

Lekkerland krijgt honderden telefoontjes na faillissement Lekker van der laan dekker

Grote verschuivingen groothandels

■ GROOTHANDELS

NIEUW-VENNEP - Het faillissement van groothandel Lekker van der laan dekker (Lvldd) heeft tot grote drukte geleid bij formulehuizen, ondernemers en andere groothandels in de out-of-homesector. Vooral in de tabaksdetailhandel moesten alle zeilen worden bijgezet om de schappen gevuld te houden.

DOOR MARTIJN LOUWS & KEES VAN DELFT

Het faillissement van Lekker van der laan dekker werd op 6 februari uitgesproken. De groothandel had twee dagen eerder surséance van betaling aangevraagd, nadat klanten

vanaf dinsdag 3 februari al niet meer werden beleverd. Op die avond is nog overlegd over een mogelijke doorstart, maar zonder resultaat. Vanaf het moment dat Lekker van der laan dekker haar klanten niet meer beleverde, wendden ondernemers zich tot andere groothandels. Lekkerland bijvoorbeeld werd overstelpt met vragen of zij de leveringen van de failliete groothandel konden overnemen.

Drukke

“De meeste ondernemers hadden een acuut probleem en hebben ons gebeld”, aldus een woordvoerder. “In totaal gaat het om enkele honderden winkels, voornamelijk tabaks- en gemakszaken.” Sligro

merkte volgens een woordvoerder vooral een extra drukte in haar zelfbedieningsgroothandels. “Uiteraard hebben ondernemers zich ook rechtstreeks bij ons gemeld, maar de meesten met een direct leveringsprobleem zijn in de auto gestapt naar de zelfbedieningsgroothandel en hebben daar op grote schaal voornamelijk tabak ingekocht.”

Volgens brancheorganisatie NSO hebben vrijwel alle klanten van Lvldd in de tabaks- en gemaksdetailhandel inmiddels afspraken gemaakt met één van de overige grossiers die in deze branche actief zijn. Overigens heeft de NSO er in een vroeg stadium bij zes tabaksfabri-

kanten op aangedrongen om er zorg voor te dragen dat lege schappen bij de ondernemers in de tabaksdetailhandel voorkomen worden. Verder meldt de brancheorganisatie dat een aantal tabaksfabrikanten is overgegaan tot directe verkoop aan winkels in de tabaksdetailhandel.

Geld

De NSO maakt zich er ‘grote zorgen’ over dat ondernemers deze directe inkoop veelal contant moeten afrekenen en heeft de fabrikanten hierop aangesproken. “Contante betaling is onveilig en ook niet nodig. Ondernemers moeten grote sommen geld voorhanden hebben en medewerkers lopen met

enorme bedragen rond. De NSO heeft de fabrikanten dringend verzocht niet via contante betaling te incasseren maar via factuur, automatische incasso of via een mobiele terminal.”

Na het faillissement zijn ondernemers volgens de NSO benaderd door ING met het verzoek om de bij Lvldd openstaande facturen aan ING te voldoen, omdat deze bank de pandhouder is van wat Lvldd te vorderen heeft. De NSO raadt haar leden echter aan eventuele vorderingen op Lvldd eerst te verrekenen met het nog te betalen bedrag. “Anders sluit u achteraan in de rij van crediteuren en heeft u waarschijnlijk het nakijken”, aldus de NSO.

Narrowcasting bij Snackpoint

■ FASTSERVICE

MAASTRICHT - Snackpoint is een proef gestart met narrowcasting. In alle 90 vestigingen van de cafetariaformule hangen lcd-schermen waarop acties worden geprojecteerd.

Ook worden er op gezette momenten reclamefilmmpjes van bijvoor-

beeld Remia getoond. Formulemanager Rogier Gielen van Snackpoint spreekt van een doorslaand succes. “Wij zoeken altijd naar mogelijkheden om de omzet een duwtje in de rug te geven, dit nieuwe initiatief past ook in dat streven. En met succes, de actieverkopen zijn met 25 tot 35 procent gestegen.”

