



## Zelfstandig Ondernemen Het Super Supermarkt Keurmerk

Bij deze opgave horen informatiebronnen 1 t/m 3. De eerste twee informatiebronnen gaan over het opstarten van een bedrijf. Informatiebron 1 geeft een aantal kenmerken van startende ondernemers, terwijl informatiebron 2 gegevens geeft over de slagingskansen van ondernemingen. De laatste bron bevat informatie over het SSK Keurmerk.

Ieder jaar weer start een groot aantal mensen een eigen bedrijf. Terwijl het totaal aantal starters afnam, nam het aantal startende detaillisten juist toe. In 2011 alleen al hebben 12.800 ondernemers een eigen winkel geopend. Dit zijn uiteraard niet allemaal supermarkten, maar ook in deze branche zijn veel ondernemers een eigen zaak begonnen. Dit gebeurt vaak als franchiseondernemer. De ondernemer huurt dan het recht om de formule van een grote supermarktorganisatie te gebruiken. De ondernemer maakt gebruik van de naamsbekendheid en verkoopt het productaanbod van de formule, maar hij blijft wel eigenaar van zijn eigen winkel. Op deze manier blijft hij eigen baas én profiteert hij van de voordelen die er zijn als je bij een grote organisatie aangesloten bent.

- A) Het is opmerkelijk dat ondanks de crisis meer mensen een detailhandel zijn gestart. Kun je bedenken wat voor soort winkels de afgelopen jaren vaker opgestart worden?
- B) Bedenk twee voordelen om als franchise-nemer aangesloten te zijn bij een grotere supermarktformule.
- C) Wat kunnen twee voordelen zijn voor de franchisegever om de formule te verhuren aan een startende supermarkt?



Super  
Supermarkt  
Keurmerk

- D) Informatiebron 1 geeft een overzicht van het profiel van startende ondernemers. Geef het profiel van de gemiddelde startende ondernemer. Je kunt kiezen uit:  
**Geslacht:** Man / Vrouw  
**Etniciteit:** Autochtoon / Westerse allochtoon / Niet-Westerse allochtoon  
**Leeftijd:** t/m 30 jaar / 31 t/m 50 jaar / 51 jaar en ouder

Helaas is ook een franchiseformule geen garantie op succes. Ieder jaar zijn er een aantal detaillisten die hun winkel moeten sluiten, ook in de supermarktbranche. In informatiebron 2 staan enkele gegevens over de overlevingskansen in de detailhandel.

- E) Bereken hoeveel bedrijven die gestart zijn tussen 2005 en 2008 in 2010 nog bestaan.
- F) In de lesbrief Marketing wordt gesproken over de vijf marktspelers. Welke marktspeler speelt een grote rol in de branches webwinkels en markthandels? Motiveer waarom dit juist in deze branches zo is.
- G) Of een eigen zaak succesvol is, heb je als ondernemer niet altijd in de hand. Bedenk een oorzaak waardoor een goed opgezet bedrijf het toch niet redt.
- H) Waarom hebben starters die een bedrijf starten met een (zaken)partner meer kans op slagen?
- I) Geef aan of het profiel van de gemiddelde startende ondernemer van vraag D, de kenmerken heeft om een grotere kans op overleven te hebben.



# Zelfstandig Ondernemen

## Het Super Supermarkt Keurmerk

### J) Waarom starten veel mensen, ondanks het risico, toch een eigen bedrijf?

Om een succesvolle supermarkt op te zetten moet een ondernemer op heel veel gebieden actief zijn en aandacht hebben voor details. Die details moeten voortdurend op goed niveau blijven, want supermarkten hebben bijna allemaal een directe concurrent in de buurt die niets liever wil dan marktaandeel afsnoepen. Supermarktondernemers kunnen echter niet alle aspecten van de winkel beïnvloeden, ze zijn immers aangesloten bij een formule en moeten zich houden aan het beleid van de overkoepelende supermarktorganisatie. Het is belangrijk dat de speelruimte die overblijft zo goed mogelijk wordt benut. Managers van zelfstandige supermarkten zijn voortdurend op zoek naar een goede invulling van de overgebleven speelruimte, om zo onderscheidend te zijn van de concurrent en zo hun marktaandeel en dus hun overlevingskansen te vergroten. De vraag is op welke manier je deze ruimte nou op een goede manier invult. Deze vraag kan beantwoord worden met het SSK keurmerk. Het SSK is een keurmerk voor zelfstandige super-

