



VAN TOL

RETAIL



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

'Altijd verrassend ondernemend' is ons motto voor 2009. Het is een kracht die van binnenuit komt en onderscheidend effect heeft op klanten.

Van Tol speelt al jaren die specifieke rol welke onder andere tot uitdrukking komt in onze ambitie de nationale foodretailspecialist voor de zelfstandige supermarktondernemer te zijn. Recent is het besluit genomen om onze naam aan te passen aan de veranderingen in de markt en nog beter in te kunnen spelen op de wensen en behoeften van ondernemers. Vanaf 2009 voeren we onze groothandelsactiviteiten in Nederland uit onder de naam **Van Tol Retail**.

Onze **exportactiviteiten** hebben een nieuwe impuls gekregen door de exclusieve vertegenwoordiging van de merken Conimex en Calvé wereldwijd. Op de dit najaar gehouden internationale SIAL-beurs in Parijs was Van Tol Import-Export vertegenwoordigd met een stand. Er was zoveel belangstelling dat van een groot succes gesproken mag worden.

Onze **winkelformules** worden door zelfstandige ondernemers zeer gewaardeerd. Het aantal Dagwinkels en Troefmarkten neemt nog steeds toe. Bovendien zien we interessante toepassingen van deze formules tot ontwikkeling komen. Begin 2009 opent de Dagwinkel in Orbis Medical Park met een onderscheidende variant voor retailactiviteiten in ziekenhuizen. Troefmarkt was in 2008 succesvol met de introductie van de Radar Troefmarkt, een buurtsupermarkt die werkervaringsplaatsen biedt aan jongeren. Inmiddels zijn drie van deze Troefmarkten met name in het Oosten van het land geopend.

Verrassend ondernemerschap laat Dagwinkel Ad de Jong uit Schoonrewoerd dagelijks zien. Dit najaar werden zijn bijzondere lokale inspanningen bekroond met het toekennen van de Excellent Detail Award 2008. Hij is een goed voorbeeld van onze ondernemers die zich juist onderscheiden door een uitstekende relatie met hun lokale markt. Meer dan ooit is dat van onschatbare waarde. Onze **kernwaarde** blijft ook in 2009 onveranderd: Zelfstandige supermarktondernemers voorzien van krachtige middelen waarmee zij zich in hun marktgebied kunnen onderscheiden.

Namens Van Tol Retail wens ik u veel leesplezier.

Met hartelijke groeten,
Michael van den Hurk,
Directeur commerciële zaken Van Tol

P.S. Noteert u woensdag 11 februari 2009 in uw agenda?
De Van Tol Beurs staat helemaal in het teken van verrassend ondernemerschap.

Van Tol Retail koerst aan op groei



Unieke expertise beschikbaar stellen

Inhoud

Uitdaging voor Piet Scheepers **3**

Duinrell actie groot succes **3**

Impuls buurtsupers platteland **5**

Export breidt zich verder uit **7**



Dagwinkel Orbis Medical Park **8**

Pilotproject Cross Dock Sales **11**

Van Tol steunt Liliane Fonds **11**

Klantenkaart voor bedrijven **13**

Op 1 januari 2009 bundelt Groot-handel in Levensmiddelen Van Tol haar retailactiviteiten en voert die vanaf die datum uit onder de naam **Van Tol Retail**. 'De kwaliteit van de p's van product, plaats, prijs, promotie en personeel, gelden sterk voor lokale retail', vertelt commercieel directeur Michael van den Hurk. Ten dienste van zelfstandige ondernemers heeft Van Tol in meer dan 55 jaar onderscheidende expertise opgebouwd. Doel is, om die in de komende jaren breder ter beschikking te laten komen voor een grotere groep fooddetailisten. Kortom: **Van Tol Retail heeft de ambitie om verder uit te groeien tot dé nationale foodretailspecialist voor zelfstandige ondernemers.**

Die langetermijnvisie en de realisatie van dit streven, zag Michael van den Hurk enkele jaren geleden tijdens een reis in Australië in de organisatie Foodworks - Australian United Retailers (AUR). 'Deze organisatie zet zich in voor een grootte groep 'independents' (zelfstandige detailisten) in Australië. Zevenhonderd Australische zelfstandige retailers zijn hierbij aangesloten. Formule gebonden of van oudsher onder eigen naam. Een samenwerking met als doel zoveel mogelijk uit je lokale marktgebied te halen, met behoud van het echte zelfstandig ondernemerschap. Een organisatie die zeker vergelijkbaar is met die van ons. Om ook in de komende jaren aan onze groeiambitie te kunnen voldoen, is besloten tot de nieuwe naam Van Tol Retail.

Samenwerking Colruyt

De naam Van Tol Retail vestigt duidelijk de aandacht op de uiteindelijke eindafnemers van Van Tol, de zelfstandige ondernemers die hun activiteiten verrichten onder de vlag van Troefmarkt, Dagwinkel en Springer of zelfstandig ondernemers die onder eigen naam hun winkel runnen.

De missie van Van Tol Retail is om lokale ondernemers krachtige middelen in handen te geven waarmee zij absoluut de concurrentie aan kunnen en eveneens een prima belegde boterham kunnen verdienen. Periodiek worden de formules geëvalueerd en waar mogelijk en gewenst verder verbeterd. Ook het assortimentsbeleid voldoet aan de eisen van de hedendaagse consument met een sterke focus op vers, A-merken en een aantrekkelijk assortiment huismerken. Begin dit jaar startte Van Tol met de uitrol van het huismerk 'Everyday'. Hiervoor is Van Tol Retail een samenwerkingsverband aangegaan met de bekende Belgische foodretailer Colruyt. Vanwege de toegenomen belangstelling van de consument voor biologische producten, wordt er met ingang van 2009 onder de naam 'Bio-Time' een assortiment biologische producten bestelbaar voor alle afnemers en partners. In samenwerking met het platform Taskforce wordt er momenteel gewerkt aan een introductiecampagne voor deze producten.

Professionele ondersteuning

Vanuit Van Tol Retail worden succesvolle consumentgerichte activiteiten ontwikkeld en aangestuurd. De lokale ondernemer vertaalt die creatief naar zijn marktgebied. Dat unieke samenspel tussen de zelfstandige ondernemer, die zijn markt al geen ander kent, en het aanbieden van promotionele acties leidt tot het verhogen van de omzet, kassa-aanslag, winkeltrouw en bezoekfrequentie. Professionele formuleondersteuning krijgt de ondernemer van een team winkelaccountmanagers die adviseren over de exploitatie, assortiment, lokale marketing, schapindelings, optimale margemix en toegevoegde waarde concepten. Door fijnmazige logistiek van distributiecentra in Oosterwolde en Bodegraven, alsmede een distributiecentrum voor vers in Heerhugowaard (Versunie), worden bijna zevenhonderd zelfstandige ondernemers in Nederland elke dag voorzien van levensmiddelen. Met de start van Van Tol Retail zal in het komende jaar een krachtige koers gevaren worden naar het doel: De nationale foodretailspecialist voor zelfstandige ondernemers.



