

30 jaar New York Pizza: een spel van trial and error

27-03-2024 14:20



Van full-focus op het buitenland naar tóch wat gas terug en het thuisland terug in de belangstelling. Al 30 jaar leeft New York Pizza op 'trial and error'. Met succes, want het Nederlandse bedrijf viert in zijn jubileumjaar tevens zijn 300ste winkelopening. Hoe staat de fastfoodformule ervoor? 6 vragen aan oprichter en ceo Philippe Vorst.

Vorig jaar hebben jullie 28 nieuwe locaties geopend. Hoeveel nieuwe vestigingen staan er voor dit jaar op het programma?

“De afgelopen 5 jaar zijn we stevig gegroeid. Het aantal nieuwe openingen lag structureel rond de 20 tot 25 vestigingen per jaar. We zijn ook voor dit jaar van plan te groeien, maar in een lager tempo. 2024 wordt een uitdagend jaar.

De laatste 3 á 4 jaar hebben we vaker grote veranderingen gezien dan in de 26 jaar ervoor. Van de coronacrisis – waarin bezorging door het dak ging – naar een energiecrisis, oorlogen, voedselkostenstijgingen, sterke loonstijgingen, torenhoge inflatie en dalende consumentenbestedingen. Allemaal stevige schokgolven die elkaar in een korte tijd afwisselden. We bevinden ons in een onrustige zee. Dan moet je behendig kunnen sturen om zonder al teveel kleerscheuren goed overeind te blijven. Er wordt veel van de markt en de ondernemers verwacht.”

Wat houdt dat in?

“Dat gaat om een reeks dingen: accenten aansturen op verschillende punten van de keten. Het gaat om de hele cyclus: van productinnovatie tot buitengewoon scherp zijn in pricing en discounting, tot het rekruteren van de juiste medewerkers. En intussen moet je je merk bouwen. Veel tegelijkertijd dus. En last but not least: je moet de gelederen gesloten houden met je franchisenemers. Ontzettend belangrijk, want met het dalende consumentenvertrouwen moet je als ondernemer veel harder werken om de consument aan je te binden.”

Jullie franchisers zijn belangrijk voor het gestage groeien. Is het ingewikkelder om hen vast te houden in een minder economisch klimaat?

“Natuurlijk. Als je sinds 2010 continue groei doormaakt, en dat onder druk komt te staan, ontstaan er sneller scheuren in je samenwerkingen. Dat vraagt veel van iedereen – en het hoort erbij dat het soms niet goed gaat. Met 300 vestigingen kun je niet met iedereen op 1 lijn liggen. Dan is het zaak goed te communiceren en er samen weer uit te komen.”

Waar zijn er nog kansen in Nederland?

“We zien ruimte tussen de 350 en 400 vestigingen. We zijn dus goed onderweg. Per moment onderzoeken we met onze vastgoedafdeling waar een nieuwe vestiging moet komen.”

Voelt New York Pizza in een moeilijker tijd ook de hete adem van concurrenten als Domino's?

“We zijn gewend om overal te concurreren met onze grootste concurrent. In iedere grote stad zitten we, en concurreren we. Je moet overal de beste in zijn. Als je dat niet bent, kan iedereen omzet van je afsnoepen. Dat is het lastige: niet een ‘leuke’ formule opzetten, maar deze sterk houden en telkens verbeteren. Dat is een continu proces.”

Jaren geleden hebben jullie een flinke slag geslagen in Duitsland, met het overnemen van Pizza Planet en Flying Pizza. Wat kunnen we nog meer verwachten in het buitenland?

“Door de Duitse branchegenoten in 2021 over te nemen zijn we er fors gegroeid. Toch zien we dat Duitsland zonder meer een moeilijker markt is dan Nederland. We hebben er niet de positie die we in eigen land hebben. Sinds de overnames hebben we in Duitsland enorme uitdagingen voor de kiezen gekregen: de lonen zijn sinds 2021 met 40% gestegen, terwijl consumenten minder zijn gaan bestellen. Als resultaat daarvan zijn we vorig jaar enorm ingekrompen.

Nu hebben we een vrij klein bedrijf in Noordrijn-Westfalen over. Vlak over de grens van Nederland. Het is tijd

voor pas op de plaats: we willen ervoor zorgen dat wat we hebben, goed loopt. Daarna kunnen we altijd weer verder kijken naar groei.

Dat geldt ook voor België. We hadden er 4 locaties die allemaal een wisselend beeld gaven. Dat kostte zoveel energie dat de focus op Nederland en Duitsland verslapte. Uiteindelijk hebben we de vestigingen gesloten. Voorlopig zit België dus niet meer in de pijplijn, maar focussen we ons op het bedrijf dat goed loopt in Nederland, en willen we Duitsland een stuksterker maken.”

*Tijdens **RetailTrends Topics**, dat op 10 april plaatsvindt in het AFAS Theater in Leusden, wordt Philippe Vorst geïnterviewd over de groei, uitdagingen en franchisestrategie van New York Pizza. Ook op het podium: Wibra, Coolblue en [Cotton Club](#).*

Nog geen ticket? [Kijk hier voor de opties](#).

Nina van Klaveren