



VAN TOL

GROOTHANDEL IN LEVENSMIDDELEN



ZOMER 2005

Uitgave van Van Tol b.v., Europaweg 2, Postbus 64, 2410 AB Bodegraven • Telefoon (0172) 61 93 11

• Telefax (0172) 61 37 96 • Internet: www.tolfood.com



Voorwoord

Van en vóór ondernemers

In het boek 'De eeuw van mijn vader' van Geert Mak beschrijft hij ons land tijdens de eeuwwisseling, van de negentiende eeuw naar de twintigste eeuw. Naast de sfeer van de stad, geeft de schrijver ook impressies van het platteland. Tot in de stad - zo schrijft hij - is het platteland voelbaar. Ook nu medio 2005 bestaat ons land grotendeels uit platteland: buurtschappen, dorpen, landelijk gebied, beschermd natuurgebied, bossen, meren en rivieren.

Lokale service

Op het platteland maar ook in de stad vervult de buurtsupermarkt een belangrijke sociale functie. Het is de winkel waar op loop- of fietsafstand de directe levensbehoeften gedaan worden. Waar de ondernemer zijn klanten nog bij naam kent. Bovendien weet hij wat hun beweegt en hun behoeften zijn. Lokale service of marketing is voor dit type ondernemer de gewoonste zaak van de wereld! Hij kent zijn dorp, wijk of buurt als zijn broekzak. Van Tol Visie is 'vóór en van deze buurtgerichte ondernemers'.

Eigentijdse formules

Uw 'business' is ons bestaansrecht. Dat wederzijdse belang en werkelijk hart hebben voor de zaak zijn al jaren kenmerkend voor de relatie tussen onze groothandel en haar afnemers. Wij doen er alles aan om onze ondernemers een uitstekend belegde boterham te laten verdienen. Steeds zijn we op zoek naar onderscheidende producten en services waarmee ondernemers kunnen scoren. Regelmatig passen we onze formules aan bij de zich wijzigende trends. Van Tol is al meer dan vijftig jaar een marktgerichte organisatie. De ondernemer staat bij ons werkelijk centraal. Ook deze 'Van Tol Visie' is er voor u. U leest er over zelfzorggeneesmiddelen (een groei-markt), het plaatsen van geldautomaten (extra aanloop), de combinatie van een Troefmarkt met een videotheek (meer traffic), onze nieuwe Dagwinkel met messenslijp- en partyservice, nieuwe margerijke producten... Kortom: Er is alle reden om deze 'Van Tol Visie' met aandacht te lezen.

Ik wens u veel leesplezier.

Met vriendelijke groet,
Michael van den Hurk, commercieel directeur.

Voorzitter Vakcentrum aan het woord



• Voorzitter Vakcentrum Herman van der Geest schetst een helder beeld van de branche.

'De meerwaarde van een buurtgerichte supermarkt komt juist nu veel sterker naar voren'

Inhoud

Troefmarkt & MovieMax 3

Tips voor lokale marketing 3



Skûtsjesilen groot succes 5

CitySuper bewerkt markt 5

Dagwinkel Hubers 6

Nieuwe service Dagwinkel 7

Troefmarkt Hageman 9

Troefmarkt & Kiala service 11

Herman van der Geest vervult al jaren met groot élan vele bestuursfuncties van organisaties in de levensmiddelen- en detailhandel. De voorzitter van het Vakcentrum en bestuurder bij het CBL en het Platform Detailhandel is uitermate strijdbaar en dé ultieme bruggenbouwer. Met hem over de branche praten, is een helder beeld krijgen van wat de belangrijke onderwerpen in de branche zijn.

Dit jaar is voor de levensmiddelen- en detailhandel een cruciaal jaar. De belangrijkste vakbeurs voor de branche, de Nationale Food Week heeft in april plaatsgevonden. Van oudsher het

platform van handel en industrie. De prijzenslag woedt echter onverminderd. De relatie tussen handel en industrie staat sterk onder druk.

Herman van der Geest: 'De Nationale

Food Week is een branche-evenement waarop nieuwe contacten gelegd en relaties weer op niveau gebracht worden. Dat is ook dit jaar gebeurd. Ditmaal heeft de beurs een extra dimensie gekregen: partijen weer meer tot elkaar brengen'. De beurs heeft in het teken van 'Gezondheid' gestaan.

Informatie kan simpeler

De branche neemt haar verantwoordelijkheid om het algemeen maatschappelijke probleem van overgewicht aan te pakken.

Lees verder op pagina 3



• Minister-president Jan Peter Balkenende tijdens een werkbezoek in de supermarkt.

In het voorjaar sprak Herman van der Geest met minister-president Jan Peter Balkenende tijdens een werkbezoek in de supermarkt. Bij die gelegenheid zijn de belangrijke onderwerpen van de branche op het hoogste niveau onder de aandacht gebracht: betalingsverkeer, bereikbaarheid van winkellocaties, criminaliteit en veiligheid, prijzenoorlog, toegenomen administratieve lasten. Balkenende deed de toezegging dat hij de verantwoordelijke bewindslieden op korte termijn hierover zou aanspreken.



Simpel en snel bestellen...

Vriesia, groothandel in farmaceutische en cosmetische producten, is al meer dan 95 jaar gespecialiseerd in het belevaren van zelfstandige ondernemers, drogisterijen en supermarktondernemers. Het bedrijf is in 1910 opgericht en draagt nog steeds de naam van de toenmalige oprichter, de ondernemer Jan de Vries. Hij begon een drogisterij en chemicaliënhandel die uitgroeide tot een gespecialiseerde groothandel. De organisatie is sterk klantgericht. Folders en relatiemagazines worden ten behoeve van de klanten in eigen beheer geproduceerd.

Binnenkort komt een nieuw online bestelprogramma (Easyorder) in de lucht zodat ondernemers efficiënt en snel hun bestellingen kunnen doen. Dit werkt via een handterminal waarmee men EAN-codes scant en de gescande order vervolgens via internet of een telefoonaansluiting direct naar Vriesia kan verzenden.



Voor meer informatie:

Vriesia, Wolvenkoog 1, 1822 BE Alkmaar, (072) 511 89 85

Vriesia is dé specialist in flexibele schappenplannen

Zelfzorggeneesmiddelen maken assortiment compleet

De consument is bewuster dan ooit en kiest meer en meer zonder tussenkomst van de huisarts voor de aankoop van geneesmiddelen. Voor ondernemers zijn deze zelfzorggeneesmiddelen een interessante productgroep. Groothandel in Levensmiddelen Van Tol heeft in Vriesia een unieke specialist gevonden voor de levering van zelfzorggeneesmiddelen. Vriesia is ook een no-nonsense logistieke dienstverlener die zich gespecialiseerd heeft in de distributie van relatief zowel grote als kleine bestellingen. De bij van Tol aangesloten ondernemers van de Dagwinkel en de Troefmarkt zijn goed te spreken over de service van Vriesia. In een recent gehouden klanttevredenheids-onderzoek scoort Vriesia dan ook goed.

Inspelen op lokale vraag

Van Tol en Vriesia vullen elkaar uitstekend aan. Vriesia biedt de Van Tol-ondernemers een onderscheidend assortiment zelfzorggeneesmiddelen dat zelfs per stuk geleverd kan worden. Volgens hoofd marketing, Arjan Bink, bestaat het assortiment uit 15.000 artikelen. *'De ondernemer kan lokaal inspelen op de wensen van de consument. Heeft de buurt veel kinderen of wonen er juist veel ouderen, dan heeft dat gevolgen voor de samenstelling van het assortiment. Vriesia levert standaard- en flexibele schappenplannen voor de verkoop. Drie hoofdgroepen behoren tot de hardlopers: pijnstillende middelen, hoestmiddelen en homeopathische middelen. Deze groepen nemen in onze schappenplannen dan ook een prominente plaats in'.*

Service, advies en hoge marges

Service en advies hebben een hoge prioriteit. Vriesia bepaalt in nauw overleg met Van Tol en de ondernemers de schappenplannen. Wat er in het schap komt, wordt onder andere bepaald door de keuze voor hardlopers als pijnstillers, hoestmiddelen en homeopathische middelen en de keuze voor een A-merk of een huismerk. Arjan Bink: *'Het huismerk HMK is zeker zo goed als een A-merk maar levert de ondernemer een marge van 40% en hoger'.*

Ondernemers over Vriesia...

