



VAN TOL

RETAIL

Visie

WINTER 2014/2015

Uitgave van Van Tol Retail • Europaweg 2 • Postbus 64 • 2410 AB • Bodegraven • Telefoon 0172 61 93 11 • Fax 0172 61 37 96 • www.vantolretail.nl

In dit nummer

- 1 Introductie
- 2 Dagwinkel
- 3 Maatschappelijk partner
- 4 Rijdende winkels
- 5 Online bestellen
- 7 RECRA Nieuwe formule
- 8 Van Tol en Versunie
- 9 De kracht van Vitaal
- 11 Van Tol Import-Export
- 13 Online team
- 15 Nieuwe formule
- 16 Lekker Makkelijk

Online en overal in de buurt

Van Tol zit bepaald niet stil. Met de overname van Versunie hebben we een belangrijk stap gezet met onze onderneming. Daarnaast is de opstart van LekkerMakkelijk.nl als formule én als webwinkel een belangrijke ontwikkeling voor ons en vooral onze ondernemers. Vanuit de winkels en online zullen we in de toekomst de consument gaan bedienen. Zowel thuis als in de zorgsector, en zowel in de kleine dorpen in de regio als in de uithoeken van de wereld: we gaan cross channel op alle fronten. Wij weten als geen ander hoe we de boodschappen het beste bij onze klanten kunnen bezorgen. Met de overname van Versunie heeft

Van Tol het assortiment voor fijnmazige distributie voor vers en houdbaar samengebracht in één concern. Zo hebben we een stevig fundament gelegd voor de toekomst op het terrein waarop we uitblinken: de snelle levering van bestellingen per doos tot op stuks-niveau, van houdbaar tot vers en ultravers. In Bodegraven en Nieuwegein laten we nu al zien hoe we dat mét onze ondernemers aanpakken: een hoogwaardige maaltijdservice voor consumenten thuis en in woongemeenschappen, en een afgemeten assortiment voor kinderdagverblijven. Een hoogwaardige online dienstverlening, die geen bedreiging is voor

de lokale ondernemer, maar juist een aanvulling op zijn omzet. Van Tol is er klaar voor.

Met deze Van Tol Visie bent u weer helemaal op de hoogte van de ontwikkelingen binnen onze organisatie. Wij wensen u veel leesplezier.

Met vriendelijke groet,
Jan van der Wal
 Directeur Financiële zaken
Erik van den Hurk
 Directeur Algemene zaken
Peter van den Hurk
 Directeur Inkoop Zaken
Michael van den Hurk
 Directeur Commerciële Zaken



2 Nieuwste Dagwinkel in Herkingen

Het pittoreske dorp Herkingen blijft ook buiten het toeristenseizoen levendig door de nieuwe Dagwinkel van Connie Bestman.



5 Het succes van Erik Verhoef in Nieuwegein

Familiebedrijf dat al ruim een halve eeuw boodschappen aan huis bezorgt, gaat in alle opzichten met haar tijd mee: klanten kunnen nu ook bestellen via de webshop.

8 Maaltijdservice Lekker Makkelijk in Bodegraven

De pilot van gemaksformule van een gezond en gevarieerd maaltijdpakket voor doordeweekse dagen is een groot succes.



5 Vernieuwde rijdende winkels

Bijzonder positieve reacties van klanten op de gerestylede rijdende winkels in IJsselmuiden, Dalfsen, Groenekan en Nisse.



8 De kracht van Versunie

Directeur Aalzen Aikema: 'We kunnen nu veel gericht werken voor ons klanten en dus voor de consumenten.'



7 RECRA dé nieuwe formule voor recreatiewinkels

Voor ondernemers met één of meerdere recreatiewinkels heeft Van Tol Retail een complete formule ontwikkeld.

15 Wie goed doet, goed ontmoet

Van het sponsoren van lokale sportclubs tot het vervoer van 15.000 komkommers naar de Voedselbank: Van Tol onderneemt met oog voor de maatschappij.



15 Van Tol Import-Export en Daily Dutch

Nederlandse melk in speciaal ontwikkelde verpakking veroverd jong en oud in Azië en het Midden-Oosten.





Nieuwe Dagwinkel in Zuid-Holland

In Herkingen is op vrijdag 7 november de nieuwe Dagwinkel geopend. Met deze buurtwinkel zorgt ondernemer Connie Bestman dat het dorp ook buiten het toeristenseizoen levendig blijft. Bestman werkte enkele jaren in de Spar in Herkingen, tot die formule besloot zich terug te trekken uit het dorp.

Herkingen valt onder de gemeente Goeree-Overflakkee, Zuid-Holland. Het dorp telt zo'n 1200 inwoners en is vooral in de zomer erg in trek bij toeristen, door de haven en het Grevelingenmeer. Ondernemer Connie Bestman was gedurende enkele jaren bedrijfsleider in de lokale Spar. Toen deze formule besloot de exploitatie stop te zetten, nam Bestman het initiatief om de winkel voor het dorp te behouden. In een samenwerking met Van Tol Retail en de exploitant van de haven is een opzet gemaakt voor een haalbare exploitatie van de winkel.

Formulemanager Thijs Kwakkenbos van Van Tol Retail: 'Met Dagwinkel kiest Connie Bestman voor een frisse, moderne buurtwinkel formule. De winkel is volgens de formule onder andere aangekleed met oude sfeerfoto's, die de lokale betrokkenheid onderstrepen. Ik denk dat de bewoners van Herkingen trots kunnen zijn op deze Dagwinkel. Het is ook een van de eerste winkels die met de nieuwe prijslijn van Van Tol Retail werkt. Deze maakt een hoger rendement voor de ondernemer en lagere prijzen voor de klant mogelijk, waardoor de afstand tot prijs supermarkten beperkt blijft.'



Anno's Dagwinkel is weer helemaal up-to-date

Anno van den Berg uit Werkhoven heeft het afgelopen jaar besloten om zijn Dagwinkel te gaan moderniseren. In 2006 was de laatste, zeer ingrijpende verbouwing.



In die acht jaar heeft hij natuurlijk niet stilgezeten. Zo zijn bijvoorbeeld de koelingen voorzien van dagafdekking in het kader van duurzaam ondernemen. In het voorjaar van 2014 was het toch tijd om de winkel weer eens goed onder handen te nemen. De wensen van de consumenten veranderen, het assortiment verandert en in de loop der tijd krijg je ook andere inzichten over de routing en inrichting. Daarom is er samen met het formuleteam van Van Tol Retail een goed plan gemaakt voor de nieuwe indeling. Nog meer versbeleving, verplaatsing van de broodafdeling en een servicebalie die praktischer is. Kersen op de taart zijn de nostalgische foto's van Werkhoven en de grootvader van Anno die nu in de winkel hangen. Die foto's laten zien dat de Dagwinkel er echt voor het dorp is.



