



In dit nummer

- 1 Jubileumjaar
- 1 Thema van 2012
- 3 Dagwinkel Vreeswijk
- 5 Troefmarkt Afferden
- 7 Rijdende Dagwinkel
- 9 Foodstore formule
- 11 ICT en logistiek
- 13 Heimweewinkel.nl
- 15 Van Tol Import-Export
- 16 Lekermakkelijk.nl

Het was een mooi jubileumjaar

De Van Tol Beurs, de gezellige relatiedag, de Jubileum-actieweken voor de consumenten en ter afsluiting van het 60-jarig jubileumjaar het Wonderlijke Winterfeest voor de ondernemers, relaties en medewerkers op 5 november in het Archeon in Alpehen aan de Rijn. We kunnen terug kijken op een goed en geslaagd jaar, maar richten met deze Van Tol Visie onze blik graag op 2012.

Het thema van deze Van Tol Visie is 'Lekker makkelijk ondernemen'. We laten u een aantal succesvolle ondernemers zien met een nieuwe Dagwinkel, Troefmarkt en Rijdende Dagwinkel. Voor de recreatie- en vakantieparken bieden we een foodstoreconcept en we zoeken jonge ondernemers die met een rijdende winkel van Springer & Partners een goede boterham kunnen verdienen. Verder over onze samenwerking met De Telegraaf in Heimweewinkel.nl en uiteraard een update van de activiteiten van van Tol Import-Export. Kortom, wij wensen u veel leesplezier en inspiratie met de Van Tol Visie 2012.



Een rijke traditie is met trots voortgezet

De medewerkers van Van Tol Retail hebben tijdens het 60-jarig jubileumfeest op 5 november 2011 een rijke traditie voortgezet.

Erik, Michael en Peter van de Hurk Jr. kregen de eer om een schitterende sculptuur in ontvangst te nemen.

2012 Het jaar van verdere professionalisering



Het was in vele opzichten een bewogen jaar voor onze 60 jaar jonge organisatie. Met de integratie van SAP Retail is Van Tol Retail de basis aan het leggen voor een verdere professionalisering van de organisatie en de ondernemers. Maar ook toeleveranciers en fabrikanten. Zowel nationaal als internationaal worden er steeds hogere eisen gesteld aan de flexibiliteit en stabiliteit van levering en logistieke processen. Het geeft een goed gevoel dat we daar straks optimaal op in kunnen spelen. Kost even tijd, maar daar staat veel tegenover. Met de efficiencyvoordelen die we gaan behalen kunnen we de groei en ontwikkeling van nieuwe activiteiten optimaal managen en uitvoeren.

De bezorging van boodschappen is al zestig jaar een kernactiviteit van Van Tol Retail, en daar ligt ook de toekomst. Lekermakkelijk.nl beschikt met zo'n driehonderd ondernemers over een

ideaal lokaal netwerk en een landelijke dekking van bezorging- en afhaalpunten. Voor de samenstelling van het assortiment en de inrichting van een webshop zijn inmiddels vele pakketten beschikbaar. Wij zijn met de opzet en integratie van SAP Retail optimaal voorbereid voor de koppeling aan een webshop applicatie. De grootste uitdaging ligt in de logistieke- en fysieke dienstverlening. In 2012 gaat Van Tol starten met een pilot via Lekermakkelijk.nl. Consumenten en bedrijven kunnen dan online boodschappen bestellen. Die kunnen afgehaald bij, of bezorgd worden door onze ondernemers.

Een aantal van onze ondernemers geven wij in deze Van Tol Visie bijzondere aandacht. Bas van Meegen met zijn schitterende Dagwinkel in Vreeswijk, Tonne en Wilma Janssen met zijn Troefmarkt in Afferden en Ton van Veen uit Vinkenveen met zijn eerste Rijdende Dagwinkel.

Voorbeelden van enthousiaste ondernemers die bewijzen dat leeftijd geen rol speelt bij het realiseren van een goede en gezonde zaak. Dat is ook onze grote uitdaging; een familiebedrijf dat 60 jaar bestaat is geweldig, maar de uitdaging om naar de 100 jaar te gaan drijft onze iedere dag weer met plezier. Daarom zijn wij ook zo trots op onze medewerkers, ondernemers en de relaties met de fabrikanten. Met het vertrouwen, en ieders inzet en toewijding kunnen, ook wij blijven bouwen aan een gezonde onderneming.

Erik van den Hurk
Directeur Algemene zaken

Michael van den Hurk
Directeur Commerciële zaken

Peter van den Hurk Jr.
Directeur Inkoop zaken



Op speciaal verzoek van de dorpsbewoners

Nieuwe Dagwinkel is het middelpunt van Vreeswijk



Dagwinkel Vreeswijk
Bas van Meegen
Dorpstraat 10, 3422 CH Nieuwegein
Tel. 030 6019626
info@dagwinkelvreeswijk.nl
www.dagwinkelvreeswijk.nl

Bijna twee jaar konden de bewoners van het pittoreske Vreeswijk geen dagelijkse boodschappen doen in het dorp. Die tijd is voorbij. 25 Oktober jl. heeft de jonge ondernemer Bas van Meegen een nieuwe Dagwinkel geopend. In het historische pand aan de Dorpsstraat 10 waren ooit een slagerij en kruidenier gevestigd. De gevel met zijn etalagevensters en deuren herinneren hier nog aan, maar daar is niets meer te zien.

Ook van de vorige buurtsuper is niets meer te herkennen. De Dagwinkel heeft een bijzonder sfeervolle en overzichtelijke indeling. Veel aandacht voor vers en ambachtelijke streekproducten. Een indrukwekkende gesloten koelwand van 11 meter met mooie verlichting. Achterin de winkel de broodafdeling, kaas en de vleeswaren 'Vers van 't mes'. Een uitgebreid wijn- en bierassortiment en brede sortering van kruidenierswaren. Een aanwinst voor het dorp en het bewijs dat Van Tol Retail de Dagwinkel-formule blijft doorontwikkelen om samen met de ondernemer optimaal in te spelen op de vraag van de hedendaagse consument.

Een gedreven ondernemer

Bas van Meegen is 26 en een geboren en getogen Vreeswijker. Zijn ouderlijk huis ligt achter de Dorpsstraat 10, het pand waar zijn Dagwinkel nu gevestigd is. Als 15-jarige jongen was hij op de zaterdag en in zijn vrije uurtjes al werkzaam in de toenmalige Coop-buurtsuper. Dat heeft hij acht jaar gedaan, vanaf zijn achttiende fulltime en daarnaast volgde hij een HBO studie Commerciële Economie. Na zijn studie heeft hij bijna vier jaar als leidinggevende gewerkt bij Staples - het voormalige Office Centre -, de retailorganisatie in kantoorbenodigdheden. Hier heeft hij veel kennis en ervaring opgedaan op het hoofdkantoor en op de winkelvloer in Utrecht, Hilversum en Nieuwegein. Bas is al die jaren in de buurt gebleven en volgde uiteraard de ontwikkelingen rond de buurtsuper. Toen die zo'n anderhalf jaar gesloten was, werd Bas door verschillende dorpsbewoners benaderd om eens na te denken over een nieuwe buurtwinkel in het dorp.

