

‘Goed aanvoelen waar hedendaagse consument behoefte aan heeft’

Vers en gezond. Dat telt bij Ladage

ROTTERDAM - Inspelen op de veranderende vraag van de consument. Dat is volgens Wesley Ladage, met vader Bram en neef Rocco aandeelhouder van Ladage beheer BV, de hoofdverklaring voor de huidige aandacht voor gezonde voeding. Ladage is met de formules Bram Ladage en de Boterham Express bijzonder succesvol in het aanvoelen van die vraag.

“Mijn vader begon ruim veertig jaar geleden met de verkoop van verse patat op de markt in Rotterdam. Zijn benadering hanteren we tot op de dag van vandaag. We bakken de patat op locatie, zodat de klant de volle versbeleving heeft. Verder hebben we altijd in plantaardige olie gebakken. Niet voor niets heeft de Consumentenbond ons onderscheiden als gezondste patatverkoper. Een ander vast onderdeel van de formule is dat we altijd aan de straat verkopen en dat onze medewerkers op een verhoogde vloer staan. Hierdoor lijkt het alsof we vanuit de wagen verkopen. Inmiddels doen we dit zo met twintig franchisenemers en tien eigen zaken. Ladage biedt werk aan 420 medewerkers. Ook hebben we nog twee wagens van waaruit we tijdens feesten en evenementen verkopen. Zo nodigt het Luxor Theater ons geregeld uit om bij premières aan de rode loper patat uit te delen aan de gasten.”

“We voeren een beperkt assortiment snacks en voor de dranken is onze hoofdleverancier Vrumona. De ervaring leert dat mensen die een patatje eten, daar een colaatje bij nemen en geen super verantwoord drankje. Wij beschouwen dat echter als bijproduct, want tachtig procent van de omzet bestaat uit patatverkoop.”

Boterhamexpress

Acht jaar geleden borrelde het ondernemersbloed opnieuw op en zocht Ladage naar een formule om ook 's ochtends voeding te kunnen verkopen. “We waren bezig met een nieuwe vestiging op Hoog Catharijne in Utrecht.



Ladage weet een prima versbeleving te creëren, zoals bij de Boterham Express aan de Hoogstraat in Rotterdam.

Daar hadden we over twintig meter een toonbank. Dat was teveel voor patat. Zo kwamen we op het idee om boterhammen te verkopen. In het begin kon je gewoon een boterham met hagelslag of pindakaas bestellen. De Boterham Express was geboren. Acht jaar later zijn er tien vestigingen van Boterham Express. Met eenvoudige boterhammen verdien je echter geen droog brood. Inmiddels hebben we allerlei soorten brood en zijn ze luxe belegd. Het concept is vergelijkbaar met de patatzaken. We bakken de broodjes ter plekke af en beleggen

ze waar de klant bij staat. Ook hier ervaart de klant het product dus als vers en verbindt daar een hoog kwaliteitsniveau aan”, aldus Ladage.

Bewuste keuze

“Voor de dranken hebben we bewust voor Spa gekozen als leverancier. De klanten van de Boterham Express zijn duidelijk met hun gezondheid bezig. Om daar nog eens extra op in te spelen, hebben we bij de vestiging in Utrecht en in de Hoogstraat in Rotterdam een kar staan waar een medewerker handgeperste

verse sappen verkoopt. Ook hier laten we de klant zien dat hij een vers product krijgt. De kar voor de Boterham Express in Rotterdam staat er alleen als het weer het toelaat en toch zijn de sappen goed voor een omzetaandeel van 23 procent. In Utrecht bij de overdekte locatie staat de kar er het hele jaar en blijkt het zelfs bij vorst een succesnummer.”

Wie Wesley Ladage goed beluistert, komt tot de conclusie dat de beleving die je bij de klant oproept, een groot deel van het succes verklaart.

Hero Fruit Scan in CORPUS



OEGSTGEEST - Als een van de 'Founding Fathers' van CORPUS heeft Hero speciaal voor deze attractie de Fruit Scan ontwikkeld. In de op 14 maart door koningin Beatrix geopende attractie over het menselijk lichaam in Oegstgeest komt onder meer de werking van fruit in het lichaam aan bod. Andere Founding Fathers zijn Campina en Sodexo. Laatstgenoemde verzorgt de catering in het publieksrestaurant en het CORPUS Congress Centre.

Duurzame koffie op NS-stations

REIZIGERSSHOPS

UTRECHT - NS heeft samen met Douwe Egberts besloten alleen nog maar duurzame koffie te verkopen op alle 110 stations met een Kiosk of Wizzl in Nederland. De koffie heeft het keurmerk UTZ Certified, dat staat voor sociaal verantwoorde en duurzaam verbouwde koffie.

Het UTZ keurmerk stelt eisen aan de arbeidsomstandigheden en het milieu, zorgt voor de scholing en de medische zorg van de arbeiders die in de koffieplantages werken en voor een rechtvaardig loon. Daarnaast zijn er strenge controles op gif en bodemgebruik. “Dit is een stap voorwaarts in de verduurzaming van de koffiesector”, aldus Fred Vijvers, algemeen directeur van Douwe Egberts Coffee Systems. Per jaar worden er 11 miljoen koppen koffie verkocht op stations. Jan Kooiker, directeur van NS-dochter Servex: “Door de samenwerking met Douwe Egberts was de stap naar duurzame koffie klein. Dat past in

ons beleid op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen.”

Gezondheid

Restaurants en winkels op stations bieden steeds meer gezonde en verantwoorde producten aan. De afgelopen jaren is het aantal vestigingen van La Place al sterk uitgebreid en onlangs werd Shakies, bekend van de gezonde fruitshakes, overgenomen. In januari maakt Servex tegenover Shops out.of.home bekend dat de onderneming het assortiment van de eigen foodformules op de Nederlandse treinstations de komende twee jaar ingrijpend aan gaat passen. Van het assortiment mag over twee jaar maximaal 25 procent 'on gezond' zijn, tegen een kleine 60 procent nu. Alle producten zijn ingedeeld in drie kleurcategorieën – groen, oranje en rood – volgens de richtlijnen van het Voedingscentrum.

“Het gaat om het aanbieden van een uitgebalanceerd assortiment lekkere, maar ook gezonde en verantwoorde producten” aldus Kooiker.