Van Tol Retail is graag een maatschappelijk partner

Van Tol Retail is dé partner voor zorginstellingen en gemeenten voor de ontwikkeling en realisatie van projecten waarvan een winkel voor de dagelijkse boodschappen een essentieel onderdeel is. Er spelen hier drie aspecten een rol. Bevordering of herstel van de leefbaarheid van een buurt of dorpskern, de mogelijkheid voor ouderen om zelfstandig boodschappen te blijven doen en werkvoorziening bieden aan mensen met een verstandelijk beperking.

Met onze kennis en ervaring op dit gebied kunnen we in de oriëntatiefase en het voortraject een adviserende rol vervullen. Als de projecten zijn gerealiseerd, blijven onze accountmanagers het project begeleiden en zorgt onze organisatie voor de verwerking en levering van de bestellingen en alle ondersteuning. Goede voorbeelden van dit soort projecten zijn Buurtmarkt Breedeweg in Groesbeek en Buurtmarkt Maliskamp in de gemeente Rosmalen.

Buurtmarkt Maliskamp

Op 11 oktober opende Cello Buurtmarkt Maliskamp. Daarmee hebben de wijkbewoners weer een punt voor hun dagelijkse boodschappen: vers brood, vleeswaren, groenten en kruidenierswaren. In de Buurtmarkt werken mensen met een beperking, zij worden daarbij begeleid door professionals van Cello. Dat is een zorginstelling die mensen met een beperking tot wonen, werk en vrijetijdsbesteding dienstverlening biedt.



Koningin Máxima bij Buurtmarkt Breedeweg

Buurtmarkt Breedeweg in Groesbeek was in het voorjaar van 2014 uitgebreid in het nieuws. Dinsdag 15 april werden zij verrast met het bezoek van koningin Máxima en 22 mei mochten zij, ook weer op uitnodiging van de koningin, op Paleis Noordeinde een Appeltje van Oranje in ontvangst nemen. Een bijzondere prijs. Een jaarlijks initiatief van het Oranjefonds waarbij drie succesvolle sociale initiatieven in het zonnetje worden gezet. De 'buurtmarktmedewerkers-met-een-beperking' zijn apetrots op hun prijs! Ze hebben maar liefst 15.000 euro en een bronzen beeldje ontvangen. www.buurtmarktbreedeweg.nl

Buurtmarkt Breedeweg is een initiatief van Pluyn. Zij bieden landelijke zorg en behandeling aan mensen met complexe zorgvragen. www.pluyn.nl

Aandacht voor elkaar

Projectleider Karin Brouwers van Cello: 'De Buurtmarkt wil graag een rol spelen in het streven van de wijk naar grotere aandacht voor elkaar en waar nodig, zorg te hebben voor elkaar. Maar niet de hoofdrol: buurtbewoners, vrijwilligers, cliënten en medewerkers van de Buurtmarkt hebben een even groot aandeel in dit proces. Het is een plek waar mensen elkaar kunnen ontmoeten; het kan een plek worden van waaruit mensen elkaar gaan helpen.' www.cello-zorg.nl

Rijdende winkels door het hele land

Persoonlijke aandacht en betrokkenheid

Dát is de rijdende winkel

De ondernemers die het afgelopen jaar de winkelwagen hebben laten restylen krijgen bijzonder positieve reacties van klanten. Het wordt steeds mooier in de buurt en het buitengebied.

Dit is de nieuwe winkelwagen van Wim Koens uit Nisse. Hij is trots op zijn M.A.N. van Dick Achterberg Rijdende Winkels. Hier zijn kleinzoon achter het stuur op de Van Tol Voorjaarsbeurs.



Hieronder de rijdende winkel van Erik van Haren uit Groenekan. In de stad Utrecht, De Bilt en Westbroek een vertrouwd beeld. Hij was blij verrast met de reacties op de nieuwe uitstraling van zijn wagen. 'Dat is een mooie nieuwe wagen, Erik!' Een goede opknappbeurt doet wonderen.



Hier een trotse Gerrit Eikelboom uit IJsselmuiden. In de zomervakantie heeft RENGOCAR zijn rijdende winkel compleet vernieuwd en is de nieuwe belettering aangebracht.



Boven, Bieleman met zijn vernieuwde wagen 'in de wijk' in Dalfsen. De firma Van Zwol heeft deze winkelwagen in het voorjaar onder handen genomen inclusief de belettering. Onder: het interieur van de rijdende winkel van Henk zoals die ook te zien was op de Van Tol Voorjaarsbeurs.



* Goede ideeën beginnen met goede koffie *

Goede ideeën voor in het nieuwe jaar? Ontdek de koffies uit de Douwe Egberts luxe filterkoffie range. Met onze luxe filterkoffie range kan iedereen op ieder gewenst moment precies de goede koffie zetten.

Voor meer informatie, kijk op www.de.nl

Erik Verhoef uit Nieuwegein



Broodjes voor bedrijven en boodschappen voor kinderdagverblijven

Om de kinderdagverblijven nog beter van dienst te kunnen zijn, heeft A.J.-Verhoef in samenwerking met het Online team van Van Tol Retail een pilot gedraaid met de webshop. Meer bestelgemak voor de klanten, meer efficiëntie in orderverwerking en voorraadbeheer, en ook andere klanten kunnen nu eenvoudiger online bestellen.

A.J.-Verhoef is een familiebedrijf, opgericht in 1956 door A.J. Verhoef. Hij startte in Vreeswijk met een melkwinkel waarbij hij de zuivel met een hondencar langs de deuren bracht. Dat werd een rijdende winkel en zo heeft Erik het vak geleerd. De bezorging van de boodschappen aan huis is voor hem vertrouwd, maar zijn vader zag meer toekomst in de levering aan bedrijven en Erik heeft die koers aangehouden. Niet zonder succes, want inmiddels is A.J.-Verhoef uitgegroeid tot een bedrijf met negen medewerkers. Ze zijn gevestigd in een functioneel bedrijfspand op de Betuwehaven in Nieuwegein.

Efficiënte bedrijfsvoering

Erik heeft de dagelijkse leiding over het bedrijf. Zijn visie is helder: 'Wij hebben een breed dienstenpakket en richten ons volledig op instellingen en bedrijven. Dat vereist een goede organisatie, goede faciliteiten en betrouwbare leveranciers. Ik wil graag dat iedereen goed zijn werk kan doen. Onze planningen zijn strak, maar iedereen weet wat er van hem of haar wordt verwacht. In het magazijn grijpen we niet mis, in de keuken is het team optimaal op elkaar ingespeeld en onze chauffeurs kunnen volgens planning de ritten verzorgen. Zo heeft iedereen plezier in zijn werk en kunnen we onze klanten een optimale service bieden. Daar gaat het uiteindelijk om.'