Daar was hij gevoelig voor, want hij had al geruime tijd moeite met het idee dat 'zijn' vroegere klanten nu met de rollator de bus moesten nemen om in Nieuwegein boodschappen te doen.

Een geweldig avontuur

Bas is in gesprek gegaan: met de dorpsbewoners en met de makelaar die Dorpsstraat 10 in de verhuur had. Vervolgens schreef hij een businessplan, ging naar de bank en maakte kennis met Van Tol Retail. Eerst met Aris Pieter-De Jong en voor Bas het wist zat hij om de tafel met het projectteam. Het klikte en iedereen was enthousiast. Voor Bas was dat de bevestiging van zijn gevoel. Hij had carrière kunnen maken bij een grote retailorganisatie, maar dit was wat hij wilde. De uitdaging als zelfstandig ondernemer en een maatschappelijk rol vervullen in 'zijn' Vreeswijk. Begin september kreeg hij de sleutel, de verbouwing kon starten. Hij is op zoek gegaan naar een team van vaste medewerkers en hulpkrachten. Als het even kon Vreeswijkers, want die zijn bekend in het dorp en die herkenning vindt hij heel belangrijk. Dat bepaalt ook de 'gunfactor'.

Enorme belangstelling

Dinsdag 25 oktober was het dan zover: de officiële opening door wethouder Wouter Kolff en ondanks de regen een enorme opkomst van de dorpsbewoners. Woensdag de 26ste konden de dorpsbewoners weer het vertrouwde loopje en ritje naar de Dorpsstraat maken, voor de boodschappen en een praatje. 'We gaan er iets moois van maken' heeft Bas van Meegen meerdere malen herhaald tijdens de drukbezochte receptie. Dat is een understatement, de bewoners van Vreeswijk zijn nu al nu al trots op hun nieuwe Dagwinkel.

De feestelijke opening op 25 oktober 2011



Stromende regen, maar de dorpsbewoners toonden een geweldige belangstelling.



Lovende woorden van wethouder Wouter Kolff van Nieuwegein.



'Lintje knippen' door Bas van Meegen en wethouder Wouter Kolff.



Felicitaties, bloemstukken, cadeau's en een weerzien van klanten.



Verbazing en verwondering over de ruime winkel en het sfeervolle interieur.



Historie van een mooi dorp

Vreeswijk ligt in het zuidelijk deel van Nieuwegein. Het oude dorp Vreeswijk was ooit een zelfstandige gemeente, maar werd in 1971 met Jutphaas samengevoegd tot de gemeente Nieuwegein. Vreeswijk ligt aan het Lekkanaal, de Lek en het Merwedekanaal. De van oorsprong aanwezige sluiscomplexen zijn kenmerkend. De historische bebouwing rondom de Oude Sluis en Spuisluis bepalen het dorpsbeeld samen met winkels en horeca. In de jaren '60 en '70 is de dorpskern aangevuld met nieuwe bebouwing, in de jaren '80 met de woonbebouwing in Vreeswijk Oost en in 2005 met nieuwbouw in Vreeswijk Noord ('Nieuw Vreeswijk'). Het dorp heeft onder andere een bakkerij, een biologische slagerij, een bloemenwinkel, maar sinds 2009 geen buurtwinkel meer. Bewoners hadden daar grote moeite mee, omdat vooral de ouderen geen mogelijkheid meer hadden om zelfstandig boodschappen te doen.



Nieuwe formulemodules: Vers van 't mes en speciaalbieren

In de Dagwinkel Vreeswijk is gestart met een nieuwe formulemodule: Vers van 't mes. Een kleine semi-bediening module waarin vleeswaren, kaas, salades en patés worden voorgesneden en verpakt. De consument is prijsbewust, maar blijft gevoelig voor kwalitatieve, lekkere en onderscheidende producten. Naast de Vers van 't mes module is er in Vreeswijk ook één meter schap met speciaalbieren ingericht. Hierin zijn een tiental smaakvolle bieren van de Heineken horecatak opgenomen. Deze bieren zijn niet in supermarkten te vinden, maar worden in de betere bruine kroeg geserveerd. Bij de entree van de Dagwinkel is in een sfeervol schap met een uitgebreid assortiment streekproducten ingericht.

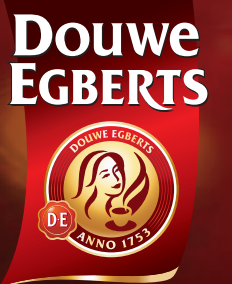


Stefan Oudenes en Thijs Kwakkenbos

Projecten en winkelinrichting en
Formulemanager vaste vestigingen

Voor Dagwinkel Vreeswijk is er een projectteam geformeerd. Stefan Oudenes - projecten en winkelinrichting, Robert-Jan Verweij - assortimentsmanagement, Henk Janmaat - inkoop, Peter van den Hurk - directeur inkoop en Thijs Kwakkenbos - formulemanagement vaste vestigingen.

Goede ideeën
beginnen ook in 2012
met Douwe Egberts



Goede ideeën beginnen met Douwe Egberts

NIEUW

Smeer 'm
met kruidenboter

**GEGRILD VLEES
MET KRUIDENOLIE**

ServeerTIP
Lekker met een
gemengde salade.



SANDWICHBOTER

ServeerTIP
Leuk voor een gezellige
lunch met vrienden.



**GAMBA'S MET
KRUIDENBOTER**

ServeerTIP
Lekker met partjes citroen
en stokbrood.



Een snufje inspiratie

Kijk voor meer inspiratie en recepten op www.silvo.nl

*Waarom moeilijk doen,
als het makkelijk kan!*

• KEUKEN • KASTJES • DEUREN •
• RAMEN • WAND- EN VLOERTEGELS •

• TAFELS • OVEN • FORNUIS • SPIEGELS •
• VLEKKEN IN KLEDING • TUINMEUBELN •



www.uwhulpinhuus.nl

Probeer ook



De Troefmarkt maakt het verschil

Afferden heeft sinds deze zomer een nieuw dorpshart, met Kulturhus De Meent tegenover de rooms-katholieke kerk aan het Koningsplein. In dit schitterende nieuwbouwcomplex zijn voorzieningen en faciliteiten ondergebracht voor verenigingen en bewoners. Een sporthal, activiteitenhal met podium, peuterruimte, hobby- en spelruimtes en een huiskamer. Daarnaast is er een cafetaria én de slagerij en Troefmarkt van Tonnie en Wilma Janssen.

Tonnie en Wilma zijn al jarenlang de trotse eigenaren van de slagerij in Afferden. Er zijn de afgelopen jaren veel vakslagers gestopt in het Land van Maas en Waal en dat is één van redenen waarom klanten vanuit de wijde omgeving naar Afferden komen voor een lekker stukje vlees en de prettige service.

Tijdens de ontwikkeling van het Kulturhuis werd door veel dorpsbewoners ook de behoefte aan een buurtsuper duidelijk uitgesproken. Dat was reden om te kijken naar de mogelijkheden om de slagerij te verplaatsen naar de nieuwbouw en dan te combineren met een Troefmarkt. Die opzet is meer dan geslaagd in samenwerking met Van Tol Retail.

