



## Week 7

Een rustige week?

In deze tijd van het jaar is het nooit bijzonder druk. En toch als de week weer voorbij is kom je erachter dat er weer heel wat gebeurd is. Zo is de afgelopen week de klantenavond over Facebook en meer social media gehouden en de reacties hierop zijn veel belovend. Er zijn veel ondernemers die ermee aan de slag gaan en dat is goed nieuws.

Zelf mocht ik de beurs in Berlijn bezoeken en dat is ook een speciaal gebeuren. Onvoorstelbaar dat er wereldwijd zoveel mensen en bedrijven de kost verdienen in ons prachtige vak. Uiteraard zijn er zeer veel verschillende disciplines waarin gewerkt wordt: producenten, importeurs, exporteurs, product sources, inpakkers, groothandelaren, coöperaties, telersverenigingen, inkoop combinaties, kleinhandel, groot winkel bedrijven, om maar eens even een kleine greep te doen in al die verschillende bedrijven die je op zo'n beurs tegenkomt. Bijzonder interessant.

Dan trouwt vandaag ook nog onze **Geert** en ook dat is natuurlijk bijzonder. Naar goed IJsselmuidens gebruik zal hij uitgebreid getrakteerd worden op de malste verrassingen, daar kan ik u nu nog niets over zeggen, maar vraag er gerust maar eens naar als u hem spreekt. En zo zouden we nog even door kunnen gaan.

Bedenk wat een positieve energie ervan uit kan gaan, als u aan het werk bent. En dat kunt u overbrengen op uw klanten. Dan wordt week 7 niet weer een rustige week, maar een week vol bijzondere gebeurtenissen en mooie kansen.

Succes deze week!

## WEEKBERICHT

Week 7 2017

Postuma AGF  
Spoorstraat 47  
8271 RG IJsselmuiden

T +31 (0)38 337 00 99  
E [agfinfo@postuma.nl](mailto:agfinfo@postuma.nl)



[www.postuma.nl](http://www.postuma.nl)

## AGENDA

20 t/m 22 februari  
Postuma studiereis Pa-  
rijs en Rungis

## Het gras bij de buren

Een klein berichtje op AGF.nl op woensdag 21 december 2016. Vanwege de drukte heb ik hem zelf niet eens gezien. Maar ik werd erop geattendeerd. De omzet van HelloFresh stijgt in negen maanden met 121,6%. Deze titel vermoedt gouden bergen en voorspoedige tijden. Echter als je het bericht aanklikt zie je in de tweede regel dat het bedrijfsresultaat daalde van -57 naar -71 miljoen euro. Ja dat leest u goed. 71 miljoen euro verlies, en dat op een omzet van 438,3 miljoen. In procenten komt dat dan uit op 16,2%.

Ik, als simpele Hollander blijf een beetje verbouwereerd achter na het lezen van een dergelijk bericht. Het idee van maaltijdboxen via internet thuisbezorgd klinkt op zich interessant en modern. Je krijgt het gevoel, dat zal wel lopen. Wel wist ik al geruime tijd dat HelloFresh onderdeel is van een Duitse investeringsmaatschappij. Ook wist ik dat ze op een agressieve manier marktaandeel willen veroveren. Er waren veel, heel veel reclames op radio en televisie. Er werden gratis maaltijden uitgedeeld. Op evenementen en in winkelstraten vond je promotieteams. Op een gegeven moment kwamen echter de eerste scheuren in het imago toen duidelijk werd dat het abonnement opzeggen zo goed als onmogelijk was.

Dan nu een dergelijk persbericht. Ik vraag mij daadwerkelijk af wat het idee is van de oprichters/eigenaren van HelloFresh? Wat zijn nu de doelstellingen en toekomstplannen? Er is een nieuwe investeringsronde geweest waarin er wederom 85 miljoen euro is opgehaald. Maar hoe en wanneer verwachten deze investeerders hun geld terug te krijgen? Dit jaar nog is er gewacht met een beursgang omdat de geschatte waarde plotsklaps met ca. 20% (wat gelijkstaat aan een slordige 500 miljoen euro) werd verlaagd. De astronomische bedragen en percentages vliegen je aan alle kanten om de oren. Maar het maakt op mij de indruk van een casino waarin emoties belangrijker zijn dan daadwerkelijke feiten.

Vanuit alle hoeken worden we bestookt met hoge groeipercentages in de online markt. Alhoewel het nog maar een heel klein deel van de omzet bedraagt zijn de groeicijfers daar enorm. Maar als daar dan dezelfde resultaten bij horen als bij HelloFresh dan vraag je je af hoe lang dat goed blijft gaan.

