

De Brink is uit de brand

Hoe de beste kaaswinkel nog beter werd



Lekker tijl

VAKBLAD VOOR ONDERNEMERS IN FOODSPECIALITEITEN

WINKEL

Jaap & Ellen combineren winkel en lunchroom

INTERVIEW

CONO-app legt contact met ondernemer



Met aandacht voor onze koeien

Bij CONO besteden we aandacht aan het maken van de beste kaas en natuurlijk aan het welzijn van onze koeien. Het rantsoen van CONO koeien beïnvloedt hun gezondheid en welzijn evenals de smaak van onze kaas. Wist je dat we bij CONO een voercommissie hebben? Deze voercommissie kijkt kritisch naar nieuwe ontwikkelingen en houdt tevens de kwaliteit van het veevoer in de gaten. De voercommissie bekijkt wat de mogelijke invloed is van het rantsoen op het welzijn van de koeien en natuurlijk de smaak van onze kaas.

CONO heeft dierenwelzijn heel hoog in het vaandel. Een gezonde koe is in vele opzichten duurzaam: veel vers gras en met aandacht voor het rantsoen. De koeien hebben veel ruimte in zowel de wei als in de stal met zachte ligbedden en koeborstels. Blij koeien noemen we dat.

kijk op cono.nl/duurzaamheid



22

De Brink is terug

De winkel is beter dan ooit, maar Wim Maassen van den Brink wenst dit niemand toe.



16



19



27



30

Over CONO Kaasmakers

De coöperatie CONO Kaasmakers bestaat al 120 jaar. Oude



34

16

Assortiment

Skal-regels zijn onwerkbaar voor foodspecialist.

27

Keurmerken

Beknopt overzicht van (EU-)labels.

30

Interview

Wat wil CONO met de nieuwe app?

34

Winkel

Jaap & Ellen hebben een prachtige combinatie.

En verder

05 Columns

Rick Brantenaar (pag. 05), Gea van der Puijl (07), Patricia Hoogstraaten (08), Martijn Droog (11) en Jurry Teunissen (13).

06 Kort nieuws

Nationale Competities, voorjaarsbeurzen, Nationale Kaasweek, AlkmaarsGoud en ander nieuws.

15 Vakcentrum Informatie

Huurcontracten voor winkels

19 Wijn

Vandenbeld zet de wijn in de kerk.

38 Colofon

Onze eigen productinformatie.

Cover

Kaashandel De Brink in Deventer is weer helemaal nieuw.





Zuivelhoeve

Sinds 1981



Zuivelhoeve is een familiebedrijf met passie voor kaas sinds 1981, met 90 winkels verspreid door heel Nederland.

EEN UNIEKE KANS VOOR JOUW WINKEL

Met ruim 90 winkels verspreid door heel Nederland, is Zuivelhoeve Winkelbedrijven een **bruisende franchiseorganisatie** en onderdeel van de Roerink Food Family die gespecialiseerd is in het aanbieden van een gevarieerd assortiment. Denk aan ambachtelijke kaasspecialiteiten, verse noten, smaakvolle tapas, overtreffende wijnen en natuurlijk andere heerlijke delicatessen. Bij Zuivelhoeve zijn wij ervan overtuigd dat eten pas echt smakelijk en gezond is, wanneer het met **liefde en kennis** wordt bereid.

Zuivelhoeve Winkelbedrijven wil mensen kennis laten maken met de heerlijke zuivelproducten door **verhalen met elkaar te delen**. Eten heeft niet alleen smaak, maar ook een verhaal. Onze winkels worden gerund door **enthousiaste franchisenemers**, die veel passie hebben voor het vak.

Bij Zuivelhoeve kijken we naar de **uitbreiding van onze familie**. Bij het unieke karakter van de Zuivelhoeve passen diverse locaties. Denk aan bruisende stadscentra, gezellige dorpen, levendige winkelstraten of winkelcentra.

Als een groeiende organisatie zijn we actief op zoek naar **nieuwe winkelpunten** waar onze heerlijke ambachtelijke producten een nog breder publiek kunnen bereiken. Zo hebben we al meerdere successen gehad met overnames van verschillende zaken, zoals de winkel in de Nachtegaalstraat in Utrecht en het Kaashuis Leersum. Maar we zijn op zoek naar meer.

Denk jij erover na om jouw winkel te verkopen of wil je meer informatie, **neem vrijblijvend contact op** met Paul Pietjou. Mail naar pietjou@zuivelhoeve.nl of bel +31 6 20135729.



Zuivelhoeve Nachtegaalstraat



www.zuivelhoeve.nl

WIJ ZIJN OP ZOEK NAAR NIEUWE WINKELPUNTEN

Staat jouw winkel te koop of ben je van plan om je winkel in de toekomst te verkopen? Neem dan contact op met Paul Pietjou.



pietjou@zuivelhoeve.nl



+31 6 20135729

Slavakto en Vakbeurs Foodspecialiteiten

Het nieuws was zo heet van de pers (deze column schreef ik de avond voor het verspreiden van het persbericht), dat we geen gelegenheid hadden om een uitgebreid artikel te maken voor deze editie van Lekkernijver. Aan mij dus de eer om het nieuws op deze pagina te delen, áls jullie het al niet via andere kanalen hebben meegekregen. Dat artikel gaat er overigens wel komen in de volgende editie van Lekkernijver, wanneer we je veel meer kunnen vertellen.

De slagersvakbeurs 'Slavakto' wordt vanaf dit jaar geïntegreerd in de Vakbeurs Foodspecialiteiten. Beide beurzen bundelen hun krachten om een completere versbeurs te organiseren voor versspecialisten. We zien de laatste jaren dat het bezoek aan de Vakbeurs Foodspecialiteiten steeds breder wordt. Het is al lang niet meer de traditionele kaasbeurs.

Nadat we vorig jaar al een opkomst zagen van exposanten uit de AGF-sector, die zeker onze foodspecialisten vaker dan gedacht kunnen bedienen, zorgt de toevoeging van Slavakto voor een nóg bredere ontwikkeling voor ondernemers met een verspecialzaak.

In alle versbranches zien we verbreding in de winkels met grote mate toenemen, lees: blurring. Dat betekent ook dat de ontwikkeling van de Vakbeurs Foodspecialiteiten mee moet gaan met die ontwikkeling om handel en wandel met elkaar te verbinden en kansen moet bieden om de ondernemer uit de schaduw te halen. Beide vakbeurzen zijn gericht op inspiratie en motivatie en door de samenvoeging wordt dat alleen maar sterker.