TROEFMARKT VAN HET JAAR ! Aloys Hageman is Troefmarktondernemer in het dorp Vreeland:

Ik ben erg tevreden met de service van Vriesia". "Ik heb een meter zelfzorggeneesmiddelen achter de kassa staan. Ruim 15 jaar verkoop ik het. Vooral pijnstillers als paracetamol en aspirine worden hier veel verkocht. Van het huismerk heb ik nog niets opgenomen, maar ik ben wel van plan dat binnenkort te doen. De bestellingen worden snel bezorgd.



Stefan Kremers, Troefmarktondernemer in St. Hubert:

'Hardlopers bij mij zijn pijnstillers als paracetamol en strepsils en hoestdranken. Ik verkoop van paracetamol vooral het huismerk. Zeker wel 30 pakjes per week. Waarschijnlijk wil men zo goedkoop mogelijk van de hoofdpijn afkomen'. Kremers heeft ruim 4 meter staan, maar dan rekent hij ook voedingssupplementen, pleisters en verband tot de zelfzorggeneesmiddelen. Hij bestelt eenmaal per week en is vol lof over Vriesia. 'Als ik klachten heb, worden die snel opgelost'.

Karel Feijen, Troefmarktondernemer in Terherne:

'We zitten middenin een watersportgebied. In het hoogseizoen, als het warm is, verkoop ik veel muggenolie van Autan. Verder zijn Rennies en Asperines hardlopers'. Feijen heeft voor de geneesmiddelen een aparte glazen kast aangeschaft. De kast staat vlakbij de kassa. Over de service van Vriesia is hij erg tevreden.



Peter Quist is Troefmarktondernemer in Ter Aar:

Hij is pas anderhalve maand aan het testen of het voor hem geschikt is. 'We hebben een behoorlijk assortiment neergezet van zo'n 6 meter, inclusief pleisters. Het is nog te vroeg om iets te zeggen over de verkoop van specifieke groepen. Ik merk wel dat de vraag van de klant toeneemt'.

'Assortiment en service zijn voor een buurtsuper veelzijdig'

Diemen - Troefmarkt-ondernemers zijn creatief in het realiseren van extra omzet. Henk Janmaat, adviseur bij Groothandel in Levensmiddelen Van Tol, heeft dagelijks contact met hen. Eén van de recente nieuwe Troefmarkten is Troefmarkt-MovieMax in Diemen. 'Er is hier een succesvolle combinatie gevonden in een buurtsupermarkt en een videotheek', aldus bedrijfsadviseur Henk Janmaat.

Vorig jaar moest de C1000 supermarkt noodgedwongen sluiten. Toen Edwin Admiraal hier met zijn compagnon Marco Koopman, een MovieMax-videotheek wilde openen en die wilde combineren met een buurtsuper kwam hij bij de Troefmarkt-formule terecht. 'Het een combinatie van een avondwinkel en een videotheek. De openingstijden zijn aangepast en natuurlijk ook het assortiment. De buurtbewoners zijn er blij mee, want zij kunnen weer in hun eigen omgeving terecht voor de dagelijkse boodschappen'.

Vers en service

Eind vorig jaar is de winkel open gegaan. De openingstijden zijn van 10 uur 's ochtends tot 11 uur 's avonds. Ook in het weekend is de winkel geopend. Henk Janmaat: 'De winkel heeft het assortiment van een complete buurtsupermarkt. Veel aandacht is er voor vers: fruit, kant-en-klaar-maaltijden,



• Troefmarkt-MovieMax Diemen.

bake-off-producten (Croustifrance), vleeswaren en salades onder het label 'SlagersSucces'. Dagelijks wordt vers brood in de winkel afgebakken'. Edwin Admiraal: 'We zijn nu een halfjaar bezig en de buurt reageert erg positief. De drukste momenten zijn 's ochtends van 10 uur tot 12 uur, tussen 16.00 uur en 18.00 uur en 's avonds van 19.00 uur tot 21.00 uur. Door het samengaan met de videotheek is er in het bijzonder belangstelling voor koek, snoep, chips, wijnen, gekoelde frisdranken en het betere ijs zoals Haagendasz-ijs en ijs van Ben & Jerry's'.

Uitgebreide service-elementen

De service-elementen van de winkel zijn erg uitgebreid: foto- en stomerij-service, Krasloten, Lotto- en Totoformulieren, strippenkaarten en postzegels. De klant komt er graag voor, juist vanwege de afwijkende openingstijden. Tenslotte is natuurlijk ook het grote assortiment aan dvd's (ruim 10.000 titels) een trekker in de buurt. Kortom: De bijzondere mix van een buurtsupermarkt en videotheek levert de ondernemer extra voordeel op en hij weet zich daarmee te onderscheiden.

Vervolg voorpagina

Herman van der Geest: 'We vinden echter wel dat de burger als individu zelf verantwoordelijk blijft. Als branche willen we meehelpen in de sfeer van voorlichting en bewustwording. Het gaat Van der Geest om dagelijkse dingen, bijvoorbeeld teveel suiker gebruiken. 'Ik vind dat de informatie via voedingsdeclaraties op producten wat simpeler kan. De consument moet snel en duidelijk kunnen zien wat voor een product hij in handen heeft. Het gaat om etiketten met informatie waar de consument werkelijk om verlegen zit'.

De prijzenslag is ruim anderhalf jaar aan de gang, zowel het grootwinkelbedrijf als de zelfstandige ondernemers hebben er last van. Verwacht u op korte termijn een positieve wending in deze ontwikkeling?

Herman van der Geest: 'Nee, het is geen tijdelijke correctie. De winstgevendheid van veel bedrijven is in enkele jaren fors omlaag gegaan. Misschien is het jaren te goed gegaan in de branche. De herpositionering van Albert Heijn heeft veel ellende veroorzaakt. De prijsafstand tussen de concurrenten is hetzelfde gebleven. Het

duurt jaren voordat er weer leukere marges gemaakt kunnen worden. Desondanks zien we wel enige tempering. Wat Peijnenburg gedaan heeft, daar heb ik respect voor. Het gaat er om dat er weer een gezonde verhouding ontstaat tussen handel en industrie. We hebben nu teveel te maken met excessen. Het water staat velen aan de lippen'.

Is het in zo'n geval gewenst dat de overheid regulerend optreedt?

Van der Geest: 'Als branche zitten we niet op wetgeving te wachten, toch vragen we om maatregelen, een soort bodem, zodat producten niet onder een bepaalde prijs verkocht worden. In acht Europese landen bestaat dergelijke wetgeving. Er is recent onderzoek verricht door de het EFMI/Erasmus universiteit. Op basis van die uitkomsten zou 'de politiek' maatregelen dienen te nemen. Wij zien echter liever dat de branche haar eigen verantwoordelijkheid inziet en dat er zelfregulering optreedt. Het mooiste is Europese regelgeving'. Van der Geest benadrukt nog eens dat wat hij heeft voorspeld, is uitgekomen. 'Investerings worden uitgesteld, de service van winkels brokkelt af en assortimenten verschromelen. Deze negatieve spiraal moet absoluut worden gestopt'.