VAN TOL
RETAIL



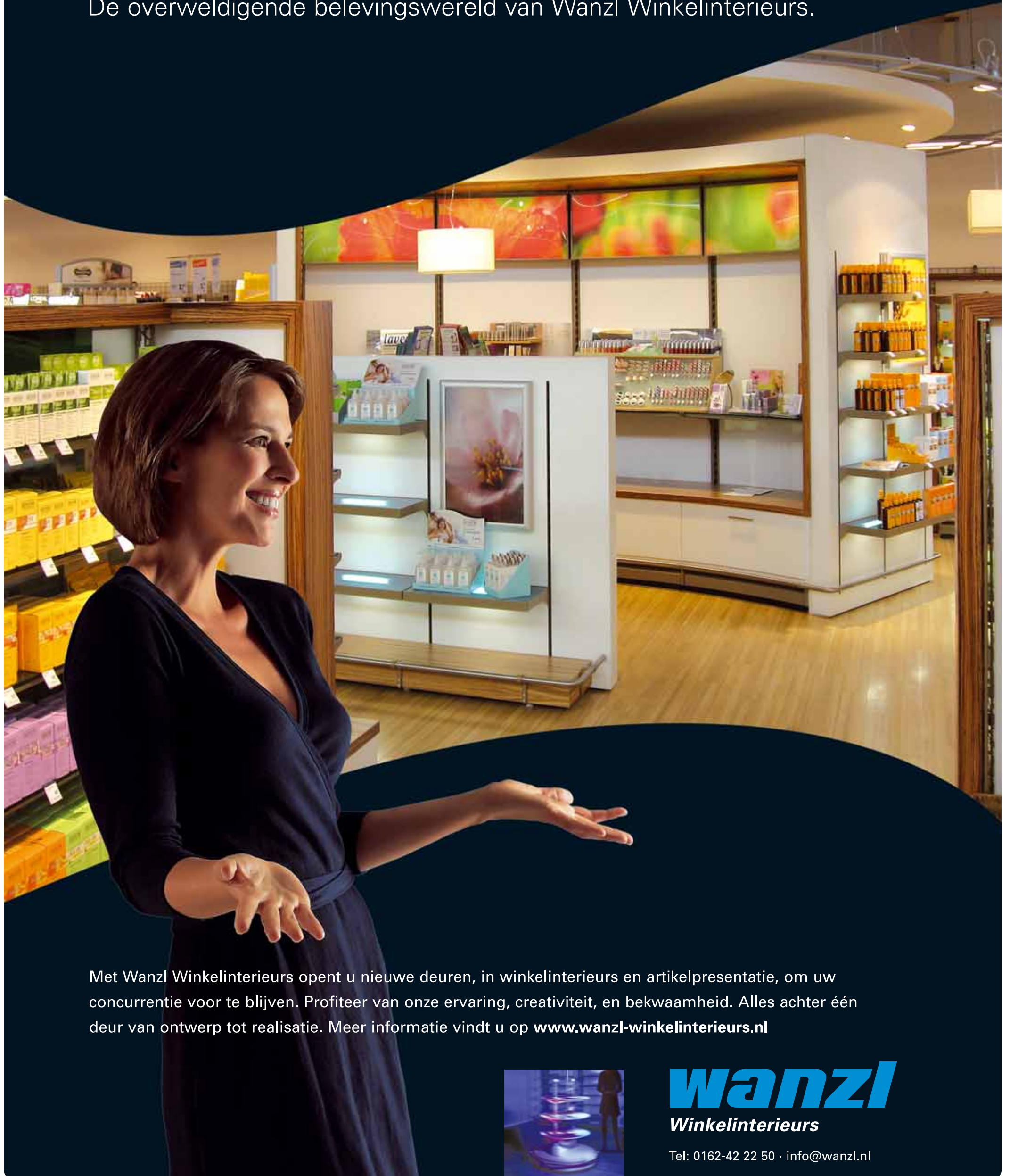
everyday

SELECTION

Noteer alvast in uw agenda: Van Tol Beurs, woensdag 11 februari 2009, Eureco-ExpoCenter in Houten

Fascinerende vooruitzichten voor u en uw klanten.

De overweldigende belevingswereld van Wanzl Winkelinterieurs.



Met Wanzl Winkelinterieurs opent u nieuwe deuren, in winkelinterieurs en artikelpresentatie, om uw concurrentie voor te blijven. Profiteer van onze ervaring, creativiteit, en bekwaamheid. Alles achter één deur van ontwerp tot realisatie. Meer informatie vindt u op www.wanzl-winkelinterieurs.nl



wanzl
Winkelinterieurs

Tel: 0162-42 22 50 • info@wanzl.nl

Ondernemer Piet Scheepers kiest Troefmarkt én Dagwinkel formule

Deze zomer opende in het Limburgse kerkdorp Buchten Troefmarkt Scheepers haar deuren. Eigenaar Piet Scheepers is een ras ondernemer. 'Ik ben al meer dan 36 jaar zelfstandig ondernemer'. Hij runt twee Albert Heijn supermarkten, een Troefmarkt en straks ook de nieuwe Dagwinkel in het Orbis Medical Park in de gemeente Sittard-Geleen. 'Het ondernemerschap zit bij ons in de familie. Toen ik 21 jaar was, nam ik een V&G-kruidenierszaak over van mijn vader.' Scheepers is een bevlogen ondernemer die graag nieuwe uitdagingen aangaat.

Ruim vier jaar heeft Scheepers onder de naam Super de Boer in Buchten de buurtwinkel gerund. Toen heeft hij na 36 jaar zijn franchisecontract bij Super de Boer opgezegd. Zijn twee supermarkten, die in Hulsberg en Grevenbicht zijn gevestigd, zijn inmiddels omgebouwd tot Albert Heijn. Zoals gezegd koos hij de Troefmarkt-formule uit voor zijn winkel in Buchten.

'Ik hou van uitdagingen. Het is volgens mij kenmerkend voor het ondernemerschap. Daarom heb ik ook 'ja'-gezegd tegen het nieuwe Dagwinkel-concept in het Orbis Medical Park. Het managen van zo'n winkel is voor mij helemaal nieuw. Het runnen van een winkel in een ziekenhuis vraagt een andere instelling. De winkel bedient meerdere doelgroepen: bezoekers, patiënten, verplegend personeel en de bewoners in de omgeving van het ziekenhuis. Je zult flexibel moeten inspelen op specifieke zaken die horen bij een ziekenhuis. Bijvoorbeeld op het feit dat om zeven uur 's ochtends de nachtploeg wordt afgewisseld door de dagploeg. Voor hen zul je dan open moeten zijn'.