Servex op gezonde toer



FOTO: FLOS FOTOGRAFIE

UTRECHT - NS retaildochter Servex is deze week een grote campagne gestart om klanten attent te maken op de verkrijgbaarheid van Ik Kies Bewust- (IKB) broodproducten op het station. Hiermee zet Servex de lijn van Vitality-denken binnen het bedrijf door en wordt de samenwerking met de Stichting Ik Kies Bewust versterkt. De campagne IKB-broodproducten loopt tot en met zondag 1 maart 2009. Gedurende de looptijd van de campagne verschijnen er in totaal zes advertenties met kortingsbonnen in dagblad Metro. Bovendien worden er twee keer bonnenvellen uitgedeeld op tien grote NS-stations, waaronder hier op Utrecht Centraal. Klanten krijgen met de bonnen korting op een groot aantal actieproducten bij de Broodzaak, C'est du pain, Kiosk en Wizzi.

Nooit meer snacken zonder schuldgevoel

• VERVOLG VAN PAGINA 3

CAPELLE AAN DEN IJSSEL - Sodexo introduceert een nieuw foodconcept: 'Daily Essentials'. Het concept voorziet niet alleen in gezonde en verse producten, maar ook in uitgebreide informatie. Zo kan de klant op de kassabon het aantal calorieën vinden van het gekochte product. Bovendien wordt in het nieuwe concept ruim aandacht besteed aan de herkomst van de verschillende producten en hoe die worden klaargemaakt. Natuurlijk heeft dat gevolgen voor het assortiment. 'Daily Essentials' biedt meer biologische producten dan het oude Sodexo-concept. Ook producten met het Ik Kies Bewust-logo horen tot de nieuwe keuzemogelijkheden.

Daarnaast is de uitstraling van het concept op de schop gegaan. Zo heeft Sodexo ervoor gekozen jonge designers een stem te geven bij het kiezen van de presentatiematerialen. Volgens Sodexo is het resultaat eigentijds en functioneel. 'Daily Essentials' wordt momenteel drie maanden lang getest op zestien pilot-locaties.

Friendly Franchise Concepts zet in op transformatie naar fullfranchise

Forse groei Kwalitaria en Smulwereld

■ FASTSERVICE

ZEIST - Kwalitaria en Smulwereld maken een sterke groei door. De formules van friendly franchise concepts (ffc) zien het aantal vestigingen in rap tempo toenemen. Behalve een verdere uitbreiding van het aantal winkels zet ffc ook in op een transformatie van softfranchise naar fullfranchise.

DOOR KEES VAN DELFT

Kwalitaria voegde in 2008 twintig winkels toe aan haar formulebestand, waarvan vijftien eetwinkels op basis van fullfranchise. Ook in de maanden januari en februari van dit jaar opende de formule nieuwe winkels: Kwalitaria Weidevenne in Purmerend op 12 januari, Kwalitaria Billie en Bessie in Den Haag op 4 februari en Kwalitaria de

Batenhof in Woubrugge op 6 februari. In totaal zijn er nu 76 Kwalitaria's. Ook voor 2009 heeft de formule ambitieuze plannen, aldus ffc. “Kwalitaria wil haar positie verder verstevigen. Enerzijds door het openen van nieuwe vestigingen en anderzijds door het transformeren van soft franchisevestigingen naar het full franchiseconcept.” Smulwereld, een andere formule

van ffc, voegde in 2008 negen vestigingen toe aan het bestand. Daar zijn in januari van dit jaar drie Smulwereld's bijgekomen, te weten Smulwereld Boswijk in Lelystad op 5 januari, Smulwereld De 2 B's in Den Haag en Smulwereld The Sweet 60's in Goor op 12 januari.

HapSnap

De eerder genoemde eetwinkel aan de Valeriusstraat in Den Haag voer-

de tot aan de verbouwing onder de vlag van HapSnap, de formule die in juli 2007 door ffc werd overgenomen. Van de negentien HapSnap-winkels die er toen waren, zijn er inmiddels elf omgebouwd: negen naar Kwalitaria en twee naar Smulwereld. In april vorig jaar meldde ffc nog dat de ombouw eind 2008 voltooid moest zijn. Daarna zou de ombouw van de Vork-cafetaria's van start gaan.