



# SM!D

MEDIA SOLUTIONS

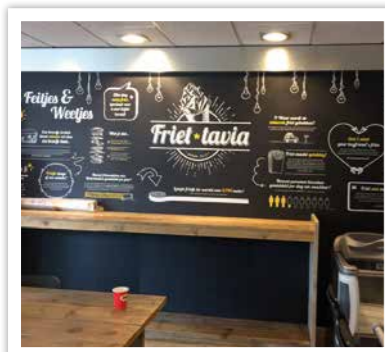
## De ideale partner

voor al uw communicatie uitingen in- en rondom uw tankstation of carwash!



## Een kleine greep uit ons assortiment:

- Outdoor reclame
- LED schermen
- Auto- en gevelreclame
- Point of Sale materiaal
- Stickers en etiketten
- Druk- en printwerk
- PixioDisplay (LCD Touchscreen)
- 3D-Hologram Projector



## Profiteer als tankshophouder ook van groei Thuisbezorgd.nl

Door Berrie Wolters

Lunch is voor Thuisbezorgd.nl, hét grootste online-delivery bedrijf in Nederland, de belangrijkste groeiemarkt. En dat is voor de meeste tankshophouders eveneens hét dagdeel waar leeuwendeel van de dagelijkse foodomzet wordt behaald. Een uitgebreid bestel- en breng service richting het bedrijventerrein is veel tankstationondernemers dan ook niet vreemd. Dus het bericht van Thuisbezorgd.nl om ook op de zakelijke luncher te richten, werd dan ook door vele met kromme tenen vernomen. "Onterecht," aldus Joris Wilton van Takeaway.com, het moederbedrijf van Thuisbezorgd.nl. "Ik denk dat we de tankshophouder enorm veel te bieden hebben: een aantal faciliteiten zoals toegang tot miljoenen consumenten, online betaalsystemen, website en apps, maar nog belangrijker: aanzienlijk extra omzet."

Thuisbezorgd.nl richt zich vanaf oprichting hoofdzakelijk op de particuliere consument en de meeste bestellingen worden rond het avondeten gedaan. Vanwaar nu de aandacht naar ook het lunch moment? "Joris Wilton: "In de afgelopen jaren hebben we enkele overnames gedaan, waaronder een bedrijf in Israël. Dit bedrijf was al bijna 20 jaar bezig met lunchbestellingen aan bedrijven (qua concept, maar ook de daarvoor benodigde software).

Takeaway.com heeft besloten dit lunchconcept verder op te pakken en te ontwikkelen. Een van de redenen hiervoor is dat we zien dat de bedrijfskantine op z'n retour is. Het is kostbaar en bijna onmogelijk om voor alle medewerkers 'elk wat wils' aan te bieden.

Daarnaast blijkt uit cijfers van onderzoeksbureau GfK een explosieve toename van sandwichbezorging. In vergelijking met de eerste zes maanden van 2017 nam in de eerste helft van 2018 de deliveryomzet in sandwiches met 52,8% toe (met name een product bij oa tankshops).

"Binnen ons besteldienst is het Lunch-aanbod nog niet op orde. Daar zijn we wel druk mee bezig. We bieden bedrijven 3 mogelijkheden:

- elke medewerker mag afzonderlijk bestellen (met vaste dagelijkse vergoeding) en krijgt afzonderlijk geleverd
- bedrijven krijgen een eigen 'inlog' en bestellen voor meerdere medewerkers. Vaak kiest men ervoor om dan ook gezamenlijk te lunchen
- de medewerker(s) haalt de bestelling zelf bij gekozen locatie op of consumeert de lunch ter plekke. Dit kan ook als Pick-Up service worden aangeboden.

Een tankshop locatie met een uitgebreide vers food assortiment past prima in bovenstaande opties. Bestellingen die moeten worden bezorgd

## Een Pick-up bestelling zou ook bij rijkswegstation kunnen

is meer voor tankshops in en rond stedelijke gebieden, maar een Pick-Up bestelling, bijvoorbeeld een klant die onderweg is, zou ook via een rijkswegstation kunnen.

### Tankshops

"We zien de petrolbranche als een partner binnen ons lunchconcept. We bieden ruime faciliteiten op locatie maar bovenal extra omzet. Momenteel generen we in Nederland gemiddeld voor onze restaurantpartner een extra omzet van € 100.000,- op jaarbasis.

In de tweede helft van dit jaar verwachten we ons lunchconcept verder uit te kunnen rollen richting bedrijven en deelnemende restaurants in Nederland. En hopelijk dan ook een groot aantal tankshops," sluit Joris Wilton af.



**SMIDMEDIASOLUTIONS.NL**   

Raamsdonksveer T +31 (0)162 510 681 E info@smidmediasolutions.nl



Postbus 6672, 6503 GD NIJMEGEN  
**Telefoon:** +31 (0)6 5218 3174  
**E-mail:** wppvakbladen@ziggo.nl  
**Website:** www.seestore-tankshop.nl  
**Opplage:** 1900  
**Verschijning:** 4 x per jaar

### Meer informatie over SeeStore

Wilt u meer informatie over mogelijkheden met redactie en/of adverteerders?

### Neem dan contact op met

Berrie Wolters, uitgever • redactie / commercieel • 06-52183174 • wppvakbladen@ziggo.nl  
 Peter Smeele • commercieel • contact@smeelecommunications.nl

# Thais food aan de pomp in Heerjansdam

Door Thom Mandos

Op steeds meer tankstations maakt het traditionele broodje bal plaats voor iets meer exotisch. In Heerjansdam is met heel andere ogen gekeken naar een branche waarin vooral veel van hetzelfde te vinden is. "We hebben niet eens naar andere tankstation shops gekeken en gewoon geheel ons eigen ding gedaan", aldus Fenneke Biemond. Samen met Dow Lems exploiteert ze Biemond en Lems Pitshop in een voormalig tankshop van het huidige Argos tankstation aan de Industrieweg.



Dow Lems en rechts Fenneke Biemond



In voormalig tankshop is Biemond & Lems Pitshop gevestigd. Het onbemand Argos tankstation en de carwashgelegenheid van de firma Larocar vullen elkaar goed aan.



Het betreft een combinatie van het eigen concept Serkanya Food met het Lekkerland concept Punto Gusto. Met wel in grote mate van een 'eigen twist'

Haal je bij het ene tankstation voor een euro een kroket, in Heerjansdam krijg je er twee loempia's voor. "We verkopen er makkelijk vierhonderd per week", zegt Lems. De shop werd in maart jongleden pas geopend, maar is nu al een groter succes dan verwacht. "Twee jaar geleden zijn we met elkaar een cateringbedrijf begonnen en zijn we kookworkshops gaan geven, die kennis hebben we nu meegevoerd naar deze tankshop", zegt ze. De vrouwen kennen elkaar via diens mannen, dat zijn compagnons.