Familiebedrijf

Piet Scheepers zit meer dan zesendertig jaar in de supermarktbranche. Zijn zoons Frank (25) en Chris (34) hebben inmiddels de Albert Heijn supermarkten onder hun hoede genomen. Scheepers schoonzoon zal straks de Dagwinkel in het Orbis runnen. Zo sluit de organisatie van het familiebedrijf goed ineen. De Troefmarkt is in het dorp Buchten de enige supermarkt. Opmerkelijk is dat in dezelfde winkel ook warme bakker Jos Puts is gevestigd. De winkel is vrij diep, rechthoekig en met brede gangpaden. Bij de binnenkomst bevindt zich links de servicecounter waar men terecht kan voor allerlei services, van postzegels tot strippenkaarten. Inmiddels is de supermarkt drie maanden geopend en zijn de inwoners al aardig gewend geraakt aan het nieuwe assortiment.

Piet Scheepers zelf blijft 'de spin in het web' van zijn familiebedrijf dat ondertussen werk biedt aan 160 medewerkers. Kortom: Scheepers heeft een flinke middelgrote onderneming. Hij blijft er zelf nogal nuchter onder. 'Ik zal hier en daar wat bijsturen, als dat nodig mocht zijn.', vertelt hij lachend.



• Naast Troefmarkt Buchten en twee AH-supermarkten gaat het familiebedrijf van Piet Scheepers ook Dagwinkel Orbis Medical Park runnen.

Ondernemers enthousiast over spaaractie Duinrell

Klanten in touringcar naar Duinrell

'De Duinrell spaaractie is een daverend succes geweest. Op de Van Tol Voorjaarsbeurs 2008 is deze actie bij de afnemers geïntroduceerd. De actie is op 4 augustus van start gegaan en eindigde 13 september. Doel was de besteding in de winkels te stimuleren en de klantenbinding te bevorderen. Die doelstelling hebben we ook zeker gehaald!', aldus Peter Boer en Jan Willem Haaksman van Van Tol.

Een rondgang langs een aantal Van Tol-ondernemers bevestigt het succes van de spaaractie. Het laat ook zien dat ondernemers creatief zijn omgaan met de geboden mogelijkheden.

'Het is geweldig gegaan!', vertelt Troefmarkt-ondernemer Stefan Kremers uit St. Hubert enthousiast. Hij heeft tweehonderd toegangsvouchers weggezet. Kremers is met een touringcar met klanten op 27 september naar Duinrell gegaan.

Combinatie 85-jarige jubileum

Ook in Grootshermer, bij Troefmarkt De Reus, is de spaaractie als een speer verlopen. 'We hebben de actie gecombineerd met ons 85-jarige jubileum. We geven een eigen nieuwsbrief uit en communiceren ook via onze eigen website. We hebben extra zegels gegeven op onze 'Weekknallers'. Dat stimuleert het sparen en de verkoop!'

Bij Troefmarkt De Reus is op de versafdeling en bij de kassa extra aandacht voor de Duinrell-actie gevraagd. Jan van den Boogaard van Troefmarkt-Citymarkt in Gorinchem: 'Mijn dochter

heeft de winkel geheel in de sfeer van de actie gebracht. Het is prima verlopen!'

Al met al blijken de Van Tol-ondernemers enthousiast over het effect van de spaaractie met Duinrell.

Deze actie bewijst dat consumenten warm lopen voor acties waarmee eenvoudig en snel resultaat behaald kan worden. Van Tol overweegt dan ook om een soortgelijke actie in 2009 opnieuw te organiseren.



• De ondernemers zijn bijzonder enthousiast over het effect van de spaaractie met Duinrell.

koffieconcept

Plaats de beker onder de tapsilo van de gewenste koffiebonen.

Haal de hendel over tot de gewenste hoeveelheid is bereikt.



Schenk de afgetapte koffiebonen boven in de molen en plaats de geleegde beker onder de uitstroom van de molen.



Stel de molen in op de gewenste maalfijnheid. Zet de molen aan. Deze stopt vanzelf. Neem de beker onder de uitstroom vandaan en sluit deze af met een deksel.

Plaats de beker op de weegschaal, druk de toets voor koffie in, plak een scansticker en een label op de beker.

Het Goede Leven

Interesse? Bel voor meer informatie: (0172) 61 93 11

Een concept van Groothandel in Levensmiddelen Van Tol b.v., Bodegraven, Nederland

www.dopjeeigenboontjes.nl



zelfstandig ondernemers

bedrijfsleiders

startende ondernemers

assistent bedrijfsleiders

supermarkt idols

© 2008 Groothandel in Levensmiddelen Van Tol b.v., Bodegraven, NL. Meer informatie: www.dopjeeigenboontjes.nl



Uw leverancier voor een totaalpakket
diepvriesproducten
met bekende A-merken

Uitgebreid
bake-off assortiment

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

Radar Troefmarkt geeft nieuwe impuls aan terugkeer buurtsuper platteland

In de tweede helft van 2008 zijn er twee Radar Troefmarkten geopend in Oost-Nederland, één in Keijenburg en één in Silvolde. Beide buurtsupers vormen het begin van een keten van 15 buurtsupers die de Stichting Radar in samenwerking met Van Tol Retail gaat openen. Directeur Commerciële Zaken Michael van den Hurk: 'Maatschappelijk verantwoord ondernemen vinden wij als bedrijf erg belangrijk. Met dit initiatief geven we een nieuwe dimensie aan de buurtwinkel'.

'De Radar Troefmarkt is niet alleen de plek voor de dagelijkse boodschappen, het is ook een sociale ontmoetingsplaats en een plek waar mensen werkervaring op kunnen doen om zo weer aan het maatschappelijk leven deel te kunnen nemen', aldus Henny Peelen.

Frisse functionele uitstraling

De Radar Troefmarkt heeft een herkenbaar sociaal gezicht en geeft met haar frisse uitstraling een geheel nieuwe impuls aan de kwaliteit van de woonomgeving op het platteland. 'Want die is gedurende de afgelopen tien jaar hard achteruit gegaan', vertelt Peelen. Naast de frisse functionele uitstraling van de Troefmarkt bezit de Radar Troefmarkt een herkenbare ruimte waar koffie gedronken kan worden en waar gebruik kan worden gemaakt van internet of het kopieerapparaat. Henny Peelen: 'Op deze plaats wordt ook

belangrijke informatie van het dorp gecommuniceerd zoals clubnieuws, aankondigingen van ruilbeurzen, kaartavonden en dergelijke'.