De Slavakto-vakwedstrijden blijven bestaan en worden een belangrijk onderdeel van de Vakbeurs Foodspecialiteiten. Op de beursvloer wordt meer ruimte gemaakt, zodat alle beursbezoekers goed zicht krijgen op ambachtelijk bereide producten uit eigen keukens.

Dat de vakwedstrijden ook toegankelijk worden voor versspecialisten uit andere ambachtelijke versbranches, benadrukt het belang van verbreding in alle branches. Het mooie is dat je al heel snel een goed marketing moment kunt creëren bij deelname aan de wedstrijden, maar daarover in de komende maanden meer. Via al onze kanalen zullen we alle foodspecialisten hierover informeren.

Houd voor het laatste nieuws je mailbox, de website www.vakbeursfoodspecialiteiten.nl én onze socials in de gaten.

Zet het ook alvast in je agenda: de Vakbeurs Foodspecialiteiten wordt dit jaar gehouden op maandag 30 september en dinsdag 1 oktober.

Rick Brantenaar
Directeur Stichting Foodspecialiteiten Nederland



**'In alle versbranches zien we
verbreding in de winkels toenemen'**



NEDERLANDS BESTE
KAASSPECIALZAAK
COMPETITIE 2024



NEDERLANDS BESTE
FOODSPECIALIST BUITENLANDSE KAAS
COMPETITIE 2024



NEDERLANDS BESTE
FOODSPECIALIST CHARCUTERIE
COMPETITIE 2024

Nationale Competities: we gaan weer van start



De vorige winnaars van het Gouden Kaasmes, de prijs voor Nederlands Beste Kaasspecialzaak, waren Daan en Jolanda Blankendaal van Kaas van Daan en meer uit Alkmaar.

De jureringen voor de Nationale Competities gaan weer van start. Dit jaar wordt er gestreden om de titels Nederlands Beste Kaasspecialzaak, Nederlands Beste Foodspecialist Buitenlandse Kaas en Nederlands Beste Foodspecialist Charcuterie.

Het doel van de wedstrijden is om de kwaliteit en het imago van foodspecialiteitenwinkels in Nederland te verbeteren. Als ondernemer kun je door deel te nemen aan deze wedstrijden laten zien dat je je kunt onderscheiden in de markt en een voorbeeld bent voor anderen in de branche. Zelfstandige foodspecialiteitenwinkels in Nederland die gecertificeerd zijn of gecertificeerd worden in het eerste kwartaal via Stichting Foodspecialiteiten Nederland, mogen meedoen aan deze competities.

De juryleden van de voorrondes bezoeken onaangekondigd de winkels in maart. De vakjury bezoekt de winkels van dinsdag t/m vrijdag en het jurylid maakt zichzelf bekend tijdens het bezoek. De consumentenjury blijft anoniem, maakt zich niet bekend en mag gedurende de hele week naar de winkel gaan. Ze kopen ook producten in de winkel en nemen dit mee in hun beoordeling. De resultaten van deze beoordelingen bepalen welke winkels doorgaan naar de finale (de beste 3 of 5).

De uitslag wordt bepaald door de beoordelingen van de finalejuryleden. Deze winnaars worden tijdens het feestelijke Branche-Event Foodspecialiteiten op 3 juni bekendgemaakt.

De inschrijving is inmiddels gesloten. De planning voor de komende weken is:

- Jurybezoek voorronde van 4 maart t/m 5 april 2024
- Bekendmaking finalisten/genomineerden op 9 april 2024
- Jurybezoek finaleronde van 15 april t/m 17 mei 2024
- Bekendmaking winnaars tijdens Branche-Event 3 juni 2024

26^{ste} BKCC op 8 april in Houten

De 26^e editie van het Buitenlandse Kaas Keur Concours wordt gehouden op 8 april. Iedere kaasprofessional is weer van harte uitgenodigd om deel te nemen aan deze bijzondere, leerzame en lekkere wedstrijd. De winnaar wordt geëerd met de Huber van der Weegen wisselbokaal en mag zich een jaar lang Beste Buitenlandse Kaasproever van Nederland noemen. Voor wie nog niet langer dan een jaar in de kaasbranche werkt is er de Young Talent Award, met daaraan verbonden een workshop Kaasmaken met Gea van der Puijl, ter waarde van €800,-. Meedoen gebeurt anoniem, dus ook wie er nog niet 'zoveel kaas van heeft gegeten' heeft geen reden om niet mee te doen: het is leuk en vooral leerzaam.

Deze editie van het BKCC vindt plaats in Houten, bij SVO vakopleiding food. Er zijn drie sessies om uit te kiezen: 17.00 uur, 19.00 uur of 20.30 uur.

Inschrijven kan het makkelijkst via: www.kaasgilde.nl/bkcc2024. Het inschrijfgeld bedraagt €32,50 per persoon; dit is inclusief twee consumptiebonnen om na de kaaskeuring de resultaten te kunnen bespreken met een lekker glaasje.



Witte kristallen

Een vraag die vaak wordt gesteld: wat zijn nou die witte puntjes op het snijvlak van met name oude kaas? Deze puntjes zijn hard van structuur, zijn vaak klein maar soms ook wel een halve centimeter in doorsnede. Om maar direct duidelijk te zijn, deze puntjes bestaan niet uit keukenzout en smaken daarom ook niet zout en het is ook geen schimmel.

Vaak zijn het aminozuren die zijn uitgekristalliseerd. Aminozuren zijn de bouwstenen van eiwit. Sommige zuurbacteriën breken het eiwit zodanig snel af dat er een opeenhoping van aminozuren ontstaat. Door de hoge concentratie van aminozuren, zijn deze niet langer oplosbaar en gaan daardoor kristalliseren. Dit gebeurt met name in oudere kaas en gaat sneller als de kaas wordt bewaard bij een hogere temperatuur. Ook bij wisselende temperaturen krijg je eerder kristalvorming te krijgen. Met name zuurcultures die gebruikt worden bij snelrijpers bevatten melkzuurbacteriën die het eiwit snel afbreken. Daardoor komen we sneller witte puntjes tegen in met name oudere kazen gemaakt met deze cultures.