Het avontuur begint voor de dames wanneer hun beide partners het terrein aan de Industrieweg kopen. "Het verhuurbedrijf dat ze samen hebben in verrijkers en hoogwerkers groeide uit zijn jasje. Ze besloten daarom dit terrein te kopen, echter de toenmalig eigenaar wilde alles in één keer verkopen en niet een deel. Dus ook de (gesloten) tankshop", zegt Biemond.

Het tankstation was al zo'n vijf jaar onbemand, met de shop werd al die tijd niets gedaan. De ruimte was redelijk vervallen toen de dames er hun intrek namen. "Logisch want deze was natuurlijk vijf jaar niet gebruikt. Er moest flink wat gebeuren dus we konden hem helemaal naar eigen wens inrichten", vertelt ze. Het bedrijf dat ze al hadden, Serkanya Food, werd geïmplementeerd in de shop. Inmiddels is het al echt een begrip. Veel inwoners van Heerjansdam en omstreken komen na het werk het avondeten bij de tankshop. "We krijgen het er bijna niet tegenaan gekookt."

## Vers, handgemaakt en Lekkerland

De dames hebben kwaliteit hoog in het vaandel staan: "We maken al onze producten vers en iedere dag worden de vitrines bijgevuld. Elke week voegen we ook enkele nieuwe gerechten aan het menu toe. We willen onze bezoekers blijven verrassen," aldus Lems. Ook klanten die bij hen een kookworkshop hebben gevolgd kunnen op het tankstation terecht bij een speciaal voor hen ingerichte mini-toko. "Hier verkopen we ingrediënten die ook tijdens de kook cursus gebruikt zijn."

De dames combineren het eigen foodconcept van Serkanya Food met het Lekkerland concept Punto Gusto. In overleg werd wel besloten om er een eigen twist aan te geven. "We nemen wel hun concepten maar combineren ze met bijvoorbeeld onze verse kip kerrie of de red pork uit de oven", zegt ze. De broodjes zijn een groot succes en inmiddels is er ook al een bezorgdienst opgezet voor de lunch. Door de ligging in een industriegebied komen ook veel mensen hier in de pauze eten.

## Cadeaus, maar ook groenten en aardappelen

Wanneer we Pitshop bezoeken zijn de ondernemers net terug van een groothandel. Net zoals bij de broodjes is ook het assortiment van bijvoorbeeld cadeau artikelen anders dan bij de meeste traditionele shops. "We kopen en kiezen alles helemaal zelf. We willen een heuze cadeaushop zijn, waarbij klanten weten dat we ook regelmatig nieuwe producten hebben. Gaat men op visite, dan kan men voor iets leuk bij ons terecht. Leuke kleinigheidjes die het altijd goed doen, dat is onze kracht. Een het loopt al direct vanaf de opening 'als een trein'. Klanten zijn heel enthousiast over ons assortiment," aldus Biemond.

Wat het volgens hen ook goed doet is groente en fruit deze komen van een lokale bevriende boer en worden in de streek geteeld. "Groente en aardappelen vinden hier gretig aftrek."

## Autogebonden

Toch bleek na enige tijd dat de shop iets miste. "We hadden in eerste instantie geen auto-nonfood opgenomen we dachten: autoprodukten zoals olie en geurverfrissers, wie koopt dat nou? Nou, to we regelmatig van klanten de vraag kregen naar deze producten. Dus, toch snel een assortiment opgenomen. De olie komt deze week nog binnen", zegt ze lachend. Buiten de shop komen er bbq-artikelen en er komt nog een voorziening voor water en lucht op het parkeerterrein.

## Totaalconcept

De bedoeling van Biemond en Lems Pitshop is het bieden van een totaalcon-



cept, een alles-in-1 oplossing voor de regio. "We willen er niet alleen zijn voor een broodje of loempia's, we willen ook een plek zijn voor een drankje, een bloemetje of voor het kopen van rookwaren. We bereiken nu al een grote groep mensen die hier na het werk een maaltijd komen halen", zegt Lems. Het eten zorgt voor een leuke wisselwerking volgens haar. "Als de pan aangaat dan ruiken de klanten de heerlijke kruiden en weerstaan om dan niet iets te bestellen is bijna niet mogelijk, lacht Lems.

Bij dit tankstation is tanken bijzaak geworden. Samen met Argos werd wel besloten om klanten in de shop te laten afrekenen in plaats van aan de pomp zelf. Biemond: "De oliemaatschappij heeft daarin echt met ons meegedacht. Ze staan achter ons en geven tips. We hebben veel en goede informatie van ze gekregen. Er is weer leven op deze tankstationlocatie en dat biedt voor alle partijen grote voordelen. We zijn tot laat open en we merken dat het nu met tanken ook in de latere uurtjes drukker wordt (tankklant voelt zich veiliger).

#### Horeca

De uitstraling van de shop is eveneens afwijkend van de standaard tankshops. Het gebruik van strakke oppervlaktes, hout en spots geeft een mooie industriële uitstraling. Veel materialen werden hergebruikt. "De lampen komen van marktplaats. De hoge tafels hebben we gemaakt van grote houten spoelen en lege olie vaten. We

willen dat mensen rustig een drankje kunnen drinken en hun loempia kunnen eten", aldus Biemond. Ze vond veel van de bezochte tankshops nogal 'koud en kil' en dat moest hun Pitshop echt niet worden. Op de muur is een grote foto te zien van Heerjansdam in vroegere tijden. "We krijgen leuke reacties van oudere

mensen, ze herkennen het tafereel met de boot", zegt ze lachend.

Op het terrein bij de shop komen nog picknicktafels. "We zitten aan een populaire fietsroute langs de Maas, daarnaast varen hier dus ook veel mensen langs. We willen het lokale toerisme echt deze kant op krijgen. Wij zijn in principe het enige punt voor koffie of een ijsje." Wat betreft fietsers zit de locatie dus op een goede locatie, ook op de nabijgelegen camping worden de pijlen gericht. Camping bezoekers kunnen voor verse broodjes dus ook naar Pitshop.

Het feit dat de shop door vrouwen is ingericht en niet door mannen, maakt volgens beide dames een redelijk verschil. "De tankstationwereld is echt een mannenwereldje. Wij kijken er toch met hele andere ogen naar. Dat zie je ook echt terug in de shop. Vrouwen zorgen thuis vaak ook voor een gezellige huiselijke sfeer, dat hebben we hier dus ook gedaan. Onze benadering is heel

anders", legt Biemond uit. Volgens haar is Thais op het tankstation dan ook een echte aanrader. Toch zorgt niet alleen het eten voor de gunfactor. "Persoonlijk contact is belangrijk. Zo zijn onze medewerkers Joan, Alinda en Sandra het gezicht van onze shop. Ze kennen veel mensen uit het dorp. Dat brengt ook weer een gunfactor mee. Goed personeel is belangrijk."