U en wij zouden allang door de bank of een crediteur zijn 'omgelegd' als wij dergelijke cijfers produceren. Echter in een markt die hip en nieuw is kan dit blijkbaar en lukt het zo'n bedrijf ook nog om nieuwe investeringen op te halen. Nogmaals een bevestiging dat emoties in deze omgeving belangrijker zijn dan cijfers. Of de tafel van het casino waar we het hier over hebben is een heel andere dan de tafel aan het casino waar wij aan gaan zitten. Wellicht is 85 miljoen euro daar hetzelfde als 850 euro bij ons. Gewoon een gokje en wie weet levert het wat op.

Hoe dan ook, het staat ver af van de realiteit waar wij in verkeren. En ik zet mijn vraagtekens bij de haalbaarheid en resultaten op de lange termijn. In het verleden hebben we al meer internet bubbels gehad en ik denk dat dit er weer een is. Het is blijkbaar toch heel lastig om de potentie en waarde van dergelijke nieuwe bedrijven op waarde te schatten. En je kunt wel 100 euro omzet erbij halen, maar als dit 116 euro kost dan ben je per saldo niets opgeschoten.

Dus om in het spreekwoord van de titel te blijven. Het gras bij de buren is in dit geval niet groener, nee het is een rare variant van gras die ik niet ken. Het lijkt wel groen als je er van een afstandje naar kijkt, maar het voelt heel anders aan als je er op staat. Dit is in ieder geval wat ik in gedachten houdt. Ik heb liever 1,21 procent groei met een beter resultaat van 0,16% dan de cijfers van HelloFresh.

### Overdenkertje

Het eerste voorjaarsgras is bij de groentespecialist wel groener dan bij de buurman.

### Omzetindex

Van het weekend nog wat kans op regen of natte sneeuw, maar daarna breken er weer droge periodes aan met meer zon. In de nachten nog lichte vorst, maar overdag temperaturen boven de vijf graden. Wij zetten in op 90 punten.



## Prijzvergelijking tussen Albert Heijn en Jumbo

Deze prijzvergelijking is bedoeld om inzicht te geven in de prijzen van de supermarket

Prijzen Albert Heijn				Prijzen Jumbo			
Datum	10 februari 2017			Datum	10 februari 2017		
ARTIKEL	TOEVOEGING	STUK/KILO	PRIJS	ARTIKEL	TOEVOEGING	STUK/KILO	PRIJS
Bloemkool		Per stuk	2,39	Bloemkool		Per stuk	2,29
Witlof	BONUS 2 voor 1,50	4 stuks	1,29	Witlof		3 stuks	1,09
Broccoli		500 gram	1,89	Broccoli	AANBIEDING	500 gram	0,89
Komkommer		Per stuk	1,09	Komkommer		Per stuk	0,99
Courgette		Per stuk	1,69	Courgette		Per stuk	1,75
Champignons		250 gram	0,86	Champignons		250 gram	0,79
Sperziebonen		500 gram	2,49	Sperziebonen		500 gram	1,99
Boerenkool	Gesneden	300 gram	1,79	Boerenkool	Gesneden AANBIEDING 2de halve prijs	300 gram	1,49
Aardappelen	Kruimig	3 kilo	3,89	Aardappelen	Kruimig BONUS 1 + 1 gratis	3 kilo	3,49
Pompoen	Biologisch	Per stuk	2,99	Pompoen	Biologisch	Per stuk	2,99
Bospeen		Per bos	1,29	Bospeen		Per bos	1,27
Handsinaasappelen	Verpakt per net	2 kilo	2,59	Handsinaasappelen	Verpakt per net	2 kilo	2,29
Perssinaasappelen	Verpakt per net	2 kilo	2,79	Perssinaasappelen	Verpakt per net	2 kilo	2,79
Elstar	BONUS 2 voor 3,50	1,5 kilo	2,29	Elstar		1,5 kilo	1,69
Kiwi groen AH		Kilo	2,96	Kiwi groen (Zespri)		Kilo	2,98
Chiquita bananen		Kilo	1,89	Dole bananen		Kilo	0,99
Mandarijnen	BONUS 2 voor 3,50	Kilo	2,39	Mandarijnen		Kilo	2,29
Conference		Kilo	1,35	Conference		Kilo	1,39
Druiven wit	Pitloos verpakt	500 gram	2,29	Druiven wit	Pitloos verpakt	500 gram	1,99
Druiven rood	Pitloos verpakt BONUS	500 gram	2,39	Druiven rood	Pitloos verpakt	500 gram	2,79
Mango		1 stuk	1,99	Mango		1 stuk	1,97
Ananas		Per stuk	2,19	Ananas		Per stuk	1,99
Galia Meloen	BONUS	Per stuk	1,99	Galia Meloen		Per stuk	1,99