Soms zie je ook een witte uitslag op de buitenkant van de kaas of over het hele snijvlak van de kaas. Dit is ook een soort kristalvorming, echter niet van eiwitten maar van een verbinding tussen calcium en melkzuur(lactaat). In zure kaas is meer lactaat aanwezig en blijkt ook meer calcium vrij beschikbaar te zijn. Bij het bewaren van zuurdere kazen en kazen met een zure korst is het belangrijk om te voorkomen dat deze kaas te veel indroogt. Bij het verdampen van het water kunnen het calcium en het lactaat, die in het vocht van de kaas zijn opgelost, namelijk verbinden tot calciumlactaat en kristalliseren op zowel het snijvlak als de korst van de kaas. Deze kristallen vormen een witte uitslag die slecht van de korst te verwijderen is. Flink poetsen wil soms helpen, echter regelmatig komt deze uitslag toch weer terug. Poetsen met een beetje zonnebloemolie wil ook wel helpen.

In sommige gevallen kan de rauwe melk of het pekelbad besmet zijn met bacteriën die zorgen voor de afbraak van melksuiker tot een speciale vorm van melkzuur, het zogenaamde D-lactaat. Deze vorm kristalliseert al bij lage concentraties met calcium, waardoor kazen en kaaskorsten die besmet zijn met deze bacterie gevoeliger zijn voor kristalvorming.

Gea van der Puijl
Adviseur voor de
boerderijzuivel-
sector

30-01-2024

Bedroefd nemen wij afscheid van

Theo van Dijk

We zijn dankbaar voor zijn toegewijde inzet en alles wat hij voor ons betekende.

We wensen Willeke, de kinderen en kleinkinderen heel veel sterkte.



Teo Boer
en alle medewerkers

In Memoriam Theo van Dijk



Op 30 januari 2024 is Theo van Dijk overleden. Theo was al enige tijd ernstig ziek.

Gedurende acht jaar was Theo ondernemer in een eigen kaaswinkel in Almere. In 1993 startte hij samen met Teo Boer een eigen winkel formule voor kaaswinkels, Kastino, die opereert naast Boer Kaashandel, het bedrijf van Teo. In de beginjaren weten ze veel panden en

ondernemers bij de keten aan te sluiten.

Vanaf 2014 wordt de nieuwe naam Alexanderhoeve. De grote sprongen komen in 2017 en 2019, met de overname van De Kaasspecialist en Kaas & Zo.

Teo Boer: "Theo was een winkelman, hij kon zich goed verplaatsen in de positie van de winkeliers en heeft vanuit de groothandel altijd voor hen gevochten, om te zorgen dat ook zij een boterham konden verdienen. Theo kon gerust een hard standpunt innemen, maar hij was er altijd voor anderen, voor ondernemers maar ook voor zijn familie. Hij was een geweldige familieman. Zijn vrouw, drie kinderen en zeven kleinkinderen waren altijd erg belangrijk. Bij de uitvaart werd genoemd dat hij onderweg nog die andere tachtig kinderen had, doelend op onze 79 winkeliers." "Tijdens zijn ziekte heeft hij al afscheid genomen van Alexanderhoeve en zijn aandelen op een schappelijke manier overgedaan, want de winkels moesten door. Maar tot de dag voor zijn overlijden is hij betrokken gebleven."



Kijk eens naar je contract

Een contract leg je in de kast om er nooit meer uit te halen. Zeggen ze. Maar contracten kunnen na hun looptijd beëindigd of herzien worden. Zoals de huurovereenkomst: in het nieuwe contract kunnen (wederom) beklemmende bepalingen staan, ondanks de beschermende regels in het Burgerlijk wetboek. U leest hierover in deze uitgave meer en het is goed om deze bepalingen zoveel mogelijk te schrappen.

De franchiseovereenkomst blijft ook een onderwerp van discussie. De evaluatie van de Wet Franchise moet binnen 5 jaar na de inwerkingtreding zijn afgerond. Dus voor 1 januari 2026. FranchiseNetwerk Nederland (FNN), de vertegenwoordiger van de Nederlandse franchisenemers, is nu al gestart met de voorbereidingen. Een groot aantal franchisenemersverenigingen heeft zich al aangemeld om mee te helpen. Ik vind het belangrijk om zo veel mogelijk franchisenemersvertegenwoordigers actief te betrekken bij deze evaluatie. Tijdens een bijeenkomst van FNN zijn de belangrijkste aspecten van de Wet Franchise uitvoerig besproken: praktische implicaties, potentiële valkuilen en mogelijke oplossingsrichtingen. Voor de volgende stap, de evaluatie, benadert FNN de franchisenemersverenigingen om informatie aan te leveren. Na een rondgang heeft FNN een voorlopig prioriteitenoverzicht bepaald voor de uitwerking van verschillende thema's, die in de wet behandeld worden:

1. De precontractuele informatieverplichting, met deelonderwerpen: prognoses, Precontractueel Informatie Document, standstill, rechtsgevolgen van schending en onevenwichtige contractsbepalingen
2. De informatieverplichtingen tijdens de looptijd van de franchiseovereenkomst;
3. De wettelijke definities en (verschillende) interpretaties;
4. Het instemmingsrecht, de overleg- en instemmingsprocedure en mandateringsvraagstukken;
5. Goodwill;
6. Geschilbeslechting.

Bovenstaande onderwerpen worden onderzocht aan de hand van drie basisvragen: Hoe is dit geregeld binnen de eigen formule en hoe is het onderwerp in de wet geregeld? Welke afspraken zijn er en hoe werkt het (niet)? En wat kan er beter?

Ook individuele winkeliers kunnen een duit in het zakje doen, door hun contract, mits afgesloten na 1 januari 2020, vertrouwelijk met ons te delen. Alleen door inzicht in contracten kan FNN (gevestigd bij het Vakcentrum) een goede bijdrage leveren aan de evaluatie. Heeft u mooie voorbeelden, schroom niet om deze te delen (reactie@vakcentrum.nl). Ook in dit geval geldt; kijk eens naar je contract.

mr. Patricia E.H.
Hoogstraaten RAE
Directeur Vakcentrum

Patricia



Foodvoorjaarsbeurs bij De Kaasfabriek

De huisbeurs van De Kaasfabriek gaat dit jaar weer onder de naam Foodvoorjaarsbeurs. Zo heette het evenement ook voor de coronajaren. Organisator Erik van Dam (foto): "We zijn blij dat we dit evenement weer nieuw leven kunnen inblazen. Het zal dit keer plaatsvinden op onze eigen locatie in Woerden en we verwelkomen diverse deelnemers die samen met ons streven naar een sfeervol en kleinschalig evenement." De Foodvoorjaarsbeurs is er op maandag 4 en dinsdag 5 maart, op Steinhagenseweg 8 in Woerden.