De versbeleving bij deze Troefmarkt is optimaal. Uiteraard neemt de slagerij een centrale plaats in achter in de winkel, maar klanten kunnen ook terecht voor het brood van Bakkerij Geert Vonk uit Druten en de AGF van Jan-Willem Tijssen uit Puiflijk. Verder is er een uitgebreid assortiment kruidenierswaren, waarvoor ook A-merkartikelen voor de bewoners van Afferden beschikbaar zijn.

Door de vriendelijkheid en het enthousiasme van Tonnie, Wilma en alle medewerkers heeft Afferden weer een kloppend hart in het dorp. Ook meneer pastoor, één van de vaste klanten, is daar bijzonder content mee!

Slagerij & Troefmarkt Afferden
Tonnie en Wilma Janssen
Koningsplein 26 6654 BX Afferden
Telefoon: 0487-515971



Kulturhus als nieuw dorpshart

Eind jaren negentig van de vorige eeuw waaide het fenomeen over vanuit Denemarken: Kulturhus. Nu, anno 2011, is het Kulturhus al bijna niet meer weg te denken uit Gelderland. Dit snelle succes heeft enkele duidelijke redenen. Het Kulturhus levert een erg goede bijdrage aan de leefbaarheid van dorpen en stadswijken. Verschillende instellingen op het gebied van zorg, welzijn, educatie en cultuur komen er samen onder één dak: samen zorgen voor de exploitatie, samen de programmering regelen. Dat stelt wel eisen aan de deelnemers en aan het gebouw. Allebei moeten flexibel zijn, waarbij het gebouw zich ook gemakkelijk moet laten aanpassen aan andere gebruikers, andere wensen en andere eisen. Kortom: duurzaam en buigzaam. Juist in de kleinere dorpen op het platteland is het op peil houden van de voorzieningen essentieel voor het voortbestaan van het dorp als gemeenschap, als levende cultuur. Want waar de voorzieningen verdwijnen, waar de winkels en scholen de deuren sluiten, houdt het hart langzaam op met kloppen.

Bron: 'Een vorm van delen: Gelders Kulturhus' door Eimer Wieldraaijer en Femke van den Berg (c) Provincie Gelderland, Arnhem maart 2007

Een nieuw prestigieus dorp in Maarssen

Boodschappen op stand in Op Buuren



Statige panden, intieme hofjes, een sfeervolle dorpsstraat en een heuse gracht. Aan de Vecht, bij de 'Bocht van Maarssen', is een geheel nieuw Vechtdorp gebouwd, waarvoor de oude dorpen langs de Vecht de inspiratiebron vormden. De naam is Op Buuren en de bewoners van de luxe huur- en koopappartementen en ruime eengezinswoningen kunnen sinds september hun boodschappen doen bij de Troefmarkt.

Aan het J. Homan van der Heideplein staat het pand waar de nieuwe buurtsuper is gevestigd. Mark Vriesema is de ondernemer die deze Troefmarkt gaat runnen. Geen onbekende, van Van Tol Retail, hij is ook de eigenaar van de Troefmarkt in Driehuizen. In Amsterdam en Diemen heeft hij tijdelijke Troefmarkten opgezet bij studentencolleges. Dat vereist weer een hele andere aanpak, maar die variatie in locaties, winkels en klanten maakt het zo leuk.

Troefmarkt Op Buuren
J. Homan van der Heideplein 68 B
3604 DK Maarssen



Bart Delissen

Account- en projectmanager

Bart is de schakel tussen de ondernemers en Van Tol Retail. Bij een op- of ombouw van een winkel is hij aanspreekpunt voor alle betrokken partijen. 'Ieder project is weer een mooie uitdaging. De historie, de ondernemer, locatie en winkel zijn altijd weer anders. De week waarin wij met ons projectteam de winkel gaan inrichten, vullen en operationeel maken geeft altijd een enorme kick. Het zijn lange dagen en thuis moeten ze me even missen, maar het is altijd weer gaaf om te zien hoe een ondernemer trots door zijn winkel loopt, klanten tevreden kan stellen en alle systemen heeft draaien.'

't Scharrelseizoen is geopend.



Nieuw Boeren Scharrelrookworst.

Het is weer tijd voor een lekkere stamppot. Maar dan wel met een rookworst die bijzonder mals en sappig is, gemaakt van het beste scharrelvlees. Bovendien is deze worst bereid volgens een traditioneel boerenrecept. Zo lekker, dat je er verliefd op zou kunnen worden. **Dat kan alleen maar Unox zijn.**



In oktober 2011 heeft Van Tol Retail een nieuwe formule voor de rijdende winkels geïntroduceerd. De Rijdende Dagwinkel. De uitstraling van de Rijdende Dagwinkel komt overeen met de huidige Dagwinkels. Onderscheid is de naam van de ondernemer, deze staats duidelijk en herkenbaar op de winkelwagen. Een kleinschalige buurtgerichte speciaalzaak, persoonlijk en gelijkwaardig - 'de vriendelijke buurman'. Het basisassortiment is voor het gehele land uniform, maar er is meer ruimte voor lokale producten.



Nieuwe impuls voor de ambulante ondernemers

De Rijdende Dagwinkel

Ambachtelijke uitstraling

In plaats van een wit interieur heeft de Rijdende Dagwinkel een warme, zachte maar frisse kleur - wilde peer - net zoals bij de Dagwinkels. Verder wordt er gebruikt gemaakt van houten schaplijsten om het ambachtelijke karakter van bijvoorbeeld de kaas te versterken. De wagen heeft meer koelruimte en rondom de kassa is meer ruimte gemaakt voor exclusieve producten met een goede marge. Impulsartikelen zoals wijn, ambachtelijk koeken en handgemaakt bonbons van Rousseau. Vers en lekker genieten staan centraal.



Investeren in de toekomst

De uitrol van de Rijdende Dagwinkel zal geleidelijk plaatsvinden. Het hangt af van de bereidheid en financiële middelen van ondernemers om te investeren in een nieuwe of verbouwing van de bestaande wagen. Net als ondernemers met een vaste vestiging heeft de ambulante ondernemers ook de keus. We blijven investeren in de Springer & Partner formule, net zoals we dat doen met de Troefmarkt formule.

Veel ruimte voor impulsartikelen en ambachtelijke producten



Buurtgerichte ondernemers in een landelijke netwerk met professionele uitstraling

Van Tol Retail levert door het gehele land aan 109 Troefmarkten, 18 Dagwinkels, 192 buurtwinkels en 71 recreatiemarkten. Ook alle 305 rijdende winkels in Nederland worden vanuit de drie DC's - Bodegraven, Oosterwolde en Versunie in Heerhugowaard - belevend, daarvan voeren 144 de naam Springer & Partners.

Om de uitstraling en kracht van vaste vestigingen en de rijdende winkels te versterken gaat Van Tol meer participeren in de kosten voor vernieuwing van het exterieur. Dit is onderdeel van de strategie om ook bij ondernemers de professionalisering te vergroten. Gerafelde vlaggen en banieren, verbleekte belettering, versleten stoepborden; dat geeft de consument geen vertrouwen en is ook geen juiste weerspiegeling van de ambitie die Van Tol Retail, fabrikanten, partners én onze ondernemers hebben.



Henk Janmaat

Inkoop vers

Henk weet als geen ander wat er allemaal voor nodig is om een breed en kwalitatief assortiment verswaren te voeren. Hij was ondernemer, werkte bij Van Eck, bij Van Tol Retail als accountmanager en nu alweer een aantal jaar op de afdeling inkoop waar hij verantwoordelijk is voor het versassortiment voor de vaste en ambulante winkels.