Compleet servicepakket

We hebben dagen dat er meer dan duizend broodjes de deur uitgaan en in de zomerperiode verzorgen we ook complete barbecues voor groepen van 20 tot meer dan 200 personen. Daarnaast verzorgen we nu voor een aantal bedrijven de exploitatie van de bedrijfskantine. A.J.-Verhoef levert dagelijks aan zo'n 80 kinderdagverblijven in de regio. Van Woerden tot Houten en van Utrecht tot Baarn. Zij bestellen zuivel, brood, vleeswaren, salades, vers fruit, maar ook luiers en toiletpapier. Van Tol en Versunie zorgen voor de aanlevering en de bestellingen lopen voor een belangrijk deel via LekkerMakkelijk.nl.



Maaltijdservice in Bodegraven

Online én via de telefoon bestellen

Dát is service!



LekkerMakkelijk.nl is de nieuwe maaltijden-service van Van Tol Retail. In Bodegraven draait het concept volop in pilot-vorm. Het Online team beheert de website en staat klanten te woord met de 'Oranje Telefoon'. Ondernemer Anton van Rijn bezorgt de maaltijden aan huis.



Met het sponsoren van de lokale Bodegraafse voetbalclubs Rohda '76 en Esto brengt Van Tol Retail de nieuwe gemaksformule LekkerMakkelijk.nl onder de aandacht. 'We sponsoren omdat we de sport en het verenigingsleven in Bodegraven uiteraard een warm hart toedragen. We zijn lokaal betrokken,' zegt commercieel directeur Michael van den Hurk van Van Tol Retail. 'Zo kunnen we laten zien wat we Bodegraven te bieden hebben.'

Vers bereide maaltijden

LekkerMakkelijk.nl is de website waar je met veel gemak dagelijkse maaltijden kunt bestellen. Ze zijn van een hoog niveau in smaak en voedzaamheid, en van een kwaliteit die ver uitstijgt boven het aanbod in de supermarkt. Veel ouderen, alleenstaanden en mensen met weinig tijd hebben doordeweeks behoefte aan een goede, betaalbare, maar vooral gezonde en voedzame maaltijd. Zeker in de winterperiode is het voor veel ouderen erg prettig wanneer hun maaltijden aan huis worden bezorgd, maar ook in de zomer is er behoefte aan gemak. Op LekkerMakkelijk.nl kunnen deze doelgroepen sinds kort maaltijdpakketten bestellen. Deze bestaan uit vijf maaltijden voor 25 euro. De pakketten worden aan huis bezorgd, zodat een klant voor elke doordeweekse dag een makkelijke maaltijd in de koelkast op voorraad heeft. Zowel de consumenten als zorgfunctionarissen vanuit de gemeente zijn zeer gecharmeerd van het feit dat LekkerMakkelijk.nl juist vés gemaakte maaltijden levert in plaats van diepvriesmaaltijden. Dat is met name voor de gezondheid van ouderen van groot belang. De Bodegraafse ondernemer Anton van Rijn doet de bezorging. Op maandagen worden de maaltijdpakketten bezorgd, omdat de meeste mensen behoefte hebben aan een warme avondmaaltijd op weekdagen. In de weekenden is de warme maaltijd minder vaak een probleem. De service zal op termijn ook in andere regio's worden uitgerold. Uniek voor Bodegraven is een was- en strijkservice die in 2015 op verzoek van de gemeente Bodegraven-Reeuwijk wordt toegevoegd aan het service-pakket.

Voor al ouderen die langer thuis (willen) blijven wonen, is de maaltijdservice een goede oplossing. Maar ook voor tweeverdieners en alleenstaanden is het een uitkomst. De campagne in Bodegraven en omstreken richt zich echter in eerste instantie op ouderen.

Ook een belservice

Het Online team van Van Tol is nauw betrokken bij deze pilot. Bo van den Berg: 'De bestellingen die de klanten bij Van Rijn doen op LekkerMakkelijk.nl, worden automatisch opgenomen in het logistieke systeem en afgeleverd bij de ondernemer. Naast de maaltijden biedt LekkerMakkelijk.nl de klant een keuze uit ongeveer honderd producten uit het vaste assortiment die kunnen worden besteld en tegelijk met de maaltijden worden thuisbezorgd. Dit zijn producten die bij de maaltijd horen, zoals toetjes.' Anneloes Kwakkenbos: 'Klanten reageren heel positief. We zijn als Online team met de ondernemer maaltijden gaan bezorgen. Zo hebben deze klanten ook een gezicht erbij als ze ons bellen. Soms bellen we een klant op wanneer zijn of haar bestelling niet is ontvangen; dan zijn ze blij, omdat ze het zelf meestal gewoon vergeten zijn. We brengen de bestelling tot in de koelkast en maken soms een praatje. Dat is een service die veel mensen niet meer gewend zijn, maar die zeer welkom is.' Nog belangrijker is de reactie op de maaltijden zelf. Tessa Voordouw: 'De smaak en de kwaliteit van de maaltijden worden zeer goed gewaardeerd. De klanten proeven een groot verschil met diepvriesmaaltijden.'



DEZELFDE KRACHTIGE SMAAK IN EEN NIEUWE FLES



Met trots voor u gebrouwen - Geen 18, geen alcohol

Nieuw concept voor recreatiewinkels

Dé formule voor winkels op recreatie- en vakantieparken

De ontwikkelingen in de vakantie- en recreatiemarkt en de vragen van ondernemers waren voor Van Tol Retail aanleiding een compleet nieuwe formule te ontwikkelen voor recreatie-winkels op vakantieparken, campings en jachthavens. Michaël Kruysen is de formulemanager van de nieuwe RECRA-formule. Met zijn jarenlange ervaring bij o.a. Landal Greenparks heeft hij de knowhow van Van Tol Retail en wensen van ondernemers weten te vertalen in een totaal concept. Dat gaat dus veel verder dan alleen het ontwikkelen van een logo en een aantal sfeerpanelen.



Het concept RECRA foods and goods is gebaseerd op de vijf genietmomenten van de dag. Ontbijt, koffie, lunch, borrel en diner. Het assortiment, de versbeleving, routing en inrichting van de winkel zijn daarop afgestemd. Met de Dagwinkels bewijzen Van Tol en Versunie dat je als ondernemer een uitstekend renderend versassortiment kunt aanbieden. Dat kan ook in een RECRA-winkel. Van bake-off in de winkel tot een aantrekkelijk agf-eiland. Verse zuivel, kaas en vleeswaren. Vlees voor de gourmet, barbecue of gewoon een lekker gehaktballetje bij een Hollands potje. Maar een breed aanbod van wijnen, speciaalbieren en snacks zijn essentieel voor een complete recreatiewinkel. En uiteraard is er een aantrekkelijke en praktische presentatie voor het non-food assortiment. Ook daar kan Van Tol Retail in voorzien. Voor de camping, het strand, op het water, de sport en de uitstapjes.