Buurtsuper reageert beter

De zelfstandige buurtgerichte supermarkten blijken, zo constateert Herman van der Geest, reageren nog het best op de negatieve ontwikkelingen rond de prijzenslag. 'Zij anticiperen beter dan de grote supermarkten. De meerwaarde van de kleine zelfstandige supermarkt komt juist nu sterker naar voren. Voor hen geldt dat zij niet op prijs moeten concurreren, maar zich moeten toeleggen op aspecten als service, dienstverlening, klantgerichtheid en assortiment. De vergrijzing die zich in ons land doorzet, is feitelijk positief voor dit type supermarkt. Vooral ouderen zullen in de toekomst vaker in hun directe woonomgeving boodschappen doen. Zij vinden service belangrijker dan de prijs'. Handel en industrie zijn tot elkaar veroordeeld. Maar de sfeer tussen de partijen is ooit veel beter geweest. Van der Geest: 'De prijzenslag heeft ook in de persoonlijke sfeer schade berokkend. Ik hoop daarom dat de Nationale Food Week heeft bijgedragen aan een betere verstandhouding. Ook innovaties staan onder druk. Nog nooit in de geschiedenis van het Vakcentrum komt zo veel werk op ons af. Juist in deze omstandigheden kunnen en willen wij veel betekenen voor zelfstandige ondernemers'.

VISIE OP VERS:

7 Tips voor een lokale marketing

Lokale marketing is meer dan alleen maar goede contacten onderhouden met uw klanten. Het is ook andere (doel)groepen in uw omgeving laten weten dat u er bent.

- Zo is het belangrijk goede relaties te hebben met een winkeliersvereniging en de gemeente (bestemmingsplannen e.d.).
- Ook van belang is te kijken welke (sport)vereniging bij u in het dorp actief is. Het plaatsen van een kleine advertentie in het clubblad levert veel goodwill op.
- Probeer er achter te komen welk huis-aan-huis-blad in uw dorp of buurt gratis verspreid wordt. Nodig de journalist hiervan een uit in uw winkel of beter nog stuur hem een persbericht over een nieuw product, een leuke actie, uw jubileum of de nieuwe uitbreiding met een scan-kassa enz.
- Laat klanten nieuwe producten proeven.
- Bedenk altijd wat leuks met moederdag, vaderdag of diervandag.
- Zoek ook contact met scholen bij u in de buurt, misschien kunt u wat voor hen betekenen (schoolreisjes, schoolkantine etc.).
- Datzelfde geldt voor ziekenhuizen en verzorgingshuizen

Exclusieve distributie

Chocolade van Jozef Manner

Groothandel in Levensmiddelen Van Tol is erin geslaagd om de exclusieve distributie te verwerven van chocoladeproducten van Manner. Jozef Manner is een bekende wereldwijde aanbieder van Oostenrijkse chocoladelekkernijen.

Van Tol heeft drie topproducten geselecteerd: Manner hazelnootwafeltjes, chocolade dragees met kokos en rum en chocolade bananen. Commercieel directeur Michael van den Hurk is erg enthousiast: 'We hebben de producten uitvoerig getest en iedereen is er van overtuigd dat het topkwaliteit is'.

M.i.v. week 20 is begonnen met het uitleveren van de nieuwe artikelen. Om klanten kennis te laten maken met deze onderscheidende lekkernijen, zijn gratis mini Manner-hazelnootwafels verkrijgbaar. Men kan zelf proeven hoe lekker ze zijn.



Colofon

Hoofdredactie: Frits van Wolveren
Ontwerp/productie: Studio Vandende
Druk: De Drie Poorten

Onderscheidende kwaliteit in kaas, verpakking en assortiment

Vergeer Kaas is een familiebedrijf dat gedurende meerdere generaties een schat aan ervaring vergaarde over het oerhollandse product kaas. Een onderneming waarin de ambachtelijke liefde voor het product en moderne productiemethoden harmonisch samengaan.

Vergeer Kaas verpakt al jaren onder strenge internationale HACCP-normen verschillende soorten kazen: voorverpakte vers gesneden kaas, freshpack stukken kaas en party-kaas-puntjes. Ook heeft Vergeer Kaas een eigen merk geraspte kaas. De volgende soorten zijn o.a. leverbaar: Kassarella Ideaal, Backarella Ideaal, Old Holland, Pizzakaas, Gratinkaas, Pastakaas en saladekaas.



Daarnaast produceert Vergeer Kaas Kaas onder eigen merk, zoals: Gouwenaar, Gouwenaar Light, Rondeur, Halvetta, Twenny merkkaas in diverse smaken en Old Holland.

Naast de genoemde kaassoorten omvat het Vergeer Kaas-assortiment ook kaassnacks.

Kortom: Vergeer Kaas is voor handelspartners de perfecte partner!



**VERGEER
KAAS**

Th. Vergeer & Zonen b.v.
Postbus 2, 2810 AA Reeuwijk
Telefoon (0182) 39 86 00
Website: www.vergeerkaas.nl

© 2005 Studio Vandende NL

Alles voor kaas!

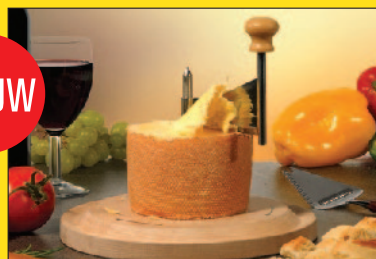
**GRATIS
STANDAARD**
u betaalt alleen de inhoud!*

**Extra winst!
Extra kaasverkoop!**

* vraag naar de actie voorwaarden



Boska kaasfondueset



Boska kaaskruller

NIEUW

Tel: 0172 - 611 502 Fax: 0172 - 614 302 E-mail: info@boska.nl WWW.BOSKA.NL

KAASGEREEDSCHAP

**BOSKA
HOLLAND**

(Advertorial)

Veilig pinnen in vertrouwde omgeving

Hanco Geldautomaat biedt extra service

Een geldautomaat in de winkel wordt meer en meer door consumenten gewaardeerd. De gangbare geldautomaten bevinden zich vaak op 'onveilige' locaties en vooral ouderen voelen zich vaak niet op hun gemak bij het pinnen op straat. De buurtsupermarkt daarentegen geeft vertrouwen en een veilig gevoel. In toenemende mate plaatsen daarom buurtsupers een Hanco Geldautomaat.

Wat zijn de voordelen?

- Extra omzet
- Aantrekken nieuwe klanten
- Afroemen eigen kassa
- Beperkte ruimte nodig (1x1 meter)
- Werkt onder Windows
- Lokale promoties mogelijk

Hanco ATM Nederland BV is door Groothandel Van Tol als partner geselecteerd. Inmiddels zijn door Hanco 200 geldautomaten geïnstalleerd. Het bedrijf zorgt voor training van personeel en beschikt over een 24-uurs (7 dagen per week) helpdesk.



Voor meer informatie:

Hanco ATM Nederland BV
Meander 251, 6825 MC Arnhem
Telefoon (026) 3764528 of kijk op: www.hancoatm.nl

Hanco ATM Systems. Setting The Standard.

© Studio Vandende NL

Ondernemers zeilen voor de wind bij skûtsjesilen op Friese meren

Woensdagmorgen 8 juni verzamelden zich meer dan 120 relaties van Groothandel van Tol in het rustieke restaurant De Brabander in Hindeloopen. Hun auto's hadden zij achtergelaten op de parkeerplaats bij de jachthaven. Bij binnenkomst kregen zij tot aller verrassing een oranje zeiljack uitgereikt, teken der verbroedering en verbondenheid gastheer Van Tol. Het was de verfrissende start van een fantastische re-latiedag.