Hij was dan ook nauw betrokken bij de samenstelling van het versassortiment voor de nieuwe Rijdende Dagwinkel. 'En uitgebalanceerd aanbod met lekkere producten waar Ton van Veen zijn klanten mee kan blijven verrassen'.



Geen 16?
Geen
druppel

Jillz.

Sparkling cider.

Speciaal voor de feest-
dagen in een grote fles.

Jillz is een sprankelende cider
gemaakt van appels en zuiver water.
Jillz is 100% natuurlijk met 5% alcohol,
dus het smaakt lekker licht én fris.

5%
vol.



Wij zijn overal thuis in de vakantieboodschappen

Van Tol Retail onderhoudt al jaren goede relaties met de grote recreatie- en attractieparken in Nederland. Niet alleen voor de levering van levensmiddelen, maar ook als partner voor de ontwikkeling en monitoring van het retailconcept. Net als bij een Dagwinkel of Troefmarkt is de identiteit en uitstraling van een retailformule binnen een parkconcept essentieel. De supermarkt is onderdeel van het park en de gasten verwachten dan ook een zelfde sfeerbeleving en kwaliteit als zij daar boodschappen gaan doen.

Identiteit en uitstraling

Doelstelling is uiteraard wel dat een recreatiewinkel het hele jaar door een goed rendement oplevert. Routing, inrichting, assortimentssamenstelling, logistiek, automatisering, communicatie en goed getrainde medewerkers zijn daarin bepalend. En daar ligt de grote toegevoegde waarde van de specialisten van Van Tol Retail. Wij delen graag onze kennis en ervaring. Door de platte organisatiestructuur en de korte lijnen kunnen onze account- en projectmanagers snel schakelen en zaken goed regelen. Niet alleen bij de voorbereiding en tijdens de realisatie maar ook als de supermarkt in vol bedrijf is en de gasten dagelijks de boodschappen doen.

Assortiment en rendement

Met buurtsupers en rijdende winkels is het steeds weer de uitdaging om met een beperkt aantal vierkante meters winkelloppervlak een optimaal rendement te behalen. Dat doen wij al 60 jaar. Zo kunnen wij voor iedere winkel een uitgebalanceerd basisassortiment bepalen. Met kennis van de ondernemer over zijn klanten en het verzorgingsgebied kunnen individuele prijslijnen worden toegepast, dat is uiteraard ook mogelijk voor de recreatie- en attractie- parken. Van Tol Retail maakt een rekenmodel en onderhoudt het assortiment en de prijslijn middels de scanning. In overleg kunnen tussentijds assortiments- en prijswijzigingen doorgevoerd worden en in een afgesproken format worden zo ieder week de data aangeleverd.



Communicatie en promotie

Voor de maandelijkse activiteiten en promoties ontwikkelt Van Tol in overleg een jaar- of seizoensplanner. Folders en flyers, raambiljetten, posters, plafondhangers, stoepborden, displays en schapkaarten. Alles is dan op elkaar afgestemd en de uitstraling en kwaliteit wordt continue bewaakt. Van Tol Retail heeft hiervoor het communicatieplatform Lekkermaakt.nl ontwikkeld. Ieder week een folder met aanbiedingen en een recept van de TV kok Mathijs Vrieze. Zes maal per jaar een magazine met gezellige sfeerreportages, seizoensrecepten van Mathijs, portretten van ondernemers en klanten en rubrieken met informatie en leuke tips. In de Buurt, Natuur & Platteland, Traditie & Nostalgie, Doedingen voor de kinderen en uiteraard een Puzzel & Prijs pagina. Op de website Lekkermaakt.nl kunnen bezoekers in alle rubrieken meer informatie vinden en de actuele nieuwtjes van de Lekkermaakt-ondernemers lezen. Verder worden de acties en promoties gecommuniceerd.

Vertrouwd zaken doen

Professionaliteit, kwaliteit en een optimaal rendement. Van Tol Retail is een betrouwbare en innovatieve partner voor recreatie- en attractieparken én camping- en watersportwinkels. Voor meer informatie of een afspraak kunt u vragen naar Aris-Pieter de Jong.



Food en nonfood

Een sterk onderdeel van het retailconcept voor recreatie- attractieparken is het bake-off concept van CroustiFrance, de geur van vers gebakken brood en een knapperig baquette of kaiserbroodje hoort nu eenmaal bij dat vakantiegevoel. Gasten uit Engeland, België, Frankrijk en Duitsland die verblijven in het bungalowpark van Duinrell in Wassenaar komen daarvoor iedere dag naar de Foodstore. Maar ze verwachten meer dan de verse producten voor een lekker ontbijtje en een smakelijke lunch.

Het assortiment van een recreatiewinkel, groot of klein, is veel breder dan food alleen. Speelgoed, cadeau artikelen, schrijf- en papierwaren of boeken en tijdschriften generen extra omzet. Van Tol Retail biedt met partners een volledig pakket waarmee een uitstekend rendement behaald kan worden.



Voor de parken en ondernemers is dat een welkome dienstverlening. Het beperkt het aantal leveranciers, de handling en leveringen. Zo kan er meer omzet worden gemaakt, een hoger rendement op de vierkante meter en grotere tevredenheid bij de gasten. Doel is om het ze tijdens het gehele verblijf zo aangenaam mogelijk te maken. Ook als ze dagelijkse boodschappen willen doen. Van Tol Retail werkt daar graag aan mee. We leveren overigens ook steeds meer food & beverage, niet alleen voor de winkel maar voor de horeca faciliteiten in de parken en campings. Net zo makkelijk.



Aris-Pieter de Jong en Simon van der Lee

Acquisitiemanager en
Hoofd commerciële buitendienst

De eerste persoonlijke kennismaking met Van Tol Retail, een goed gesprek, doornemen of meehelpen bij het opstellen van een ondernemersplan en het ontwikkelen van nieuwe projecten. Dat is vertrouwd terrein voor Aris-Pieter. Als een winkel of project werkelijk vorm gaat krijgen en uitgevoerd kan worden nemen Simon en één van de accountmanagers het traject over en vervolgens begeleiden zij de ondernemer. Persoonlijke aandacht en kennis van zaken, dat is de kracht van Van Tol Retail.

"Proef de smaak
van echt!"



Annemiek en Claartje

Biologische boerderij Kolluks Hofke, Herpen



Bekend van de
TV reclame!

100% Lekker
100% Puur
natuur

Dit is Annemiek Nass uit het Noord-Brabantse Herpen. Zij is één van de boeren die biologische melk levert voor Boerenland van Campina. Puur natuurlijk en vooral ongelooflijk lekker. Ontdek de authentieke smaak ook in de nieuwe producten; verse halfvolle melk, milde halfvolle yoghurt en romige vanille yoghurt met echte vanille stokjes. Geniet van de heerlijke smaak van het boerenleven!

Het beste van ons land proef je in



Nieuwe producten!



Integratie SAP Retail

All-in pakket is uniek in de retailwereld

2011 Was het jaar waarin binnen Van Tol Retail naast alle lopende zaken en nieuwe projecten ook hard gewerkt moest worden aan de integratie van SAP Retail. ‘Dat kwam er nog even bij. Het intensief en kost veel tijd, maar in 2012 gaan we er al de vruchten van plukken’ zegt Erik van den Hurk, directeur Algemene zaken.