De eerste nieuwe Radar Troefmarkt is begin juli in de plaats Keijenburg geopend, de tweede 13 september in Silvolde. De volgende Radar Troefmarkt staat ook in die regio gepland.

Ervaring

Ton Dankbaar is bedrijfsleider in Keijenburg. Hij is enthousiast over de nieuwe winkel. 'We draaien boven verwachting en klanten zijn blij met ons want nu kunnen ze in hun eigen

dorp voor de dagelijkse boodschappen terecht en hoeven ze geen vijf kilometer te rijden'. Ton is een ervaren supermarktmanager. Hij bezat vroeger een Meermarkt in Eibergen. Nu kan hij zijn opgedane kennis en ervaring doorgeven. 'En dat geeft veel voldoening. Een werkervaringsplaats in de buurt geeft weer structuur en toekomstperspectief aan mensen die aan de zijlijn staan. Radar tracht hen te begeleiden naar een vaste baan in de detailhandel.'



Stichting Radar is een organisatie die mensen met psychische problemen helpt met een actieve invulling van hun leven. De stichting is onder andere actief in Oost-Gelderland. Via Radar Troefmarkt doen Radar-cliënten werkervaring op. Werkzaamheden bestaan uit: gastheer/gastvrouw, koffiecorner, kassawerkzaamheden, registratielijsten van koelingen bijhouden, boodschappen bezorgen etc. De Stichting Radar wil een keten van 15 buurtsupers realiseren. Het idee van een eigen supermarktketen is afkomstig van de directeurs van Radar, Gerard Roerdink en Henny Peelen.



Thema Van Tol Beurs 2009 'Altijd verrassend ondernemend!'

Op woensdag 11 februari 2009 zullen er weer zo'n honderd exposanten hun noviteiten presenteren tijdens de nieuwe Van Tol Retail beurs. Het Euretco-ExpoCenter in Houten zal dan weer het kleurrijke decor vormen voor de ontmoeting van handel en industrie.

Vertegenwoordigers van a-merken en zelfstandige ondernemers wisselen hun ervaringen uit tijdens de beurs. Voor zowel de vertegenwoordigers van de merken als de ondernemers zijn deze ontmoetingen leerzaam. Uniek is de Van Tol Beurs ook vanwege het feit dat er direct bestellingen geplaatst kunnen worden en de ondernemers dus direct een voordeel behalen door juist tijdens de beurs hun orders te plaatsen. Het is jaarlijks een gezellig familiefeest, voor zowel de kinderen als de ouders, met lekker eten en drinken.

Noteer dit evenement dus alvast in uw agenda: Woensdag 11 februari 2009 naar de Van Tol Beurs in het Euretco-ExpoCenter in Houten!



'Barney' opent nieuwe Troefmarkt

Studenten blij met Troefmarkt in studentencomplex Diemen

Woensdag 15 oktober opende Raymond van Barneveld, meervoudig dartskampioen, de Troefmarkt van ondernemer Mark Vriesema in het studentencomplex aan de Bergwijkdreef te Diemen. Rond deze winkel bevinden zich 500 containerwoningen. Ook staat er een hotel op het terrein.

Mark Vriesema deed eerder al ervaring op met een dergelijke winkel in een complex van 1000 containerwoningen aan de Wenkebachweg in Amsterdam.

Het assortiment en indeling zijn helemaal gericht op de studenten die op het complex wonen. Zo kunnen ze in de winkel ook internetten, een kop koffie drinken of 's ochtends vroeg nog snel even een broodje scoren. De winkel is onder andere uitgerust met een moderne bake-off oven, een gezellig zitje en heeft zelfs diverse non-food artikelen zoals een fietsbel in het assortiment.



Raymond van Barneveld feliciteert Sjaak van der Lee (l) en Mark Vriesema.



post

**TNT Post feliciteert Van Tol Retail
met de aanstaande opening
van de nieuwe Dagwinkel in Orbis Medical Park.**

**TNT Post is trots dat zij met een TNT Postkantoor
kan bijdragen aan de serviceverlening
richting de medewerkers, bezoekers en patiënten.**

..... FOOD RETAIL



Carrier

'PARTNERSHIP IN TOTAAL KOELING' COOL INSPIRATIONS

Carrier Bedrijfskoeling Nederland B.V.
Beesdseweg 7 | 4104 AW Culemborg | Telefoon (0345) 54 44 44 | www.carrierbedrijfskoeling.nl

Retail Management Center

RESULTAAT IN RETAIL

Strategie
Onderzoek
Opleidingen
Interim professionals

www.rmc.nl
020-6535588
info@rmc.nl



Exclusieve wereldwijde export van A-merken Conimex en Calvé

Van Tol beschikt al jaren over de onderscheidende expertise als het gaat om het exporteren van Nederlandse topmerken naar andere continenten. Zo worden Nederlandse A-merken door Van Tol naar o.a. Australië, Latijns Amerika, Hong Kong, Europa en het Midden Oosten verscheept en kunt u daar Nederlandse merken in de schappen van de modernste supermarkten tegenkomen! Inmiddels zijn er hechte relaties opgebouwd met importeurs over de gehele wereld.

Zeecontainerhandel is een bijzondere specialisatie die Van Tol Import-Export al meer dan 40 jaar beheerst. Naast deze Trade activiteiten bouwt Van Tol aan Nederlandse merken in het buitenland. Peter Boer is sinds december 2007 aangesteld als Brand Manager import en export bij Van Tol. Hij beschikt over een flinke dosis ervaring in de foodretail. Peter werkte voorheen bij Koeleman Foods B.V. als Sales & Marketingmanager en was in deze functie o.a. verantwoordelijk voor het exportbeleid. Voor Van Tol maakte hij de afgelopen maanden zakenreizen naar onder meer Australië, Canada, Dubai, Nederlandse Antillen, Singapore en Suriname.

Topleverancier

Peter is zeer ambitieus en houdt van dynamiek. Voor Van Tol heeft Peter in zijn meest recente reis Australië bezocht. 'Ik heb daar onder meer Sydney bezocht en gesprekken gevoerd met agenten die contacten onderhouden met de belangrijkste foodretailers in Australië. Zo heb ik gesproken met Manassen Foods, de topleverancier van A-merken aan de bekendste supermarktketens in Australië. De eetcultuur in Australië is overigens heel westeren en de consumenten daar zijn snel bereid om nieuwe producten te proberen'.

Nederlandse merken populair

Peter Boer is glashelder over de doelstellingen in Australië. 'We willen samen met onze partners bouwen aan de Nederlandse merken in dit prachtige land. Dat is de reden waarom wij voor Manassen



• Peter Boer onderhoudt voor Van Tol onder meer de relatie met importeurs in het buitenland.