Klokslag half elf sprak algemeen directeur Aalzen Aikema de gasten toe. Onder het genot van koffie en gebak luisterden zij het naar het programma. 'Een bijzonder welkom natuurlijk aan onze sponsors Nedac Sorbo, Douwe Egberts, Vrumona, Campina, Gulden Krakeling, Heineken en Friesche Vlag. Zonder hen - zo zei Aikema - was de organisatie van dit zeilevenement niet mogelijk geweest.



• Tijdens de zeiltocht met de skûtsjes werd er soms flink gezweet aan boord.

den afgelegd. De meeste passagiers genoten lekker van de zon. Sommigen zetten zich aan boord in en hielden mee bij het hijsen van de zeilen, het strak trekken van het fok of vasthouden van het roer. Rond half een werd op een eiland aangelegd voor het middagmaal. De paling tijdens de lunch vond gretig aftrek, evenals de heerlijk belegde broodjes. Rond half vijf 's middags meerden de skûtsjes weer aan voor een gezamenlijke borrel in de bar van De Brabander. Hier werden de sterke verhalen uitgewisseld onder het genot van een pilsje of een Beerenburger. Om zeven uur volgde een stevig Fries diner: bonen, kapucijners, sla, slavinken, aardappelen en appelmoes. Tot ieders verrassing werd het avondmaal opgeluisterd door het plaatselijke shanti-koor dat liederen ten gehore bracht als 'De klokken van Arнемuiden'. De stemming zat er goed in en zelfs deden sommigen de aanzet tot een polonaise.

Binding door klantenpas en geldautomaat

Troefmarkt CitySuper bewerkt lokale markt

Troefmarkt CitySuper Van den Boogaart in Gorinchem heeft in maart 2005 een speciale klantenpas geïntroduceerd. Het is een van de initiatieven die hij heeft ondernomen om de lokale markt te bewerken. Een ander initiatief is de plaatsing van een geldautomaat in de winkel.



• Troefmarkt CitySuper Van den Boogaart in Gorinchem.

Ouderen willen graag pinnen op een plaats die hun vertrouwd is. De supermarkt vervult die functie. Sinds februari staat een Hanco-geldautomaat direct bij de ingang. 'Het bevalt prima. Er wordt behoorlijk gebruik van gemaakt. Het biedt een toegevoegde waarde.' Ook niet onbelangrijk is, dat het risico voor de ondernemer beperkt is. Van den Boogaart: 'We vulden zelf de automaat met biljetten

van 20 euro waardoor ik mijn eigen kassa's afroom. Wanneer een klant een transactie doet, betaalt deze hiervoor een kleine vergoeding. Het totaalbedrag aan het eind van de dag wordt automatisch bijgeschreven op mijn rekening. Tenslotte kunnen via het scherm van de geldautomaat gerichte acties en aanbiedingen worden gedaan, die op de transactiebon worden geprint'.

Captain Riezebos van de Friese skûtsjes informeerde de aanwezigen over het zeilen en de regels aan boord: 'Een skûtsje is een Fries werkschip, het behoort tot het culturele erfgoed van Friesland. Hij dankte dan ook de bedrijven die door het organiseren van zeilevenementen, meehelpen de skûtsjes in ere te houden. Waar gewerkt wordt, daar moeten ook afspraken gemaakt worden. De belangrijkste afspraak is wel: bukken als dat hard geroepen wordt. Ik wens iedereen een goede vaart en veel plezier!'

Lunch op een eiland

Na die Friese aansporing vertrokken de Van Tol-ondernemers in een heerlijk ochtendzonnetje naar de touringcar die hen naar het vertrekpunt aan de Fluessen bracht. Hier vertrokken acht skûtsjes voor hun zeiltocht over het eindeloze wateroppervlak van de Fluessen. Ruim veertien kilometer zou - onderbroken door een lunchpauze van twee uur - over het water wor-

Familiegevoel overheerst

Wie er zin in had, kon ook de verrichtingen van het Nederlands elftal 's avonds om half negen op een groot scherm volgen. In zijn slotwoord bedankte Aalzen Aikema iedereen. 'Ik denk dat we een fantastische dag gehad hebben'. Op zijn vraag of Van Tol volgend jaar weer een dag skûtsjesilen moet organiseren, bleek iedereen het erover eens: volgend jaar zeker weer! Van Tol is een bijzonder bedrijf. Het is niet gemakkelijk aan te geven waar het onderscheidende in zit. Een bedrijf waar het familiegevoel overheerst misschien. Of de aandacht voor de mens achter de ondernemer of het credo 'vrijheid, blijheid'. Dat bleek des te meer toen Aalzen Aikema, Michael van den Hurk en Erik van den Hurk, na afloop samen met Wendy Sterk aan de gasten bij het vertrek nog wat leuks meegaven en persoonlijk afscheid namen.

Contact met handel belangrijk

Volgens de ingewijden was het de vijfde keer dat Groothandel Van Tol in Friesland een re-latiedag skûtsjesilen organiseerde. Ondernemers, leveranciers en medewerkers van de groothandel ontmoeten op een ongedwongen wijze elkaar. Zon, water en wind en een vleugje spanning als het schip met bollende zeilen schuin over het water scheert. Het zijn de geweldige ingrediënten die deze dagen tot een succes maken.

Aan Jonette Tjeerdema (Friesche Vlag) de vraag waarom zij het een prima idee vindt dat haar bedrijf het evenement sponsort. 'Wij hebben als onderneming een historische binding met Friesland. Bovendien zijn buurtgerichte ondernemers voor de distributie van onze zuivelproducten erg belangrijk.' Sjaak Bosma en Gerrit de Kuijper (Douwe Egberts) zien in de sponsoring vooral het onderhouden van goede relaties met de afnemers. 'Onze buitendienst kan helaas niet alle ondernemers bezoeken. Door onze aanwezigheid hier onderstrepen we onze binding met de Van Tol-afnemers.' Voor het eerst nam Van Tol-klant Van Triest deel aan het skûtsjesilen. Van Triest heeft een buurtgerichte winkel, de 'Smaakmakerij', in Elburg. 'We hebben direct 'ja' gezegd toen we de uitnodiging kregen'. Van dat 'ja' heeft hij geen spijt gehad; evenals de overige 120 ondernemers hebben zij genoten.

Klanten Dagwinkel Hubers zijn weg van frisse formule

Horssen - Service in de buurt, boodschappen doen op loopafstand of met de fiets. De Dagwinkel in Horssen is de enige in dit Betuwse dorp. Pas zes kilometer verderop, in Druten, bevinden zich winkelveorzieningen. John en Annemieke Hubers waren dolgelukkig dat in november 2004 hun droom gerealiseerd werd. 'Ik was eerst ambulante ondernemer en daarna pas ben ik met een buurtsuper begonnen. Toen we in De Wilp de eerste Dagwinkel zagen, waren we direct onder de indruk van de moderne, frisse kleurstelling van de formule. We waren al van plan om te verbouwen, maar toen we de eerste Dagwinkel hadden gezien, had deze formule ons hart gestolen. Zo'n winkel wilden we ook', aldus John Hubers.

de groep agf en vlees en vleeswaren. John Hubers: 'We hebben bewust de omvang van de afdeling agf wat beperkt vanwege het feit dat in de buurt wel een rijdende winkel groenten vent. We hebben het accent gelegd op de voorverpakte groenten en kant-en-klaar maaltijden. De afdeling brood en banket is daarentegen weer vrij fors'.

Toen de plannen voor de verbouwing vaste vorm kregen, moesten de garage en het magazijn, waar Hubers zijn rijdende winkel had staan, eraan geloven. Het leverde ruim 50 vierkante meter op.

