

SHOPS out-of-home

11e JAARGANG - OKTOBER 2009/NR. 10

Appèl komt met eigen koffiemark

AMSTERDAM - Cateraar Appèl komt met haar eigen koffiemark Onesto. Met de stap speelt Appèl in op de groeiende behoefte in de markt naar lekkere en eerlijke koffie. De introductie van Onesto koffie vindt plaats bij de huidige opdrachtgevers, een stap richting de consumentenmarkt is een logisch vervolg, zo stelt Appèl in een reactie. "Natuurlijk kunnen opdrachtgevers nog steeds kiezen voor een ander koffiemark." Onesto koffie krijgt zowel het EKO- als het Max Havelaar-keurmerk. "Het helpt opdrachtgevers bij het uitdragen van hun duurzaamheidsbeleid", aldus Appèl. Onesto koffie is een totaalconcept inclusief serviesgoed, machines, inrichting en kleding.

Texaco vernieuwt Rocks'-kaart

ROTTERDAM - Texaco vernieuwt haar Rocks'-kaart. De nieuwe kaart, die vanaf 2 november de huidige Rocks'-kaart vervangt, is gebruiksvriendelijker, sneller qua transactietijd en heeft als bijkomend voordeel dat Texaco meer inzicht krijgt in de persoonlijke klantenprofielen van gebruikers. Hiermee is specifieke klantgerichte marketing mogelijk. Daarnaast biedt de nieuwe kaart Texaco klanten de mogelijkheid om naast Rocks' op brandstof ook Rocks' te sparen via shopaankopen. Bestaande Rocks' punten worden overgezet op de nieuwe kaart. Wat ook blijft is dat klanten voor 220 punten een Rocks' Vijfje ontvangen.

KHN presenteert Snackposter

WOERDEN - Koninklijke Horeca Nederland (KHN) lanceert in samenwerking met het Voedingscentrum de Snackposter. De poster presenteert de voedingswaarden van verschillende snacks. Ook staat bij ieder product vermeld hoeveel minuten je moet fietsen om de calorieën te verbranden. De Snackposter bevat tevens nuttige informatie over de campagne Verantwoord Frituren en de Balans-dag. Het doel van de poster is volgens KHN ondernemers te ondersteunen bij hun inspanningen om gasten die bewust willen genieten van de juiste informatie te voorzien.

Overname tabaks- en gemaksketen goed voor ondernemers

Totaal Gemak bij Lekkerland

■ GEMAKSWINKELS

SON - Lekkerland Benelux neemt Tandem Holding en haar dochterondernemingen over, waaronder het formulemanagement van Totaal Gemak. Met circa 160 aangesloten winkels is dit een van de grootste formules in de tabak- en gemaksector.

DOOR MARTIJN LOUWS

De overname is 15 oktober afgerond, maar de gesprekken liepen al sinds juni dit jaar, zo bevestigt algemeen directeur Gerard de Vries van Lekkerland. "We waren in gesprek over een vordering die we hadden op Totaal Gemak. In september werd echter duidelijk dat de financiële situatie van Totaal Gemak verslechterde. Een overname door ons was de enige manier om de organisatie van de ondergang te redden." De oorzaak van de problemen van Totaal Gemak hangt onder andere samen met de groei in het aantal huurcontracten, de overgang tussen contracten met tabaksfabrikanten en een aantal beleidsbeslissingen die niet goed zijn uitgepakt. "In de nieuwe situatie zijn JTI, Philip Morris en Imperial Tobacco gezamenlijk de belangrijkste partners van Totaal Gemak", zegt De Vries. Het oude management neemt volledige verantwoordelijkheid voor de problemen en is teruggetreden. Het formulemanagement van Totaal

Gemak wordt niet geïntegreerd in de bestaande activiteiten van Lekkerland, maar blijft een aparte vennootschap binnen Lekkerland Benelux en wordt daarmee een zusterbedrijf van Lekkerland Nederland BV (groothandel) en Lekkerland Vending Services BV