Eigentijdse huisstijl

Ander aspect van de formule is de huisstijl en uitstraling. De look and feel. Die is warm en appelleert aan het buitenleven. Een kleurpallet dat past bij de vakantie in de natuurlijke omgeving. En mooie, sfeervolle productfoto's die duidelijk maken dat je juist op je vakantiebestemming kunt genieten van het goede leven.

Michaël Kruysen: 'De eerste reacties van ondernemers op het nieuwe concept zijn zeer positief. De locaties en accommodaties van recreatiewinkels zijn divers. Uitdaging is om in iedere winkel een RECRA-sfeer te creëren door consequente toepassing van de kleuren en huisstijl elementen die zijn vastgelegd in het formulehandboek. Hierbij houden we uiteraard rekening met de huidige vloer, inventaris en voorzieningen. Ondernemers zitten nu eenmaal niet te wachten op enorme investeringen, maar juist op commitment en partnership. Wij ook. De periodes waarin je het geld kunt verdienen zijn in de recreatiebranche beperkt. Juist daarom is het van belang dat de winkels een prettige sfeer en eigentijdse uitstraling hebben en voorzien in de behoefte van het vakantiepark.'

Full service-concept

De uitdaging is om de klanten ervan te overtuigen dat ze voor de dagelijkse boodschappen gewoon op het park kunnen blijven. Dat doe je niet alleen met een goed assortiment, maar de klanten moeten zich thuis voelen in hun eigen vakantiewinkel op het park. De RECRA-formule gaat verder dan alleen het plaatsen van een logobord en wat sfeerpanelen. Het is een totaalconcept waarmee we ondernemers inspireren en ondersteunen.'





Versunie en Van Tol passen perfect bij elkaar

De overname van Versunie door Van Tol Retail is een belangrijke stap voor beide bedrijven. De samenwerking was al intensief, maar het afstemmen van alle klantencontacten biedt snelheid en efficiëntie. Een interview met directeur Aalzen Aikema over ontstaan en ontwikkeling van de kleinschalige versdistributie.



Aalzen Aikema: ‘Prachtig om te zien hoe mooi Versunie zich heeft ontwikkeld.’

Waarom Van Tol Retail en Versunie zo goed bij elkaar passen, kan niemand beter uitleggen dan Aalzen Aikema. Met de overname van Versunie door Van Tol is Aikema verantwoordelijk voor de dagelijkse leiding. Een goede keuze, want in 1997 komt hij in zijn functie als directeur bij Van Tol met het idee om een bedrijf te starten voor versdistributie in kleine besteleenheden. Aikema: ‘De kleine winkels konden destijds niet voldoende vers verkopen. Pakken Mona bijvoorbeeld, worden geleverd per twaalf in een omdoos. Dat is voor een kleine winkel te veel; dat verkoop je niet in een week en dat leidt tot derving. Door dergelijke artikelen niet in te kopen, kan een winkel geen mooi assortiment in vers aanbieden en dat kost klanten. We hebben in die tijd gezocht naar een oplossing om per stuk te gaan leveren, al leek dat logistiek eigenlijk onmogelijk.’

Hoe is dit destijds aangepakt?
‘In Bodegraven hebben we een koelpakhuis van Speksnijder gehuurd, waarin we een klein assortiment hebben opgebouwd. Met twintig ondernemers in de regio zijn we begonnen, met drie leveringen per week. Dat liep direct al heel goed, want die winkels gingen veel meer verkopen. Zo goed, dat we het groots wilden aanpakken. We kwamen uit bij Kaandorp in Heerhugowaard. Zij leverden al kaas en vleeswaren aan ondernemers in Noord-Holland. Door samen te werken konden we elkaar versterken.’

En dat werkte goed?
‘Zeker. In 1997 zijn we gestart, met 800 producten. Dat ging steeds beter en onze ondernemers waren heel tevreden. Omdat het zo goed werkte, konden we steeds verder uitbreiden - inmiddels leveren we zo’n vijfduizend artikelen. Vier jaar na de start was het pand aan de Snelliusweg te klein en verhuisden we naar de Copernicusstraat. Daar beschikken we nu over achtduizend vierkante meter, van waaruit we elke week 380.000 artikelen uitleveren. In het hoogseizoen zitten we zelfs tegen een half miljoen. Maar het gaat niet om de grootte, het gaat om wat we doen: Versunie is een fantastisch bedrijf geworden. Het is indrukwekkend om te zien wat er hier dagelijks aan vis, vlees en groenten in en uit gaat. ‘s Morgens besteld, ‘s middags hier en de volgende ochtend in de winkels. Dat is ongelooflijk knap. De logistiek is zo goed dat we nauwelijks derving hebben. Daar kunnen we allemaal heel trots op zijn. Dat is uniek en doet niemand ons na!’

Versunie heeft zich in zeventien jaar fantastisch ontwikkeld. Waarom is het dan toch belangrijk dat Van Tol Retail Versunie heeft overgenomen?
‘Versunie was een samenwerking en was al voor 50 procent eigendom van Van Tol, maar het functioneerde als een zelfstandig bedrijf. Een apart bedrijf met zijn eigen belangen en eigen visie. Dat betekent in de praktijk dat keuzes die worden gemaakt bij Van Tol, vervolgens bij Versunie opnieuw moeten worden besproken. Zo werkt alles in twee stappen. Door er één bedrijf van te maken, kunnen we voor onze leveranciers én voor onze klanten sneller werken. Versunie en Van Tol zijn nu één organisatie, en onze partners hebben nu één aanspreekpunt voor alle afspraken over de folders, de winkels en de assortimenten. We kunnen nu veel gericht werken voor onze klanten en dus voor de consumenten. Ook zouden we veel makkelijker leverantiers kunnen combineren, zoals diepvries - dat vanuit Bodegraven komt - en het vers van Versunie. We rijden soms naar verre locaties met twee keer een halve vrachtwagen. Dat kan slimmer natuurlijk, bijvoorbeeld door transporten te combineren.’

Logistiek is het dus slim. Maar passen de bedrijven ook bij elkaar?
‘Jazeker. Ik vind dat in beide bedrijven dezelfde goede sfeer heerst. Hard werken, professioneel, maar ook een groot gevoel van saamhorigheid en veel gevoel voor humor. Ik merk dat de meeste medewerkers van Versunie blij zijn dat Van Tol het bedrijf heeft overgenomen, mede omdat het de toekomstbestendigheid ten goede komt: samen zijn we sterker.’

Bij overnames is er altijd de huiver of alle banen wel blijven bestaan. Heeft die zorg gespeeld bij de overname?
‘Die zorg is niet nodig. Versunie en Van Tol zijn twee bedrijven die elkaar aanvullen, het is niet twee keer hetzelfde. Ook de vraag of we wel in Heerhugowaard blijven is niet aan de orde. We hebben het pand gekocht en dat doe je niet als je van plan bent te gaan verhuizen. Voor onze medewerkers verandert er eigenlijk weinig, we blijven dezelfde winkels bevelen.’