‘De aanpak van het volledige ICT-proces binnen onze organisatie betekent dat alle bestaande softwarepakketten - Exact, Legris, OCO, VT Kiss, Corvu en, Export docs - plaats maken voor het nieuwe All-in pakket SAP Retail. Dat is uniek in Nederland. Hierdoor kunnen wij straks een groot efficiencyvoordeel behalen,’ vertelt Erik enthousiast. ‘Niet alleen binnen de organisatie, maar ook in de communicatie en processturing van en naar de fabrikanten en leveranciers. Dat is ook nodig, want de goederenstromen en logistieke bewegingen blijven toenemen. Operationeel, financieel en commercieel zijn we straks helemaal klaar voor de toekomst.’

Er wordt flink ‘gesappt’ door het kernteam. Hierin zitten middenkader medewerkers vanuit alle onderdelen binnen de organisatie en ook het managementteam draait volledig mee. Groot voordeel is dat de drie broers Van den Hurk als kleine ventjes al in het magazijn en de emballage meewerkten. Door de jaren heen hebben ze op de meest uiteenlopende afdelingen en posities de kennis en ervaring opgedaan en waardoor ze bekend zijn met alle systemen. De platte organisatiestructuur en betrokkenheid van het management zijn dan ook essentieel voor de succesvolle integratie van SAP Retail.

Voicepicking bij Van Tol Retail

De SAP Integratie zorgt ook voor een grote verandering van het werkproces in de DC’s van Van Tol Retail. Voor het orderpicken is onder begeleiding van Zetes, -leverancier van voice technologie systemen - inmiddels overgestapt op ‘voicepicking’.

Orderpicking is veruit de duurste activiteit in een distributiecentrum. Operatoren die picken op basis van papier of RF besteden veel tijd aan het lezen van lijsten, het markeren of scannen van gepickte orders etc. Dankzij voice picking kunnen zij zich volledig concentreren op hun job: het picken van het juiste item op de juiste plaats en in de juiste hoeveelheid. Hierdoor kan met grote nauwkeurigheid en minder fouten worden gewerkt.

De orderpickers werken met een mobiel voice terminal en een headset. Doordat ze met hun stem werken hebben ze handen en ogen vrij om orders te picken. Willekeurige controlegetallen op picklocaties voorkomen fouten en als er toch een fout optreedt, vereist het systeem een onmiddellijke correctie.

De rijdende winkel op Radio 1 ‘SRV-man’ terug van weggeweest



Dit is Cees Schaap uit Sleeuwijk die samen met zijn medewerker Wilma met twee Springer & Schaap rijdende winkels de dagelijkse boodschappen in de buurt bezorgd.

De rijdende winkels en buurtsupers zijn terug van weggeweest. Steeds meer dorpen hebben namelijk geen winkels meer waar je levensmiddelen kunt kopen, blijkt uit cijfers die de NOS heeft opgevraagd. De grote ketens vinden de dorpen te klein voor een supermarkt en veel bakkers, slaggers en groenteboeren gaan met pensioen.

Van Tol Retail uit Bodegraven is een bedrijf dat bijna alle rijdende winkels in Nederland bevoorraadt en ziet een gat in de markt. Het bedrijf is op zoek naar jonge ondernemers die een buurtsuper of rijdende winkel willen beginnen. Nu zijn er zo’n 300 rijdende winkels. “We willen proberen dat aantal te laten stijgen naar 500. Maar daarvoor hebben we wel jonge ondernemers nodig”, zegt commercieel directeur Michael van den Hurk.

In de jaren ‘70 waren er zo’n 4000 SRV-wagens. Met de opkomst van de grote supermarkten als Albert Heijn, Edah en Dirk van den Broek, daalde het aantal dramatisch. Maar inmiddels stijgt het aantal dorpen waar geen levensmiddelen te krijgen zijn weer.

Zonder winkel

In 2004 waren er nog 821 woonplaatsen in Nederland zonder bakker, slager en groenteboer, blijkt uit cijfers van winkelonderzoeker Locatus. In 2008 waren dat er al 862 en nu zijn dat er 892. Gemiddeld komt er per maand een woonplaats bij en Locatus verwacht dat de stijging alleen maar groter zal worden.

Dit item is eind oktober uitgezonden op radio 1. Kijk ook op Lekkermaakelijk.nl.



Mohammed Bouazza Chauffeur

Mohammed is net als veel van zijn collega’s bij de afdeling logistiek al vele jaren in dienst van Van Tol Retail. Hij is één van de chauffeurs die door het vaste rittenschema een vertrouwd gezicht is voor de ondernemers waar hij de rolcontainers met artikelen komt afleveren. Altijd vriendelijk en positief en een vaste waarde voor het team én ondernemers.

**VAN HARTE GEFELICITEERD
MET HET 60-JARIG BESTAAN!**



Namens:

Coca-Cola Enterprises Nederland B.V.

**Onze nieuwe
Huiswijnen**



lekker
makkelijk
Wijnwijzer

Heerlijke Brownies!



Met Dr. Oetker Mix voor Brownies maak je in een handomdraai smeuïge brownies vol van smaak. Compleet met bakvorm, snel en gemakkelijk! Kijk voor lekkere variantietips op www.oetker.nl.



Kwaliteit is het beste recept.



Voor landgenoten die de Hollandse buurtsuper missen

De Heimweewinkel is een initiatief van De Telegraaf. Niet zonder reden, want De Telegraaf is de meest gelezen krant onder Nederlanders in het buitenland. De Telegraaf weet als geen ander wat Nederlanders bindt en raakt en staat garant voor kwaliteit en betrouwbaarheid. Je kunt een Nederlander uit Nederland halen maar je kunt nooit Nederland uit een Nederlander halen. Waar je ook woont, hoe lang je er ook woont en wat je er ook doet, je blijft altijd in je hart Nederlander. En soms wil je even het gevoel van thuis ervaren.



Echt Nederlands: de geur van stroopwafels, speculaas, drop of pindakaas, Jip en Janneke voorlezen aan je kinderen, de charme van pannenkoeken bakken in eigen keuken, chocoladeletters en pepernoten eten op 5 december, met Koninginnedag alles in oranje.



Gerdien de Jong, e-commerce manager, en Esther Meulstee, productmanager Heimweewinkel.nl van De Telegraaf.

Pure verwennerij voor alle Nederlanders in het buitenland. Daarom is er de Heimweewinkel; de online winkel van waaruit je overal ter wereld heel gemakkelijk Nederlandse spullen kunt kopen, van drop tot Sinterklaasartikelen. Alles wat je nodig hebt op één plek. Direct online bestellen en thuisbezorgd. Eenvoudig en vertrouwd.

