

# 16 Marktveroveraar

Fruit.nu / Oprichters Boy en Guy Lokhoff  
Verwachte omzet 2012 150.000 euro





Boy en Guy Lokhoff zijn groenteboeren in een nieuw jasje. Hun bedrijf Fruit.nu is genomineerd voor de Amsterdamse Studenten Ondernemersprijs.

# Arbeids- vitaminen

'ER ZATEN TE VEEL pitten in de mandarijnen', lacht Boy Lokhoff. 'Dat is de ergste klacht die we tot nu toe hebben gehad.'

Een klacht die zó opgelost was. Met het Food Center Amsterdam aan de overkant van de straat was het voor Lokhoff van Fruit.nu een makkie om de fruitschalen te vullen met een andere, pitloze mandarijn.

De broers Boy (23) en Guy (21) Lokhoff begonnen een klein half jaar geleden met Fruit.nu, een online webwinkel voor gevulde fruitschalen. 'Bedrijven kunnen bij ons een abonnement nemen en krijgen dan wekelijks of tweewekelijks een fruitschaal met fruit naar keuze. De grootte en inhoud kunnen ze helemaal zelf bepalen.' Lopen de mandarijnen goed en de Granny Smith appels minder? Dan kunnen ze dat voor de volgende schaal direct aanpassen. Komt er een feestdag aan en zijn er minder mensen op kantoor? Met een mailtje zorgen ze ervoor dat ze even geen of minder fruit ontvangen.

'Het loopt goed, we leveren nu aan 35 bedrijven. Voor 2012 hopen we naar rond de honderd bedrijven door te groeien. Als het gaat zoals het nu gaat, verwachten we dat wel te halen. We zijn zelfs genomineerd voor de Amsterdamse Studenten Ondernemersprijs.'

Het idee voor de gezonde webwinkel

werd geboren tijdens een opdracht die Boy deed voor zijn studie commerciële economie aan de Hogeschool van Amsterdam. 'Het was hetzelfde concept, maar met een iets andere uitvoering', vertelt hij. 'We vonden het zo'n goed idee dat we er zelf mee verder zijn gegaan. Koffie en thee staan in een bedrijf op elke afdeling, we wilden fruitmanden aanbieden die ernaast konden staan. Fruit als snack dus. De verpakking hebben we laten ontwerpen. Een traditionele fruitmand wordt toch te veel geassocieerd met zieke mensen.' Het was een investering van 18.000 euro. Dat kwam voor elkaar met spaargeld van de beide broers en een bijdrage van hun ouders. Het bedrag is nog niet terugverdiend, de broers hebben allebei nog een baan ernaast. Lokhoff: 'Maar als we rond die honderd bedrijven zitten die fruit bij ons bestellen, dan gaan we eraan verdienen.'

## EXOTISCHE VREUGDE

De kwaliteit van het fruit staat bovenaan. 'We willen een product en service aanbieden waar klanten écht tevreden mee zijn. Dat betekent dat het iets duurder is dan fruit dat je bij de supermarkt haalt, maar het fruit blijft langer goed. We garanderen een week, als je het tenminste op de goede plaats neerzet en niet

bijvoorbeeld bij de verwarming. We houden er ook rekening mee dat niet alles direct gegeten wordt. Als er tien bananen in een schaal zitten, zijn er vijf geel en vijf iets groener, die kunnen later in de week opgegeten worden.'

Exotische Vreugde, Fruit Joy, Hollands Glorie: klanten kunnen kiezen uit bestaande fruitschalen, maar zelf een schaal samenstellen is ook mogelijk. Het bedrijf werkt met 'fruitpunten'. Een banaan of peer heeft één punt, terwijl een ananas of pitahaya vijf fruitpunten kost. In een kleine schaal (25,95 euro) gaat fruit ter waarde van dertig punten, een grote (33,50 euro) heeft er 45. Erg veel concurrentie hebben de broers Lokhoff niet. 'Er zijn wel cateraars die fruit leveren, maar dat is altijd erbij. Fruitfull Office levert ook fruit aan bedrijven, maar werkt alleen met seizoensfruit. Dat maakt het wel iets goedkoper, maar je kunt niet zelf kiezen wat je in je fruitschaal wilt. De crisis staat het fruitige bedrijf niet in de weg, vindt Lokhoff. 'Er is veel aandacht voor gezond leven, de overheid stimuleert het, fruit op het werk zorgt voor gezondere werknemers.' Het is natuurlijk ook gewoon lekker - volgens de broers smaakt het beter dan supermarktfruit. 'We horen wel eens dat er echt van het fruit gesnoept wordt.' <