marktondernemers die voor eigen rekening en risico een franchisesupermarkt op een lokaal betrokken en maatschappelijk verantwoorde manier exploiteren. Het SSK keurmerk kent zeven centrale thema's, die in informatiebron 3 worden weergegeven.

**K) De thema's van het SSK Keurmerk zijn opgebouwd uit criteria die samenhangen met maatschappelijk verantwoord ondernemen. Geef bij elk van de zeven thema's aan bij welke M dit het best past. (zie lesbrief Massacommunicatie)**

**L) Supermarkten ondervinden niet alleen concurrentie van andere supermarkten in de buurt, maar ook van zogenoemde substituten (zie lesbrief Marketing). Geef een voorbeeld van een substituuat van een supermarkt.**

**M) Hieronder vind je een aantal mogelijkheden waarop ondernemers invulling kunnen geven aan de verschillende thema's. Zet achter ieder thema de cijfers van de bijhorende invullingen:**

THEMA'S		MOGELIJKHEDEN :		
lokale betrokkenheid				
onderscheidend assortiment				
stimulerend personeelsbeleid				
duurzaam met energie				
afvalinzameling en -reductie				
veiligheid en preventie				
transport en logistiek				
MOGELIJKHEDEN :				
1. Kinderhoek in de winkel	7. Samenwerking met voedselbank	13. Ontmoetingstafel in de winkel	19. Kerstpakket voor het personeel	25. In dienst nemen van jong gehandicapten
2. Installeren van camera's	8. Thuisbezorgservice	14. Eindejaarbonus voor personeel	20. Voldoende fietsrekken	26. Glasbak voor de winkel
3. Elektrische bevoorradingswagens	9. Maximum bedrag per kassa	15. Batterij inzamelpunt in winkel	21. postagentschap in de winkel	27. Investeren in ventilatiesysteem
4. Verkoop Max Havelaar koffie	10. Sponsoring jeugdvereniging	16. Hergebruik van restwarmte	22. Efficiënte winkelverlichting	28. Organiseren van buurtactiviteit
5. Zonnepanelen op de winkel	11. Aansluiten bij de VersFustPool*	17. Afnamepunt Plastic Hero-zakken	23. Biologisch productaanbod	29. Voldoende parkeergelegenheid
6. Opleiden van BHV'ers	12. Verkoop van lokale lekkernijen	18. Invoeren van alleen-pinnen kassa's*	24. Invoeren GS1 Databar*	30. Intern cursusaanbod voor personeel

\* zie vorige casusopdrachten



# Zelfstandig Ondernemen

## Het Super Supermarkt Keurmerk

- N) Geef aan waarom een SSK Keurmerk een concurrentievoordeel t.o.v. andere supermarkten kan opleveren.
- O) Een aantal thema's van het keurmerk zullen de ondernemer in eerste instantie juist geld kosten in plaats van opleveren. Leg uit waarom ondernemers het toch belangrijk vinden om in deze thema's te investeren.

Deze winkel heeft het Super Supermarkt Keurmerk!

Wat betekent dat?