Hoe is het voor u om nu weer terug te zijn bij Versunie, het bedrijf dat u destijds zelf mede heeft opgezet?
‘Geweldig. Ik vind het prachtig om te zien hoe mooi Versunie zich heeft ontwikkeld en welke kwaliteit het bedrijf levert. En omdat ik beide bedrijven ken, zit ik hier natuurlijk goed op mijn plek.’

Bij Versunie werken 135 mensen, veel oproepkrachten en 72 vaste medewerkers. Veel van hen werken in de orderpicking. Daarnaast is er de verkoopbinnendienst: vijf medewerkers die de contacten onderhouden met de winkels en al hun vragen beantwoorden. De verkoopbuitendienst, die bestaat uit zes medewerkers, verzorgt de klantenbezoeken, de acquisitie en het verbouwen en inrichten van winkels. Verder is er het voorraadbeheer, de administratie, de kwaliteitsmanager, de chauffeurs en de inkoop.



Betrouwbare partner voor leverancier en ondernemer

Dagelijks ervaren ondernemers de bijzondere kwaliteit en service van Versunie. Superverse producten op de afgesproken tijd en plaats in de juiste hoeveelheid. Per stuk bestellen? Ja, dat is mogelijk. Zo blijft de derving beperkt en kun je toch een breed assortiment aanbieden. Maar ‘partners in vers’ betekent ook een

optimale relatie met leveranciers. Partnership met startende kleine leveranciers en ook de grote gevestigde merken. Versunie staat als versgroothandel open voor innovaties. Ze biedt producenten de kans om aantrekkelijke versconcepten te vermarkten.

www.versunie.nl

Klokje rond bij Versunie: 24 uur in de weer met vers

Wie ooit de gelegenheid heeft om in Heerhugowaard te kijken naar de distributie van Versunie, kan niet anders concluderen dan dat het bijzonder indrukwekkend is wat de 135 medewerkers hier in Noord-Holland presteren. In enkele beelden een kleine impressie van 24 uur Versunie.

De grote kracht van Versunie is dat het bedrijf een modus heeft gevonden waarin verse, gekoelde producten per stuk kunnen worden besteld en binnen 24 uur worden geleverd. ‘s Morgens worden bestellingen van ultraverse producten als vis opgenomen. ‘s Middags en ‘s avonds worden ze in Heerhugowaard cross dock afgeleverd en gereedgemaakt voor het gekoelde transport naar de winkels, waar ze de volgende ochtend worden bezorgd. Gedurende de ochtend en middag stroomt het laadperron steeds voller met de bestellingen vanuit voorraad. Orderpickers verwerken de gegevens met een pols-unit, hiermee kunnen zij orders direct verwerken en onmiddellijk actie ondernemen bij manco’s.

Vitaal: ‘Super voor de zorg’



Vitaal is de zelfstandige business unit van Versunie die zich in het bijzonder richt op de zorgsector. Vitaal biedt dezelfde unieke mogelijkheden als Versunie, met de fijnmazige, hoogfrequente versdistributie en de mogelijkheid van per stuk bestellen.

Jeroen Schouten, manager van de business unit: ‘We leveren het volledige assortiment boodschappen op huiskamerniveau voor kleinschalige woonvormen van zorginstellingen.’ Vitaal werkt met een eigen gebruiksvriendelijke website, www.vitaalsuper.nl. Klanten komen via een eigen inlogcode in de webshop, waar het assortiment van duizenden artikelen met foto’s wordt gepresenteerd. Bestellen gaat eenvoudig met een clickstream. De handige budgetteller houdt bij hoeveel er is besteld en wat het budget is. De website biedt ook inzicht in lopende bestellingen; handig als er in wisseldiensten wordt gewerkt.



Jeroen Schouten, businessmanager Vitaal

Vitaal richt zich op de intramurale zorgmarkt: verpleeghuizen, verzorgingshuizen en kleinschalige woonvormen in de huiselijke sfeer. Schouten: ‘Ook hier geldt: vandaag besteld is morgen in huis. Omdat de zorginstellingen optimaal verse producten in huis krijgen, heeft dat een gunstige invloed op het rendement en budget van de zorgorganisatie in zijn geheel.’ www.vitaalsuper.nl

Ontbrekend assortiment kan vaak dezelfde dag nog worden binnengereiden. Tegen 23.00 uur staat het laadperron uiteindelijk vol met zo’n tweehonderd containers. Tijdens de avondcontroles wordt ook tijd gemaakt om de voorraad in het magazijn op kritische punten te controleren, elke dag opnieuw.

Orderpicking in de nacht
De nachtploeg is drie man sterk. Dit team is in de weer met de allerlaatste producten van bestellingen. Tegen elf of twaalf uur ‘s avonds worden de ultraverse producten zoals brood aan de gereedstaande orders toegevoegd. Vanaf 01.00 uur worden de vrachtwagens stuk voor stuk geladen en vanaf 02.30 uur kunnen de eerste chauffeurs de weg op naar de winkels. Heel bijzonder is de verwerking van de specifieke wensen van klanten: welke producten ze in kratten geleverd willen krijgen, en welke artikelen boven in

de container moeten worden geplaatst. De klantwensen worden automatisch vermeld op de stickers op de container. De foto’s op deze pagina’s geven een indruk van de dagelijkse activiteiten bij Versunie, 24 uur per dag, het hele jaar door. Verse producten: vlees, vis, groente en fruit, kaas, zuivel en brood. Elke dag opnieuw en per stuk bestelbaar. De nachtploeg veegt het magazijn schoon zodat het laadperron gereed is voor de volgende dag.

Het gehele jaar door
Januari en februari zijn rustige maanden, met vakantieweken als tijdelijke uitschieters. In april starten de recreatiewinkels weer op, hun seizoen duurt tot eind oktober. Dan is het even rustiger, tot in december de bungalowparken hun bestellingen plaatsen. In de drukke periodes worden hier wekelijks wel een half miljoen producten van het magazijn naar de klant gebracht.





VANAVOND OOSTERS GENIETEN MET CONIMEX!



Van Tol Import-Export



Neerlands trots over de hele wereld

‘Het afgelopen jaar was het vertrek van Peter Boer, acht jaar onze gewaardeerde collega, mede aanleiding om de organisatie binnen Van Tol Import - Export af te stemmen op de ontwikkelingen in de markt en de groei van onze activiteiten. De belangrijkste reden voor die toename is ons krachtig portfolio, de persoonlijke aandacht en onze aanpak. Huidige klanten waarderen dat steeds weer en nieuwe klanten zijn aange-naam verrast. Het is de combinatie van specifieke kennis van de foodretail, geautomatiseerde logistieke processen en een groot netwerk van relaties.’ Aldus Arthur Oosterom.