Foods hebben gekozen. Zij zijn ook sterk merkgericht. Zij doen zaken met de belangrijkste Australische supermarktformules als Coles, Woolworths en Independent retailers'. Volgens Peter Boer worden Nederlandse producten zeer gewaardeerd in Australië. Van oudsher is er al een band met het land. Al enige tijd liggen er dan ook producten van Conimex en Calvé in de schappen van supermarktformules als Woolworths, Coles en de Independent retailers. De producten worden vanuit Rotterdam per container naar Sydney, Melbourne, Adelaide en Brisbane verscheept.

Lokale partners

Peter Boer heeft samen met lokale partners de marketingstrategie besproken. 'We hebben gekeken hoe we de merken het best kunnen uitbouwen. Elk land heeft zijn

eigen aanpak nodig. Vooralsnog zijn er in Australië veertien items van Conimex geïntroduceerd. Natuurlijk zijn er ook acties op de winkelvloer. Een en ander gebeurt in nauw overleg met de importeur. We zijn gestart met een basis-assortiment. Het overleg met de importeur ter plaatse gaat verder over zaken als importdocumenten, verpakking, etikettering en marketing activiteiten'.

Door de opgebouwde expertise bij Van Tol wordt het maximale rendement behaald. Naast Australië exporteert Van Tol inmiddels de producten van Conimex



en Calvé naar landen als Roemenië, Slovenië, Spanje, Duitsland, België, Ierland, Noorwegen Nieuw-Zeeland, Dubai, Canada, Libië en Groot Brittannië.

SIAL 2008 bijzonder succesvol voor Van Tol Import-Export

Van 19 tot en met 23 oktober vond in Parijs de SIAL 2008 plaats. Het is één van de grootste internationale vakbeurzen voor de voedingsmiddelenindustrie. Meer dan 140.000 bezoekers uit 191 landen waren vertegenwoordigd. Importeurs, exporteurs, detaillisten, groothandelaren, supermarktketens... alle disciplines waren goed vertegenwoordigd.

Van Tol Import-Export was op de beurs met een eigen stand aanwezig. Peter Boer ontving er de buitenlandse relaties en legde er vele nieuwe contacten met importeurs. 'Er was erg veel internationale interesse voor onze merken Conimex, Calvé, Droste en Belgian. In de landen Libië en Turkije hebben wij al overeenkomsten met importeurs gesloten. De SIAL is voor ons bijzonder succesvol geweest!'

Het Van Tol Export team met boven (v.l.n.r.) Marcel van der Steen, Danny Silva, Hans van Saane en Arthur Oosterom en onder Peter Boer, Nicolette Wilkinson, Fleur Tervooren en Edwin Schwedersky.



Orbis Medical Park is één van modernste ziekenhuizen Europa

Wanneer alles volgens plan loopt, wordt Orbis Medical Park in de gemeente Sittard-Geleen begin 2009 officieel geopend. Het is één van de modernste ziekenhuizen in ons land en misschien wel van Europa. Onderscheidend is het zeker, zowel qua uitvoering als wat betreft omvang en samenvoeging van instellingen rond de medische zorg. In Orbis Medical Park zal Van Tol haar nieuwste Dagwinkel openen. 'Het is een ultramodern winkelconcept voor de ziekenhuisretail', vertelt Michael van den Hurk.

Orbis Medical Park is een prestigieus project op het gebied van gezondheidszorg met een ultramodern ziekenhuis dat de kern vormt waaromheen uiteenlopende zorgvoorzieningen zoals een centrum voor revalidatie en een zorgboulevard zijn gecreëerd. Hier zijn onder andere gevestigd: Een apotheek, audicien (gehoorapparaten), een kapper en een schoonheidssalon. De patiënten worden in Orbis Medical Park gezien als gasten. Naast een verpleegkundigteam is ook voorzien in een hotelteam. In het ziekenhuis zijn op meerdere plaatsen horecagelegenheden, zoals health-restaurant 'Het Terras' met wok- en grillgerechten, koffiecorner 'Aspretto', eetcafé 'De Gasterij' en tenslotte de multifunctionele vergaderruimte 'Lah Sal'. Een groot deel van de catering is uitbesteed aan Sodexo. Het zal duidelijk zijn dat Orbis Medical Park een mijlpaal is in de gezondheidszorg en er ook op een geheel nieuwe manier wordt gewerkt.

Het feit dat Orbis Medical Park trendsetend is, stelt ook specifieke eisen aan de Dagwinkel formule.



• In het prestigieuze Orbis Medical Park zal Van Tol haar nieuwste Dagwinkel openen.

Michael van den Hurk: 'De Dagwinkel heeft 275 vierkante meter verkoopvloer

oppervlak en is voorzien van een grote glazen pui. Het benadrukt het open karakter dat ook de basis is van de filosofie van Orbis Medical Park. Zo zijn ook de kantoorruimten ingericht volgens het Open Office-principe. Deze Dagwinkel bestaat uit een gemakswinkel voor de dage-

lijkse boodschappen, een bloemenwinkel en een boeken- en cadeaushop.' Wat betreft de samenstelling van het assortiment voor de Dagwinkel Boodschappen is zowel gedacht aan de bezoekers van het ziekenhuis als de medewerkers die hier direct na het werk hun dagelijkse boodschappen kunnen doen.

In de categorie buurtsupermarkt

Excellent Award 2008 voor Ad en Tineke's Dagwinkel



Woensdagavond 12 november ontvingen Ad en Tineke de Jong de Excellent Award in de categorie buurtsupermarkt uit handen van René de Wit, hoofdredacteur van het vakblad Supermarkt.

Het ondernemersechtpaar ontving de erkenning vanwege de grote betrokkenheid bij de buurt en innovatief ondernemerschap. Het ondernemersechtpaar, dat met succes een Dagwinkel in Schoonrewoerd runt, was zichtbaar verrast dat zij eerste werden.

Ad de Jong relativeert zijn prestatie direct: 'Er zijn meer goede buurtsupermarkten. Ik denk er nog eens goed over na hoe ik het aan mijn klanten ga vertellen'.

Orbis Medical Park weergegeven in getallen:

1. Totale oppervlakte van 100.000 vierkante meter
2. Zorgboulevard van 17.000 vierkante meter
3. Totale winkelruimte van 1600 vierkante meter
4. 12 verpleegafdelingen
5. 277 eenpersoons ziekenhuiskamers
6. 16 bedden voor intensieve zorg
7. 50 bedden voor dagverpleging
8. 6 behandelkamers huisartsenpost
9. 8 operatiekamers
10. 14 bedden voor harthulp en hartbewaking

Nieuwe in beeld



dagwin

elke dag dic

Orbis Medisch en

Dagwinkel gebracht



inkel

chtbij

Zorgconcern

High-traffic locatie in ziekenhuis met zo'n 40.000 passanten

Dagwinkel *brengt goed gevoel over op bezoekers ziekenhuis*

Ellen Oord is senior consultant bij het Retail Management Center in Amstelveen. Zij werd anderhalf jaar geleden betrokken bij de ontwikkeling van een masterplan retail voor Orbis Medical Park, de nieuwbouw van een middelgroot ziekenhuis in de gemeente Sittard-Geleen. 'De ambities van het management van het ziekenhuis zijn groot. Zij wil het ziekenhuis van de toekomst zijn'. Dat laatste komt tot uiting in uiteenlopende innovaties.