Een bezoek aan de Pitshop kan niet zonder ook daadwerkelijk het Thaise eten te proeven. De vrouwen hebben in het interview geen woord gelogen. De vers gemaakte loempia's smaken echt fantastisch. Hier kan de lokale Vietnamese loempiakraam nog wat van leren. De gezellige sfeer in de shop zorgen dat het zeker geen straf is om hier een korte pitstop te houden en te tanken. "Het eten is voor ons het belangrijkste, de mensen komen om te tanken maar kunnen het voedsel niet weerstaan. We verdienen het meest aan onze gerechten," besluiten de ondernemers.



## BP neemt Broodje, Tankstation en Carwash Kok over

Oliemaatschappij BP Nederland neemt per 1 juni de volledige exploitatie van Kok Tankstations B.V. over. De overname bevat alle bedrijfsonderdelen van Kok Tankstations B.V. Het BP tankstation, lunchroom Broodje Kok en wasstraat Kok Carwash. Door middel van deze overname versterkt BP Nederland zijn positie in het midden van het land.

#### Ruben Beens algemeen directeur BP Nederland:

Wij zijn zeer verheugd deze transactie te kunnen aankondigen. Met de overname van Kok Tankstations slaan we twee vliegen in een klap. Enerzijds behouden we het BP tankstation in ons eigen netwerk anderzijds kunnen we veel leren van het foodconcept Broodje Kok. Dit foodconcept heeft in de petrol branche veel aanzien, het behoort tot de absolute top van Nederland.

#### Johan en Thea Kok:

"De afgelopen 6 maanden hebben we na kunnen denken over onze toekomst. Met de opening van Kok Experience 3 jaar geleden zijn we een andere weg ingeslagen. Met veel plezier en enthousiasme hebben we als gezin hier een succes van gemaakt. Naast het verder uitbouwen van Kok Experience, hebben we nog meer plannen voor de toekomst. De werkzaamheden die het vergen om het tankstation, de wasstraat en met name broodje Kok op het door ons

gewenste niveau te houden past daar niet meer naast. Onze focus ligt, samen met onze kinderen op Kok Experience. Uiteraard doen we dit met een beetje pijn in ons hart", aldus Johan en Thea Kok

Kok Tankstations is de laatste jaren uitgegroeid tot een middelgroot familiebedrijf met vele disciplines. Er is nu een langdurige huurovereenkomst aangegaan met BP Europa SE - BP Nederland. De overdracht op 1 juni heeft geen negatieve gevolgen voor de huidige personeelsleden; alle werknemers gaan van rechtswege mee over naar de nieuwe organisatie. De merknamen (Kok Tankstations, Broodje Kok en Kok Carwash) zullen medio juli verdwijnen van de gevel. BP zal hierin haar eigen concept en naamvoering doorvoeren.



ADVERTENTIE

## BRENG MEER TEMPRAMENT OP HET MENU

MET DE EMPANADAS VAN SABORES DEL SOL!



Denk je aan Street Food dan denk je aan Empanadas. Onze heerlijke ambachtelijk bereide empanadas zijn pasteitjes van mais- of tarwedeeg. Ze zijn rijkelijk gevuld met de meest uiteenlopende vullingen van vis of vlees en ook met vegetarische en zelfs veganistische vullingen uit o.a. de Zuid Europese / Mediterrane, Aziatische, Afrikaanse of Zuid Amerikaanse keuken. De empanadas worden gemaakt in verschillende formaten, zijn te bereiden in oven of frituur en zijn een diepvriesproduct.

Sabores  Del Sol  
LATIN STREET FOOD



Veilingweg 42 • 3034KB Rotterdam • 079 750 3813  
• info@tapasfactory.nl • www.tapasfactory.nl

Nieuw!

## Verras met vers getapte yoghurt van De Zuivelmakers



Gasten zijn op zoek naar een gezond alternatief voor het ontbijt, de lunch of een tussendoortje. Zij zijn hierbij op zoek naar lokaal, duurzaam geproduceerd en puur natuur! De Zuivelmakers speelt op deze trend in met 'Vers getapte yoghurt'. Een concept met een yoghurttap waarmee ter plekke yoghurt vers kan worden getapt.

Samen met een topping naar keuze van vers fruit, gezonde muesli en/of een verwenvariant, kan eenvoudig worden ingespeeld op de wensen van de gasten én op ieder moment van de dag.

De yoghurttap kan zowel als bedieningsconcept als zelfbedieningsconcept worden ingezet.

Met één druk op de knop de yoghurt uit de tap. En deze is dan nog steeds heerlijk dik. De yoghurt in de tap zit in 10kg zakken die na openen nog 5 dagen kan worden getapt. Dankzij de tap blijft de yoghurt vers en gekoeld waardoor er minder verspilling is en hygiënisch kan worden gewerkt.

### (H)eerlijke yoghurt

De yoghurt wordt gemaakt door op het familiebedrijf waar echt vakmensen mensen dag in en uit werken een de beste kwaliteit zuivel. De melk komt van eigen boeren uit de waarmee samen wordt gewerkt aan Duurzame Weidezuivel. De Zuivelmakers staan voor (h)eerlijke zuivel waarbij zorg voor koe, omgeving en mens voorop staan.

Info: [info@dezuivelmakers.nl](mailto:info@dezuivelmakers.nl)



## EMPANADAS: de nieuwste food trend uit Zuid Amerika

Waar komt deze trend vandaan? Door de eeuwen heen hebben de Empanadas – ontstaan uit het Latijnse werkwoord empanar, wat 'inpakken in brood' betekent (vaak worden restanten van maaltijden in deeg gewikkeld) – een flinke reis gemaakt. Het grote aantal Spaanse en Portugese immigranten in de 15e eeuw naar Latijns-Amerika en andere werelddelen hebben dit gerecht daar geïntroduceerd, waar het met open armen werd ontvangen. Ieder land gaf zijn eigen (in-)vulling aan deze snacks of gebruikte het als een maaltijd. Zo werden de verschillende vullingen en deegsoor-



ten overal geadopteerd. Knapperig afgebakken Empanadas kunnen zo uit het handje worden gegeten.

Deze hartige (en soms ook zoete) Latijnse snack is hier om te blijven. Dat wisten ze bij de Tapas Factory natuurlijk allang. De



Empanadas worden rijkelijk gevuld met de meest uiteenlopende vullingen uit de Zuid Europese, Afrikaanse, Latijns Amerikaanse en ook Aziatische keuken. The Tapas Factory werkt nauw samen met verschillende top-chefs om een zo authentiek mogelijke vulling te maken.

Tegenwoordig in het moderne Europa - en nu ook in Nederland - hebben de vele "Street-food festivals, verschillende toko's en uiteraard de Latijns-Amerikaanse gemeenschap deze heerlijke gerechten populair gemaakt. Ze zijn zelfs in de schappen van supermarkten te vinden.