Rijdende winkel

John Hubers: 'Op m'n 21ste jaar ben ik begonnen met een rijdende winkel. Dat heb ik bijna zes jaar gedaan. Daarna ben ik met een vaste buurtwinkel gestart'. In november is de winkel tijdens de verbouwing ruim anderhalve week gesloten geweest. Om de klanten toch van dienst te kunnen zijn, heeft Hubers een winkelwagen voor zijn buurtsuper gezet. Zo bleven zijn klanten niet verstoken van de eerste levensbehoeften. Nu ruim een halfjaar verder zijn de klanten van Hubers helemaal weg van de Dagwinkel. John Hubers: 'M'n klanten reagerden allemaal erg positief. Vooral waren ze verbaasd over ruimte binnen, die je zeker niet verwacht als je buiten staat. Het komt door de uitgekiende layout van de winkel met diagonale opstelling. De lage stellingen geven klanten een indruk van het totale winkeloppervlak'. Bij de entree valt direct de speciale Dagwinkel servicebalie op. Hier kunnen klanten voor uiteenlopende service terecht. Directe service die iedereen in een dorp nodig heeft, zoals een postkantoor (voor postpakketten, postzegels enz.), een stomerij-service, foto-ontwikkelerservice, strippenkaarten en zelfs zelfzorggeneesmiddelen. John



• John en Annemieke Hubers zijn helemaal weg van de Dagwinkel-formule.

Hubers: 'Daarnaast verkopen we ook de meest gangbare printercartridges en verse bloemen en planten'.

Uitgekiend assortiment

Kortom: Het Dagwinkel-assortiment is uitgekiend samengesteld. Er is veel aandacht voor vers: verse zuivel (melk, toetjes, binnen- en buitenlandse kaas, yoghurt), groenten, vlees- en vleeswaren en brood. Hubers heeft gloednieuwe koelmeubels aangeschaft. Na de zuivel komt de klant bij

Het eigentijdse Dagwinkel-interieur heeft de versgroepen aan de randen van de winkel gegroepeerd; in het midden van de winkel bevinden zich de groepen kruidenierswaren zoals cosmetica, ontbijtproducten, koffie, frisdrank en dierenbenodigdheden. Vlakbij de kassa is het uitgebreide assortiment papierwaren en tijdschriften. Al met al een bijzonder complete winkel.

Steeds nieuwe acties

Maar er is meer: John Hubers en zijn vrouw Annemiek zoeken steeds naar nieuwe mogelijkheden om zich te onderscheiden met aantrekkelijke en leuke acties zoals een kleurplaat voor Moederdag die dan door Hubers keurig wordt ingelijst. Over het huismerk TopQuality is hij tevreden. 'De prijsafstand tussen de A-merken en het huismerk is fors, terwijl de kwaliteit toch echt gelijkwaardig is'. Ook over de nieuwe Dagwinkel-folder met wekelijkse recepten en gezondheidstips, is Hubers goed te spreken. 'Ik verspreid de folder in het dorp en omgeving en dat blijkt goed te werken. Samen met het consumentenmagazine 'Lekker Makkelijk' kunnen wij optimaal met onze klanten communiceren.'



• Dagwinkel Hubers in Horssen heeft een moderne, frisse kleurstelling.



Logo boven de ingang



Afdeling brood & banket



Afdeling verse zuivel



Afdeling kranten & tijdschriften



Servicecounter met kassa

'Dagwinkel biedt de buurt een absolute meerwaarde'

Bentelo - Woensdag 22 juni is een nieuwe service gestart in de Dagwinkel: de messenslijpservice. Klanten kunnen in de buurtwinkel hun bestek en scharen professioneel laten slijpen. Commercieel directeur Michael van den Hurk: 'Het is een leuke en praktische uitbreiding van een dienstverlening die je van oudsher in steden en op het platteland zag, maar die nu wat vergeten lijkt te zijn. Dagwinkel gaat de slijpservice aanbieden tegen een eerlijke prijs. Consumenten brengen hun te slijpen messen en scharen naar de winkel. Ze krijgen dan een ontvangstbewijs met een nummer. De geslepen messen en/of scharen kunnen daarmee de volgende dag worden afgehaald'.

Met de slogan 'Dat is pas geslepen' wordt de klant geattendeerd op de nieuwe service. Bij het afhalen krijgt men een tasje met de tekst 'Dit is pas geslepen'. Met het logo van Dagwinkel 'Slim in de buurt' laat de buurtwinkel zien dat de formule de consument unieke services biedt op het gebied van gemak en levensmiddelen. Voor de winkel staat een zuil als blikvanger die de consument informeert over de kosten en de voorwaarden van de slijpservice. 'De messenslijpservice wordt door Van Tol aangeboden als een module die in principe beschikbaar is voor Dagwinkel-, Troefmarkt- en ambulante ondernemers', vertelt Michael van den Hurk. 'We starten met een aantrekkelijke kortingsbon van 50%. Voor ondernemers is het om meerdere redenen aantrekkelijk. Ik denk bijvoorbeeld aan de aantrekkelijke marge en het feit dat de werkzaamheden verricht kunnen op 'stille' momenten in de winkel.'

Bedrijfsleider Jaap Smit in Bentelo is erg blij met de nieuwe dienstverlening. 'Ik verwacht dat er veel belangstelling is. Het sluit prima aan op de



• De Dagwinkel in Bentelo is als eerste met de messenslijpservice gestart.

andere service-elementen. We hebben onder andere een postservicepunt, stomerijservice en zelfzorggeneesmiddelen. Nieuw in de Dagwin-

kel-formule is ook de partyservice. Klanten kunnen bij ons een koel-aanhangwagen gratis lenen wanneer zij voor tenminste € 100 aan bijvoorbeeld drank kopen'. Michael van den Hurk voorziet dat binnen afzienbare tijd de dienstverlening aan de buurt fors zal uitbreiden met praktische zaken. Inmiddels zijn er drie Dagwinkels ge-

opend, te weten in De Wilp, Horssen en Bentelo. In het komende half jaar zijn meerdere nieuwe winkelprojecten gepland.



Dagwinkel promotieteam



Stomerij-service



Foto-ontwikkel-service



Messenslijpservice



Partyservice

(Advertorial)

Betere belichting levert meer verkoop

BÄ-RO ontwikkelt lichtplan voor Dagwinkel Hubers

Een betere belichting levert meer omzet. Dat is één van de uitgangspunten van BÄ-RO Trend-Light. Ondernemers horen dat natuurlijk graag. In Dagwinkel Hubers zijn de nieuwste TL-5-armaturen opgehangen. Kenmerkend is de dunne buis waarmee een hoge lichtopbrengst wordt gerealiseerd.

BÄ-RO Trend-Light is Europese marktleider op het gebied van de verlichting van levensmiddelen. Innovatie en meedenken met de ondernemer zijn speerpunten in de bedrijfsvoering. Eén van de noviteiten is de 'Batwing' of vleermuisvleugel-spot. Deze geeft een buitengewone lichtspreiding door een speciale reflector. Tegenoverstaande wandrekken tot 2,50 meter breed worden tegelijk aangelicht. Kenmerkend voor BÄ-RO is het hoge rendement van de lichtopbrengst. Onderhoudskosten en stroomkosten worden (met de



Batwing bijvoorbeeld) met 50% gereduceerd. Overige pluspunten van een BÄ-RO lichtplan: lange levensduur, UV-stralingsvrij en lage warmteontwikkeling. **Wilt u meer weten over BÄ-RO? Hoe u meer kunt besparen op uw energiekosten? Neem contact op of kijk op www.baro.nl**

BÄ-RO®
LICHT IN PERFECTIE

BÄ-RO Trend-Light B.V.
Hendrik Mesdagstraat 2
5753 DA Deurne
Telefoon (0493) 31 13 14
Telefax (0493) 31 13 21

Kleding voor elk seizoen

Dagwinkel-outfit praktisch & trendy

De bedrijfskleding voor de Dagwinkel-formule is door Van Tol ontwikkeld in nauwe samenwerking met Schijvens Confectiefabriek in Hilvarenbeek. Bekende Nederlandse supermarktketens hebben hier hun bedrijfskleding laten ontwikkelen. Foodfactory, Konmar, Jumbo en Hoogvliet hebben ook hun bedrijfsoutfit door Schijvens laten maken.