Ellen Oord: 'Bij de bouw van het ziekenhuis, is erg goed nagedacht over de logistieke stromen. Zo is er een 'centrale hoofdweg' waarover patiënten naar operatiekamers of onderzoekruimten gereden worden, zonder dat zij last ondervinden van bezoekers. Verder zijn er speciale liften voor personeel en medewerkers aangelegd en is er voorzien in mobiele werkplekken'.

Masterplan retail

In het masterplan retail is uitgegaan van de heersende trends, wat willen de klanten nu?

Belangrijke trends zijn gemak, snelle beschikbaarheid, kleinere huishoudens, bestellen via internet, toegenomen aandacht voor vers zoals brood, gebak, vruchtensappen, kant-en-klaar-maaltijden. Verder zijn drie strategische kernwaarden als uitgangspunt genomen: Goed geregeld, goed gezond en goed gevoel.

Ellen Oord: 'We hebben met meerdere partijen van winkelconcepten gesproken, waarbij natuurlijk is meegenomen dat retail voor een ziekenhuis geen core-business is. Het ziekenhuis wil dat retail goed gefaciliteerd wordt. Het gaat om een high-traffic locatie waar per week zo'n 40.000 passanten passeren. Dichtbij en lokaal vonden wij belangrijke criteria. Uiteindelijk is er gekozen voor Dagwinkel omdat de winkel een heldere, natuurlijke uitstraling heeft. Doorslaggevend vonden wij dat het Dagwinkel-concept lokaal sterk, persoonlijk en kleinschalig is', aldus de retailconsultant.

Gemoedstoestand

Maar er is meer waardoor Dagwinkel de formule voor Orbis Medical Park is geworden. 'De formule is uiterst flexibel en sluit naadloos aan op de belangrijkste doelgroepen en hun specifieke behoeften. Ten eerste zijn dat de medewerkers die hier hun 'vergeten, aanvullende' boodschappen kunnen doen. Ten tweede de bezoekers die een cadeautje zoeken en ten derde de patiënten die de winkel beleven als een vorm van ontspanning. Denk daarbij aan de functie van traktaties. Voor de consument van morgen, is dichtbij belangrijk. Verder zien wij als drijfveren 'vergeten en aanvullende' boodschappen en een alternatief voor lunch en tussendoor. Het sluit aan bij de kernwaarde 'goed geregeld'. Volgens Ellen Oord is de gemoedstoestand van de consumenten in een zieken-



- Volgens Ellen Oord is de Dagwinkel-formule uitermate geschikt voor Orbis Medical Park.

huis van invloed op het koopgedrag. 'Hoe dit precies is, dat gaan wij ervaren bij deze pilot van de Dagwinkel die Van Tol Retail realiseert. Wij zijn daarbij voor hen een soort klankbord'.

'Wachttijdverzachter'

Ellen Oord vindt dat de Dagwinkel op een prachtig punt van het complex is gelokaliseerd. 'Wanneer de bezoekers vanuit de parkeergarage het ziekenhuis inlo-

pen, zien ze meteen de Dagwinkel. Het zijn feitelijk drie winkels, één voor de boodschappen, een bloemenshop en een boek- en cadeauwinkel. Belangrijk vinden wij ook dat de winkel verrassend is en haarscherp aan de behoeften voldoet van consument in het ziekenhuis. Ik denk dan aan het samenstellen van een fruitmand en het laten ontwikkelen van de eerste foto's van de pas geboren baby. De winkel moet een goed gevoel overbrengen. Het is een wachttijdverzachter'.

Lokaal nieuws als lokkertje biedt kansen

Ondernemers *discussiëren over pilot Dagwinkel website*

Deze zomer organiseerde Van Tol Retail voor haar Dagwinkel ondernemers een speciale clusterbijeenkomst in Boven-Leeuwen. Ditmaal was het thema 'Commerciële mogelijkheden van websites'. Dagwinkel ondernemers Richelle en Tijmen Stomphorst waren zo gastvrij om hun winkel ter beschikking te stellen en de leden van het cluster te ontvangen. Speciale gast was retaildeskundige Gerard Rutte, bekend van onder andere de website Uwsupermarkt.nl. Hij verzorgde een presentatie over de mogelijkheden van websites voor lokale ondernemers.

Volgens Gerard Rutte zijn er nieuwe kansen voor kleinere supermarkten. 'Zo'n kans is het gebruik maken van nieuwe technieken als internet. Juist voor kleinere partijen liggen hier uitstekende mogelijkheden'. Rutte prikkelde de ondernemers door met Albert Heijn, de marktleider te beginnen. 'AH is harde franchise. Je mag niet veel. Hun website is schitterend. Maar AH stelt de ondernemer niet centraal. Vier jaar geleden ben ik zelf gestart met een website concept met zo'n veertig ondernemers, een site met onder andere e-mail-faciliteiten'.

Ook geeft Gerard Rutte het voorbeeld van C1000-ondernemer Edwin ten Brink in Alphen aan den Rijn. Hij heeft een systeem waarbij internet en plasmaschermen op de winkelvloer aan elkaar gekoppeld zijn en voordeelacties zowel op de

website als in de winkel tegelijkertijd te zien zijn.

Presentatie concept-website

Ten behoeve van de Dagwinkel-ondernemers is door Rutte een concept-website ontwikkeld dat gebruik maakt van de belangrijkste tot nu toe ontwikkelde faciliteiten. Uit de discussie na afloop van Rutte's presentatie blijkt dat de aanwezige ondernemers veel zien in lokale toepassingen van websites. Maar men is positief kritisch en wil graag een en ander wel vertaald zien in extra omzet. Websites die van de desbetreffende ondernemer informatie bevatten over de lokale sportverenigingen, lokale activiteiten en allerlei evenementen zien zij als een kans om de klanten tot bestellingen te verleiden. Kortom: Lokaal nieuws als 'lokkertje' om ook even boodschappen te bestellen.

Is jouw huis al schoon?



Laat Blue Wonder van Sorbo het werk doen!