In mei 2011 lanceerde De Telegraaf Heimweewinkel.nl. Een project waar een lange en grondige voorbereiding aan vooraf ging. Gerdien de Jong - e-commerce manager - en Esther Meulstee - productmanager Heimweewinkel.nl - van De Telegraaf zijn verantwoordelijk voor het project. In samenwerking met The Source - een onderneming die bedrijven helpt met de haalbaarheid en ontwikkeling van nieuwe projecten - werd het concept ontwikkeld. Vervolgens werden de partners geselecteerd voor de realisatie en operationele uitvoering. Eperium, expert in e-commerce, heeft de webshop ontwikkeld en is verantwoordelijk voor het beheer. Eways in Vianen verzorgt de fulfilment; zij verzamelen de bestellingen, stellen alle documenten op en maken de pakketten verzendklaar voor aanlevering aan PostNL en TNT.

De levensmiddelen vormen de basis van de Heimweewinkel.nl. Na een eerste oriëntatie in de levensmiddelenhandel was het voor De Telegraaf snel duidelijk wat de toegevoegde waarde moest zijn van de organisatie die de levensmiddelen zou leveren. Een compleet assortiment, optimale beschikbaarheid van artikelen, levering per stuk, waarborg van houdbaarheidsdatum en een dagelijkse levering aan het fulfilmentbedrijf. Al tijdens de eerste oriënterende gesprekken met Michael van den Hurk was er het vertrouwen dat Van Tol Retail aan die eisen kon voldoen. Maar een heel belangrijke toegevoegde waarde bleek de enorme kennis en ervaring over 'Nederlanders in overzeese gebieden'.

Van Tol weet al zestig jaar wat de Nederlander graag in zijn lokale supermarkt koopt én Van Tol Import-Export heeft al ruim 40 jaar kennis van en ervaring met de export van levensmiddelen naar supermarkten en retailorganisaties over de gehele wereld.

Dit maakt de samenwerking zo bijzonder. De Telegraaf beschikt over de media en bereikt de doelgroepen. Na de overname van Hyves kunnen zij social media inzetten voor panels en onderzoeken en ontvangen zij tips en feedback. Van Tol onderhoudt de contacten met de fabrikanten en kan voorstellen doen voor het assortiment en de themapakketten. Een succesvolle samenwerking met grote kansen.



'We hebben inmiddels een aardig beeld van de producten die wel en niet verkocht worden en uit welke landen de meeste vraag is naar Nederlandse producten,' vertelt Esther Meulstee. 'Zo spelen we in op de traditionele feestdagen en thema's. Sinterklaas, Valentijnsdag, Pasen, Koninginnedag. Internationale sportevenementen zoals het EK in 2012, maar ook de traditionele eetgewoontes, zoals stamppot of poffertjes.'

Logistiek hoogstandje of gewoon slim plannen?

Dagelijkse levering van artikelen met een beperkte houdbaarheid vraagt om een doordachte opzet en inrichting van de logistiek en automatisering.

Dat was de logistieke uitdaging voor Van Tol Retail voordat Heimweewinkel.nl van start kon gaan. In het Van Tol Retail Distributiecentrum Oosterwolde is een unit ingericht met stellingen, schappen en een volledig geautomatiseerd orderpicksysteem. Via Eperium komen de bestellingen binnen en worden ze direct verwerkt. De artikelen worden per klantorder verzameld, gaan in kratten en rolcontainers. Deze worden aan het eind van de dag geladen in een vrachtwagen van Van Tol. Voordat deze terug rijdt naar het DC in Bodegraven wordt er gelost bij Eways in Vianen.

Door het samenstellen van pakketten maken we het onze klanten wat makkelijker. Europese landen komen het meest voor in de lijst met landen waar producten naar verscheept worden, daarna komen de Verenigde Staten, Australië en Canada. Het aantal verkopen verdubbelt iedere maand. De Heimweewinkel trekt 80.000 bezoeken per maand, waarvan 75 procent uit het buitenland. Van de sales komt 90 procent uit het buitenland, de rest zijn cadeaus voor buitenlandse mensen van Nederlandse bezoekers aan de site.

www.heimweewinkel.nl

Bestelling en bezorging via Lekkermaakkelijk.nl

lekker maakkelijk.nl

Van Tol Retail is bezig met de ontwikkeling van acquisitiemateriaal voor ondernemers die meer omzet willen realiseren bij zorginstellingen, verzorgingshuizen en de zakelijke markt. Steeds meer bedrijven en instellingen maken gebruik van online service- en besteldiensten. Die groei en ontwikkeling zal doorzetten, maar door deze toename ontstaan er bij steeds meer bedrijven negatieve ervaringen. 'En daar liggen kansen voor onze ondernemers,' zegt Michael van den Hurk. 'Zij weten als geen ander hoe je de relatie met klanten opbouwt en koestert, dat is voor hen vanzelfsprekend.'

De zakelijke markt vraagt echter een andere benadering dan de particulieren. In essentie gaat het om hetzelfde; Service met persoonlijke aandacht en een vriendelijke woord. Levering van vers, kwaliteit en volgens afspraak. Michael van den Hurk: 'De bewerking van de zakelijk markt vraagt een professionele aanpak waar veel ondernemers (nog) geen ervaring mee hebben en ook de tijd niet voor vrij kunnen maken. Daar gaan wij ze bij ondersteunen.' 'In de eerste maanden van 2012 hebben we een verkoop- en communicatiepakket beschikbaar waar ondernemers onder begeleiding van Van Tol Retail actief kunnen gaan acquireren. De mogelijkheid om online bestellingen te kunnen verwerken is essentieel en daar zijn we ook volop mee bezig. Medio 2012 starten we een pilot waarbij particulieren en bedrijven via Lekkermaakkelijk.nl boodschappen kunnen bestellen.'

Patrick Oosterom

Expansiemanager



Patrick is na zijn HBO studie small business en retailmanagement in dienst gekomen van Van Tol Retail. Na de voorbereidende gesprekken heeft hij het project Heimweewinkel op zich genomen. Hij begeleidt het project intern en onderhoudt de contacten met Esther van Mulstede - projectmanager bij De Telegraaf. 'Een geweldig project om aan mee te mogen werken. Het mooie is dat het hele traject perfect past in onze dagelijkse routing en logistiek, maar we monitoren dit continu zodat we De Telegraaf de juiste input kunnen geven bij de samenstelling van het assortiment en themapakketten.' Patrick gaat zich ook bezighouden met vergroten van de dienstverlening voor andere afnemers.



Ondernemen is keihard werken

Als ondernemer met een buurtgerichte supermarkt bent u gewend hard te werken om de winkel draaiende te houden. Dit doet u met liefde, want ondernemen en service verlenen is uw passie. Uw klanten gedragen zich onvoorspelbaar, waardoor u iedere dag opnieuw moet zien in te spelen op de wisselende wensen en behoeften. Daarbij wordt in de markt al snel gegrepen naar het prijswapen. Bovenop dit alles houden lokale overheden u ook nog eens bezig met discussies over de zondagsopening en gemeentelijke procedures over bijvoorbeeld goederenvervoer en venstertijden.

Op de winkelvloer merkt u dagelijks wat dat voor u als ondernemer betekent. Gelukkig moet er iedere dag gegeten worden en zijn uw klanten op zoek naar de optimale combinatie van gemak, prijs, kwaliteit en goede service. Belangrijk voor u is het dagelijks verleiden van die consument om zijn of haar geld in uw winkel te laten besteden.



Kwaliteit, een altijd verrassend assortiment en optimale service zijn voor u de belangrijkste onderscheidende kenmerken. Achter de schermen streeft u naar minimale voorraad, desgewenst dagelijkse levering en betaalbare, moderne en beheersbare inkoopprocessen. U hebt daarbij behoefte aan een goede insturingsmarge die ruimte geeft om deze lokaal te wijzigen.