De kledinglijn voor de Dagwinkel is in overleg met een werkgroep tot stand gekomen. Toekomstige gebruikers hebben kritisch over de schouder meegekeken en meebevestigd over aspecten als gebruiksgemak en uitstraling. Uiteindelijk is een praktische en trendy kledinglijn gerealiseerd waarbij voor elk seizoen en voor elk weertype kleding voorhanden is. Luchtige polo-shirts, warme sweatshirts en bodywarmers behoren tot de frisse trendy outfit van de medewerkers van Dagwinkel.



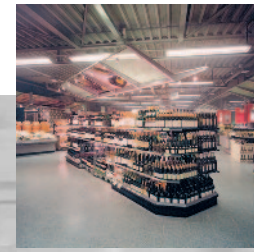
sisi orange

GEEN KUNSTMATIGE GEUR, KLEUR EN SMAAK-STOFFEN

50% MINDER SUIKER

VANAF NU: 50% MINDER SUIKER, DEZELFDE SMAAK

Van Keulen brengt systeem in uw interieur!



- * Custom-made oplossingen
- * Vernieuwende en marktgerichte concepten
- * Continue samenwerking met: supermarktoorganisaties designbureaus fabrikanten
- * Flexibiliteit en snelheid
- * Eigen productie



VAN KEULEN
INTERIEURBOUW
Van Keulen Interieurbouw
Postbus 86 - 7440 AB Nijverdal
Tel. 0548-610555
Fax. 0548-611155
email: info@keulen.com



Uitgebreid assortiment diepvries producten



Heveck VriesVers B.V. - Brabanthaven 2-4 - 3433 PJ Nieuwegein
Telefoon (030) 606 65 44 - Telefax (030) 606 71 89 - www.hvediepvries.nl

Buurtsuper in fraaie Vreeland trekt heel veel watersporters

Vreeland - In de winter lijkt het dorp Vreeland verstild. Maar in het voorjaar en de zomer is het er een drukte van belang. De Vecht is één van de toeristische vaarroutes in Nederland. Prachtige historische pandjes en een geweldig zicht op het water. Op de hoek bij de ophaalbrug zit een Derde Wereld winkel. Hageman gebruikt een stukje van zijn tuin aan de Vecht voor een onopvallende opslag van wat containers. Vlak voor zijn deur staat aan de overkant van de weg een rode brievenbus. Veel oudere Vreelanders brengen er hun post. Daarna lopen ze bij Hageman naar binnen. Tijd voor een praatje. Ruimte voor een gesprek. De buurtsuper geeft identiteit aan een dorp en bevordert de kwaliteit van de leefomgeving.

Aloys Hageman is een gelukkige Troefmarkt-ondernemer in dit prachtige dorp aan de Vecht. Met hem praten we over het assortiment van de Troefmarkt in het licht van het thema 'Vers en Gezond'. Volgens Hageman staan de begrippen gezond en vers enigszins op gespannen voet. Hetzelfde geldt ook een beetje met gemak en gezond. 'Ik ben ervan overtuigd dat verse producten het gezondst zijn. Zij bezitten nog de meeste vitamines en mineralen. Groente moet je



• Troefmarkt Hageman is gevestigd in het schilderachtige dorp Vreeland.

daarom niet te lang koken. Het stomen van groente is dan ook beter. Bonduelle heeft dat heel goed begrepen met de introductie van het concept stoomgroente'.

Vragen de klanten naar gezonde producten?

'Sommige klanten wel. Vaker vragen zij echter hoe producten klaargeemaakt moeten worden. Klanten heb-

ben geen kennis van de producten die ze eten. Wie weet dat broccoli veel vitamines bevat? Een uitzondering is de klant die wekelijks hier komt en met een boekje in de hand producten uitkiest. Dit in verband met allergie voor bepaalde stoffen.'

Lezen de klanten wel wat op de verpakking staat?

Aloys Hageman: 'Het merendeel

neemt daar niet de tijd voor. Maar het moet gezegd: Soms is de informatie ook wel erg klein gedrukt. Neem Appelsientje. De vermelding 'Rijk aan vitamine C' staat erg klein op het pak. Een merk dat zeker geassocieerd wordt met gezond, is Karvan Cévitam. Deze siropen bevatten veel vitamine C. Zelfs op het gebak van Maître Paul prijkt de vermelding 'Vitamine C'. Kortom: Er zijn heel wat voorbeelden van producten in het assortiment te vinden die verwijzen naar gezond leven.

Light-product verkoopt goed

Aloys Hageman heeft vroeger zelf voor zijn klanten recepten samengesteld. Wanneer we met hem langs de schappen lopen en kijken naar de producten die een claim op gezondheid doen, komen we al gauw bij de light-producten. 'Becel is een merk dat het momenteel erg goed doet. Koffiemelk en melk met 0% vet'. Light-producten vinden we in alle groepen frisdranken (Coca Cola), ontbijtproducten en zelfs in vetten (Diamant Vet). Echte afslankproducten zoals 'Slimfast' blijken echter niet aan te slaan. Het liep even goed in de zomer. Misschien dat in de winter mensen niet zo aan afslanken denken.'

Hageman heeft zijn reformartikelen van Zonnatura geïntegreerd in het gewone assortiment en niet afzonderlijk in een specifiek schap. 'Het verkoopt zo beter'. Zijn afg-afdeling doet het steeds beter qua omzet. Die schommelt tussen de 10-15%. Het brengt hem op de eigenlijk gezondste producten: De traditionele fruitmand. 'Ik maak ze nog en verkoop ze iedere week', zegt hij lachend.

Vergeer Kaas presenteerde innovaties op Nationale Food Week

Vergeer Kaas al ruim 75 jaar een innovatieve onderneming

Vorig jaar vierde het bedrijf haar 75-jarige bestaan. Vergeer Kaas valt te betitelen als een 'evergreen'. Een onderneming die ondanks economische ontwikkelingen een strakke koers weet vol te houden. Het bewijs daarvoor werd dit voorjaar weer eens geleverd op de Nationale Food Week 2005 in de Jaarbeurs te Utrecht. De organisatoren van het evenement spreken van een geslaagde beurs. Wim Hofman, sales manager, laat zich veel enthousiaster uit wanneer we in de stand van Vergeer vragen hoe de beurs is geweest. 'We hebben een geweldige beurs gehad', zegt hij glimlachend.

Vergeer Kaas had een prachtige stand op een strategische plaats: bij de ingang van het versplein. Als een routinier vertelt Wim Hofman dat Vergeer voor aanvang van de Nationale Food Week weer alles bijzonder op orde had gebracht. 'We hebben nieuwe producten geïntroduceerd en onze verpakkingen gerestyled'.

Nieuwe varianten kaas

Tijdens de Nationale Food Week heeft Vergeer twee nieuwe varianten geraspte kaas geïntroduceerd. Wim Hofman: 'Het zijn 'Mexico' en 'Light', beide in een 150 grams verpakking en uitermate geschikt om in de keuken te gebruiken als maaltijdverrijkers. Ook nieuw is de Cheese Snack. We hebben vier soorten gebracht: Pronto



• Sales manager Wim Hofman.