The Tapas Factory produceert Empanadas in verschillende maten van 6 tot 14 cm diameter en van 25 tot 125 gram met de meest uiteenlopende vis, vlees, vegetarische of veganistische vullingen voor bereiding in de oven of frituur. De Empanadas worden gemaakt met de meest verse ingrediënten, van tarwe of maisdeeg, en zonder de toevoeging van conserveringsmiddelen of smaakversterkers. Veel van onze Empanadas zijn e-nummer, gluten en/of allergenen vrij. [\(Zie ook advertentie op pagina 7\)](#)



## Tony's Coffee & More in Best open

Recent heeft De Haan weer een Tony's Coffee & More vestiging geopend aan de Willem de Zwijgerlaan te Best (merk Esso). In het concept Coffee & More staat zoals de naam al zegt 'koffie' centraal, met daaromheen een minder uitgebreid andere food-drank- en nonfood assortiment. Andere shopconcepten van Tony's zijn 'Streetfood' en 'Plaza Food'

Opvallend binnen de nieuwe locatie Best is de aparte en strakke non-food wandopstelling (samenwerking met Newco) met daarin een assortiment 'parfum'. Daarnaast een vak met Tony's chocolade (naamstelling is natuurlijk perfect) en consumenten producten van Lavazza.

Daarnaast een vak speelgoed, en 2 vakken autogebonden nonfood (geurkaarten, olie, auto onderhoud ed). Mooi ook zijn de 5 Led schermen boven de vakken waarop in dit geval het assortiment parfum richting de klant gepromoot wordt (Led schermen zijn van Dedigitale BV).

ADVERTENTIE

Voor meer informatie over Extran of voor een aantrekkelijke introductie aanbieding, kunt u contact met ons opnemen! Riedel Foodservice • [fieldsales@riedel.nl](mailto:fieldsales@riedel.nl) • 0318-675957 • [www.riedel.nl](http://www.riedel.nl)

Tankshops & Vending  
SeeStore



## Abonneren?

Wilt u vakblad SeeStore blijven ontvangen, neem dan een abonnement!\*

6 edities: € 49,00 ex. BTW  
Mail naar: [wppvakbladen@ziggo.nl](mailto:wppvakbladen@ziggo.nl)  
Onderwerp: abonnement SeeStore

\* vermeld uw adres- en contactgegevens aub!!



## Klant kan bij steeds meer locaties relaxt food nuttigen

Door Berrie Wolters

Bovenstaande tekening heb ik ten behoeve van mijn column in vakblad CleaningStation in 2010 laten maken. In deze column stelde ik de 'uitbreiding van het food assortiment', lees toen nog hoofdzakelijk 'warme snacks', en de zeer beperkte gelegenheid voor de 'gemiddelde klant' om deze op een fatsoenlijke wijze te nuttigen aan de kaak. Nu 9 jaar later is de tankstationbranche in rap tempo getransformeerd tot heuse horeca- en restauratieve aanbieders. Maar hoe zit het vandaag de dag met zitgelegenheden in onze branche? Petrol is nog steeds een 'on the go' branche, maar hoe zwaar weegt het woord GO momenteel. Zijn de shopformules van oliemaatschappijen er op gericht om de klant binnen een bepaald tijdslimiet weg, on the GO, te hebben?

Als ik kijk naar de tankshops die ik de afgelopen 3 jaar heb bezocht, dan zie je dat binnen shopconcepten van oliemaatschappijen (veelal rijkswegstations) hoofdzakelijk wordt gekozen voor sta- en wandtafels zonder zitgelegenheden, maar ook steeds meer met zitgelegenheden in de vorm van hoge krukken. Deze stations liggen dan ook aan rijks- of provinciale wegen. Klanten die deze stations bezoeken zijn onderweg en hebben haast. Men verwacht binnen enkele minuten een warme snack en/of een broodje en nuttigt deze dan ook binnen een kort tijdsbestek: merendeel eet in de auto/vrachtwagen en anders aan een van de tafels (met of zonder kruk). Verblijftijd rond de 10 minuten schat ik in.

Bij dit soort tankstations spreken collega's van bedrijven vaak met elkaar af om 'even een bak koffie te doen'. Bij de keuze 'welk tankstation' is de kwaliteit (en prijs) van het bakje koffie en van het food-product bepalender dan de mogelijkheid om rustig te kunnen zitten. Verblijftijd rond de 20-30 minuten.

Ik heb Total en BP enkele vragen gesteld over hun shopconcept in relatie tot invulling van zitgelegenheden.

### Total Nederland

Aalwin Kautz, Manager Shop, Food & Services, gaf het volgende aan: "Total heeft gekozen in de vorm van hoge tafels



Total



BP

met krukken. Wij willen onze gasten die onderweg zijn de gelegenheid geven om even te kunnen zitten en rusten terwijl zij een heerlijke koffie drinken, een vers belegd broodje of een frietje eten. Of even de telefoon op te laden, snel de mail te checken, etc.

"Het Cosie-concept is modulair opgebouwd, omdat geen shop hetzelfde is en de gasten die er komen verschillende behoeften kunnen hebben. Per geval wordt elke shop apart ontworpen en houdt rekening met al die behoeften en voorwaarden. Afhankelijk daarvan, in combinatie met de beschikbare ruimte, wordt het aantal tafels en zitplaatsen bepaald."

Op de vraag hoe Total de toekomst op dit vlak ziet antwoordde Kautz: Binnen het Cosie-concept zal er op bovenstaande wijze invulling worden gegeven aan zitplaatsen. Als de behoefte van de gasten in de toekomst verandert zal het Cosie concept daarop aangepast worden. Cosie is een modulair en dynamisch concept waarbij vanaf de start rekening is gehouden dat behoeften van gasten met de tijd veranderen."

### BP Nederland

Jacoline Poldervaart van BP Nederland gaf de volgende antwoorden op oa de vraag: zit 'zitgelegenheid' bij de grotere (rijksweg) stations standaard in het shop-concept? "Dit wordt inderdaad wel meer de standaard. Ons meest recente shop concept is te vinden op BP de IJssel Nieuwegein A2 (BP/WBC) en Kruisoord (Noordbeemster) /Hucht (Apeldoorn) (beide AH to go) met meer tafels en met stoelen."

"Het aantal zitplaatsen is afhankelijk van de grootte van het station. Bij nog een andere locatie van BP (BP Honswijk te Muiden) is het eet gedeelte erg ruim. In de nieuwe shopconcepten wordt steeds meer ruimte besteedt aan food bereiding en eet-/zitgedeelte.

De zitgelegenheid bestaat binnen het BP netwerk uit statafels met krukken, zoals onderstaande foto.

## Van rijkswegstations hoeft Van der Valk voorlopig niets te vrezen

### Zelfstandig ondernemer

Aan de andere kant blijkt in de praktijk dat indien de zelfstandige tankstation-ondernemer eenmaal het besluit heeft genomen de tankshop te verruimen tot een lunchroom, hij/zij dit dan ook groots aanpakt en kiest voor een groot aantal zitplekken. De meeste passen de uitbreiding in food niet IN de bestaande tankshop vloer meters, maar kiezen voor uitbreiding AAN de tankshop.