Ook hebt u behoefte aan een no nonsenscultuur die u snel zicht geeft op wat u werkelijk verdient, een goede promotionele ondersteuning en persoonlijke begeleiding. Versunie kent het buurtverzorgend ondernemen als geen ander. Het is onze kernactiviteit en we voelen ons er thuis. Wij zien ons dan ook als de ideale partner die uw wensen omzet in daden.

Versunie zorgt voor brood op de plank

Continu beschikbaar

Als continuubedrijf is Versunie 24 uur per dag, 6 dagen per week actief. Vandaag besteld is morgen in huis. Alles is per stuk verkrijgbaar. De unieke logistieke systemen van Versunie garanderen extreem korte levertijden. Dit vormt een belangrijke toegevoegde waarde voor het versassortiment, omdat daarmee de houdbaarheidstermijn optimaal wordt benut. Versunie heeft een fijnmazige distributie door heel Nederland. Wij laten u profiteren

van een actief promotieprogramma, aantoonbare leverbetrouwbaarheid en accuratesse. Met geautomatiseerde bestelprocedures en overzichtelijke rapportages maken we uw rendement inzichtelijk.

Ervaar de persoonlijke service

Afnemers kunnen op verschillende manieren bestellen, zoals elektronische bestelsystemen voor order entry, fax en e- mail. Ondanks het gebruik van alle moderne bestelsystemen, is het toch vooral het persoonlijke contact met de medewerkers van de binnendienst, dat afnemers zo enorm waarderen. Alle dagen, vanaf 7.00 uur 's ochttends zit de binnendienst klaar om u in alle vriendelijkheid te woord te staan en telefonisch orders op te nemen.

Specifiek en generiek

Versunie maakt onderscheid naar generiek assortiment en speciaal assortiment. Generiek is datgene wat min of meer standaard als basisassortiment kan worden beschouwd. Dit kan in de kleinst denkbare hoeveelheden worden besteld. Maarde producten die werkelijk het onderscheid brengen, dat zijn de producten die Versunie 'speciaal' noemt. Productenwaarmee u op lokaal niveau uw concurrentieniveau kunt verstevigen.

Versunie versadviseurs

Wij spreken liever niet over Accountmanagers, maar over Versadviseurs: deskundigen die de taal van de ondernemers spreken en de ondernemer met raad en daad terzijde staan. De klant centraal, direct persoonlijk contact. Ieder versadviseur heeft zijn eigen regio in Nederland. Hierdoor is de versadviseur in staat om op langere termijn een uitstekende relatie met u op te bouwen en beter in te spelen op uw specifieke behoeften.



De versadviseurs komen periodiek (in overleg met u) langs. Het zijn meer dan volwaardige versadviseurs, met oog en hart voor de mogelijkheden van lokale marketing. Door hun advies en heldere visie weten zij meer rendement te creëren voor u als ondernemer, door u in de volle breedte te adviseren over de totale winkelvoering.

HACCP gecertificeerd

Kwaliteit en voedselveiligheid staan bij Versunie voorop. Versunie is dan ook HACCP gecertificeerd voor opslag en distributie van levensmiddelen. Een gerust gevoel voor U en uw klanten.

Neem contact met ons op

Ervaar de persoonlijke service en neem contact met ons op:

Versunie B.V.
Postbus 247
1700 AE Heerhugowaard

Bezoekadres:
Copernicusstraat 14
1704 SV Heerhugowaard

E-mail: info@versunie.nl
Tel: (072) 576 35 00
Fax: (072) 576 35 99
www.versunie.nl



De Oosterse keuken in Canada en de Verenigde Staten

Door het grote aantal immigranten uit Azië in Canada en de VS is de oosterse keuken daar zeer populair. Het is daarom niet verwonderlijk dat Van Tol Import-Export met Conimex na Canada ook graag voet aan de grond wil krijgen in de VS. Dat is echter geen simpel proces. Er worden strenge eisen gehanteerd met betrekking tot de voedselveiligheid. Dat betekent een lang traject van laboratoriumtesten in Nederland en contratesten in de VS. Het team van Van Tol Import-Export begeleidt dit hele proces en niet zonder resultaat. 'De eerste order naar Los Angeles verschepen wij in December 2011 en in 2012 zetten wij de gesprekken voort met importeurs uit de andere staten' geeft Peter Boer aan.



Salesmeeting Newfoundland Canada. Peter met Yuriko Kitano, onze Conimex brandmanager bij Tree of Life in Canada.

Calvé Pindakaas in Turkije

In 2010 kreeg Peter Boer - Import-Export manager brands- het verzoek van een importeur uit Turkije om te kijken hoe ze Calvé pindakaas met succes op het schap konden krijgen in de Turkse supermarkten. De kwaliteit van en de uitstraling van het product stond niet ter discussie, maar het 'gouden' kwaliteitszegel op de rand van de deksel wel. De consument in Turkije wil een product namelijk graag zien en ruiken en schromen dan niet om een pot ter hand te nemen en de deksel te openen. De kwaliteitszegels werden dus verbroken en de potten werden daardoor onverkoopbaar. De oplossing werd gevonden in een transparante sleeve om de gehele pot. En dat werkt. Calvé pindakaas is razend populair en niet meer weg te denken uit de Turkse supermarkten. Voor die consumenten die nog niet weten hoe je de pindakaas consumeert heeft Van Tol



Import-Export een serveersuggestie op de Turkse pindakaas etiketten geplaatst. Unilever levert open bestaande aan van de Nederlandse Calvé pindakaas etiketten. VTI-E verzorgt vervolgens de productie van alle export labels. Denk hierbij aan specificaties, vertalingen, beeldaanpassingen en drukwerk. Een all-in service pakket en dienstverlening waarmee het ook voor andere merkfabrikanten een stuk makkelijker is om producten te exporteren.

Van Tol Import-Export blijft groeien Hier het geheim van dit succes

Als je met Peter Boer - Import-Export manager Brands - en Arthur Oosterom -Import-Export manager Trade - om de tafel zit voor een gesprek spat het enthousiasme er vanaf. De heren zijn niet te stoppen. Conimex, Calvé, Chovi Allioli, Het goede leven of 100% NL Hollandse dip. Hong-Kong, Australië, Suriname en Zuid-Afrika. De casestories van over de hele wereld volgen elkaar in rap tempo op. Hoe krijgen ze dat voor elkaar? 'Een geweldig team binnen een mooi bedrijf en 60 jaar kennis en ervaring. En al die jaren blijven we vasthouden aan drie succesfactoren: Aandacht, commitment en controle.'