Alles reiniger

- Reinigt alles
- Ontvet
- Extra geconcentreerd



Sanitair reiniger

- Verwijdt kalkaanslag
- Glanzend schoon
- Verwijdt zeep- en huidresten



Vloer reiniger

- Veilig voor alle harde vloeren
- Heerlijk frisse geur
- Droogt streeploos op

NIEUW!
Geschikt voor ALLE vloeren

Niet verkrijgbaar in alle winkels

Sorbo is uw hulp in huis!

www.sorbo.nl



Eet Smakelijker.

met onze nieuwe
KROKANT kruidenmixen



Lekker krokant laagje

Nieuw in het kruidenschap 4 kruidenmixen met een bite. Geef vlees, kip en vis in een handomdraai een krokant en kruidig korstje. De mix zorgt niet alleen voor een lekker krokant laagje maar geeft ook nog eens een verrassende smaak. Eenvoudig en snel te bereiden, in de oven of de pan.

Dus voor vanavond alvast: eet smakelijker!

Voor **krokante recepten** kijk op www.silvo.nl



Heerlijk en 100% eerlijk.

Verkade Chocolate is met liefde
gemaakt van Fairtrade ingrediënten.

NIEUW



De boeren in ontwikkelingslanden hebben een 100% eerlijke prijs gekregen voor hun cacao en rietsuiker. Hierdoor kunnen zij bijvoorbeeld hun kinderen naar school laten gaan of een waterput slaan voor het hele dorp. Het Max Havelaar Fairtrade keurmerk is de enige onafhankelijke garantie dat wij onze ingrediënten tegen eerlijke voorwaarden hebben ingekocht. Daarom smaakt een Verkade chocoladereep nu nog (h)eerlijker.



'Meer ondernemers laten profiteren van het Nedac Sorbo assortiment'

Van Tol Retail staat ruim 55 jaar bekend als een professionele logistieke dienstverlener met bijzondere specialismen. Sinds een groot aantal formuleloze SPAR-klanten eind vorig jaar zijn overgenomen door Van Tol wordt het steeds belangrijker om de goederenstromen vanuit de drie distributiecentra zo efficiënt mogelijk te organiseren. Nedac Sorbo is een bekende service merchandiser die samen met Van Tol gestart is met een pilot-project cross dock sales (CDS). Over het hoe en waarom van deze proef sprak de redactie met Erik van den Hurk, directeur algemene zaken en onder andere verantwoordelijk voor logistiek en automatisering en met Wouter Bleijenberg, national account manager bij Nedac Sorbo.

In oktober 2008 is gestart met een pilot project dat drie maanden duurt. Wouter Bleijenberg: 'Tweeëntwintig afnemers van Van Tol worden niet meer door de buitendienst van Sorbo bezocht. Zij hebben aangegeven mee te willen doen met dit proefproject. Zij ontvangen van Van Tol een speciale orderset met een selectie van onze producten. Het gaat om 1200 artikelen. Die artikelen zijn in het moedersysteem van Van Tol ingebracht'. In de voorbereidende fase van het project is onder andere gekeken naar 'de gemiddelde Van Tol-klant' en naar de omvang van de orders. Wouter Bleijenberg: 'Het nieuwe systeem is kostendekkend wanneer de gemiddelde levering per klant meer dan 350 euro bedraagt. Dat bereik je al snel, zeker wanneer zelfzorggeneesmiddelen meetellen'.

Zelfzorggeneesmiddelen

Erik van den Hurk: 'Ons streven is, om na te gaan of wij onze afnemers meer kunnen laten profiteren van het uitgebreide assortiment van Nedac Sorbo. Dat is met name actueel daar Nedac Sorbo ook de distributie van zelfzorggeneesmiddelen aan onze afnemers verzorgt'.

Wouter Bleijenberg: 'Van Tol-afnemers kunnen nu zelfzorgmedicijnen bestellen via de eigen orderset.' Momenteel heeft Van Tol een aantal hardlopers uit het Nedac Sorbo assortiment op voorraad in het eigen distributiecentrum. Dit omdat nu niet alle afnemers van Van Tol rechtstreeks door Nedac Sorbo worden beleverd. Slaagt de test, dan zal er een uitrol over

alle afnemers van Van Tol plaatsvinden. Mogelijk gaan dan ook eerder genoemde hardlopers onderdeel van de **Cross Dock Sales** uitmaken. De noodzaak om deze hardlopers op het distributiecentrum te voeren, vervalt dan. Het gevolg hiervan is dan, dat er locatieplaatsen in het distributiecentrum kunnen vrijkomen. Maar het belangrijkste voordeel is en blijft natuurlijk dat alle afnemers, ook de kleinere, straks kunnen putten uit nageenog het hele Nedac Sorbo assortiment.

Ordergrootte

Wouter Bleijenberg vertelt dat één van de kerntaken van Nedac Sorbo de warehousing voor de foodretail is. 'Van Tol kan geen 10.000 non-food artikelen extra op voorraad hebben. Nedac Sorbo wel'. Hij legt uit dat het voor de hand ligt dat bij directe leveringen (service merchandising) aan een supermarkt de ordergrootte wel voldoende omvang moet hebben. 'Anders is deze service niet rendabel'. Erik van den Hurk: 'Onze afnemers plaatsen in de proef bij ons orders voor Nedac Sorbo en geven die op met behulp van de extra orderset. Wij voegen die bestellingen samen en doen via EDI één grote bestelling bij Nedac Sorbo. Die levert de orders uit aan onze twee dc's (Bodegraven en Oosterwolde) en vervolgens splitsen wij de orders uit op klantniveau'. Zowel Van Tol als Nedac Sorbo verwachten met deze aanpak de dienstverlening te verhogen en kosten te besparen.



• Erik van den Hurk en Wouter Bleijenberg werken samen aan het 'Cross Dock Sales' project.

Foto's van Monique Velzeboer bij entree en op kerstkaarten

Van Tol steunt Liliane Fonds

'Sinds een jaar steunt Van Tol de activiteiten van de Stichting Liliane Fonds. Deze stichting verleent kleinschalige en persoonsgerichte hulp aan kinderen en jongeren met een handicap in ontwikkelingslanden. Bij de entree op het hoofdkantoor in Bodegraven hangt een grote foto gemaakt door Monique Velzeboer, ambassadrice van de Stichting. Van Tol zal dit jaar ook kerstkaarten met foto's aan haar relaties versturen.

goede aan het Liliane Fonds. In 2007 hielp het fonds ruim 70.000 kinderen. Tijdens de Van Tol Voorjaarsbeurs op 11 februari 2009 zal de tweede ingelijste foto van Monique Velzeboer officieel worden overhandigd.