Blue Olive

DE NIEUWE FOOD GROOTHANDEL MET DERTIG JAAR ERVARING!

Bijvoorbeeld: met Acetaia Sereni hebben wij de beste leverancier van balsamico-azijnen uit Modena. We zullen dan ook niet kiezen voor een tweede merk balsamico's maar het merk dat we al hebben zo goed mogelijk uitbouwen. Een merk in de markt zetten is een gezamenlijke inspanning van de producent, de groothandel, de winkelier en uiteraard de consument!

Ons doel is niet om zoveel mogelijk klanten te hebben, maar om de klanten die we hebben zo uitgebreid mogelijk te kunnen bedienen. Dit betekent onder andere dat wij waar mogelijk exclusiviteit bieden op de producten die speciaalzaken bij ons bestellen, en dat we ze op veel verschillende manieren ondersteunen met de verkoop ervan. We vertellen je er graag meer over in een persoonlijk gesprek!

NIEUWSGIERIG GEWORDEN NAAR ONS?

Neem gerust een kijkje op blueolive.nl of neem contact met ons op!

Blue Olive

Helftheuvelweg 11
5222 AV 's-Hertogenbosch

+31 (0) 73-30 30 20 2
sales@blueolive.nl



Graag stellen wij ons even voor: wij zijn Rachad Abdoella en Youri van der Heijden. Samen hebben wij dertig jaar ervaring in de foodbranche; we hebben onder andere gewerkt bij Voets Specialiteiten en Foodelicious. Al deze ervaringen bundelen we nu in onze eigen (good) food groothandel Blue Olive!

Bij Blue Olive geloven we in lekkere, bijzondere producten met een verhaal. Want zo smaakt het nog beter! Wij werken samen met gepassioneerde producenten uit binnen- en buitenland, waarbij we streven naar duurzaamheid en eerlijke handel voor de hele keten. Samen met onze producenten bieden we een gevarieerd aanbod delicatessen gemaakt van de beste ingrediënten, waarmee de betere speciaalzaak zich perfect kan onderscheiden. We bouwen aan een overzichtelijk assortiment met zo min mogelijk doublures.



Le Gruyère AOP, de ster van de alpengerechten

De alpenkeuken is bekend van fondue en raclette, die bij de wintersportvakanties horen. Maar in de bergen vind je ook een gulle, *voedzame keuken* op basis van lokale producten en wat rond de boerderij gesprokkeld wordt. *Deze keuken heeft altijd deel uitgemaakt van de cultuur van de bergbewoners.*

Recepten worden, net als de kaas, van generatie op generatie overgedragen.

Alpengerechten kun je je moeilijk voorstellen zonder kaas. Veel gerechten worden afgedekt met geraspte kaas, en vaak wordt kaas bij de bereiding toegevoegd voor de smeuïgheid of voor een heerlijke korst.

We delen vandaag wat klassiekers uit de berghut-gastronomie: eenvoudig, hartig en hartverwarmend. Verwen je gezin en gasten met deze gemakkelijke alpengerechten.

Het ultieme comfortfood.



Risotto met spelt uit de alpen en koekjes van Le Gruyère AOP Réserve



Zwitserse Herderssoep | Brave hendrik | Le Gruyère d'Alpage AOP



Taart met spekjes op de wijze van Gruyères Le Gruyère AOP Classic

Ontdek deze en andere recepten op www.kaasuitzwitserland.nl



Le Gruyère AOP Classic

Rijping tussen 5 en 9 maanden. Hou je van jonge kaas, met een milde en subtiele smaak? Dan is Le Gruyère AOP Classic met zijn zachte textuur, romige toets en tonen van gele vruchten iets voor jou.



Le Gruyère d'Alpage AOP

Wordt tijdens de zomermaanden geproduceerd op de hoger gelegen weiden van de Alpen en de Jura boven een open vuur. Laat je verleiden door het pittige karakter en de aroma's, afkomstig van de rijke graslanden met hun grote variëteit aan bloemen en kruiden. Daarna bespeur je subtiel rokerige tonen.



Le Gruyère AOP Réserve

Rijping van minstens 10 maanden. Gedurende deze langere rijping heeft hij meer complexiteit en pittigheid ontwikkeld. Zijn textuur is stevig en licht kruimelig. Naast bloemige toetsen biedt hij aroma's van hazelnoten die nog even in de mond blijven hangen. Hou je meer van een wat intensere en uitgesproken smaak? Dan is deze kaas iets voor jou.



LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND 

De echte smaak sinds 1115.

www.gruyere.com



Zwitsers. Natuurlijk.



Kaas uit Zwitserland.

www.kaasuitzwitserland.nl





Tavola: 17-19 maart 2024, in Kortrijk Xpo

Drie dagen volop productbeleving met premium food and drinks. Dat is wat Tavola de bezoekers deze komende editie weer gaat bieden. De vakbeurs richt zich op foodexperts met een passie voor kwaliteit, smaak en innovatie. Voor hen is een bezoek aan Tavola 2024 zeer waardevol. De beurs biedt onder andere:

- heerlijke klassiekers en verrassende trendy producten
- bekende merken en private label
- nicheproducten en grote volumes
- toonaangevende bedrijven, artisanale fabrikanten en start-ups
- high-end producten voor retail, speciaalzaken, groothandel, restaurants, cateringbedrijven, enz...

Tavola 2024 heeft het allemaal voor u verzameld in vijf beurshallen van Kortrijk Xpo, met bijdragen van meer dan 400 gespecialiseerde leveranciers. Tavola 2024 is gratis toegankelijk voor professionals uit de foodbranche, mits zij zich vooraf online registreren.

Zondag 17 - dinsdag 19 maart 2024
Openingsuren: 10.00 - 19.00 uur;
Op dinsdag tot 18.00 uur.
Kortrijk Xpo - hall 1-2-4-5-6
Doorniksesteenweg 216
8500 Kortrijk (België)
Voor treinreizigers is er een gratis shuttle tussen Tavola en station Kortrijk.
Meer informatie: www.tavola-xpo.be

Gezond plantaardig

In een gezond plantaardig dieet eet een veganist zoveel mogelijk onbewerkte voedingsmiddelen. Een veganist eet dus wél fruit, groente, granen, peulvruchten, noten, zaden, kruiden en specerijen. Bij een veganistisch dieet is belangrijk dat het evenwichtig is en voldoende vezels, eiwitten, vitamines en mineralen bevat.