Dat u kiest voor verantwoord winkelen! De ondernemer van deze supermarkt maakt namelijk bewuste keuzes op het gebied van:



Duurzaam met energie

Lokale betrokkenheid

Stimulerend personeelsbeleid

Veiligheid & preventie

Onderscheidend assortiment

Afvalinzameling & -reductie

Transport & logistiek

SSK SUPER SUPERMARKT KEURMERK

QR code and Like button



# Zelfstandig Ondernemen

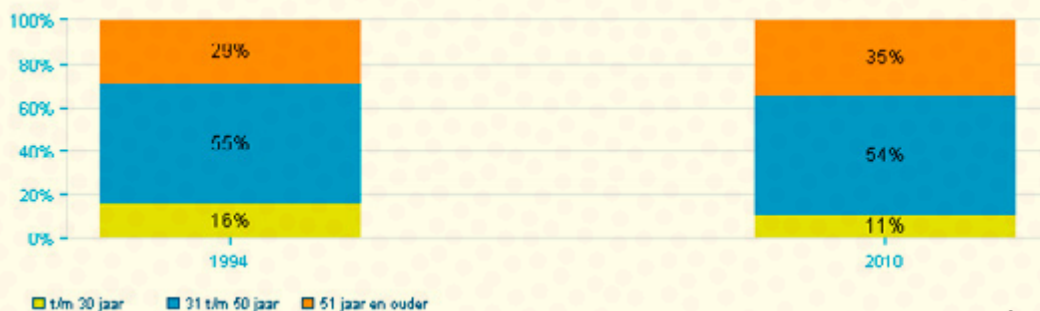
## Het Super Supermarkt Keurmerk

### INFORMATIEBRON 1

#### Leeftijd, geslacht en etniciteit van ondernemers

In 2010 is 42% van de detaillisten in Nederland vrouw. 17% van de ondernemers is allochtoon (waarvan 10% niet-Westers en 7% Westers). Het aandeel oudere ondernemers in de detailhandel (51 jaar en ouder) is sinds 1994 toegenomen. Dit ging ten koste van het aandeel jonge ondernemers (tot en met 30 jaar oud). Het percentage ondernemers van middelbare leeftijd (31 t/m 50 jaar) bleef ongeveer even groot.

#### LEEFTIJDOPBOUW VAN ONDERNEMERS IN DE DETAILHANDEL



Bron: HBD en ITS

#### Detaillisten zijn gemiddeld ouder...

De gemiddelde leeftijd van de detailisten is de laatste jaren geleidelijk met 3% gestegen tot ongeveer 46 jaar. Alleen in de consumentenelektronica-, supermarkt- en postorderbranche was sprake van een verjonging.



# Zelfstandig Ondernemen

## Het Super Supermarkt Keurmerk

### INFORMATIEBRON 2

#### Overlevingskansen

Uiteraard slagen niet alle nieuw opgerichte bedrijven erin te blijven bestaan. Na een periode van 1 jaar na de start in de detailhandel bestaat nog ongeveer 80%.

#### PERCENTAGE BEDRIJVEN IN DE DETAILHANDEL DAT NOG BESTAAT NA X JAAR NA DE START

startjaar	aantal	bestaat na 1 jr	2 jr	3 jr	4 jr	5 jr	6 jr	7 jr	8 jr	9 jr	10 jr
1999	5.878	84%	72%	64%	57%	51%	47%	43%	40%	38%	36%
2000	7.015	83%	70%	61%	54%	49%	45%	41%	38%	36%	34%
2001	7.169	82%	69%	59%	52%	47%	42%	39%	36%	34%	
2002	7.569	81%	65%	56%	49%	43%	39%	36%	34%		
2003	8.597	80%	64%	54%	46%	42%	38%	35%			
2004	10.300	80%	64%	54%	46%	41%	38%				
2005	11.797	79%	63%	53%	46%	42%					
2006	12.073	82%	66%	56%	50%						
2007	11.814	82%	66%	57%							
2008	11.823	80%	66%								

#### In doe-het-zelfbranche zijn de overlevingskansen het grootst

De overlevingskansen verschillen ook behoorlijk tussen de branches. In de doe-het-zelfbranche zijn ze al jarenlang het grootst. Voor bijvoorbeeld de markthandel en de webwinkels is dat een stuk minder. Dat komt voor een deel omdat het daar eenvoudiger is om een bedrijf te starten.