Gebruikte termen

Crossdocking is een kostenbesparend distributieconcept waarbij goederen direct vanaf het los- naar het laaddock worden verplaatst. Doel is reductie van voorraad en transportkosten.
Service merchandising staat voor levering van food/nonfood producten aan het verkooppunt via derden. Met name producten met een lage omloopsnelheid en artikelen waarvan de distributie vrij complex is, komen in aanmerking (bijv. kleinvak, diervoeding en wenskaarten). De service merchandiser verzorgt het schap totaal: Maakt orders, levert deze uit, vult de presentatie aan en houdt het schap op orde!
EDI is de afkorting van Electronic Data Interchange, de elektronische uitwisseling van bedrijfsinformatie, bijvoorbeeld van bestellingen, facturen etc.
Het idee van crossdocking past Van Tol toe bij leveranciers als Bunzl (verpakkingen) en Lekkerland (tabak). Voor hen is het aantrekkelijker als Van Tol bestellingen van afnemers bundelt tot een zekere schaalgrootte en dan doorplaatst.

Colofon

Hoofredactie: Frits van Wolveren
Ontwerp/Productie: Studio Vandende
Druk: Drukkerij Em. de Jong b.v.

Tijdens de Van Tol beurs 2008 is de eerste foto door de Van Tol ambassadeurs Aalzen Aikema en Peter van den Hurk sr. in ontvangst genomen. Doel is de positieve activiteiten van de Stichting door een donatie onder de aandacht te brengen en ook anderen te bewegen dit goede doel te steunen.
Fotografe Monique Velzeboer maakt foto's van gehandicapte kinderen in landen als Bangladesh, Rwanda, Peru, Kenia, India en Ghana. De foto's worden gebruikt voor kerstkaarten, agenda's en kalenders. Velzeboer was een bekend shorttrackrijdster en raakte gehandicapt na een sportongeval. Na haar revalidatie volgde ze een opleiding tot fotografe en richtte samen met Erma Rotteveel, grafisch ontwerpster, de 'Monique Velzeboer Foundation' op. Ze legde zich toe op fotografie van gehandicapte kinderen in ontwikkelingslanden waarbij het kind en niet de omgeving centraal staat. Haar foto's zijn confronterend en hebben tot doel mensen bewust te maken. De opbrengsten van haar Foundation komen geheel ten



• Monique Velzeboer maakt foto's van gehandicapte kinderen in ontwikkelingslanden.

Nieuw van Unox



zonder
kunstmatige
geur-, kleur- en
smaakstoffen



Eerlijk is heerlijk

Rijdende ondernemer Van der Poel ontwikkelt klantenkaart bedrijven

Ondernemer Leo van der Poel in Roelofarendsveen heeft 5 rijdende winkels, een versbus en een luxe buurtwinkel. 'Onze omzet neemt nog steeds gestaag toe', vertelt hij droogjes. Het is een understatement als deze rijdende ondernemer in hart en nieren vertelt wat hij onderneemt. Eén van de succesvolle ideetjes is een klantenkaart voor bedrijven. 'We hebben er honderden uitgegeven', zegt hij glimlachend.

De klantenkaart voor bedrijven is ontwikkeld om ook dit type klanten gemak te bieden. 'We geven ze ook alleen aan onze betere klanten. De kaart is uitgerust met een barcode die in de rijdende winkel kan worden uitgelezen. De klant hoeft dan niet te betalen. Wanneer de kassa van de rijdende winkel thuis komt, wordt de informatie van de kassa ingelezen en opgeslagen in de centrale computer. Eenmaal per maand, per vier weken of op een tijdstip wat de klant wenst, worden de aankopen centraal op één factuur uitgeprint en verstuurd. Dat bespaart ons en de klant tijd en geld. Voordeel is ook dat klanten nu in één oogopslag kunnen zien, wat ze precies in de afgelopen periode hebben gekocht. In feite is deze elektronische klantenkaart dus 'het boodschappenboekje' van vroeger, toen de bakker, de melkboer en kruidenier nog aan de deur kwamen.

Het succes van de rijdende winkels is verder voor een belangrijk deel afhanke-

lijk van degene die de wagen rijdt. Volgens van der Poel is het essentieel dat hij een goede relatie opbouwt en onderhoudt met zijn klanten in de wijk. 'Je hebt een band met je klanten en verleent onderscheidende service aan huis'.

Luxe buurtwinkel

Middenin het dorp heeft hij ook nog een luxe buurtwinkel waar voor vers veel schapruimte is. 'Het aandeel vers en dan voor de gemakproducten is de afgelopen twee jaar erg toegenomen. Zelf snijden we onze verse vleeswaren en verpakken ze in een klap-pak.'

Een groot deel van de winkel wordt in beslag genomen door een counter waarachter in bediening verse broodjes, kaas, salades e.d. zijn te verkrijgen. De winkel is 's ochtends om kwart voor zeven open. Voor veel werkenden een uitkomst. 'We zijn de enige winkel in het dorp die zo vroeg open is'.

Een activiteit waar ook nog groei in zit, is de partyservice. Van der Poel verzorgt - indien gewenst - het totaalpakket van hartige hapjes, drankjes tot stoelen. Bestellingen komen sinds enige tijd ook binnen via de vernieuwde website. Hier kunnen ook broodjes besteld worden die dan later op de dag bezorgd worden.

In november is er een kerstpakketten-show. Deze wordt aangeprezen via een groot spandoek op het winkelpand. Ook deze activiteit geeft extra omzet. 'We werken ook niet met standaardpakketten maar maken wat de klant wil!'



• Theo van Es runt inmiddels meer dan 27 jaar een rijdende winkel bij Van der Poel.

Zin in een toetje?



mooi momenten om zelf te bakken

bakverrassingen voor elk moment van de dag

Met onze serie bakproducten bak je op ieder moment van de dag iets speciaals. Voor een verrassend dessert hebben we de 'Crumble met appel'. In een handomdraai zet je deze vers uit de oven op tafel. Verwen jezelf en anderen met onze ovenverse verrassingen en probeer ook 'Appeltaart met amandeltwist', 'Cake met chocoladetwist' of een van onze andere varianten.



NU VERKRIJGBAAR:

PERFECT TAPBIER WAAR JE MAAR WILT



★ Heineken TAPVAT

Geen dag zonder Virupa!

Winkelformules

Projectmanagement

Eigen ontwerpafdeling

Lichtreclames

Displays

Full-colour prints

In- en outdoor implementaties

Beprijzingssystemen

Interieurbouw

Warehousing

virupa
VISUAL SOLUTIONS

De specialist voor maatgesneden in- en outstore communicatie

Vierde Broekdijk 19, 7122 JD Aalten - Telefoon (0543)49 44 00 - Fax (0543)49 44 01 - E-mail info@virupa.nl - Internet www.virupa.nl

VIR7009©CAPAY

**YOU CAN FIND
THE MAX IN
YOUR LIFE
EVERYWHERE!**

MAX
YOUR
LIFE.NL

**PEPSI
MAX**

NIEUW!

Senseo® Hot Choco van Douwe Egberts



Geniet elke dag van een heerlijke warme choco drank

DOUWE
EGBERTS



Senseo®