

SHOPS out-of-home

11e JAARGANG - FEBRUARI 2009/NR. 2

Bram Ladage groeit door

CAPELLE A/D IJSSEL - Bram Ladage is gegroeid naar 25 vestigingen. Onlangs hebben twee nieuwe franchisers zich verbonden aan de succesformule. Marco en Sacha Vermaas runnen sinds januari de Ladage-vestiging aan de Uitstraat 1 in Spijkenisse en de vestiging aan Westwaarts 26 in Zoetermeer is sinds kort het domein van Michelle Zwanenburg. Ladage wil verder groeien; bij de zoektocht naar nieuwe vestigingen richt zij zich op A1-locaties van 50 tot maximaal 60 m². Rocco Ladage: "Natuurlijk zouden we ook graag op de treinstations vestigingen willen openen en zien we kansen in een samenwerking met warenhuisketen Hema." ZIE PAGINA 8

Inspirerend eerste out-of-home event

VIJFHUIZEN - De eerste editie van het out-of-home event heeft 4.557 bezoekers getrokken. De bezoekers kwamen uit alle segmenten van het out-of-homekanaal, de meesten uit de petrolwereld (1.150). "Waar we erg blij mee zijn is de kwaliteit en het niveau van de bezoekers", zegt organisator Erik van den Broek. De ruim honderd standhouders hadden kosten nog moeite gespaard en gezamenlijk een inspirerend event neergezet. Er werden ideeën gepresenteerd die goed toepasbaar waren in de verschillende werelden. Overigens werden Sligro en EMBA Techniek uitgeroepen tot beste deelnemers. De stands van deze partijen waren volgens de bezoekers het meest inspirerend. ZIE PAGINA 11-13

'Meer samenwerking groothandels'

WAARDENBURG - Kleinere groothandels in de branche doen er goed aan om vergaande vormen van samenwerking aan te gaan. Dit zegt directeur Harry Jol van Primera naar aanleiding van het faillissement van Lekker van der laan dekker (Lvdld). "Er is nu één heel grote partij, Lekkerland, met een marktaandeel van zo'n 70 procent", aldus Jol. "Om een efficiënt distributienetwerk te krijgen, zouden kleinere groothandels verdere vormen van samenwerking moeten onderzoeken." Lvdld was goed voor 25 procent van de leveringen aan de 117 leden van Primera. De distributie daarvan is nu ondergebracht bij Lekkerland, De Vries en FOX. ZIE PAGINA 4

Voorspellingen 2009-2010 negatief

Buitenshuismarkt in crisis

FOODSERVICE

NIEUWVEEN - Consumenten bezuinigen massaal op de buitenshuisconsumptie. In de eerste vijf weken van dit jaar zijn de gemiddelde omzetten evenals de gemiddelde bezoekersaantallen met maar liefst 5 procent gedaald ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. Voor het FoodService Instituut Nederland (FSIN) zijn de huidige ontwikkelingen reden om de prognoses voor dit jaar en 2010 negatief bij te stellen. Het advies aan ondernemers is: let op de productiviteit.

DOOR MARTIJN LOUWS

Het zijn zware tijden voor het out-of-homekanaal. De hardste klappen vallen momenteel, volgens de nieuwste cijfers van onderzoeksbureau Foodstep, in de horeca, hotelsector en partycatering. Instellingen- en onderwijs catering weten zich, evenals petrol, iets te onttrekken aan de malaise. Gemiddeld genomen zijn de bezoekersaantallen en omzetten in de eerste vijf weken van dit jaar 5 procent gedaald in vergelijking met dezelfde periode in 2008. "Echter als de zakelijke klant de voornaamste afnemer is, gaat dit percentage eerder richting de 10 procent", aldus Rien de Koning van Foodstep. Het FSIN houdt de komende tijd rekening met een dalende markt. "Eerdere voorspellingen van ons blijken te positief, het lijkt erop dat het out-of-homekanaal met

