



Meer dan een supermarkt

Hoe belangrijk resultaat ook is: bij Jumbo staan mensen altijd centraal. Ook de komende jaren wil het familiebedrijf op een duurzame manier betaalbare boodschappen combineren met maatschappelijke impact. “Onze supermarkten zijn een ontmoetingsplek die mensen met elkaar verbindt.”

Je merkt het meteen als je het hoofdkantoor van Jumbo in Veghel binnenkomt: dit is geen doorsneebedrijf. De sfeer in de ontvangthal is meer huiselijk dan zakelijk. Een gevoel dat niet verandert als je de werkkamer van Ton van Veen binnenstapt, waar Colette Cloosterman-van Eerd je verwelkomt met een oprechte glimlach en een drankje en koekje aanbiedt. Het is haast alsof je familie bezoekt in plaats van de President Commissaris en CEO van de Koninklijke Jumbo Food Groep. “Mijn moeder ging vroeger met een mandje oliebollen de buurt rond om een praatje met iedereen te maken”, vertelt Colette even later als het over familiewaarden gaat. “Oprechte belangstelling, mensen zich op hun gemak laten voelen, iedereen doet ertoe: dat zijn waarden waar ik zelf ook voor sta. En die ik probeer te vertalen naar onze supermarkten, zowel voor klanten als collega’s.”

NIEUWE STRATEGIE

Na zo’n achttien jaar als CFO binnen Jumbo te hebben gewerkt, werd Ton van Veen in maart 2023 als eerste niet-familieelid tot CEO van de supermarktketen benoemd. “De familie, de RvC en het management hebben zich toen gebogen over de vraag hoe we Jumbo op een duurzame manier naar een gezonde toekomst konden leiden”, zegt Ton. “We waren het er snel over eens dat de familiewaarden – het Jumbo-DNA van ‘samen, ondernemen en winnen’ – behouden moesten blijven. Immers, dit maakt ons uniek en dus succesvol. Ook hebben we onze strategie herijkt: met ‘Jumbo zoals Jumbo bedoeld is’ keren we terug naar de basis, onder meer door onze ‘7 Zekerheden’ aan te passen aan de huidige tijd. We willen klanten fijne winkels bieden, waar ze elke dag voor betaalbare producten van topkwaliteit terecht kunnen en waar het een fijne plek is om te zijn. Met de familie Van Eerd als betrokken aandeelhouders en Colette in de RvC blijven we het Jumbo-DNA koesteren en de warmte behouden. Een mooie opdracht, zij het ook een lastige in deze tijd met diverse maatschappelijke



‘Bij onze Klets-kassa’s kunnen klanten die geen haast hebben een praatje maken’

Sinds begin 2023 meten we onze medewerkerstevredenheid uitgebreider en hebben we organisatiebrede verbeteringen doorgevoerd. In januari 2024 was de Employee Net Promoter Score (eNPS) verbeterd van 37 naar 44. Ons streven is om eind dit jaar een score van 50 te halen.”

LOKAAL BETROKKEN

“Bij Ton zijn de dagelijkse leiding en het Jumbo-DNA in goede handen”, zegt Colette. “Dit geeft mij ruimte om me naast mijn toezichhoudende taken als President Commissaris ook meer te richten op de sociale kant van het bedrijf. Als familiebedrijf hechten we veel waarde aan de wereld om ons heen. Onze winkels in Nederland en België staan letterlijk midden in de samenleving. Een voorbeeld zijn de Klets-kassa’s, waar klanten die geen haast hebben een praatje kunnen maken. Voor sommige klanten is dit het enige menselijke contact dat ze op een dag hebben. De Klets-kassa’s zijn de hele wereld overgegaan en als voorbeeld besproken op het Wereld Economisch Forum. Onze winkels zijn meer dan een supermarkt: een ontmoetingsplek waar persoonlijk contact is in plaats van via een digitaal scherm. Ook organiseren onze winkels, in samenwerking met lokale partijen en belanghebbenden, verschillende activiteiten om mensen samen te brengen. Zo zijn we betrokken bij initiatieven als samen kerst of ramadan vieren, bij bingoavonden en valentijnslunches. Voor initiatieven die de buurt leefbaar houden en maken, trekt elke winkel zelf een budget uit. Landelijk doen we in Nederland mee aan het Koningsdagontbijt, waar we voor meer dan 1 miljoen basisschoolkinderen een gevarieerd en feestelijk ontbijt verzorgen. En we stimuleren lichaamsbeweging, onder andere met de Nederlandse Jeugdschaatsdagen. Er zijn voor de gemeenschap en mensen helpen: dat is ook waar Jumbo voor staat.” <<

belangen. Maar als familiebedrijf denken we in generaties, niet in financiële kwartalen. Daarom blijven we via innovatie onder andere onze ketens verduurzamen én willen we Nederlandse boeren en telers een eerlijk verdienmodel garanderen.”

JUMBO ACADEMY

“Medewerkers vormen de basis voor ons succes”, zegt Ton. “We zien graag dat ze hun talent benutten en zich ontwikkelen. Om dit te stimuleren hebben we in 2002 een gecertificeerd opleidingsinstituut opgericht: de Jumbo Academy, een unicum binnen onze branche. Het biedt tal van trainingen en opleidingen en onze collega’s kunnen werk met een mbo- of hbo-opleiding combineren. De Jumbo Academy heeft zelf een training ontwikkeld om het Jumbo-DNA nog beter te laten landen bij al onze winkelcollega’s, zodat ze de klant écht op één zetten. In onze distributiecentra werken veel nationaliteiten. Om al deze collega’s zich meer thuis te laten voelen, draaien we hier bewust muziek uit verschillende landen.



DEEL ONLINE