Ook verkrijgbaar in Zamalek, New Cairo en Sheik Zayed

Arthur Oosterom is verantwoordelijk voor trademanagement binnen Van Tol Import-Export. Hij is direct aanspreekpunt voor klanten, vaak ook eigenaren van retailorganisaties in Azië, Australië of Afrika. Dat kunnen kleine supermarkten zijn in een centrum, maar ook superstores aan de rand van grote steden of in de regio. De cultuur en eetgewoontes zijn op elk continent, in elk land anders, maar steeds weer blijkt een toenemende voorkeur voor Westerse en met name Nederlandse producten. Soms zijn de verzoeken heel concreet, maar vaak wordt er per categorie gevraagd om passende producten. En daar ligt de grote toegevoegde waarde van Van Tol Import-Export; zij adviseren, zoeken op de Nederlandse en Europese markt naar geschikte fabrikanten, ontwikkelen zonodig unieke verpakkingen en dragen zorg voor het gehele orderproces. Die aanpak wordt gewaardeerd. Sinds dit jaar ook in Egypte.



Daily Dutch? Ja, dat is melk uit Nederland. Een merk van Van Tol Import-Export. Ontwikkeld voor markten in Azië, het Midden-Oosten en het Caribisch gebied. Melk wordt in die landen gezien als een puur natuurproduct zonder toevoegingen. De heldere wolkenluchten, frissgroene weilanden en grazende koeien bevestigen dit beeld. Voor kinderen, maar ook volwassenen is het een belangrijk voedingsmiddel voor de groei en het opbouwen van een goede weerstand. Dit was dan ook het uitgangspunt bij de ontwikkeling van het merk Daily Dutch. Sympathieke illustraties van koetjes in combinatie met Nederlandse icoontjes zoals de molens en het boerenhek. Het zijn inmiddels goede vriendjes geworden van vele consumenten in Egypte. www.dailydutch.org en facebook.com/DailyDutchMilk



Hollands succes op SIAL in Parijs

In de eerste weken van oktober was er in Parijs geen redelijk geprijsde hotelkamer meer beschikbaar. Vanuit de gehele wereld verbleven gasten in de lichtstad om een meerdaags bezoek te brengen aan de foodbeurs SIAL. Van Tol Import-Export was daar met een sterk team vertegenwoordigd. De stand is een vertrouwd onderdeel van het Holland Paviljoen en trok weer veel bezoekers. Op afspraak, maar ook passanten, waarvan er inmiddels een aantal klant is. De presentatie van onze premium brands is indrukwekkend en maakt retailers toch nieuwsgierig: de aanwezigheid op de beurs leverde ruim 200 gerichte aanvragen op.



Thuis in het Caribisch gebied? Daarom zijn we drie keer per jaar veertien dagen op de Antillen.

Patrick Vermeulen en Manon Swieb zijn de twee contactpersonen voor onze opdrachtgevers op de Nederlandse Antillen.

Dat zijn supermarkten die al decennia lang het hele jaar door containers met artikelen uit Bodegraven ontvangen. Uiteraard wordt er veel online besteld en gecorrespondeerd, maar het persoonlijke contact is essentieel voor onze relaties. Daarom gaat Patrick in januari, mei en september twee weken naar de Antillen. Dat is natuurlijk een geweldige bestemming, maar zijn agenda is volgepland. Hij vliegt van het ene naar het andere eiland, bezoekt de supermarkten en kantoren, evalueert de voorbije maanden, doet voorstellen, houdt presentaties en neemt orders op. En aan het eind van elke dag zit hij als een moderne handelsreiziger achter zijn laptop alle gegevens en bevindingen van de dag in te voeren zodat Manon in Bodegraven een paar uur later alles kan verwerken. Dat is teamwork. Dat is de kracht van Van Tol Import-Export.



Dutch premium brands in het schap in Amerika en Canada. Hoe krijg je dat voor elkaar?

Hoe breng je de de Oosterse keuken van Conimex en Heinz Sandwich Spread in Canadese en Amerikaanse huishoudens? Dat kost heel veel tijd en geduld. Maar als

je gelooft in je producten en je hebt de kennis, ervaring en het netwerk is het de moeite meer dan waard. Van Tol Import-Export heeft het laten zien en bewijzen dat nu elke maand weer. Olga Langerak is de accountmanager voor merkimporteurs van onder andere de ‘Nederlandse juwelen’ Calvé, Hak, De Ruijter, Karvan Cevitam en Honig. Zij reist regelmatig door Europa, maar dus ook naar Noord-Amerika. Daar is zij dan een aantal dagen actief op inkoopmeetings van de importeur. Dat is te vergelijken met de jaarlijkse inkoopbeurs in Houten van Van Tol. Dat zijn veel presentaties, tastings en orders. ‘How are you today? Nice to meet you.’ We love Dutch premium brands!



Wij proosten op het nieuwe jaar

De samenwerking tussen van Tol Retail en FrieslandCampina is gebaseerd op marktgerichtheid, merken bouwen met een visie. Dit alles in belang van de ondernemers. Proost op 2015!

FrieslandCampina Foodservice
Postbus 640 - 3800 AP AMERSFOORT - Tel. 033 - 713 33 33



De vertrouwde service ook steeds meer online

Het team achter de webwinkels

Met Heimweewinkel.nl en LekkerMakkelijk.nl heeft Van Tol twee webshops voor de internationale en regionale verkoop van levensmiddelen. Het Online team zorgt er achter de schermen voor dat deze winkels netjes worden bijgehouden.

Heimweewinkel.nl is een webshop voor oer-Hollandse producten bestemd voor Nederlanders in het buitenland die veel producten van thuis zo missen, maar ook voor al die Nederlanders die dergelijke producten zelf vanuit ons land naar hun familie in het buitenland sturen en nu kiezen voor het gemak van een gespecialiseerde webshop. Bestellingen, uit een assortiment van duizend producten, worden binnen vier weken overal ter wereld afgeleverd. Het gaat veelal om merken die al twintig tot veertig jaar op de markt zijn, of soms nog veel langer zoals Douwe Egberts, Calvé, Bolletje en De Ruijter. Heimweewinkel.nl bezorgt van Canada tot Australië van Brazilië tot China.

De webshop is beschikbaar
LekkerMakkelijk.nl is de website die de winkels van Van Tol ondersteunt. De website is gebaseerd op het consumentenmagazine 'Lekker Makkelijk', al jaren een gezellig en aantrekkelijk medium met recepten, tips en ideeën voor 'lekker leven'. De vernieuwde website heeft dezelfde sociale functie als het magazine en de winkels: een omgeving waar klanten van buurtverzorgende ondernemers elkaar kunnen treffen. In Bodegraven en Nieuwegein lopen twee, overigens heel verschillende pilots, voor de webshop van LekkerMakkelijk.nl. De drijvende kracht achter de webshops is het Online team. Tessa Voordouw is verantwoordelijk het artikelbeheer voor de webshops: zij zorgt ervoor dat elk artikel is voorzien van de juiste productgegevens. 'In principe bieden we nu drieduizend artikelen op de site. Maar wat

daarvan online komt zal per ondernemer verschillen, afhankelijk van zijn eigen assortiment in de winkel. Hij maakt zelf de selectie voor zijn LekkerMakkelijk-website.'