Neem als voorbeeld Shell Hegeman in Arnhem, die qua uitbreiding niet veel mogelijkheden had, maar 4 jaar geleden besloot om toch uit te breiden met een ruime lunchroom (onder de naam Broodje Zuid) en hiervoor een bestaande wasbox heeft opgeofferd. Broodje Zuid heeft ongeveer 20 zitplekken (hoge tafels met krukken en 4 tafels met stoelen.



Shell Hegeman Arnhem

Daarnaast zijn er legio voorbeelden te benoemen van locaties waar aan de bestaande tankshop een ruime lunchroom is gebouwd of waar

op bestaande locatie een geheel nieuwe lunchroom en tankshop is gebouwd.

Kijk maar naar de 2 artikelen in de vorige editie van dit vakblad SeeStore (nr1: de zeer ruime lunchroom Trumpi Breda en de geheel nieuwe lunchroom van Shell Rijssen. Of de 4 jaar geleden geheel nieuw gebouwde en ruime BrandOil tankstation te Zutphen. Of de vorig jaar nieuw gebouwde OK tankstation met een shop van 150m2, die overigens ook als wachtruimte dient voor een lokaal treinstation.

Deze locaties bevinden zich hoofdzakelijk in en rondom stedelijke gebieden en kunnen zeer zeker fungeren als een ontmoetingsplek voor zakelijke afspraken (verblijftijd rond 1 uur of meer).

Hieronder enkele foto's van locaties en hun zitgelegenheid



Esso Trumpi Breda



Shell Rijssen



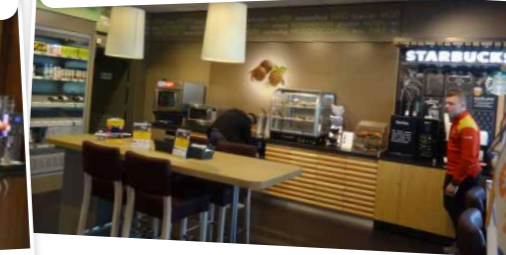
OK Emmen



Shell Oostendorp



Avia Neunen



Shell Druten



## Euro Poultry de specialist in 'gevogelte'

# Breed assortiment aan kwaliteit producten 'Made2Serve'

Het aanbod aan F&B bij tankstations neemt toe en daarnaast wordt binnen de traditionele tankshops het food assortiment uitgebreid. "Gezien het aanbod en de prijsstelling in tankshops, eisen gasten ook een hoge kwaliteit. Met name op gebied van de kwaliteit van deze producten is er een groot verschil. Het praktische verschil is tweeledig: 'de gast bijvoorbeeld een broodje taai kip aanbieden of een broodje met malse smaakvolle kip,'" aldus Field Manager Jan Quakernaat van Euro Poultry en verantwoordelijk voor de Benelux markt.

Euro Poultry is een Deens bedrijf, in 1999 opgericht en inmiddels in 8 Europese landen actief. Het bedrijf heeft de omzet in BeNeLux aanzienlijk zien stijgen op basis van gevogelte producten leveren in Foodservice die onderscheidend zijn van smaak en uitstraling. Daarnaast is er goed meegedacht op het gebied van voedselveiligheid, "waste" en personeelskosten waarbij er nooit concessies worden gedaan aan de kwaliteit. Jan Quakernaat: "Met name de Benelux is een belangrijke afzetmarkt. Zo staat het centrale vrieshuis van waaruit alle landen worden beleverd in Barneveld."

"Euro Poultry heeft haar totaalassortiment verdeeld: Chefs Club bestaat uit rauwe gevogelte producten ten behoeve van met name restaurants. Top Table bestaat uit gegaarde gevogelte producten die 'Made2Serve' zijn. "Top Table kenmerkt zich in een zeer breed assortiment en is met name geschikt voor die locaties waar de klant in relatief kort tijdsbestek het product wil nuttigen, zoals een kipburger, broodje kip, salade met kip. etc. Met daar-

bij de garantie dat ons volledig assortiment gebaseerd is op een unieke wijze van garen, waardoor we een zeer smaakvol en mals convenience product bieden. Dus zoals gezegd eenvoudig te verwerken en snel gereed is om te serveren.

### TankShops

Euro Poultry bedient Foodservice waaronder ook steeds meer locaties binnen de tankstationbranche. "We beleveren individuele ondernemers en enkele ketens, maar Euro Poultry wil in deze branche de komende jaren groeien," benadrukt Jan Quakernaat. Het assortiment ontstaat door te luisteren naar de wens van de klant is inmiddels zo groot dat het u aan niets zal ontbreken. Al onze producten



Field Manager Jan Quakernaat

worden van kipfilet (of haasjes) gemaakt, met andere woorden wij stellen niets samen! Deze kwaliteit wordt zeer goed ontvangen binnen Foodservice, je ziet en proeft dit direct terug. "Als je kijkt naar de horeca, en daar vallen tankshops toch ook steeds meer onder, dan zie ik leuke verrassende ontwikkelingen. Zoals de verkoop van enkele spies "saté" variant, wraps met kip, kippeling (kibbeling van kip), Chicken Wings, Caesar salads, pizza met kip topping, tosti kip, kipburgers. Deze producten zouden ook prima binnen tankshops aangeboden kunnen worden. Immers, ze zijn allen Made2Serve en hoeven dus slechts even in de oven zonder stoom op 200°C of op bakplaat, de turbochef, merrychef opgewarmd te worden." Uiteraard zijn sommige producten



nog steeds ook heel lekker uit de frituur, maar zeker niet minder dan de eerder genoemde bereiding wijze.

### Derving

Sommige tankstation-ondernemers zijn enigszins terughoudend om het food aanbod uit te breiden. Derving is daarvoor een argument. "Daarom verpakken we onze Table Top producten IQF (Individual Quality Frozen) per stuk los gevoren van elkaar in gebruiksvriendelijke 2,5 kg verpakking en hebben deze ook voorzien van een ritssluiting op de zakken. Dit zorgt ervoor dat u bij juist gebruik niets verspild."

### Kwaliteit

Even terug naar het stukje 'kwaliteit'. Waar bestaat dit uit? Jan Quakernaat: "Alle kip die wij verwerken, loopt vrijuit, wordt goed verzorgd en wordt halal geslacht tussen de 39e en 45e levensdag. Op die manier garanderen we ook een constant kwaliteit van het basisproduct. Na het slachten volgt het garen van de filet, haasjes, wings en drumsticks wat wij doen volgens een uniek procedé." Om het product tot slot IQF te shock vriezen en te verpakken volgens de laatste strenge eisen welke hieraan gesteld worden.