minder genoeg moet nemen. We gaan ervan uit dat de omzetten en bezoekersaantallen in 2009 en 2010 stevig dalen. Gevolg: veel vestigingen verdwijnen", aldus Jan-Willem Grievink van het FSIN. De directeur van het FSIN signaleert nog wel een lichtpunt-

je. "De gewoontes van mensen zijn niet veranderd. Buitenshuis eten blijft in trek. Maar mensen bezuinigen wel op hun uitgaven en dat is de reden dat de fastservice sector het relatief goed doet in deze mindere tijden." Productiviteit wordt volgens Grievink het

kernwoord voor ondernemers voor de komende jaren. "Concepten die efficiencygedreven zijn en met lage kosten werken, hebben relatief betere kansen om de huidige tijd door te komen dan klassieke concepten in het out-of-homekanaal." ZIE OOK PAGINA 9

REPORTAGE



Consumentenbond kraakt snackbar Marja

2

NIEUWS



Orbis Medical Parc gezond van start

18

SHOPSDEBAT



Personeelszaken en gastheerschap

14&15

EN VERDER ...

Softdrinks zorgen voor absolute recordverkopen

11

Paul Peeman bedient ladende en lossende chauffeurs

17

Gomarus College heeft gezondste schoolkantine

23

Nespresso Tower in Radisson SAS



FOTO: LIESBETH DINGEMANS

AMSTERDAM - Steeds meer consumenten willen op elke plaats en op elk moment van de dag een versgezette koffiespecialiteit van topkwaliteit. Nespresso is met haar machines en beleving rond espresso in ons land aan een flinke opmars bezig. Nieuw voor de zakelijke markt is deze Nespresso Tower, te vinden in de lobby van hotel Radisson SAS te Amsterdam. Onder het motto 'grab & run' kunnen gasten elke dag tussen vijf en zeven uur 's morgens gratis hun favoriete espresso, met of zonder verse melk, tappen.

NS wil in zee met 'local hero's'

REIZIGERSHOPS

UTRECHT - De Nederlandse Spoorwegen gaan actief op zoek naar goed scorende lokale horeca- en foodserviceondernemers, om samenwerkingsverbanden op stations aan te gaan. 'Systeemhoreca' zoals dat wordt aangeboden door NS-dochter Servex, heeft hierdoor niet meer het alleenrecht op de gewilde high traffic locaties.

DOOR REMCO VAN DER MEIJ

Dit bevestigt NS-woordvoerder Michiel Jonker. De eerste uiting van het bijgestelde beleid is de oplevering van 'Perron 4/5' in Amersfoort op 2 maart. Jonker stelt dat de NS naast de bestaande Servex-concepten als Wizzl, Kiosk, Smullers, De Broodzaak en Julia's 'nadrukkelijk op zoek gaan naar de zogenoemde local hero's'. Dit wil echter niet zeggen dat partijen zichzelf aan kunnen bieden of dat elk succesvol lokaal concept zomaar in aanmerking komt voor een samenwerkingsverband. Jonker: "NS Poort, de vastgoedpoot

van de NS, is sterk in het onderzoeken van de lokale vraag. Wat willen klanten zelf zien? Dit is de richtlijn." Ook wijst Jonker op het feit dat op veel stationslocaties een monumentenclausule rust, die maakt dat men gebonden is aan strenge bouwvergunningen en langlopende procedures. "Maar dat we ons credo '1e klas genieten' de komende jaren ook invulling gaan geven met local hero's, staat als een paal boven water." Nu nog wordt het belangrijkste deel van de horeca op de stations ingevuld door Servex. Zij voorziet elke dag

255.000 klanten van food on-the-go. Behalve de eigen concepten voert Servex zes formules onder franchise, waaronder Burger King, AH to go, New York Pizza en SWIRLS. Smullers en Kiosk breiden de komende jaren uit, evenals nieuwe formules op het station, waaronder HEMA. Servex zelf ziet de aangekondigde local hero's als aanvulling op het bestaande aanbod en stelt 'dat er genoeg rek in de markt zit om te kunnen floreren, omdat NS Poort zich vooral richt op restaurateurs en vergaderlocaties bij stations'.