Hoe kom je als veganist bijvoorbeeld op een lekkere en afwisselende manier aan je eiwitten? Walnoten, cashewnoten, macadamianoten, pistachenoten, hazelnoten en paranoten zijn allemaal goede bronnen van eiwit. Ook de pinda (officieel een peulvrucht) en de amandel (eigenlijk een steenvrucht) zijn fantastische eiwitbronnen. Noten zijn ook een goede bron van onverzadigde vetten, vitamine B1, vitamine E en ijzer. Het Voedingscentrum adviseert niet voor niets om elke dag een handje ongezouten noten te eten en noten staan derhalve ook in de Schijf van Vijf. Natuurlijk kun je noten zo uit het vuistje eten, maar er zijn ontelbaar veel mogelijkheden om noten te verwerken in lekkere gerechten. Het is wel belangrijk om diverse eiwitbronnen te consumeren, dus voor veganisten is het extra belangrijk dat ze naast noten ook andere producten die eiwit bevatten nuttigen.

Een veganistisch eetpatroon kan verschillende effecten hebben op het lichaam. Veganistische diëten zijn vaak lager in calorieën en vet, wat kan leiden tot gewichtsverlies. Dit kan gezond zijn als je te zwaar bent, maar het kan ook leiden tot ondergewicht als je te weinig calorieën binnenkrijgt. Daarnaast zijn veganistische diëten meestal rijk aan vezels, antioxidanten en gezonde vetten, die allemaal bijdragen aan een gezonde hartfunctie. Verder zijn vegan-maaltijden vaak rijk aan vezels, wat kan helpen om de darmgezondheid te verbeteren. Ook bevatten planten veel antioxidanten en andere stoffen die, volgens sommige onderzoeken, het risico op sommige vormen van kanker kunnen verminderen. Tot slot bevatten vegan-producten meestal veel koolhydraten die kunnen zorgen voor een gezonde bloedsuikerspiegel en daarmee mede kunnen zorgen voor het verminderen van het risico op het krijgen van diabetes type 2.

Af en toe eens wat focussen op méér plantaardig eten is niet zo heel lastig en vaak ook gewoon heerlijk. En als het ook nog eens gezonder is? Laat uw klant dus eens wat vaker experimenteren met maaltijden zonder koe, kip of varken!

Martijn Droog
Ondernemer Noten & Zo, Zutphen



Zeeuwsche Zoute opgenomen in Slowfood Ark van de Smaak

Begin dit jaar is Zeeuwsche Zoute officieel toegevoegd aan de prestigieuze Ark van de Smaak van Slow Food. Dit gebeurde tijdens een speciale bijeenkomst in het nieuwe bedrijfspand van Zeeuwsche Zoute in Bruinisse. Deze erkenning markeert een belangrijke mijlpaal voor Zeeuwsche Zoute. Producten die al in de Ark van de Smaak te vinden zijn, zijn bijvoorbeeld de Oosterscheldekreeft en de Zeeuwse platte oester. De erkenning biedt daarmee kansen om samen te werken en de culinaire rijkdom van Zeeland nog beter op de kaart te zetten.



Slow Food is een internationale beweging die zich inzet voor een voedselsysteem dat 'good, clean and fair for all' is. De organisatie promoot een bewuste benadering van voedsel, waarbij aandacht wordt besteed aan de smaak, kwaliteit, duurzaamheid en sociale impact van voeding. De Ark van de Smaak is een initiatief van Slow Food dat zich richt op het beschermen en promoten van streekproducten van over de hele wereld. Het heeft als doel om de diversiteit in de voedselproductie te behouden en de consument bewust te maken van de waarde van lokaal en traditioneel geprodu-

ceerd voedsel. De belangrijkste redenen voor de toelating van Zeeuwsche Zoute tot de Ark van de Smaak zijn duurzaamheid, ambachtelijkheid, lokale productie en de unieke smaak van het zout. Zeeuwsche Zoute is een van de meer dan honderd traditioneel Nederlandse producten die zijn opgenomen in de Ark van de Smaak. Eind vorig jaar werd Zeeuwsche Zoute ook al verrast met de Duurzaam Ondernemen Prijs van de gemeente Schouwen-Duiveland.

www.zeeuwschezoute.nl

Nationale Kaasweek: 8 - 14 april

De Nationale Kaasweek start dit jaar een week na Pasen. De Nationale Kaasweek heeft tot doel om de kaasspecialzaak extra in het zonnetje te zetten. Het is een uitgelezen mogelijkheid om met extra aandacht te benadrukken dat de specialist producten verkoopt van hoge kwaliteit tegen prijzen die nauwelijks hoger zijn dan die van supermarktproducten, en soms zelfs daar beneden liggen. Bovendien heeft de specialist kennis van de herkomst van het product, bereiding van het product en de juiste bewaaradviezen. Maar ook voor de juiste adviezen voor een lekkere kaas of mooie borrelplank al dan niet met begeleidende dranken, en de absolute kennis van allergenen en dieetwensen.

Voor deelnemende winkeliers zijn pakketten met promotiemateriaal en give-aways beschikbaar, zoals sluitzegels, kaasbegeleiders, kleurplaten en keuze uit verschillende soorten promotiemateriaal.

Voor meer informatie: www.kaasweek.nl





Voets Fine Food Festival 2024

Op zondag 3 en maandag 4 maart 2024 houdt Voets Specialiteiten aan de Noordkade in Veghel opnieuw het Fine Food Festival. Voets toont hier nieuwe artikelen, acties, proeverijen en demonstraties en biedt een gezellig samenzijn met branche-



genoten. Daarnaast is het mogelijk om orders te plaatsen, zodat uw winkel voor Pasen weer gevuld is met de lekkerste producten. Voets vraagt bezoekers vooraf een gratis ticket te downloaden op www.voorjaarsbeurs.eu.

Kaasgilde bij Remeker

Op maandag 6 mei houdt het Gilde des Maîtres Fromagers aux Pays-Bas haar traditionele voorjaarsbijeenkomst. Ditmaal zijn de gildeleden te gast op de boerderij De Grootte Voort in Lunteren bij de familie Van de Voort. Zij produceren daar de rauwmelkse Remeker kaas met natuurkorst. De kazen zijn biologisch en worden gemaakt van melk van eigen Jersey koeien. Het landgoed is al dertien generaties in familiebezit. De gildeleden zullen uitgebreid geïnformeerd worden over deze bijzondere kazen en uiteraard is er ook een proeverij. Daarnaast is er een workshop over Parmaham, ondersteund door het Consorzio del Prosciutto di Parma. Het ambacht staat centraal op deze educatieve middag.