### Meer dan kip

Top Table biedt ook veel meer dan de pure kipproducten, maar alles wat gevogelte is. "pulled duck, duck vet, confit de canard, kalkoenbacôn... noem maar op", somt Jan Quakernaat op. "We hebben het allemaal volgens hetzelfde 'Made2Serve' concept. Al onze producten zijn ook uiterst gebruiksvriendelijk verpakt en bij de juiste behandeling behoort waste tot het verleden. Alles is 'Individual Quality Frozen (IQF)' met ander woorden zijn per stuk los gevoren in de verpakking. Gewoon uithalen wat u nodig heeft, de gebruiksvriendelijke zak dichtritsen en klaar. Boven op dat alles herinner ik u er graag aan dat al onze producten halal zijn."

### Samenwerken met Euro Poultry The Unique Concept betekent voor u:

- constante en onderscheidende kwaliteit,
- inspiratie,
- oplossingen, begeleiding en creativiteit
- en gemak

Met ander woorden: uw "one stop shopping partner voor gevogelte". Zou u meer Informatie willen ontvangen, wij helpen u graag verder.



**Euro Poultry Benelux B.V.**  
Jan Quakernaat  
Tel: +31 6 22863065  
Email: jaq@europoultry.eu



## LATESSO voor ijskoffieschap

BESWISS brengt met het Zwitserse merk LATESSO een innovatie in het ijskoffie schap. LATESSO is volgens BESWISS de enige 100% natuurlijke ijskoffie op de markt: vers gezette espresso met Zwitserse kwaliteitsmelk vormen dit premium product. Dus zonder stabilisatoren, bindmiddelen en emulgatoren (E-nummers).

De hygiënische drinkdeksel met afsluitfolie aan de buitenzijde en het boterkoekje in de deksel toont de extra kwaliteit. Verkrijgbaar in de smaken Espresso, Cappuccino, Macchiato, Fit en Free. LATESSO FREE is de trend: suikervrij, lactosevrij, zonder kleurstoffen en weinig calorieën. Feel fit, feel free.

Info: [office@beswiss.nl](mailto:office@beswiss.nl)



## Flextrash: handig voor onderweg

Flextrash, de prullenbak die met je meereist, is een flexibele afvaloplossing. Dankzij verschillende clips kun je deze prullenbak vrijwel overal ophangen, bijvoorbeeld in de badkamer, tijdens het kamperen maar dus ook in de auto. Zo kun je de Flextrash aan de hoofdsteun, het dashboardkastje of zelfs aan het raam bevestigen. Geen rondslingerend afval meer dus.

Een tof design, maar ook nog eens duurzaam. De Flextrash is gemaakt van gerecyclede PET flessen, ook kun je de COVER-bag losritsen en in de wasmachine wassen.

Info: [contact@flextrash.com](mailto:contact@flextrash.com)



*“Je thuis voelen op de plek waar je werkt, dat vind ik belangrijk”*

**KRIJG JIJ  
ENERGIE  
VAN JE WERK?**



*“Mijn mensen moeten vooral veel lol hebben in én op het werk”*

**MAAK DE TEST VIA  
MIJNBRANCHEPASPOORT,  
KLIK OP ‘MIJN ENERGIE’  
EN ONTVANG  
10 LEERPUNTEN!**



*“Complimentjes van mijn chef, daar krijg ik energie van”*



*“Ik vind het belangrijk om de innovaties te volgen”*

## NIEUW bij OOTW: Mijn Extra

Een op maat gemaakte mini elearning in het branchepaspoort. Bouw je eigen e-learning en geef jouw medewerkers wat extra's!

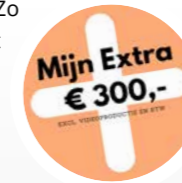


### Wat is Mijn Extra?

Een Mijn Extra is een nieuw leerproduct van het OOTW; een mini e-learning. Het OOTW kan deze mini e-learnings snel ontwikkelen naar de actualiteit en behoeften van de branche.

Het OOTW stelt de Mijn Extra tool ook beschikbaar aan bedrijven om mini e-learnings op maat te bouwen en deze voor de eigen medewerkers beschikbaar te stellen. Je kunt dus een mini e-learning bouwen over het nieuwe bakery concept dat jullie krijgen, of de nieuwe koffie, de wastunnel, een klantenspaarsysteem, afspraken tussen hoofdkantoor en vestigingen enzovoorts. Maar ook gewoon het verhaal van het bedrijf of het inwerktraject.

Ondersteuning op het moment dat jij vindt dat jouw bedrijf het nodig heeft, dat is de Mijn Extra. Zo hebben jouw medewerkers direct toegang tot essentiële kennis. Hiermee waarborg je belangrijke kennis en vaardigheden die voor jullie bedrijf van belang is.



Het OOTW stelt deze Mijn Extra beschikbaar op maat voor elk bedrijf. Je levert de onderdelen aan en het OOTW helpt je de Mijn Extra te bouwen. Eenmaal ontwikkeld zet je de micro-cursus beschikbaar via de HR tool in ons succesvolle leerplatform [www.mijnbranchepaspoort.nl](http://www.mijnbranchepaspoort.nl). Medewerkers hebben dan 24 uur per dag toegang tot de Mijn Extra via telefoon, tablet of computer.

Voor een eenmalig vast bedrag kunt u er ook gebruik van maken. Neem contact met ons op om de mogelijkheden te bespreken.

## Nieuws. Dat geeft energie!

Een Mijn Extra heeft de volgende bouwstenen die je naar wens kunt vullen:

### Video's

Video's zijn gemakkelijk in te sluiten in een Mijn Extra. Je kunt hier MP4 video's voor gebruiken. Denk bijvoorbeeld aan de leidinggevende of de bedrijfsleider die een welkomstpraatje houdt voor de nieuwe medewerkers of een instructiefilmpje.

### Tekst & Afbeeldingen

Met de tekstpagina's is het mogelijk om achtergrond informatie en instructie in tekst te plaatsen. Afbeeldingen, links of tabellen kunnen hier ook toegevoegd worden.

### Expert

Soms kan een medewerker wat extra persoonlijke hulp gebruiken. Met de expertpagina kun je een persoon koppelen aan een Mijn Extra. Iemand die alles over het onderwerp weet en zijn kennis graag deelt met de rest van de organisatie.

### Toets

Een toets toevoegen is niet verplicht maar wel mogelijk. Je kunt variëren tussen meerkeuze- en open vragen. De HR tool beheerders kunnen gemakkelijk in zien wie de eindtoets van de Mijn Extra heeft behaald. Deze toets komt in het toetscentrum van de werknemer te staan van het dashboard te staan na afronden van de Mijn Extra.

### Downloads

De downloadpagina is bedoeld om bijlagen te plaatsen, zoals achtergrondinformatie, instructie, bijbehorende foto's of een toelichtende PowerPoint.

**OOTW is het ontwikkelings- en opleidingsfonds van de branche die het mogelijk maakt voor alle medewerkers in de branche van tankstations en wasbedrijven (online) trainingen te laten volgen.**

Voor meer informatie ga naar [www.ootw.nl](http://www.ootw.nl) / [www.mijnbranchepaspoort.nl](http://www.mijnbranchepaspoort.nl) of mail/bel naar [info@ootw.nl](mailto:info@ootw.nl) / 010-4111968.



