

Assortiment gezonde groente- en fruitsnacks onder de naam 'Vitapauze'

The Greenery start met schoolfruit

SCHOOLCATERING

BARENDRECHT - The Greenery start vanaf volgend schooljaar met een eigen schoolfruitassortiment. Onder de naam 'Vitapauze' levert The Greenery een compleet assortiment gezonde groente- en fruitsnacks aan Nederlandse scholen.

Obesitas of overgewicht is een pro-

bleem waar steeds meer jonge kinderen mee worden geconfronteerd. Behalve voldoende beweging is een gezond voedingspatroon, met dagelijks tenminste twee ons groente en twee stuks fruit, een middel om overgewicht te voorkomen. Om kinderen snel en makkelijk te voorzien in hun dagelijkse portie groente en fruit, lanceert The Greenery onder de naam Vitapauze een

schoolfruitassortiment. Scholen die zich aangemeld hebben, krijgen een koelmeubel in bruikleen en kunnen zo de groente en fruit koel en vers bewaren. Het koelmeubel wordt wekelijks bijgevuld door de bezorgservice van The Greenery.

Snel en gemakkelijk

Voor de scholen die meedoen aan Vitapauze betekent het aanbieden

van het schoolfruit geen extra administratieve last. Ook in dit opzicht is er gekozen voor snel en gemakkelijk: ouders die hun kinderen schoolfruit willen laten eten, kunnen zich inschrijven via de website www.vitapauze.nl. The Greenery regelt vervolgens alle administratieve zaken en levert iedere week een verdeellijst per klas uit aan de school. Als grootste Nederlandse groente- en fruitbedrijf biedt The Greenery scholen ook educatieve ondersteuning. Zo kunnen ze informatiepakketten over groente en fruit ontvangen maar ook op bezoek gaan bij een teler die Vitapauze-groente en -fruit teelt.

Uitgebreid assortiment

Het Vitapauze-assortiment is uniek en bestaat uit appelpartjes (groen en rood), pitloze druiven, minitomaatjes, minikomkommertjes, mini-zoete paprikaatjes, knabbelworteltjes en knabbelradijsjes. Dit assortiment wordt in de toekomst aangevuld met seizoensproducten als aardbeien, bessen, meloenpartjes en fruitmixen.

RFID binnen luchtvaart-catering

INFLIGHTCATERING

AMSTERDAM - Progress Software, autoID systems, Airbus, EADS, Fraunhofer Institute en de universiteit van Keulen zijn een samenwerkingsverband gestart voor de uitrol van RFID binnen een logistiek luchtvaartproject. Het is de bedoeling dat met RFID het tracken en traceren van de trolleys in vliegtuigen en de maaltijdservice sterk worden verbeterd.

Het logistieke- en cateringsysteem op basis van RFID heeft als doel om individuele food trolleys gekoppeld aan specifieke bemanningen te tracken, verkeerd geplaatste trolleys op te sporen en luchtvaartmaatschappijen de mogelijkheid te bieden om een betere service aan passagiers te bieden. Het project wordt gecontroleerd vanuit het Progress Apama CEP platform, waarbij CEP staat voor 'complex event processing'. Via het platform zijn de deelnemende partijen in staat om het RFID-project te monitoren, controleren en onderhouden op basis van realtime informatie.

Prijspaal bij pompstations verplicht

TANKSHOPS

DEN HAAG - Pompstations langs rijkswegen moeten prijspaal plaatsen met daarop hun brandstofprijzen. Verkeersminister Camiel Eurlings heeft besloten de prijspaal verplicht te stellen.