Meetbaar resultaat van promotie-activiteiten

Promotie budgetten zijn een bekend fenomeen bij de export van levensmiddelen. Als er geen intensief contact is met de importeurs in de verschillende landen blijft het echter moeilijk om sturing te geven aan de besteding van dat promotiebudget. Van Tol Import-Export stelt daarom samen met de importeurs een promotieplan op waarmee het beschikbaar budget zo effectief mogelijk kan worden ingezet. Vervolgens wordt de uitvoering van de promotieplanning nauwlettend gevolgd. 'Voor elke importeur en merk/product hebben wij een afzonderlijk promotieplan' geeft Peter Boer aan. Enkele voorbeelden; 'Voor de Duitse supermarkten zijn er floordisplays ontwikkeld voor Conimex producten. In Turkije worden promotieteams ingezet die op winkelvloer proefdemonstraties verzorgen. Voor Australië zijn er receptenboekjes ontwikkeld voor Oosterse gerechten met Conimex-producten.' En als er een advertorial wordt geplaatst in het toonaangevende food magazine 'Australian Gourmet Traveller' worden de proeven gecontroleerd door Van Tol Import-Export in Bodegraven.

De Holland – Azië connectie

De focus op het Verre Oosten voor de export van levensmiddelen werpt steeds meer zijn vruchten af. Oriënterende gesprekken met importeurs en retailorganisaties zijn omgezet in een aantal goede samenwerkingen. 'Wat betekent dat concreet?' Is de vraag aan Arthur Oosterom - Import-Export manager Trade. 'Dat er vele containers met speciaal geselecteerde producten in Bodegraven worden geladen en worden verscheept vanuit de havens van Rotterdam en Antwerpen. Bestemming Shenzhen. Daar worden de producten doorgeleverd naar importeurs/agenten en een keten met zo'n 200 supermarkten.' Hoe maken de relaties uit Hong Kong een keuze uit het enorme assortiment? 'Wij ontvangen onze relaties uit Azië graag op ons kantoor in Bodegraven.'



Zij hechten, net als wij, veel waarde aan familiebedrijven met een lange historie. Zij gaan dan ook graag op de uitnodiging in. Na de kennismaking en rondleiding nemen Michael van den Hurk en ik onze gasten mee naar fabrikanten en supermarkten. Daar mogen ze zelf 'de boodschappen doen'. Hier en daar geven wij advies en wat toelichting, maar ze weten uiteraard heel goed wat de vraag is van de Chinese consument.' 'Terug op kantoor zetten we alle artikelen op tafel en gaan we overleggen in welke aantallen en met welke specificaties de leveringen kunnen worden geregeld. Door onze goede relaties met de fabrikanten kunnen we snel handelen. Dat is van grote waarde voor onze opdrachtgevers. Een partner die het complete traject regelt en controleert.'

Geslaagde food & retailbeurs in Köln



Van Tol Import-Export is sinds 5 jaar actief als deelnemer op internationale food & retail beurzen. Denk hierbij aan de Sial in Parijs en de Anuga in Keulen. Vertegenwoordigers van fabrikanten ontmoeten hier retailers, importeurs en agenten vanuit de hele wereld. Hier worden zaken gedaan volgens een strakke agenda want het aantal deelnemende bedrijven is groot.

Het scheelt immers enorm veel reistijd als je bestaande en potentiële relaties kunt ontmoeten om lopende en nieuwe zaken te bespreken. Begin oktober werd de Anuga georganiseerd in Keulen; 'The world's leading food fair for the retail trade and the food service and catering market.' Ook hier is de stand van Van Tol Import Export opgebouwd als onderdeel van het Holland Promotie paviljoen. Arthur Oosterom, Peter Boer, Olga Langerak en Michael van den Hurk waren op de beurs aanwezig om relaties te ontvangen en voor new business.

Oranjesuccesje ineigenland



Heeft u het al geproefd? De dipsaus in het oranje kuipje? De 100% NL Hollandse Dip. Ontwikkeld door Van Tol Import-Export in samenwerking met Radio 100% NL. De Hollandse dip staat inmiddels bij 20 retailers in het schap en in 15 weken tijd zijn er 60.000 kuipjes verkocht! 'Nieuwe deksels en kuipjes waren gelukkig net op tijd weer binnen' vertelt Peter Boer. Door de unieke samenwerking is Radio 100% NL, het populaire Nederlandse radiostation, zichtbaar in het supermarktschap, ligt het in de boodschappenkarretjes en -mandjes en staat het thuis op tafel tijdens de gezellige momenten. En door de commercials op Radio 100% NL is er volop media aandacht. Voor meer informatie: Van Tol Import-Export. www.hollandsedip.nl en www.vantolimport-export.com



Het Goede Leven

Eeuwenoude ambachten komen tot leven in de traditionele recepturen voor het fijnproevers-label 'Het Goede Leven.' Van zongedroogde tomaten en olijven tot kruidige azijnen en de geurigste oliën. En van culinaire vleeswaren en fijne pâtés tot subtiele dressings en smaakvolle sauzen.

Het Goede Leven is een delicatessenlabel dat volledig is ontwikkeld door Van Tol Import-Export. Het wordt nu een paar jaar op exclusieve basis geleverd aan leveranciers voor kerstpakketten en relatiegeschenken en is te bestellen via de webshop op www.hetgoedeleven.info. Vanaf november is het assortiment ook te koop bij 't Verswarenhuys in Beek en Donk. Het Goede Leven heeft alles in huis om met volle teugen te kunnen genieten!

De Hollands Dip Truck gaat het hele land door in 2012!

Door het enorme succes van De Hollandse Dip wordt één van de vrachtwagens van de Van Tol Retail vloot getransformeerd tot een 'Radio 100% NL Hollandse Dip Truck'. Kijk ook op www.hollandsedip.nl



Hét consumentemagazine van de buurtsuper en rijdende winkel

Ook in 2012 ligt het consumentenmagazine van LekkerMakkelijk.nl weer zes maal gratis in de buurtsupers en rijdende winkels door heel Nederland. Met gezonde en lekkere recepten van Mathijs Vrieze. Mooie sfeerreportages. De columns van Suzanne Buis en Mike Hyer. Leuke informatie en praktische tips in de rubrieken In de Buurt, Natuur & Platteland en Traditie & Nostalgie. Leuke uitstapjes en doedingen voor de kinderen en uiteraard de prijspuzzel. En ook LekkerMakkelijk.nl is het hele jaar door in de buurt op internet. Voor alle recepten, acties, de buurtsupers en rijdende winkels en nog veel meer.

Voorjaar 2012: nieuwe Dagwinkel in Driebruggen



In 2012 zal Naomi's Troefmarkt in het Utrechtse Driebruggen een grote metamorfose ondergaan. Het huidige pand aan de Kerkweg zal geheel worden gesloopt. In het geheel nieuwe pand wordt Naomi's Dagwinkel gevestigd. Naomi Gelderblom was in 2008 met haar 17 jaar de jongste ondernemer met een buurtsuper en kreeg enorm veel publiciteit. Dat is komend voorjaar vier jaar geleden, maar 22 jaar en dan je eigen gloednieuwe Dagwinkel openen? Dat blijft opmerkelijk en daar zullen we dan ook genoeg over horen en zien.

Colofon

Van Tol Visie is het relatiemagazine van Van Tol Retail in Bodegraven.

Redactie Van Tol Retail:
Michael van den Hurk, Wendy Sterk en Thijs Kwakkenbos
Vormgeving, fotografie en productie:
Carrot Company, Buro voor creatieve communicatie in food & retail
carrotcompany.com
Hoofdredactie: Richard Wortel
Eindredactie: Suzanne Buis
Prepress: Design In Beeld, designinbeeld.nl
Fred Gasman en Erik van Soest
Druk: Drukkerij Em. de Jong b.v.