Nieuw (her)gecertificeerde winkels

Wij feliciteren onderstaande ondernemers met het behalen van hun certificaat!

Zuivelhoeve	Almelo
Zuivelhoeve	Meppel
Kaasspecialzaak De Molenhoek	Rosmalen
Alexanderhoeve	Rotterdam
Kaasshop Heyhoef	Tilburg
Kaashuis Uden	Uden
Kaas & Smaak	Wierden

Scheef verhuurmodel

Kortgeleden schreef ik elders over de scheve verhouding tussen verhuurder en huurder van een bedrijfspand als gevolg van het gebruik van het ROZ-model Huurovereenkomst winkelruimte. Dat model bestaat al heel lang en wordt in de vastgoedpraktijk als standaard beschouwd. Het ROZ-model is door verhuurders opgesteld en dient ook vooral de belangen van de verhuurder. Er zijn dus behoorlijk wat oneerlijke "standaard" bepalingen.

Een huurder is aansprakelijk als hij tekortschiet, een verhuurder pas als hij "ernstig" te kortschiet. Een huurder is aansprakelijk voor schade, tenzij hij bewijst dat schade hem niet is toe te rekenen. De huurder moet dus bewijzen dat hij iets niet heeft gedaan. Een verhuurder verhuurt een pand, maar de huurder is in beginsel verantwoordelijk voor eventueel aanwezige asbest of verontreiniging.

Na corona heeft de Hoge Raad een formule vastgesteld voor een huurkorting om de gevolgen van winkelsluiting eerlijk te verdelen. Het ROZ-model gaat daaraan voorbij en bepaalt dat een verhuurder in zo'n situatie alleen maar hoeft te overleggen met de huurder over korting. Komen partijen er niet uit, dan geldt ook geen korting.

Komt een huurder zijn afspraken niet na, dan betekent dat een fikse boete. De verhuurder hoeft nooit een boete te betalen, ook al komt de verhuurder zijn afspraken niet na. De huurder mag in zo'n geval niet eens zijn verplichtingen opschorten.

Zo maar wat voorbeelden van de onredelijkheid van het ROZ-model. En, hoewel het om een model gaat, verkopen verhuurders en vaak ook makelaars het als een verplichte standaard. Met name kleinere huurders krijgen geen onderhandelingsruimte en staan met het ROZ-model direct op grote achterstand.

Vakcentrum heeft daarom met MKB-Nederland, Koninklijke Horeca Nederland, Inretail, RND, CBL en VGO het initiatief genomen om een huurdersvariant maken. Dit moet een goede eerste stap opleveren voor meer evenwichtige huurovereenkomsten, zodat huurders zich beter kunnen richten op het ondernemen in het gehuurde. Dat is ook voor verhuurders van groot belang.

De huurdersvariant is onlangs in Den Haag gepresenteerd en aangeboden aan leden van de vaste Kamercommissie voor EKZ. Vakcentrum blijft de ontwikkelingen op de voet volgen. Heeft u vragen over de nieuwe huurdersvariant, meldt u dan bij uw branchevereniging Vakcentrum 0348 - 41 97 71.

Jurry Teunissen is als advocaat gevestigd in VC Advocatuur, voor ondernemers in het mkb.

Jurry



AlkmaarsGoud op smaak

Na 10 maanden rijpen heeft keurmeester Eric Duijff samen met het keurteam van AlkmaarsGoud de zeskantige kaas geproefd en beoordeeld op smaak. Deze zeskantige kazen zijn volgens het keurteam perfect op smaak. Dit betekent dat de organisatie achter deze nieuwe kaas geen ronde kaaswielen meer zal produceren. Het werken met de (gewenste) zeskantige kaasvormen blijkt inmiddels uitstekende kazen op te leveren.

“Of de rijping van de zeskantig kaas anders is dan bij een rond kaaswiel, daar verschillen de meningen over”, stelt Eric Duijff in de nieuwsbrief van AlkmaarsGoud. “Omdat het ronde model lager is (met meer oppervlak) is de afstand tot de kern van de kaas kleiner. Dit zou invloed kunnen hebben op de rijpingssnelheid van de zeskantige AlkmaarsGoud, die hoger is. Op basis van de nu gehouden keuringen zie ik dat nog niet terug. Bij volgende keuringen zal hier natuurlijk wel op worden gelet, om ook hierover een uitspraak te kunnen doen.”

Ed Boele gaat zingen

Samen met zijn medewerker Eline gaat Ed Boele het podium op om zich schor te zingen ten bate van het Familiehuis Daniel den Hoed. “In het Familiehuis logeren familieleden van kankerpatiënten dicht bij het Erasmus MC Kanker Instituut. Patiënt en familie kunnen daardoor zoveel mogelijk samen zijn in de emotioneel zware periode van ziekte en behandeling. Het Familiehuis is een zelfstandige stichting en is geheel afhankelijk van donateurs en vrijwilligers”, aldus Ed Boele. Op 2 april zingen Ed en Eline tijdens de muzikale Zing je Schor avond in theater Walhalla te Rotterdam. De toegang is erg beperkt, maar ook zonder bezoek kunnen vrienden van Ed een donatie doen om de stichting te ondersteunen. Eline en Ed zitten al op de helft van hun streefbedrag maar er moet nog wat bij. Helpen? Google even op “Ed & Eline zingen zich schor”.



Nieuw

In onze sap-perserij, langs rivier de Vecht, selecteren en combineren wij de lekkerste fruitsoorten. Dagelijks zetten wij ons persoonlijk in om hier heerlijk sap van te maken. De smaak van de natuur en dat proef je.

Schulp Vruchtensappen | Breukelen | www.schulp.nl

81% kans dat Ellen haar volgende verjaardag kan vieren



19% kans van niet

Op dit moment geneest 81% van de kinderen met kanker. Dat moet en kán beter. Het is ons doel om 100% genezing te halen. Helpt u mee? Met uw steun is onderzoek naar kinderkanker mogelijk en dit is hard nodig. Word donateur, steun KiKa éénmalig of kom in actie. Ga naar www.kika.nl



Uw steun is dus hard nodig



Sterkere positie voor huurders

Als u in gesprek gaat over de huur van een winkelpand krijgt u waarschijnlijk de ROZ-modelovereenkomst Huur Winkelruimte voorgelegd. Een model huurovereenkomst die is opgesteld door verhuurders. Het Vakcentrum was met collega-brancheorganisaties van mening dat dit model de belangen van de huurder onvoldoende weergeeft. De positie van de verhuurder is in het ROZ-model aanmerkelijk beter dan die van de huurder.