30+ kaas, Maasdammer 45+, Goudse 48+ en Old Holland 48+. Het is een heerlijk gezond tussendoortje in een

slimme verpakking. Twee soorten zijn sinds kort in het supermarktkanaal verkrijgbaar: Gouda en Old Holland. De resultaten zijn zeer succesvol', zegt Hofman glimlachend. Vergeer Kaas reageert alert op ontwikkelingen in de markt. Vooral heeft het bedrijf ingespeeld op de toegenomen gezondheidstrend en de trend naar gemak. Gouwenaar Light vormt daarvan een voorbeeld. Nieuw dit voorjaar was de introductie van Gouwenaar Jong beleggen 48+, smeuge kaas met een volle, romige smaak. Voor het supermarktkanaal biedt Vergeer Kaas interessante versconcepten, zoals gesneden kaas in klappak. Er is grote variatie in het uitgebreide productassortiment: Halvetta 20+ kaas, Rondeur, Hollandse gaten-kaas, Twenny en Old Holland.

Wie meer wil weten over de verscheidenheid in soort, smaak en verpakking, raden we de nieuwe brochure aan. Deze is aan te vragen via telefoonnummer (0182) 39 86 00. Ook op de website van Vergeer Kaas is veel informatie te vinden. Het adres is: www.vergeerkaas.com

Voorjaarsbeurs een groot succes

De ondernemersbeurs voor relaties van Van Tol en Versunie kende dit jaar een recordaantal exposanten en bezoekers. Meer dan 130 leveranciers waren met een stand vertegenwoordigd. Acties en voordeel zorgden ervoor dat de beurs uitstekend werd bezocht en ondernemers bij leveranciers een fors aantal orders boekten.

Bonduelle kreeg veel extra orders binnen door een camera-actie. Bij een bestelling kregen ondernemers een digitale camera cadeau. Als zij daarmee een foto maken van het schap, maken zij bovendien kans op een mountainbike. Onder de beursbezoekers werd een Ford Ka verloot. Winnaar is het echtpaar Kasius van de gelijknamige rijdende winkel in Linschoten geworden.

De stand van afg-leverancier Liefing in Heiloo is door de jury uitgeroepen tot de mooiste stand. Deze kreeg een fraaie beker aangeboden.

Veel A-merken lieten nieuwe producten zien.

Bij het verlaten van de beurs kregen bezoekers een kleurrijke attentie (een pakket bloembollen) mee.



GIJS WIEMAN
KOEL- en KLIMAATTECHNIEK B.V.

koel- en vriesapparatuur * airconditioning

verkoop - verhuur - reparatie
service - onderhoud

AANBIEDING

T/M 31 JULI 2005
20% KORTING OP
ALLE TEFCOLD
VRIESKISTEN



Gijs Wieman Koel- en Klimatechniek B.V.

is dé specialist op het gebied van
koel- en vriesapparatuur

**Neem contact met ons op en wij zorgen
voor een passende oplossing**

24-uurs service

Onze medewerkers
staan 24 uur per dag,
7 dagen per week
voor u klaar voor een
accurate service.



Assortiment

Koel- en vriesmeubelen
zijn te verkrijgen
in diverse afmetingen.
Groot of klein, bij ons bent u
aan het juiste adres.

Schoolstraat 32
3451 AG Vleuten

Tel. (030) 677 17 97
Fax (030) 677 35 12



Kijk voor meer informatie op:
www.koeltechniek.com

Nieuw

Wellness
gezond genieten!



**Hero Wellness, een heerlijk fris fruitbeleg,
boordevol vitaminen en voedingsvezels.**

Hero Wellness is een nieuw fruitbeleg dat
alleen vruchtensuikers en 30% minder
calorieën bevat. Hierdoor is het fruitbeleg
minder zoet én lekker fris van smaak.
Bovendien zit Hero Wellness boordevol
vitaminen en voedingsvezels.
Hero Wellness vindt u in de supermarkt
in drie frisse smaken: Aardbei/Limoen,
Gele vruchten en Rode vruchten.

Proef het zelf en geniet van Hero Wellness.



Virupa is dé specialist in maatwerk voor in- & outstore communicatie!

Virupa b.v. is ruim 12 jaar geleden opgericht door specialisten in de branche, Vincent Immink, Erwin Markerink en Rudie Nijboer. In Aalten beschikken wij over moderne productietechnieken, opslagruimten- en kantoren. Op het verkooppunt, de plaats waar de consument zijn of haar koopbeslissingen neemt, kunnen opdrachtgevers rekenen op kwaliteit, flexibiliteit en de gedegen vakkennis van Virupa.

Totaalpakket

Virupa b.v. is al jaren een vaste partner van diverse bedrijven en winkelketens. Zo verzorgt Virupa voor Groothandel Van Tol onder meer het winkelbeeld van de Troefmarkten, de City Troefmarkt en de Dagwinkel. Kwaliteit staat hoog in het vaandel, maar ook flexibiliteit en vakkundige montage hebben topprioriteit. Wij bieden (food) retailers een totaalpakket aan diensten, variërend van het ontwerp, de productie van bijvoorbeeld sfeerhangers en displays, tot de ontwikkeling en uitvoering van een geheel nieuw winkelbeeld. Ook een snelle en bekwame montage op locatie wordt door ons verricht.

Uitvoering en montage

Bij de ontwikkeling en uitvoering van de signing van een winkel is Virupa b.v. intensief betrokken tot op de dag voor de opening. Van het ontwikkelen en produceren van een servicebalie tot ambachtelijke signing bij de versafdelingen, vakmensen van Virupa B.V. en Tritop B.V. - de dochteronderneming van Virupa gespecialiseerd in interieurbouw - staan hierbij de winkelteams met raad en daad ter zijde.

Enthousiaste vakmensen

Flexibel werken en klantgerichtheid worden door Virupa b.v. inhoud gegeven. Geen woorden uit een mooie folder, maar een enthousiasme houding van vakmensen die weten wat het betekent om volgens plan een winkel te kunnen openen.



virupa
VISUAL SOLUTIONS

Voor meer informatie:

Virupa B.V.
Postbus 52, 7120 AB Aalten
Vierde Broekdijk19, 7122 JD Aalten
Telefoon (0543) 49 44 00
E-mail: info@virupa.nl
Website: www.virupa.nl

De klant haalt het pakket op als dat hem of haar uitkomt

Luxemburg overgenomen en de kwaliteit verbeterd. Kiala heeft zelf de geavanceerde software ontwikkeld waarmee exact bepaald kan worden waar een pakje zich bevindt. Als een pakje binnenkomt bij een afhaalpunt, stuurt Kiala de klant een sms of e-mail, of belt dat het pakje gereed ligt.'

Troefmarkt-ondernemer Harry Janmaat in Soest: 'Ruim 25% van de mensen die hun pakje ophalen, doet ook boodschappen bij mij in de supermarkt. Extra traffic in de winkel is aantrekkelijk. Kiala, moderne logistieke dienstverlener, werkt voor bedrijven als Wehkamp en Otto. Het bedrijf zorgt ervoor dat het bestelde zo dicht mogelijk in de buurt van de klant in een soort depot terecht komt. De klant kan dan het pakje ophalen wanneer hem of haar uitkomt. Ik ben erg blij met deze nieuwe service'.

Ruim een half jaar is Troefmarkt Janmaat afhaalpunt voor Kiala. Harry Janmaat: 'De mensen hoeven niet meer thuis te blijven voor het bezorgen van een pakketje. Kiala zorgt ervoor dat het pakje klaarligt op het moment dat de klant het wil ophalen. De klant heeft het artikel besteld via telefoon of computer. In de catalogus of op de website kan aangegeven worden waar men de bestelling wil ophalen'. De Kiala-bezorgdienst (DDP) bezoekt Janmaat vijf maal per week. Gemiddeld worden tien pakketten per dag opgehaald.