Nicky Smid van Smid Media Solutions

## Al 10 jaar de reclame-partner voor tankstations en carwashes

Toen Nicky Smid 10 jaar geleden Smid Media Solutions startte vormden bedrijven uit de tankstation- en carwashbranche al direct een deel van zijn klantengroep, zowel een oliemaatschappij als ook individuele ondernemers. Nu 10 jaar later heeft dit mediabedrijf uit Raamsdonkveer vele in-store als ook out-door reclame-uitingen bedacht, gemaakt en geplaatst. "En voor een veel bredere klantengroep. Mede dankzij onze uitgebreide dienstenpakket bedienen we momenteel genoeg alle tankstation merken en ook steeds meer carwashondernemers weten ons te vinden."

Nicky Smid typeert Smid Media Solutions dan ook als een 'full-service Print Management'-bedrijf dat alles levert op het gebied van drukwerk, printwerk en digitale media. "Door onze hoge kwaliteit, flexibiliteit, service en grote diversiteit aan producten is Smid Media Solutions de ideale partner voor alle mogelijke communicatie-uitingen, van ontwerp tot montage op locatie."

### Duidelijke boodschap

Belangrijk is dat in een kort tijdsbestek de klant de geuite reclame boodschappen in- en rondom het tankstation oppakt en aangrijpt. Daarbij heb je qua oppervlak 'grote' uitingen die veelal een merk, een concept en/of een beleving moet communiceren. Of juist een bepaalde actie. De out-door boodschap moet 'terloops' door de klant kunnen worden opgenomen. Dus enkele afbeeldingen en korte tekst. In-store heb je wat ruimere moge-

lijkheden omdat de klant iets meer tijd heeft om de boodschap te lezen en beoordelen.

### Van print naar digitaal

Je hebt uiteraard een aantal contactmomenten: tijdens het aanrijden naar het tankstation, gedurende het tanken, het lopen van pomp naar de shop en uiteraard in de shop zelf. De afgelopen decennia was vooral printreclame dé manier om te communiceren: stickers op de pomp, pomptoppers, spandoeken, posters en noem maar op. Ondanks dat druk- en printuitingen nog steeds een effectief communicatiemiddel zijn, is volgens Smid Media Solutions ...

Digitale reclame de trend voor 2019!



Een actie uiting met onderin 2 aanbiedingen van koffie en een burger met friet en duidelijk de prijsaanbieding. Bovenin het logo van het totaalconcept Tony's erboven.



Een in-store reclame van Friet-tavia, waarin aan de klant het concept Friet-tavia wordt uitgelegd.



Nicky Smid vervolgt: "Qua digitale reclame leggen we onze klanten enkele trends voor. Ten eerste toepassingen op LED schermen.

Je ziet ze al steeds vaker. En in steeds meer vormen, maten en mogelijkheden! Daarnaast is het een moderne en indrukwekkende vorm van bedrijfsreclame. Zo kun je bijvoorbeeld in een luifel van een tankstation een LED scherm maken waarop bijvoorbeeld groot de actuele brandstof prijzen worden gecommuniceerd. Ook bieden we aanhangwagens met LED-schermen te huur aan, bijvoorbeeld om een opening van nieuw tankstation, shop, en/of carwash te promoten. Of om juist actuele aanbiedingen groots te promoten (zie foto Shell)

Nieuw op dit gebied is het Transparant LED Scherm. Deze schermen zijn opgebouwd uit aparte LED-strips, zodat er tussendoor nog licht naar binnen kan schijnen. Hierdoor kunnen de schermen gemakkelijk achter ramen worden geplaatst, zonder dat dit ten koste gaat van de lichtinval! Dit zie je al wel veel in retail maar nog niet bij tankstations." Een andere trend is de 3D Hologram.



### Communiceren van Eetmomenten

Volgens Nicky Smid is de tankstationbranche de afgelopen 10 jaar enorm veranderd. "De transitie van brandstof naar horeca activiteiten in de shop gaat erg snel, dus ook op het gebied van instore reclame uitingen, de zogenoemde Point of Sale (POS). "Beleving is belangrijk. Je ziet bijvoorbeeld steeds meer reclame stickers waarmee bepaalde productgroepen worden aange-merkt, denk bijvoorbeeld aan een deursticker op een koelkast. Ook worden er steeds vaker vloerstickers toegepast."

Binnen de tankshopbranche zijn 3 eetmomenten belangrijk: ochtend, middag en avond. "Deze eetmomenten moeten ook afzonderlijk gecommuniceerd te worden. Hiervoor leveren wij aan tankstations een spandoekframe met draaimechanisme en 3 spandoeken met elk een eigen boodschap (zie foto Tony's Tolnegen Stroe)

## 3D Hologram Projector

Dit is volgens Nicky Smid de laatste trend op het gebied van reclame.

"De projector is een LED display fan waarop prachtige 3D hologrammen kunnen worden getoond. Doordat de fan met de LED verlichting heel snel ronddraait, ontstaat er een holografisch effect.

Dit is hetzelfde effect wanneer er bijvoorbeeld met een laserlampje op de muur wordt geschreven en heel snel beweegt met de hand in een bepaald patroon. Het lijkt alsof deze vorm echt op de muur verschijnt, terwijl dit maar uit één kleine lichtbron komt...

Op de 3D Hologram Projector zitten meer dan 200 van dit soort kleine lichtbronnen. Doordat de fan heel snel beweegt en de afbeeldingen en video's geen achtergrond bevatten, lijkt het net of ze echt in de lucht zweven. Dit levert echt prachtige beelden op!

De 3D Hologram Projector kan gebruikt worden voor allerlei soorten reclame waarmee u echt op wilt vallen. De beelden zijn een echte "eye catcher" voor de consument.

De fans worden verbonden met uw WiFi-netwerk, waardoor ze erg gemakkelijk zijn om in te stellen. Ook zit er een handige app bij, waardoor ze ook nog eens super gemakkelijk zijn in gebruik. Alle instellingen kunnen dus makkelijk aangepast worden met een smartphone, waar dan ook! De 3D hologram Projectors zijn beschikbaar in de formaten 42 cm, 50 cm, 65 cm en 100 cm.

Wij kunnen zorgen voor het maken van de hologrammen en de montage van het systeem op locatie"



## REWE Group en Lekkerland combineren hun expertise in Convenience

De REWE Group en de Lekkerland Groep willen door een fusie van beide ondernemingen een nieuwe strategische divisie, "Convenience", oprichten binnen de REWE Group. Om die reden koopt de REWE Group de Lekkerland Groep door overname van 100 procent van de aandelen in Lekkerland AG & Co. KG. Dit maakten de CEO van de REWE Group, Lionel Souque, en de CEO van Lekkerland AG & Co. KG, Patrick Steppe, eind mei bekend. Voor de geplande fusie van de ondernemingen is toestemming van de mededingingsautoriteiten vereist.