Vandaar dat een Huurdersvariant van het ROZ-model is opgesteld. Met deze huurdersvariant wordt beter recht gedaan aan de belangen van de huurders. Deze huurdersvariant werd op 30 januari in Den Haag gepresenteerd en aan leden van de vaste kamercommissie Economische Zaken en Klimaat aangeboden.

De 'huurdersvariant' is ontwikkeld op initiatief van het Vakcentrum in samenwerking met Vakcentrum Bedrijfsadvies en een aantal collega-brancheorganisaties. Patricia Hoogstraaten, directeur Vakcentrum: "Huurder en verhuurder moeten willen streven naar continuïteit in de relatie. Dus moet er duidelijkheid zijn over de kosten van de huur, maar ook over bijkomende kosten. In de huurdersvariant staan ook heldere afspraken over investeringen in duurzaamheid."

In deze huurdersvariant is een aantal aanpassingen gedaan die meer rekening houden met de belangen van huurders. De belangrijkste aanpassingen in de Huurdersvariant van het ROZ-model zijn:

- Een meer gedetailleerde omschrijving van het gehuurde om de huurder beter te beschermen.
- Introductie van een minimale energielabel C-verplichting.
- Aanpassing van de huurprijsindexering om extreme huurverhogingen te voorkomen, inclusief de introductie van een maximale indexering of staffel.
- Alternatieve regeling voor een eerlijker verdeling van servicekosten tussen huurder en verhuurder.
- Verantwoordelijkheid voor asbest en verontreiniging worden verlegd naar de verhuurder, in plaats van de huurder.
- Pandemieclausule is aangepast om huurders beter te beschermen tegen de financiële impact van pandemieën en andere onvoorziene omstandigheden.
- Focus op samenwerking tussen huurder en verhuurder bij het bespreken en vastleggen van duurzaamheidsmaatregelen.
- Meer genuanceerde regels voor onderhoud, herstel en vernieuwing door de verhuurder.
- Duidelijkere en meer huurder-vriendelijke regels voor onderverhuur situaties.
- Een meer genuanceerde regeling met betrekking tot de exploitatieverplichting van de huurder.
- Herziening van de aansprakelijkheidsbepalingen om beter aan te sluiten bij wettelijke regelingen.

Naast de Huurdersvariant is ook een meer huurder-vriendelijke omzethurbepaling opgesteld en is het ROZ-model van het proces-verbaal van oplevering op één onderdeel gewijzigd.



Tweede Kamerleden Arend Kistenman (VVD), Rachel van Meetelen (PVV) en Henk Vermeer van (BBB) namen de Huurdersvariant van het ROZ Huurmodel in ontvangst.

Complete toolkit

De huurdersvariant is onderdeel van een toolkit met vijf documenten:

1: Huurdersvariant model huurovereenkomst winkelruimte ROZ 2022

Deze Huurdersvariant kan door huurders worden ingebracht om als basis te dienen om te komen tot een meer evenredige en evenwichtige huurovereenkomst.

2: Toelichting op Huurdersvariant

Hierin staat beschreven wat er gewijzigd is ten opzichte van het ROZ-model en waarom. Uit deze toelichting kunnen huurders ook argumentatie halen over waarom ze de tekst van het ROZ-model willen wijzigen.

3: Oplegger Huurdersvariant ROZ 2022

Dit document bevat de aanpassingen in de Huurdersvariant ten opzichte van de model Huurovereenkomst Winkelruimte van de ROZ. Mocht het niet lukken om de Huurdersvariant als basis te nemen voor de gesprekken met verhuurder over een nieuwe huurovereenkomst, dan kan dit document worden gebruikt om aan verhuurder aan te geven waar u als huurder aanpassingen in de concept-huurovereenkomst wenst. Deze oplegger is dan tevens een basis voor de met verhuurder te voeren gesprekken.

4: Huurdersvariant omzethurbepaling ROZ-2022

5: Huurdersvariant model proces-verbaal van oplevering ROZ

U kunt de betreffende documenten vanzelfsprekend vinden op de website van het Vakcentrum.

www.vakcentrum.nl/huurdersvariant.

Wilt u **advies** bij het overleg over een nieuwe huurovereenkomst of het verlengen van uw bestaande huurovereenkomst, neem dan contact met Vakcentrum Bedrijfsadvies (0348) 41 97 71.

Skal-regels bio onwerkbaar voor foodspecialist

De certificeringsplicht voor biologische producten, opgezet door Skal als uitwerking van EU-regelgeving, levert voor winkeliers grote regeldruk en forse kosten op en is nauwelijks na te leven. Dat stelt de Adviescommissie Toetsing Regeldruk (ATR) in een advies aan de minister van Landbouw Natuurbeheer en Voedselkwaliteit. De ATR onderschrijft het signaal van branchevereniging Vakcentrum dat sommige ondernemers overwegen om te stoppen met de verkoop van gecertificeerde biologische producten. Bovendien werken de stringente regels het gebruik van meer verpakkingsafval - zoals plastic – in de hand.

Naar aanleiding van signalen van haar leden had het Vakcentrum de ATR gevraagd de regeldruk als gevolg van de verplichte certificering van biologische winkels tegen het licht te houden. Dit verzoek is bij de ATR neergelegd omdat de minister van Landbouw Natuurbeheer en Voedselveiligheid (LNV) niet reageerde op de in 2020 gemelde klachten. De wijze waarop controle op nakoming van de Europese verordening in Nederland wordt toegepast is veel te streng en te duur, stelt het Vakcentrum. Het ministerie van LNV heeft de uitvoering van de handhaving van de verordening uitbesteed aan Skal biocontrole.

Contraproductief

Volgens het Vakcentrum overwegen ondernemers te stoppen met de verkoop van biologische producten of geven dergelijke producten een andere naam om te kunnen ontkomen aan de verplichte certificering. Ook zijn er ondernemers die biologische producten weer in plastic gaan verpakken als gevolg van de regels. Deze stappen worden ingegeven door de administratieve verplichtingen rond de verkoop van

biologische producten. Zo moeten ondernemers een massabalans bijhouden (in plaats van op basis van verkoopeenheden), moeten pakbonnen bewaard worden en moet er van alle biologische leveranciers een certificaat opgevraagd worden dat nota bene door Skal zelf wordt verstrekt.