(exploitatie sigarettenautomaten). Jan Renkema, voorzitter van het bestuur van de Vereniging Totaal Gemak, is tevreden. "Totaal Gemak is ruim vier jaar geleden opgezet en samen met Lekkerland kunnen we de organisatie nu verder professionaliseren en uitbou-

wen." Voor de ondernemers van Totaal Gemak verandert er op korte termijn niets. Wel wordt het kantoor in Maastricht op termijn verplaatst naar een 'noordelijker gelegen vestiging van Lekkerland'.

ZIE PAGINA 5

Tosti World mikt op gehaaste consument



FOTO: FRANS PAALMAN

ZWOLLE - Tosti World heeft in Zwolle een tweede vestiging geopend die zich specifiek richt op de gehaaste consument. "In ons tweede en kleinere filiaal mikken wij op het passerende publiek van het station, waardoor wij verwachten hier meer impulsaankopen te realiseren", aldus eigenaar Marc van Hooijdonk van Tosti World. De tosti's bestaan uit drie sneetjes wit of bruin brood die worden belegd met uitsluitend verse ingrediënten. Tevens worden vanuit de nieuwe Tosti World aan de Luttekestraat de tosti's iedere werkdag tussen 12.00 en 14.00 uur bezorgd bij bedrijven en kantoren.

Nieuw DE koffieconcept als shop-in-shop bij Esso

■ CONVENIENCE

UTRECHT - Koffiegi-gigant Douwe Egberts (DE) rolt bij Esso tankstations in de Benelux een nieuw koffieconcept uit. Hierbij gaat het om shop-in-shop koffiecorners die de look & feel van DE espresso uitstralen.

DOOR PAUL BLONK

De uitrol van de nieuwste koffieformule vindt de komende maanden plaats in zestien coco (company owned, company organised)

tankstations van Esso verspreid over het land. Op latere termijn gaat de formule ook de grens over waarna in ruim veertig eigen stations van Esso het shop-in-shop koffieconcept van DE te vinden is. "In het concept draait het onder meer om kwaliteit, snelheid en warmte", licht segment manager Paul Schoon van Douwe Egberts Coffee Systems toe. "De consument kan er terecht voor een breed aanbod aan koffiespecialiteiten van cappuccino tot koffie verkeerd, gezet van verse bonen en verse melk. De bonen die we

gebruiken zijn UTZ Certified, wat inhoudt dat ze zijn geproduceerd met respect voor mens en milieu en dat de koffie helemaal tot aan de plantage is te traceren." Ook draait het in de shop-in-shops vooral om 'verleiding' en 'beleving'. Schoon: "We hebben gebruik gemaakt van duurzame materialen en het design is modern en warm met een echte espresso look & feel. Wie er binnen stapt denkt meteen: 'Ha, verse koffie!'" Omdat veel automobilisten hun koffie graag in combinatie met een broodje of

snack drinken, maken koffietafels deel uit van het concept.

Groeiende populariteit

De uitrol van de formule bij Esso past in het streven van marktleider Douwe Egberts om tegemoet te komen aan de groeiende populariteit van koffieconsumptie buitenshuis. Zo is DE sinds jaar en dag actief met kiosken op treinstations en de franchiseformule DE Koffie Café. Behalve de Koffie Cafés kent DE nog de retailformule Koffie&Kado waarvan dertien zaken in ons land te vinden zijn.

NIEUWS



Wegrestaurantketen Hajé succesvol met take aways

6

INTERVIEW



Peter van der Vorm (Sodexo) over de wereld van catering

7

SHOPSDEBAT



Deli XL, Greencore en ING in debat

8-9

EN VERDER ...

Ondernemersvisie: Primera nu ook in Zwolle-Centrum

2

Auteur Robert Jan Blom over ondernemen in crisistijd

17

'Onbekend' Argos timmert flink aan de weg

19