Anneloes Kwakkenbos is vooral druk met Heimweewinkel.nl. 'Deels met artikelbeheer, deels met marketing en social media. Maar dat doe ik samen met Bo van den Berg. Ook voor LekkerMakkelijk.nl doen we veel samen voor de nieuwe maaltijdservice. Onze jobs lopen nogal in elkaar over.' Bo doet behalve de marketing ook het Photoshop-werk voor de websites. Het Online team doet echter veel meer dan digitaal vakkenvullen. De marketingactiviteiten en de commercie van de webwinkels liggen namelijk ook in handen van dit team. Er is een constante controle van de functionaliteiten van de webwinkels: werkt alles voor de klant zoals het zou moeten werken? Niets is zo hinderlijk als een website die vastloopt. Alle knelpunten worden doorgegeven aan de programmeurs die de techniek verzorgen, zodat de webshops op elk moment optimaal functioneren.

Zoals gezegd is het Online team ook direct betrokken bij de opstart van de maaltijdservice. In Bodegraven loopt de pilot met verse gemaksmaltijden voor ouderen, alleenstaanden en mensen met weinig tijd. Tessa, Anneloes en Bo zijn lokaal actief met de marketing van deze service, maar ook met de bezorging. Zo weten zij hoe klanten reageren op de maaltijden en weten klanten wie er op het hoofdkantoor werkt als zij via de 'Oranje Telefoon' bestellingen doorgeven of vragen stellen.



Het Online team van Van Tol: Anneloes Kwakkenbos, Bo van den Berg, formulemanager Thijs Kwakkenbos en Tessa Voordouw.

Van Tol Import-Export



Restyling huiskamer Everyday



De huisstijl en verpakkingen van ons huiskamer Everyday krijgen een nieuwe vormgeving en uitstraling. Zo wordt het assortiment nog toegankelijker voor de consument. De vernieuwde verpakkingen zijn overwegend wit uitgevoerd en dragen alleen de nodige informatie, met vooraan in het groot de benaming en een foto of een venster dat het product duidelijk laat zien. Op de overzichtelijke verpakking ziet de klant in één oogopslag waarover het gaat en kan hij snel zijn keuze maken. Het nieuwe logo staat groot bovenaan de verpakking. De eerste nieuwe verpakkingen liggen al in het schap.

Exclusieve import van Terra Delyssa olijfolie uit Tunesië

Terra Delyssa uit Tunesië is de grootste olijfolieproducent van Noord-Afrika. Zij voeren een compleet assortiment olijfolieproducten. Allemaal geoogst, geperst en verpakt binnen dezelfde organisatie. Dat garandeert een constante kwaliteit. De smaak is mild en fruitig en perfect voor dagelijks gebruik. Van Tol Import-Export is exclusief importeur voor Nederland van dit mooie product met een modern en opvallend design. Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Patrick Oosterom.



Voordeelpack Chovi Allioli en Salsa la Brava

Van Tol Import-Export is importeur van de Spaanse fabrikant Chovi. Bekend van het gele kuipje met de oortjes. De traditionele allioli. Intens romig met knoflook en olijfolie. Deze is nu als voordeelpack verkrijgbaar met de pittige variant. De Salsa Brava, in het oranje kuipje. Heerlijk bij vlees, vis, als dip of op een stuk brood.





HET NIEUWE ONTBIJT VOOR DE GEHAASTE OCHTEND!

* LiGA belVita ontbijtbiscuits zijn rijk aan langzaam verteerbaar zetmeel dat langzaam wordt vrijgegeven na vertiering. Consumptie van producten met een hoog gehalte aan langzaam verteerbaar zetmeel doet het bloedglucosegehalte minder stijgen na de maaltijd dan producten met een laag gehalte aan langzaam verteerbaar zetmeel.

LiGA belVita Breakfast:
energie voor de hele ochtend*

Voor die ochtenden waarop er te weinig tijd is om rustig aan tafel te ontbijten, hebben de voedingsexperts van LiGA belVita Breakfast ontwikkeld. Het zijn de enige ontbijtbiscuits die wetenschappelijk bewezen langzaam koolhydraten vrijgeven gedurende 4 uur, als onderdeel van een gebalanceerd ontbijt.

Create delicious moments of **JOY**

Mondelēz
International

De vertrouwde service ook steeds meer online

Buitendienst opnieuw ingericht

Doordat Van Tol is samengegaan met Versunie zijn de buitendiensten van beide bedrijven samengevoegd. Het is immers veel makkelijker als klanten bezoek krijgen van één persoon die de afspraken maakt voor zowel Van Tol als Versunie. Tegelijk is er een onderverdeling gemaakt tussen de eigen formules en de klanten die daar niet toe behoren. De groep 'Formules' omvat alle klanten die met een van de Van Tol-formules werken: Dagwinkel, LekkerMakkelijk/Troefmarkt, Springer en Recra. Onder 'Concepten' vallen alle andere klanten van Van Tol: van grote organisaties als Roompot, Duinrell, Center Parcs Kalkdijk, Den Helder Stores en Holland Food Services tot heel kleine winkels waar Van Tol slechts af en toe aan levert. De tweedeling is nodig omdat de twee

groepen een verschillende aanpak vereisen. Voor de winkels van de eigen formules verzorgt Van Tol een brede ondersteuning, met twee medewerkers in de buitendienst. Bij formules gaat het naast de goederenstroom ook om de uitstraling van de winkels, de inrichting en bijvoorbeeld de bedrijfskleding. Bij de concepten van derden levert Van Tol geen bijdrage aan vormgeving of formulebouw; deze klanten worden uitsluitend bediend met de levering van de juiste goederen. Vanaf nu kan elke afdeling beter focussen op de eigen klanten. De groep Concepten wordt aangestuurd door hoofd buitendienst Simon van der Lee. De formules worden aangestuurd door formulemanager Thijs Kwakkenbos.

Lekker Makkelijk als formule

Van Tol Retail heeft de keuze gemaakt om de Troefmarkt-formule niet langer te ondersteunen. Voor de huidige Troefmarkten en nieuwe ondernemers met een buurtwinkel is de Lekker Makkelijk-formule ontwikkeld. Op basis van het formulehandboek kan in overleg met de ondernemer een plan worden gemaakt voor de ombouw en inrichting van de winkel. Voor exterieur en interieur, maar ook voor de verschillende de communicatiemiddelen is materiaal beschikbaar.

lekker
makkelijk.nl
Handboek

Formule signing
Lekker Makkelijk



December 2014

Bunzl Retail & Industry

Vers blijft langer vers met de concepten van Bunzl

Bunzl levert een totaalassortiment verpakkingen, disposables en hygiëneproducten aan supermarkten en speciaalzaken. Een veelzijdige partner van Van Tol Retail en zijn ondernemers. Wij houden alle artikelen voor klanten op voorraad en leveren die na bestelling via Van Tol uit.



