

SHOPS out-of-home

10e JAARGANG - MAART 2008/NR. 3

'Beter rendement Totaal Gemak'

MAASTRICHT – De bij Totaal Gemak aangesloten ondernemers hebben aan 2007 een 'aanzienlijke rendementsverbetering' overgehouden. Volgens de organisatie stegen de klantentaallen met 3 procent en groeide de omzet in alle categorieën, behalve de Lotto. Uitschieters in de omzetsijging vielen te noteren bij de cadeaus, wenskaarten en Staatsloten. Totaal Gemak verwacht dat de omzet in 2008 verder stijgt als gevolg van nieuwe diensten zoals ticketverkoop, verkoop van vervoersbewijzen en pakketservices. Totaal Gemak denkt hiermee de omzet- en margederving op tabak, als gevolg van de stijgende accijnzen en het rookverbod in de horeca, op te kunnen vangen.

Sodexo nieuwe cateraar Martinair

SCHIPHOL – Sodexo Altys B.V. wordt de nieuwe cateraar van Martinair Holland N.V. De overeenkomst over de outsourcing van de Facilitaire Dienst is op hoofdlijnen gesloten. De activiteiten van Martinair's Facilitaire Dienst bestaan uit het Bedrijfsrestaurant, Huisvesting, Uniformbeheer, Post/Repro, Receptie en Bedrijfsbureau. Het streven is om de overgang van de activiteiten begin oktober 2008 af te ronden. De voorgenomen overgang past in de reorganisatieplannen van Martinair.

Eerste wokdrive in Europa

ROERMOND – De Asian Fastfood keten WoktoGo opent 23 maart de eerste Wokdrive van Europa in het nieuwe Retail Park Roermond. De negende vestiging van de keten is tevens de eerste franchiselocatie en wordt geleid door Cox & Go. Het nieuwe concept werkt hetzelfde als de drive inn van andere fastfoodketens. Daarnaast is er ook de mogelijkheid om in het restaurant in het Retail Park een wokmaaltijd te nuttigen. "De kans bestaat dat er meer Wokdrives komen. Deze locatie bood de mogelijkheid om de eerste pilot te testen", aldus marketing manager Yvonna Yip van WoktoGo. Binnen vijf jaar wil WoktoGo groeien naar 50 vestigingen in Europa.

Out-of-homeconsumptie van 19 naar 33 miljard euro in 2020

Enorme groei foodservice

MARKTSEGMENT

UTRECHT – De foodservice-markt ondergaat de komende jaren een explosieve groei. De voedselconsumptie buitenshuis stijgt van 19 miljard euro in 2007 naar 33 miljard euro in 2020. Talloze nieuwe formules, met to go-concepten als meest kansrijke, zullen profiteren van het veranderende consumentengedrag en ontwikkelingen in de branche.

DOOR KEES VAN DELFT

Dit blijkt uit een onderzoek van Rabobank, EFMI Business School (EFMI) en FoodService Instituut Nederland (FSIN) naar de toekomst van foodservice in Nederland. De foodservicemarkt breekt binnen tien jaar door de omzetsgrens van 30 miljard euro, een enorme stijging ten opzichte van de bijna 19 miljard euro in 2007.

Groeisegment

De belangrijkste aanjager voor die marktgroei is volgens de onderzoekers de Nederlandse consument. Buiten de deur eten wordt steeds vanzelfsprekender. Vooral eten tijdens het reizen, winkelen of een andere activiteit waarbij consumenten zich verplaatsen, vormt een belangrijk groeisegment. "On the move gaat het meest van de groei profiteren", voorspelt Jan-Willem Grievink, directeur van het FSIN. "Daar vallen tankshops onder, maar bij-

voorbeeld ook gemakswinkels van supermarktketens."

Formulevorming is een andere pijler van de toekomstige groei, omdat foodserviceconcepten zodoende makkelijker uit te rollen zijn. De onderzoekers voorspellen dat er in Nederland de komende jaren minstens 70 nieuwe foodserviceformules ontstaan.

Het lageprijssegment noemt Grievink daarbij een gat in de markt. "Zeg maar het Jumbo-principe zoals we dat in de supermarktbranche kennen, oftewel hoog in genieten, laag in prijzen." Het is volgens Grievink niet eenvoudig om dat in foodservice voor elkaar te krijgen. "Hema gaat die kant op en Vapiano is een

goed voorbeeld, maar daarvan is er slechts één in Nederland." Hoewel er grote kansen liggen noemt Grievink het zaak om 'niet te vroeg op de trein te springen'. "In dit stadium heb je te maken met hoge investeringen en meestal weinig resultaat. Het is zoeken naar het juiste momentum." ZIE PAGINA 5

SHOPS DEBAT



'Grote kansen voor duurzaamheid'

6-7

REPORTAGE



Bij Bagel Alley wordt alles versgebakken

17

SPECIAL



Omzet Frisdranken naar grote hoogte

24-25

EN VERDER ...

Tavola 2008: Bourgondisch maar verantwoord

28

Subway Deventer ziet brood in gezonde nevenactiviteiten

29

Dailywok is klaar voor franchising

32

Nieuwe stijl voor HEMA-restaurant



FOTO: HENK VEENSTRA

GRONINGEN – De nieuwe standaard voor HEMA-restaurants is te zien in de verbouwde vestiging in Groningen. Kenmerkend is de ruime presentatie waardoor er in het keuzegedeelte meer loopruimte is. De routing is aangepast en bestaat uit twee stromen met in het midden het drankenassortiment. De HEMA in studentenstad Groningen heeft een extra groot aanbod kant-en-klaarmaaltijden.

AKO schuift op naar convenience

SHOPCONCEPT

ROTTERDAM – De leeswinkels van AKO worden meer conveniencestores. De afgelopen maanden zijn de formuleuitgangspunten en productcategorieën kritisch doorgelicht en is het assortiment strakker en overzichtelijker gepresenteerd.

Ook de verkoop van tabak heeft een duidelijke functie gekregen,

vooral op de high traffic-locaties. AKO blijft een leeswinkel, aldus commercieel manager Sjaak Mark van winkelketen AKO, maar de aandacht voor gemak wordt sterk vergroot. Er zijn al uitbreidingen gedaan in de verkoop van chips, frisdranken en zoetwaren en dan nu ook tabak. "Alle productcategorieën worden strak en overzichtelijk voor de consument gepresenteerd, zodat de bezoeker direct bij binnenkomst in de winkel

overzicht heeft over het assortiment." De vestiging in de Rotterdamse Koopgoot is de eerste locatie volgens het nieuwste concept, met ruim vier meter zoetwaren en een wandpresentatie van twee à drie meter tabak.

Lange historie

AKO verkoopt al meer dan 125 jaar kranten, tijdschriften en boeken aan de consument. Op de NS-stations kent AKO een lange

historie die teruggaat tot 1889 toen op Amsterdam CS de zogenoemde 'AKO-mannen' kranten verkochten op de perrons, snel gevolgd door de eerste kiosken. AKO is in Nederland met 100 leeswinkels en circa 800 medewerkers de grootste filiaalorganisatie op het gebied van de verkoop van tijdschriften, kranten en boeken.

ZIE OOK PAGINA 13