## Social Media avond Postuma over effect van Facebook drukbezocht

Op de Social Media workshop gisteravond bij Postuma AGF legden Elvira Heijboer en Remon de Kleine van Postuma AGF aan de meer dan 70 aanwezige klanten uit hoe Social Media direct resultaat op kan leveren voor de AGF-specialist. John Beeftink van Groente- en Fruithoek Zuidhorn vertelde uit eigen ervaring over Facebook en hoe dat een positieve invloed heeft op zijn onderneming. Vervolgens vertelde Lou Snoek de versouderne-ners zijn indrukwekkende persoonlijke verhaal als over-lever van de brand in Volendam op 31 december 2000. Als afsluiting werd er een borreltje genuttigd waarna iedereen voldaan huiswaarts keerde.

### Amsterdam Arena

Postuma AGF is de eerste groothandel die een Social Media workshop aankondigt voor haar klanten. Het idee voor de workshop is ontstaan omdat er positieve effecten zijn gemeten na het uitzetten van verschillende Facebook campagnes. Afgelopen week nog werd een campagne, geregisseerd door Postuma AGF, groots opgemerkt. "We hadden binnen 5 dagen meer dan 64.000 weergaven op een van onze campagnes. Dat zijn meer mensen dan er in de Amsterdam Arena passen!" zegt Remon de Kleine. "En dat alles voor een schijntje van de kosten van traditioneel adverteren. Het is ook niet ingewikkeld, alleen moet je wel even weten hoe je het moet doen." En daar zijn de klanten van Postuma AGF over geïnformeerd. "We blijven ook na deze avond gewoon beschikbaar voor vragen van onze klanten wat betreft Social Media", geeft Remon aan.

### Workshop

De avond werd geopend door Erik Postuma die iedereen van harte welkom heette. Vervolgens vertelde Marco Dijkema, vicevoorzitter van de ADN, over de Groenteman met Ster verkiezing en nodigde alle aanwezigen uit om toch vooral mee te doen. Marco benadrukte dat de klanten van Postuma AGF in aanmerking komen voor extra financiële ondersteuning voor de Groenteman met Ster verkiezing.

Daarna namen Elvira en Remon de aanwezigen mee in de basisprincipes van zakelijk gebruik van Facebook. Zowel het organisch (gratis) als betaald gebruik van Facebook kwam aan bod. John Beeftink van de Groente- en Fruithoek uit Zuidhorn vertelde hierna de aanwezigen over zijn ervaringen met Facebook. De workshop was interactief waarbij verschillende vragen vanuit het publiek direct beantwoord werden.



### Doorzetten

Na het gedeelte over Social Media nam Lou Snoek het woord. Zijn persoonlijke verhaal was indrukwekkend. Lou is een van de overlevenden van de nieuwjaarsbrand in Volendam. Vanwege derdegraads brandwonden over zijn hele lichaam heeft Lou een zeer zwaar revalidatietraject moeten ondergaan. Daarnaast zijn de wonden van de brand nog steeds duidelijk zichtbaar. Hij vertelde over de uitdagingen die hij na de brand heeft moeten aangaan. Gedurende het verhaal werd duidelijk dat Lou sterk(er) uit de brand is gekomen. Hij heeft ondertussen zowel de Mont Blanc als de Kilimanjaro beklommen, wat een extra uitdaging is vanwege de fysieke beperkingen die hij heeft. Hij drukte alle

aanwezigen dan ook op het hart om in kansen te denken en niet bij de pakken neer te gaan zitten als dingen even niet gaan zoals verwacht.

### Voorop lopen

Algemeen directeur Erik Postuma kijkt tevreden terug op de avond. "Als groothandel willen wij voorop lopen. Dat ons initiatief zo snel opvolging kreeg van andere partijen in de markt zegt genoeg." Ook de aanwezige klanten waren positief. In de zaal zaten ondernemers zonder Facebookpagina's en ondernemers die al jaren actief zijn op Facebook. Beide groepen gaven aan veel gehad te hebben aan de workshop. Zoals Erik Postuma in zijn afsluiting benadrukte: "Wij willen alle klanten van Postuma AGF graag gratis helpen met het opstarten of door ontwikkelen van hun Facebook activiteiten. Bij vragen, bel ons dan!"