On-the-go consumptie is één van de takken in de levensmiddelenbranche met de grootste groeivoorzichten. De expertise van REWE op het gebied van producten en category management en Lekkerlands logistieke efficiëntie en uitgebreide ervaring op het gebied van groothandel vullen elkaar optimaal aan. Zowel ondernemers als consumenten zullen er baat bij hebben dat de sterke punten van de REWE Group en de Lekkerland Groep worden samengevoegd.

Lionel Souque, CEO van de REWE Group, licht dit als volgt toe: "On-the-go consumptie behoort tot de belangrijkste trends binnen onze branche en zal in de toekomst een nog belangrijkere rol spelen, want niet alleen jongeren kopen steeds vaker maaltijden en snacks voor onderweg. Daarom hebben wij ons convenience-assortiment in de afgelopen jaren continu uitgebreid en kwalitatief verbeterd. De combinatie hiervan met de gespecialiseerde logistiek en de uitgebreide expertise op het gebied van groothandel en convenience van Lekkerland is een overtuigende



succesformule voor de toekomst binnen een belangrijk segment van de levensmiddelenmarkt. Dat geldt voor Duitsland, maar ook voor de andere Europese landen waar Lekkerland actief is. Wij kijken enorm uit naar de samenwerking met onze nieuwe collega's, die wij van harte welkom heten."

Patrick Steppe, CEO van de Lekkerland AG & Co. KG zegt: "De ervaring en expertise van REWE en Lekkerland zijn grotendeels complementair en bieden voor beide partijen nieuwe perspectieven. Wij als groothandelaar en REWE met de expertise op het gebied van producten en detailhandel kunnen samen terugblikken op meer dan 150 jaar ervaring. We delen dezelfde passie en werken duidelijk met de volledige aandacht voor de klant en de consument.

Zowel onze klanten als de consumenten kunnen straks blijven rekenen op aantrekkelijke shopervaring en oplossingen op het gebied van on-the-go." De REWE Group en Lekkerland Groep maken geen details over het contract bekend.

## Lekkerland Nederland houdt vinger aan de pols bij on-the-go-consumptie

- Omzet groeide in 2018 met 3,5%
- Nieuwe contracten afgesloten
- Lancering van nieuwe snackconcepten

Door de consumententrends op het gebied van on-the-go-consumptie nauwlettend te volgen en deze te vertalen naar oplossingen voor zijn klanten, slaagde Lekkerland Nederland er in 2018 - in een zeer concurrerende omgeving - opnieuw in zijn omzet te vergroten en nieuwe klanten binnen te halen.

De omzet bedroeg € 2,4835 miljard, een stijging van 3,5% ten opzichte van de € 2,400 miljard in 2017. Nederland is na Duitsland de tweede grootste markt van de Lekkerland Groep.

"De consument van vandaag wil onderweg kunnen genieten van verse en gevarieerde snacks. Met onze producten en concepten stellen we onze klanten in staat om aan deze vraag te voldoen,

waardoor ze op de lange termijn kunnen groeien", aldus Freek van Beek, Country Manager van Lekkerland Nederland.

### Nieuwe foodserviceoplossingen

In 2018 verstevigde Lekkerland Nederland zijn positie als een van de belangrijkste aanbieders van oplossingen en producten voor on-the-go-consumptie. Door het aanbieden van eenvoudig in te voeren snackconcepten en een assortiment dat voldoet aan de vraag van de consument van nu, laat het bedrijf zijn klanten profiteren van de groeiende vraag naar snacks en dranken voor onderweg.

In 2018 introduceerde Lekkerland snackconcepten voor nacho's, pizza en wokspecialiteiten, en Smart Choice: een speciaal assortiment bestaande uit gezonde snacks en biologische producten. "Onze foodserviceoplossingen op maat vormen een perfect voorbeeld van de wijze waarop we invulling geven aan onze visie om "Your most convenient partner" voor onze klanten te worden", licht Freek van Beek toe.



Met een aanbod als dit is Lekkerland erin geslaagd nieuwe grote klanten binnen te halen en contracten met bestaande opdrachtgevers te verlengen. Een voorbeeld: het bedrijf is een unieke samenwerking aangegaan met Jutter Speijs, aanbieder van onbemande 24/7-foodmarkets die niet alleen door Lekkerland worden bevoorrad maar waar een Lekkerland medewerker ook

PERSBERICHT

## Eric van Voorthuizen nieuwe voorman SWO de Splinter



Het bestuur van SWO de Splinter heeft de opvolger van, de onlangs afgetreden Joop Stutterheim, al gevonden. Eric van Voorthuizen zal per 1 juni 2019 aangesteld worden als nieuwe voorman van SWO de Splinter.

Eric van Voorthuizen is geen onbekende voor de Retail organisatie. Verscheidene jaren heeft hij deelgenomen in de assortiment commissie. Op dat moment was Eric Directeur Retail bij de Vissers Energy Group.

Eind 2016 heeft Eric besloten de branche te verlaten om een eigen Doppio Espresso filiaal te starten op de Campus van de Universiteit van Wageningen. Uiteindelijk heeft Eric zijn zaak per 1 mei 2019 verkocht. Eric is daarom snel beschikbaar en bereid gevonden om met volle energie aan deze klus te beginnen.



zorgdraagt voor het stapelen van de producten en het bijhouden van de schappen. Daarnaast is het bedrijf begonnen met het leveren van verse en diepvriesartikelen en non-foodproducten aan The Tosticlub (in het kader van een driejarige overeenkomst). En Lekkerland heeft contracten kunnen afsluiten dan wel verlengen met backWERK en Bakker Bart.

ADVERTENTIE

## Mesa Coatings

Of u een vloer zoekt voor uw carwash of tankstation, Mesa Coatings is uw partner op het gebied van kunststof vloer-, plint- en wandsystemen. Onze vloeren zijn ongevoelig voor chemicaliën, logen en oliën. Daarnaast hebben onze vloeren nog meer voordelen:

- ✓ Antislip
- ✓ Slijtvast
- ✓ Hygiënisch
- ✓ Duurzaamheid
- ✓ Chemisch bestendig
- ✓ Mechanisch belastbaar



# Gemak voor je klant dankzij moderne betaalmogelijkheden



EXTENDAS.COM



Of je nu kiest voor Connected Molecules, Payter, Charlie CoffeePay of een andere manier om betaalgemak aan te bieden in je tankstation, shop, bakery of carwash; onze producten FuelOffice en SPIN kunnen deze transacties direct verwerken. Dankzij een directe koppeling tussen de systemen verschijnen alle typen transacties in je dashboards en dagrapporten.



koffiemachines



stofzuigers



bandenpomp



snackautomaten



toegangspoortjes



wasboxen



electrisch laden

## EXTENDAS

info@extendas.com

www.extendas.com

+31 (0)88 39 83 632