Janmaat: 'Bestellingen lopen uiteen van kleding, stofzuigers, computers, parfum tot zelfs fietsonderdelen'. Joris Oudenhuyzen is directeur van Kiala-Nederland, gevestigd in Nieuwegein. Het hoofdkantoor van Kiala-Benelux zit in Brussel. Oudenhuyzen zit hier eenmaal per week.

'Kiala is blij dat Troefmarkt-ondernemers meedoen in het landelijke netwerk. Het draagt bij aan de dichtheid die voor ons erg belangrijk is. Wanneer een ondernemer voor ons gaat werken, ontvangt deze een handcomputer (pda) en een modem. Met deze pda scant hij binnenkomende pakjes, pakjes die afgehaald worden en pakjes die teruggestuurd worden. Kiala beschikt zo over actuele informatie van de plaats van het pakje om de klant optimaal te informeren'.

Wat voor een bedrijf is Kiala?

Joris Oudenhuyzen: 'Het concept van Kiala komt oorspronkelijk uit Frankrijk. Het is ontstaan doordat het Franse La Redoute (een soort Wehkamp) genoodzaakt was naar alternatieve wegen te zoeken voor de bezorging van pakketten omdat de Franse PTT



• Troefmarkt-ondernemer Harry Janmaat en directeur Joris Oudenhuyzen van Kiala.

regelmatig staakte. Er is toen een netwerk opgezet van afhaalpunten. Een deel hiervan is in België gerealiseerd. Wij hebben het netwerk in België en

Er zijn in de Benelux al 2200 afhaalpunten. Op de klantenlijst prijken onder meer namen als Wehkamp, Otto, Neckermann, HP en Yves Rocher.

(Advertorial)

Met Orchestra biedt Centric Retail Solutions een krachtige modulaire automatiseringsoplossing



Centric Retail Solutions biedt standaard ICT-oplossingen voor de food-retail. De Orchestra-producten van Centric Retail Solutions stellen retailers in staat zo efficiënt mogelijk te werken en zich specifiek te onderscheiden door het gebruik van nieuwe technieken. Centric Retail Solutions heeft 25 jaar ervaring binnen de branche en kan zich als geen ander specialist in haar segment noemen. Dit wordt bewezen door de stabiliteit van haar softwareoplossingen en services die als één van de besten bekend staan. Door innovatiekracht is Centric RS in staat actief in te spelen op nieuwe marktontwikkelingen, zoals Zelfscan, RFID en mobiele oplossingen voor de retail. De Orchestra producten zijn modulair opgebouwd. Het hoofdkantoor en de winkels kunnen naadloos aan elkaar gekoppeld worden.

Orchestra Frontoffice

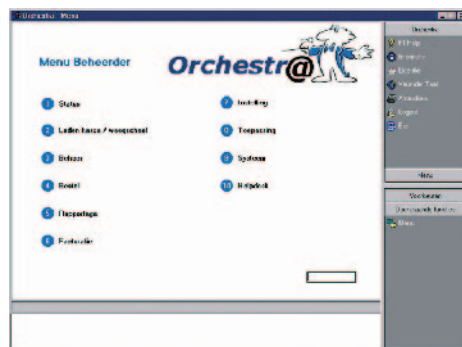
De kassasoftware is zeer modern en gebruiksvriendelijk. De software is leverbaar in combinatie met een traditioneel toetsenbord of met een Touchscreen. De software biedt de retailer/winkelorganisatie alle gewenste functionaliteit en kan gekoppeld worden aan diverse Pin-terminals.



Met Orchestra Frontoffice kan het verwerken van kassatransacties een productiviteitsverbetering van minimaal 10% opleveren!

Orchestra Backoffice

Orchestra Backoffice staat garant voor een efficiënte automatisering van de gehele geld- en goederenstroom binnen de winkel en zorgt tevens voor de communicatie met het hoofdkantoor. Functionaliteiten die u hierbij aantreft zijn onder andere: artikelbeheer, promoties, kasopmaak, bestelmodule, managementrapportages, handterminals en weegschaalkoppelingen. Vanwege de real-time omzetverwerking van de kassatransacties is de informatie de gehele dag up to date.



Orchestra Mobile office

De nieuwe Mobile office software maakt het mogelijk om vanaf de winkelvloer backoffice-functionaliteiten te bedienen zoals: door-scannen van de winkel, artikelbeheer, aanvragen schapetiketten, rapportages, e-mail, orderentry en orderintake.



De software wordt geïnstalleerd op een pocket-pc (draagbare minicomputer), voorzien van een scanner en draadloze netwerkverbinding.

Orchestra Centraloffice

De Centraloffice-sytemen zijn ontwikkeld voor het aansturen van winkelformules, assortimenten en artikelen binnen filiaal- en franchiseketens. Het pakket biedt modules voor het beheer van artikelgegevens, promoties, margebeheer, warehouse management, rapportage en loyalty.



Voor meer informatie over de mogelijkheden van Orchestra kunt u contact opnemen met de afdeling verkoop van Centric Retail Solutions:

CENTRIC

Centric Retail Solutions
Regterweistraat 15
4181 CE Waardenburg

Telefoon: (0418) 65 55 55
Telefax: (0418) 65 55 44
E-mail: info@centric-rs.com

VersXpress[®]

Vers nieuws van Versunie

Consument doet het liefst in de buurt boodschappen

Op 2 juni jl. presenteerde het Centraal Bureau voor de Levensmiddelenhandel haar jaarverslag en de publicatie Consumententrends, een overzicht van de actuele ontwikkelingen in onze branche. Thema van de bijeenkomst: maatschappelijk verantwoord ondernemer (MVO). Voorzitter, Klaas van den Doel, benadrukte dat Nederlandse supermarkten absoluut niet alleen maar bezig zijn met lage prijzen: de consument centraal stellen en verantwoord ondernemen. Eén aspect daarvan is het stimuleren van de verkoop van biologische producten. Volgens de voorman van het CBL stijgt de verkoop van biologisch ondanks de prijsenslag en economische tegenwind. Ook de aanpak van overgewicht door het beter informeren van de consument rekent hij tot maatschappelijk verantwoord ondernemen. Eén van de conclusies in het rapport Consumententrends 2005 is dat het prijsimago van de servicesupermarkten verbeterd is: 37% van de consumenten vindt dat de primaire supermarkt lage prijzen heeft. Nederland is op dit moment één van de goedkoopste supermarktlanden van Europa. Een andere belangrijke uitkomst is dat de primaire supermarkt ook de dichtstbijzijnde is voor 66% van de consumenten. 'Dicht in de buurt', geldt nog steeds als een belangrijke factor voor de consument. De top vijf van assortimentswensen: slijterij, geneesmiddelen, kaart-en ticketverkoop, kantoorartikelen en fotoservice.

Ontbijtdiscussie 'Ondernemers over lokaal ondernemen'



Eind mei organiseerde Versunie met een aantal prominente supermarkt-ondernemers en marktonderzoekers een discussie over lokaal ondernemerschap. Passie, creativiteit en durf zijn de onderscheidende eigenschappen. Een opvallend assortiment dat daadwerkelijk inspeelt op de behoeften van de lokale klant, geldt als een cruciale voorwaarde voor klanten. Versassortimenten geven die mogelijkheid. U leest erover in de nieuwe editie van Versunie.

U kunt dit blad gratis aanvragen (072)5763500. Kijk ook op www.versunie.nl



Versunie kiest etnische voedingsmiddelen

Versunie heeft voor de firma Tok uit Gronau gekozen voor het leveren van een aantal etnische voedingsmiddelen. Gestart wordt met Sütüdiari (feta-kaas) Gazi (kaas) en Egeturk (worst). De producten zijn van bijzondere kwaliteit en zijn aan te bevelen voor ondernemers in multiculturele buurten. Voor meer informatie lees Versunie zomer-2005. Kijk ook op www.versunie.nl



v i s i e o p v e r s