Tap & sap

Ook het afgelopen jaar heeft de Zumex persmachine bij veel supermarkten voor extra omzet en versbeleving gezorgd. Klanten willen steeds meer duidelijkheid over wat ze eten en drinken. Zelf vers sinaasappelsap tappen is dan ook een logische keuze. Dankzij de handzame r-PET flesjes van Bunzl is het sap makkelijk te drinken op elk gewenst moment van de dag. Ze zijn gebruiksvriendelijk en hygiënisch, want ze worden geleverd met de dop erop.



Groene AGF-zak

Bunzl heeft een zeer duurzaam alternatief voor de huidige plastic groentezakken. Met dezelfde kwaliteit en gebruiksgemak leveren wij de groene AGF-zak. De Groene AGF-zak is voor ca. 90% gemaakt van suikerriet. In tegenstelling tot aardolie is suikerriet een hernieuwbare grondstof die elk jaar opnieuw kan worden aangeplant. Hierdoor wordt het gebruik van aardolie gereduceerd, wat bijdraagt aan een beter milieu.

Thermobag

De ideale tas voor het bezorgen, verzenden en afhalen van food. Sterk, duurzaam en eenvoudig schoon te houden. Dankzij de thermovoering en gebruik van koel-elementen in de vaste schuifvakken blijven producten op juiste temperatuur. En dankzij een enveloppenvak op de voorkant kunnen adres- en retourgegevens eenvoudig worden gecommuniceerd. De Thermobag is naar eigen wens te bedrukken en in twee maten verkrijgbaar.



Ananasmachine

De Pine-O-Matic snijdt in maar liefst 18 seconden een ananas consumptieklaar. En de klant kan ook nog zien hoe dat gebeurt. Een knap stukje techniek, ontwikkeld in Nederland. De machine is snel en eenvoudig schoon te maken. Om het Pine-O-Matic concept compleet te maken levert Bunzl bijbehorende emmertjes voor de klant en de afval- en schoonmaak-artikelen voor in de winkel.



BUNZL

RETAIL &
INDUSTRY

Delta 2
6825 MR Arnhem
T: 026 384 38 38
info-arnhem@bunzl.nl
www.bunzl.nl/retail-industry



Met oog voor de maatschappij

Noblesse oblige: wie goed onderneemt, doet dat met oog voor zijn omgeving. Zo ook Van Tol. Dat kan in kleine dingen zitten en vaak kost het niet eens veel moeite. Ook voor lokale ondernemers is het belangrijk om op gezette tijden het sociale gezicht te laten zien. In Bodegraven sponsort Van Tol de lokale voetbalclubs. We maken reclame langs de velden voor ons Bodegraafse initiatief van gemaksmaaltijden via LekkerMakkelijk.nl. De clubs zijn gebaat bij de sponsoring en onze maaltijden komen zo in beeld bij jonge vaders en moeders, van wie de eigen ouders vaak behoefte hebben aan verse en gezonde maaltijden. Op weer heel ander vlak sponsort Van Tol de gezondheid van relaties en collega's in het racefiets team '100% NL - Hollandse Dip'. Medewerkers, leveranciers en andere

relaties fietsen twee keer per jaar samen, tijdens de Amstel Gold Race en de Gerrie Knetemann Classic. Weliswaar in een teamoutfit van Hollandse Dip, maar toch vooral voor de goodwill en de goede relatie. Maatschappelijk ondernemen kan ook zonder dat je er iets voor terugkrijgt. Zo startte Ester Broug het initiatief om groenten van door de Rusland-boycot gedupeerde telers op te kopen en te schenken aan voedselbanken. Van Tol droeg zijn steentje bij door kosteloos het transport te verzorgen: vijftienduizend komkommers werden van de teler in Pijnacker naar de voedselbank in Arnhem vervoerd. Het is maar de vraag of je er 'niets' voor terugkrijgt. Immers: wie goed doet, goed ontmoet.



VAN TOL
RETAIL

Lekker Makkelijk

Het leukste magazine van de buurt

Met het magazine, de website, de week-folder en de acties in samenwerking met Radio 100% NL is Lekker Makkelijk een krachtig mediaplatform met een groot bereik. Met name in die gebieden waar veel retailbedrijven zich hebben teruggetrokken. In het gehele land, tot in de kleinste dorpen, en in de vakantieperiodes ook op vele campings en recreatieparken is het magazine verkrijgbaar bij de ondernemers die herkenbaar zijn aan de Lekker Makkelijk.nl-sticker op de deur.

Middelpunt van de buurt

De basis voor het redactioneel concept is de sociale en maatschappelijk functie van de buurtsuper en rijdende winkel. Hier doen de buurtbewoners de dagelijkse boodschappen, maar ze waarderen ook het sociaal contact met de ondernemer, zijn medewerkers en dorpsgenoten. Het is voor veel mensen de plek voor het dagelijkse praatje en de uitwisseling van nieuwtjes over het leven van alle dag. Die onderwerpen vinden de klanten ook terug in het magazine met rubrieken als In de buurt, Traditie en nostalgie en Natuur en platteland. De meest populaire rubrieken zijn het portret van de ondernemer en de praatjes met plaatjes van de klanten. Uiteraard staan er ook lekkere en gezonde recepten in het blad en op de website.



Het hele jaar door is
Lekker Makkelijk ook te
horen in commercials
op **Radio 100% NL** en
Radio 10!

Acties met voordeel
voor de consument én
de Lekker Makkelijk-
ondernemers.



Lieke & Max zorgen weer voor vakantieplezier

Lieke & Max zijn inmiddels vertrouwde vriendjes van de Lekker Makkelijk-lezers. Zij hebben elk nummer een eigen strip op de achterzijde en ook afgelopen jaar verscheen er een Zomervakantieboek. In 2015 gaan Lieke & Max ook op reis. In juni ligt het vakantieboek weer in de winkels. Met puzzels, raadsels, kleurplaten, moppen en leuke acties.



Van Tol Inkoopbeurs



Het is een traditie: de inkoopbeurs van Van Tol waar ondernemers en fabrikanten elkaar ontmoeten en direct zaken kunnen doen voor het komende jaar. Ook dit jaar is Expo Houten de locatie en woensdag 18 maart 2015 de datum die u alvast in uw agenda kunt noteren.



WOENSDAG
18 MAART 2015
EXPO HOUTEN



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
Teksten en fotografie:
Leo Koomen en Richard Wortel
Redactie, fotografie, vormgeving,
prepress en productie:
Carrot Company,
buro voor creatieve communicatie
in food, horeca en retail
www.carrotcompany.com
Druk: Drukkerij Em. de Jong b.v.