Dat meldde Eurlings onlangs aan de Tweede Kamer. Een Kamermeerderheid heeft er enkele jaren terug al op aangedrongen dat brandstofprijzen duidelijk vermeld moeten staan bij pompstations langs rijkswegen. De oliemaatschappijen hebben vervolgens toegezegd hieraan mee te werken. BP en Shell, bijvoorbeeld, plaatsten de afgelopen twee jaar samen

bijna honderd prijspaal. Desondanks tellen de rijkswegen nog zo'n 150 benzinepompen zonder prijspaal. Eurlings zal er bij de oliebedrijven nogmaals op aandringen dat alle pomphouders hun toezegging nakomen. Een verzoek van de Kamer om prijspaal waarop automobilisten de brandstofprijzen van de drie à vier volgende pompstations kunnen zien, zal de minister niet in de praktijk brengen. Het idee komt uit Frankrijk, waar langs de snelweg op borden per brandstof staat aangegeven welke prijzen de eerstvolgende pompstations hanteren. Eurlings vindt dat geen logisch systeem voor Nederland, omdat automobilisten hier minder grote afstanden afleggen op de snelweg.

Esso-ondernemer Jan Knol bouwt tankshop om naar M&M's World

'Meer dan honderd zakjes per dag in deze actie'

TANKSHOPS

ALMELO - De automobilist die deze maand de shop binnenloopt van Esso-tankstation Knol aan de H.R. Holstlaan in Almeloo, kan de actie onmogelijk ontgaan. De tweehonderd vierkante meter grote shop is compleet ingericht als M&M's World.

DOOR PAUL BLONK

Op de plek waar zich normaliter de zoetwarenwaterfall bevindt, staan nu meterbreed honderden family-packs M&M's uitgestald. Pijlen, ook weer in de vorm van het populaire suikerwerk, leiden de consument naar de counter die is omgetoverd in de kleuren en stijl van de uit de VS afkomstige M&M's

World. Ook boven de koelmeubels en andere schapresentaties langs de wanden in de shop, zijn de kleurrijke lekkernijen nadrukkelijk aanwezig. Verantwoordelijk voor de opvallende promotie - enig in zijn soort in Nederland - is ondernemer Jan Knol die de actie in samenwerking met M&M's-producent Mars Nederland ontwikkelde.

Honderd

"Als ik een actie doe, dan doe ik het goed", zegt Knol. "Anders dan anders. Mijn vaste klanten weten dat, verwachten het ook. 'Jan, wat heb je nu toch weer voor een actie?' vragen ze dan. Bij mij in de shop is er altijd wat te doen. En dat moet ook, opvallende acties trekken ook nieuwe klanten", aldus Knol die enthousiast is over de resultaten van



Knol: "Voor de consument moet er altijd iets te beleven zijn. Daarom pak ik met acties groot uit. Zo kan ik mijn creativiteit ook kwijt."

zijn", aldus Knol die de meeste acties in samenwerking met fabrikanten zelf initieert. "Ik barst van de ideeën, ben altijd op zoek naar iets bijzonders. Heeft een nieuw product het levenslicht gezien, dan bouw ik met echt hout een levensgroot bed vol met het betreffende product. Tijdens de EK Voetbal vorig jaar was de hele shop in oranje omgetoverd. In mijn tankstation is altijd wat te beleven. Ach, ik moet gewoon m'n creativiteit kwijt."

de huidige actie. "M&M's zijn sowieso al één van de verkooptoppers in zoetwaren, maar nu met deze actie vliegen de zakken helemaal de deur uit", zegt Knol. "Ik verkoop nu toch zeker honderd tot honderdtien zakken op een dag. Als het zo doorgaat, ben ik vóór het einde van de maand door de voorraad heen. Niet erg, want hiervoor geldt op is op", aldus Knol die de volgende actie - Extran sportdrink met Umbro voetbal - alweer op de planning heeft staan.

Beleven

"Ik doe iedere maand een actie en we pakken er altijd flink mee uit. Of het nu op moederdag is met een bijzondere bloemenpresentatie ('Ik verkocht tweehonderd bossen bloemen op een dag') of een actie met een gratis kerstmuts bij blikjes Red Bull, ik vind dat er voor de consument altijd wat te beleven moet



"M&M's zijn sowieso al één van de verkooptoppers in zoetwaren, maar nu met deze actie vliegen de zakken helemaal de deur uit", zegt Knol.



"Als ik een actie doe, dan doe ik het goed", zegt ondernemer Jan Knol die de M&M's-actie bedacht en samen met Mars Nederland ontwikkelde.