgevoerd in warme houttinten. 'Ik wilde graag warme kleuren in combinatie met een moderne, strakke uitstraling en ben erg tevreden over het resultaat.'

### Energiebesparing

Ook is bij de realisatie volop rekening gehouden met energiebesparing. Zowel beneden als boven is 100 procent led-verlichting toegepast, waarvoor de slager subsidie kreeg. Daarnaast maakt hij gebruik van warmteterugwinning. Opgewarmd koudemiddel moet in de condensor afkoelen. Doordat de persgasleiding vanaf de compressor eerst door een watervat loopt, wordt het water opgewarmd en het koudemiddel afgekoeld. Zo wordt niet alleen bespaard op de kosten voor warm water, maar ook op de energie die nodig is om te koelen. Doordat er minder heet gas in de installatie terechtkomt, gaat het energieverbruik flink omlaag.

In het midden van de winkel is een plat zelfbedieningsmeubel geplaatst. Christiaanse: 'In het vorige pand hadden we een hoog meubel en

## Hardlopers

1. Vleeswaren, vooral achterham en filet américain
2. Rundvlees, waarbij kogelbiefstuk een echte hardloper is
3. Vluggklaar-artikelen, vooral gepaneerde schnitzels en shoarmavlees

eigenlijk was dit altijd een soort stiefkindje. Uit het platte meubel verkopen we echt veel meer. Het is toegankelijker en mensen zien de producten beter liggen. We hebben het gevuld met onder meer gevulde stokbroodjes, tortilla's, spek voor de zuurkool en rookworst. Klanten nemen volgens mij meer mee dan aanvankelijk de bedoeling was. We verkopen nu 35 procent meer zuurkool spek dan voorheen.'

Boven het zelfbedieningsmeubel prijkt als blikvanger een grote lamp. 'Ik had in mijn hoofd precies een idee hoe de lamp eruit moest komen te zijn, maar kon hem nergens vinden', legt de ondernemer uit. 'Maarten de Boer heeft de lamp toen op basis van mijn omschrijving voor me getekend en een lasser ingeschakeld om hem in elkaar te lassen. Dat is gelukt en de lamp is precies zo geworden als ik voor ogen had. Dat vind ik zo mooi aan de samenwerking met Renselaar. Er wordt echt naar je geluisterd. De lamp is echt een eyecatcher in de zaak en we hebben er enorm veel reacties op gekregen.'



**'Ik wil aan iedereen laten zien hoe ambachtelijk we hier te werk gaan.'**

**'Door de U-vorm lijkt de toonbank niet heel erg groot, maar hebben we wel veel vierkante meters om onze producten te laten zien', aldus Christiaanse. De lamp (links) boven het zelfbedieningsmeubel is speciaal door hem ontworpen.**





**‘Uit het platte zelfbedieningsmeubel verkopen we veel meer.’**

**Niet alleen wordt er in het zicht van de klant gekookt, alle werkmeubelen staan zo opgesteld dat er altijd met het gezicht naar de klant toe wordt gewerkt.**

### Omzetstijging

Door de hogere huur, hoopte Christiaanse 10 procent meer omzet te draaien, maar een kleine maand na de opening zit hij, zonder te adverteren, al op 20 procent. ‘Ik wil mijn medewerkers graag eerst de tijd geven om te wennen aan de nieuwe situatie. Daarna wil ik wat acties gaan plannen om nog meer klanten te trekken.’

Van de oude klanten is 99 procent volgens hem meegegaan. ‘Eigenlijk had ik dat wel ingecalculeerd omdat de eerstvolgende goede slager op veel meer dan 300 meter afstand is.’ De extra omzet komt dus voornamelijk van nieuwe klanten. ‘We merken dat veel mensen niet eens wisten dat er versspecialisten in het centrum zaten. Ze kwamen gewoonweg nooit in die straat.’

In de nieuwe winkel is de verkoop van traiteursproducten flink gestegen. Christiaanse: ‘Met opzet hebben we het traiteurgedeelte beter aangepakt en zijn we van 80 procent eigen productie naar 99 procent gegaan.’ Ook de vlogklaar-artikelen zijn beter gaan verkopen.

Op diverse plaatsen in de winkel staan flessen wijn uitgestald. ‘Deze had ik ook in het vorige pand. Soms vinden mensen het makkelijk om hun boodschappen compleet te maken met een fles wijn, zodat ze daarvoor niet speciaal de supermarkt meer in hoeven, maar verder dienen de flessen ook ter decoratie en geven we klanten die veel gekocht hebben wel eens een flesje wijn cadeau.’

### Stappenactie

Als ludieke openingsactie heeft de slager flyers verspreid met de volgende prijsvraag: ‘Sjaak Christiaanse heeft de afgelopen weken vele malen de nieuwe winkel bezocht. Hij weet inmiddels precies hoeveel stappen de afstand tot zijn nieuwe winkel is. Weet u dat ook? We zullen u verklappen dat Sjaak stappen zet van 85 cm. Vul het aantal stappen in en maak kans op een lekkere prijs.’ ‘We hebben echt heel veel enthousiaste reacties gekregen op de prijsvraag’, blikt hij terug. ‘Klanten paken het echt heel serieus aan en sommige hadden zelfs een stappenteller meegenomen. Uiteindelijk hebben we onder de inzenders twintig vleescheques verloot.’

## ‘Dit is écht slagerij Christiaanse’

Dit is echt een bijzondere winkel geworden, zegt Maarten de Boer van Renselaar Koeltechniek. ‘Het was voor ons een eer om hieraan mee te mogen werken.’ Vooral de samenwerking met de ondernemer vindt hij heel speciaal. ‘We hebben heel veel overlegd. Sjaak zit al jarenlang in het vak. Door al zijn ervaring had hij hele specifieke ideeën en wensen en die hebben wij voor hem op papier gezet. Regelmatig hebben we samen achter de computer gezeten en hebben we met de indeling geschoven, net zolang tot hij er helemaal tevreden over was. Daardoor is dit écht slagerij Christiaanse geworden en die is uniek in Nederland. Dat is het mooie aan dit project.’ Transparantie was het uitgangspunt van het ontwerp, licht De Boer

toe. ‘De slager heeft niets te verbergen en wil al het werk zichtbaar maken voor de klanten. Daarin is hij behoorlijk ver gegaan en dat zie je niet veel in Nederlandse slagerijen.’ Tijdens het project is veel maatwerk toegepast. Niet alleen is de lamp boven het zelfbedieningsmeubel door De Boer en Christiaanse samen ontworpen, ook de kookhoek is volledig naar wens van de slager gemaakt. ‘Zo is bijvoorbeeld het afzuigplafond volledig in RVS uitgevoerd. Dat is niet alleen functioneel, maar zorgt ook voor een hele stijlvolle uitstraling.’ Ook met duurzaamheid is volop rekening gehouden. ‘Christiaanse gebruikt warm water uit het warmterugwinstsysteem zonder elektrisch bij te verwarmen!’, aldus De Boer.