#### PERCENTAGE BEDRIJVEN DAT IN 2005 IS OPGERICHT EN IN 2010 NOG BESTAAT

	bestaat nog in 2010 (na 5 jaar)
doe-het-zelfzaken	67%
woonzaken	52%
educatie en vrije tijd	50%
supermarkten	49%
food-speciaalzaken	49%
persoonlijke verzorging	47%
consumentenelektronica	44%
mode	43%
huishoudelijke-artikelzaken	41%
webwinkels en postorder	39%
markthandel	32%
<b>totaal</b>	<b>42%</b>

#### Grote overlevingskansen voor oudere starters

Bedrijven opgericht door personen van 36 jaar of ouder hebben een iets betere overlevingskans dan nieuwe bedrijven van jongere starters. Ook blijkt dat bedrijven die door twee personen zijn opgericht (meestal partners), een stuk betere overlevingskansen hebben dan bedrijven die door één persoon zijn gestart. Daarnaast speelt de etniciteit van de oprichter een rol. Bedrijven opgericht door autochtonen hebben doorgaans een grotere overlevingskans dan bedrijven van niet-westerse allochtonen. Daarbij is wel een kanttekening: bedrijven opgericht door allochtonen van de tweede generatie hebben een grotere overlevingskans dan bedrijven opgericht door de eerste generatie.

#### PERCENTAGE BEDRIJVEN DAT IN 2005 IS OPGERICHT EN IN 2010 NOG BESTAAT

in 2005 opgericht door:	bestaand in 2010
man	48%
vrouw	46%
(zaken)partners	62%
jonger dan 36 jaar	37%
36 jaar of ouder	46%
autochtoon	44%
niet-westerse allochtoon	31%
westerse allochtoon	40%
<b>totaal</b>	<b>42%</b>

Bron: HBD en ITS



# Zelfstandig Ondernemen

## Het Super Supermarkt Keurmerk

### INFORMATIEBRON 3:

#### SSK thema's

De ondernemers van SSK supermarkten hebben bewezen zich extra in te zetten op het gebied van zeven thema's die samenhangen met duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen. De thema's zijn opgebouwd uit de ISO 26000 criteria en opgesteld door brancheorganisatie Vakcentrum en kennisorganisatie TNO:

#### lokale betrokkenheid

De betrokkenheid van SSK ondernemers reikt verder dan alleen de winkel. Ze zetten zich actief in voor de buurt met bijvoorbeeld sponsoring en ondersteuning van bejaarden of jonge ouders met specifieke faciliteiten

#### onderscheidend assortiment

In de schappen van SSK supermarkten liggen bijzondere producten: veel biologisch, Fair Trade of producten uit de streek. Ook stemmen ze hun aanbod goed af op de lokale vraag.

#### stimulerend personeelsbeleid

SSK ondernemers besteden veel aandacht aan goed werkgeverschap. Bijvoorbeeld met goede secundaire arbeidsvoorwaarden, opleiding voor personeel en diversiteit van personeelsbestand

#### duurzaam met energie

SSK ondernemers gaan bewust om met energieverbruik. Zoals bij het verlichten of verwarmen van de winkel, of het koelen van producten.

#### afvalinzameling en –reductie

Minder afval, dat zien SSK ondernemers graag. Daarom stimuleren ze het scheiden en terugdringen van afval met allerlei inzamelingsmogelijkheden in en (net) buiten de supermarkt.

#### veiligheid en preventie

Een veilige winkelomgeving gezondheid en veiligheid zijn belangrijke speerpunten voor SSK ondernemers. Ze nemen daarom extra veel maatregelen, zichtbaar en onzichtbaar, om de veiligheid en gezondheid van consumenten en personeel te waarborgen.

#### transport en logistiek

Efficiënte winkelbevoorrading, dat moedigen SSK ondernemers van harte aan. Ook letten SSK ondernemers extra goed op de bereikbaarheid van de winkel, net als een goede doorstroom in de winkel bij bijvoorbeeld de kassa's.

Bron: [www.supersupermarkt.nl](http://www.supersupermarkt.nl)

Deze lesbrief is samengesteld door E.J. Pegels MSc.