

“Fabrikanten moeten zorgen dat ze de ‘internetboot’ niet missen”

Zien, proeven, voelen en ruiken; de Versunie Versbeurs was ook dit jaar weer een zeer aangename beleving voor de honderden mensen die de beurs bezochten. Meer dan zestig leveranciers hebben op de beursvloer laten zien hoe onderscheidend vermogen op de winkelvloer gecreëerd kan worden. De jaarlijkse beurs vond op 18 november plaats in het voormalige zendgebouw van Radio Kootwijk bij Apeldoorn.



De Versunie Versbeurs vond plaats in het karakteristieke, voormalige zendgebouw van Radio Kootwijk bij Apeldoorn.

Voorafgaand aan de beurs spraken Goos Eilander (directeur Trendbox), Hans van Veen (social media-expert) en gastheer Hans Bruin (directeur Versunie) over ontwikkelingen, trends en

toekomstverwachtingen die de nieuwe media brengen voor de foodbranche. Eilander vertelde bijvoorbeeld hoe de mens met het oog op food is veranderd door de jaren heen. “Er zijn

Voedselbank Harderwijk

De producten die aan het einde van de beursdag over waren, werden gedoneerd aan de Voedselbank Harderwijk. Versunie was dit met de meer dan zestig standhouders overeengekomen. Hans Bruin, directeur Versunie: “Alle producten zijn vers en worden op de beurs gekoeld gepresenteerd. Desondanks wordt er na een beursdag veel weggegooid. En dat terwijl die producten nog vers en prima te eten zijn. Net als vorig jaar hebben we besloten om die producten een betere bestemming te geven en hiermee een bijdrage te leveren aan het goede werk van de voedselbanken”. Versunie wil op deze manier, samen met de leveranciers, een bijdrage leveren aan de maatschappij en hoopt hiermee ook andere spelers in de markt te inspireren het voorbeeld te volgen.

momenteel veel internetactiviteiten; Facebook, Hyves, LinkedIn, noem maar op. De vraag was wat fabrikanten hiermee doen”, verduidelijkt Carla Bos, operationeel directeur bij Versunie.

Het minicongres toonde aan dat er een onomkeerbaar proces in communicatie met de consument is ingetreden en heeft de aanwezige merkfabrikanten doen inzien dat op dit gebied nog een hoop te bereiken valt. Bos: “Internet is enorm belangrijk, dat blijkt wel uit het feit dat de bekende drinkpakjes van Tjolk weer enorm populair zijn. Dit bekende product van vroeger wordt opnieuw op de markt gebracht en de website heeft al heel veel bezoekers getrokken voordat de lancering überhaupt heeft plaatsgevonden. Fabrikanten moeten zorgen dat ze deze ‘internetboot’ niet missen”.

Persoonlijk contact

De Versunie Versbeurs is volgens Bos met name heel belangrijk

met betrekking tot het persoonlijke contact tussen de leveranciers en de klanten, én om kennis te maken met nieuwe producten. “Ieder jaar zijn er weer veel nieuwe artikelen, met name rond het eind van het jaar. Daarnaast zijn er natuurlijk ook nieuwe leveranciers.” Daarbij vonden en vinden er veel nieuwe ontwikkelingen plaats. Friesche Vlag werd Arla, Campina werd FrieslandCampina en ook Johma is met overname bezig. “Dat geeft veel mogelijkheden. Het is fijn voor klanten om zelf eens met zulke fabrikanten in contact te komen.”

Versunie kijkt met een heel positief gevoel terug op de beursdag. “De locatie was super en we hebben veel leuke reacties gehad. Wat ontzettend opviel, was dat veel ondernemers die geen klant zijn van Versunie de beurs hebben bezocht. Dat betekent dat men op zoek is naar leuke, nieuwe producten en daar zijn wij natuurlijk blij mee”, zegt Bos tot slot.



Voorafgaand aan de beurs sprak Hans Bruin, directeur Versunie, over de rol van de nieuwe media.