## Mededeling

Op zaterdag 18 februari hebben wij ons vijfjarig bedrijfsuitje voor alle medewerkers van Postuma. Wij zullen daarom deze zaterdag op de verkoop eenmalig telefonisch bereikbaar zijn tot 12:00 uur. Wij vragen u dus uw bestelling graag voor 12:00 uur te plaatsen. Hartelijk dank voor uw medewerking!

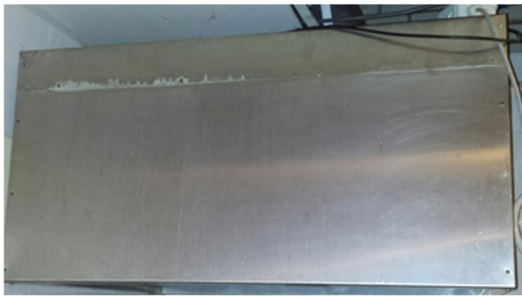
## Marlene promotieactie

Marlene heeft ook dit jaar weer een promotieactie bedacht. Op elke Marlene appel zit een sticker met een unieke code. Met deze code kan er een sportieve Audi A3 Sportback of één van de 200 andere geweldige prijzen gewonnen worden. Om deze actie extra te promoten hebben wij van Marlene promotiepakketten ontvangen. Iedere klant die Marlene appels bestelt, ontvangt bij zijn bestelling een promotiepakket. Het pakket bestaat uit een totem, een plafondhanger en A5-flyers.





### Te koop aangeboden



Willem's Vershof uit Maarn biedt een rauw-kostmachine en een vaatwasser met of zonder afzuigkap te koop aan. Voor meer informatie bel naar: 0343-769121 en vraag naar Willem.



### Te koop aangeboden

Te koop aangeboden, een koelcel van 4,5 bij 2,4 meter groot. Er is een nieuwe verdamper geplaatst en de motor is één jaar oud. De wanden zijn 10 centimeter dik. Voor meer informatie bel naar 043-6090002.





## Schulp voorjaarsactie

Misschien aan de vroege kant gezien het koude winterweer, maar we willen toch graag de **Schulp Voorjaarsactie 2017** aankondigen. Op veler verzoek wordt namelijk onderstaande actie dit jaar herhaald!

### Schulp Assorti-cadeau (zowel ambachtelijk als biologisch dit jaar!)

Wederom zijn **negen** verschillende smaken Schulp sap in een fraaie koker gezet met in het midden een Schulp sappglas. Deze Voorjaars Verrassing is ideaal om cadeau te doen of om zelf kennis te maken met alle smaakvarianten. Dit assorti-cadeau wordt u als voorjaarsactie kant en klaar aangeboden: dus verpakt in een transparante koker met frisse bestickering, negen flesjes sap en natuurlijk het sappglas.

**Nieuw in 2017:** de voorjaarsactie in de biologische uitvoering. De opzet is het zelfde, maar dan met onze zeven verschillende smaken biologische sapjes. Uiteraard ook hierbij een Schulp sappglas.

### Komt altijd van pas!

In de vers-speciaalzaken is al langere tijd een toenemende vraag naar cadeauartikelen en geschenkverpakkingen. Schulp vruchtensappen zijn hiervoor uitermate geschikt: vanwege de hoogwaardige en onderscheidende kwaliteit en bovendien geen risico van derving! Een ideaal product om in huis te hebben voor als men onverwachts een originele attentie nodig heeft en het is voordeliger dan een bos bloemen!

### Maximaal resultaat

Met deze actie zullen consumenten op doeltreffende wijze kennis maken met Schulp sappen, dan wel met nieuwe smaakvarianten. Natuurlijk bevordert dit herhaalaankopen van Schulp sap bij de vers-specialisten, waardoor deze actie een blijvend resultaat oplevert. Zet daarom in op maximaal resultaat en benader al uw klanten om aan deze actie mee te doen (bijvoorbeeld middels weekberichten, uw buitendienst, mailing, enz.). Gebruik deze actie om het voorjaar bruisend te beginnen!

De voorjaarsactie wordt in de winkels ondersteund middels een full colour A2 poster (zie foto als voorbeeld).

### Looptijd

De actie loopt van week 15 t/m week 19.



	Schulp Assorti-cadeau Ambachtelijk	Schulp Assorti-cadeau Biologisch
Detailhandel	€ 6,60	€ 5,78
Consument	€ 8,95	€ 7,99