Biologische noten zouden niet vanuit open bakken mogen worden gepresenteerd wanneer niet alle noten in de winkel biologisch zijn.



Met name voor kleinere ondernemers die geen volledig biologisch assortiment hebben is het lastig werken. Zij moeten voorkomen dat biologische producten vermengd worden met het overige assortiment en daarvoor soms verregaande maatregelen treffen. Door deze praktische bezwaren worden biologische producten minder goed verkrijgbaar en wordt extra verpakingsafval in de hand gewerkt. Onderzoek dat de ATR heeft laten uitvoeren, bevestigt deze ontwikkelingen.

‘Wij hebben onze biokaas gewoon open naast de gewone kazen liggen’

Ondernemers

Ook ondernemers van kaas en andere delicatessen lopen er (soms) tegenaan. Een gesloten biologische kaas mag wel bij andere kazen liggen. Maar consumenten kopen geen hele wielen kaas. En aangesneden mag bio niet naast regulier. Richard van Klink, ondernemer van De Kaaswereld in Roelofarendsveen: “Wij hebben onze biokaas gewoon open naast de gewone kazen liggen. Ik heb niet begrepen dat wij als ondernemers ook in de verkoop de zaken zo moeten scheiden. Dat lijken mij toch heel kromme gedachten. Een biologisch stuk kaas wordt niet ineens niet-biologisch als het naast een andere kaas ligt. Dat gaat veel te ver. Je krijgt daar geen kruisbestuiving door. We hebben er nog niet zo veel mee te maken gehad, en ik heb ook niet eerder gehoord dat dit zo bepalend zou zijn voor de winkelvoering. Als we de regels zo krijgen opgelegd, vraag ik me af of ik dan niet gewoon zou stoppen met biologische producten. Zo wordt de ontwikkeling van bio nog meer ontmoedigd. De kostprijs is al hoger.” Notenspecialist Martijn Drog (Noten& Zo, Zutphen) verkoopt biologisch voornamelijk voorverpakt. “Maar ik heb ook een biologische notenmix die we zelf branden en mixen. Daar zou ik een Skal-certificering voor moeten hebben, maar die heb ik

De biologische Ruyge Weyde zou volgens de regels niet aangesneden naast een niet-biologische kaas mogen liggen.

niet, precies om al die genoemde redenen. Ik heb me er ooit in verdiept en contact gehad met Skal. Maar dat werd allemaal zo vreselijk omslachtig. Ik koop de noten in bij de groothandel en die zijn gecertificeerd. Maar voor mijn mix moet er iemand van Skal langskomen in de winkel om te zien hoe mijn processen lopen. De noten mogen formeel ook niet in aanraking komen met niet-biologisch assortiment. Maar dat is al lastig hoor, want we werken met open bakken. Goed dat er gecontroleerd wordt hoor, maar dit is allemaal niet werkbaar, en daardoor is het tegelijk veel te lastig en te duur.”

Andere ondernemers omzeilen de confrontatie met Skal of laten biologisch assortiment geheel links liggen. Theo Nieuwenhuis van Hof van Heusden: “Ik heb er helemaal niet mee te maken, omdat ik wat dat betreft alleen doorschuij. Ik koop in bij Udea, de bioleverancier van verse kruidenierswaren, en zij doen alle controle en certificering. Ik verkoop alleen voorverpakte producten, ik heb geen biologisch assortiment open in de winkel liggen.”

Voor Edwin Schreff van De Notenwinkel van Zeist ligt het nog eenvoudiger. “Zou je je biologische noten uit een silo verkopen, dan mag je de silo niet bijvullen, maar moet je hem eerst helemaal leegverkopen. Dat werkt niet want een bijna lege silo, dat verkoopt niet. Maar ik heb hier helemaal geen last van, want wij verkopen geen biologische noten, om de simpele reden dat de kwaliteit van biologische noten niet zo goed is als die van niet-biologische noten. En de kwaliteit staat bij ons op de eerste plaats.”

Administratieve lasten

Naast praktische bezwaren leiden de regels ook tot hoge administratieve lasten. De kosten van de Skal-certificering zelf en de jaarlijkse controle van de winkel en eventuele huismerk-producten, zijn voor ondernemers ook bijzonder hoog. Onderzoek in het kader van het advies heeft vastgesteld dat de jaarlijkse kosten tussen de € 5.000 en € 15.000 per bedrijf bedragen (na de eenmalige kosten van de eerste certificering die liggen tussen de € 1.000 en € 4.000). De totale kosten voor de gecertificeerde bedrijven liggen tussen de 5 en 14 miljoen euro, volgens de onderzoekers.

Snelle oplossingen

De ATR geeft in het advies aan mogelijkheden te zien om de winkels met biologisch assortiment op korte termijn al tegemoet te komen. De Europese verordening biedt daartoe ruimte volgens de ATR. Toezicht kan worden verminderd, er kunnen vrijstellingen verleend worden, de frequentie van controle verlaagd en de bewijsvoering vereenvoudigd.

Blij met advies

Het Vakcentrum is blij met het advies. “Helaas bleven diverse signalen naar het ministerie van Landbouw Natuurbeheer en Voedselveiligheid de afgelopen jaren onbeantwoord. We zijn blij dat de ATR er wel ingedoken is. Het advies van de ATR is heel duidelijk. We hopen dan ook dat dit op korte termijn tot veranderingen bij Skal leidt.”

Iedereen die biologische producten verkoopt profiteert hiervan. De volledig gecertificeerden profiteren omdat een aantal administratieve lasten worden aangepakt en de frequentie verminderd kan worden, de ondernemers die een beperkt aantal producten verkopen omdat ze wellicht in een vrijstelling kunnen vallen en minder vaak gecontroleerd worden. ◀



FOOD Voorjaars BEURS

WWW.FOODVOORJAARSBEURS.NL



MAANDAG 4 MAART
&
DINSDAG 5 MAART



VANAF 13 TOT 22 UUR

Woerden - Steinhagenseweg 8

deelnemers :



mèkkerstee



DE WORST
GROOTHANDEL



CRISSTORY



KING NUTS & RAAPHORST

GRATIS TOEGANG VIA
WWW.FOODVOORJAARSBEURS.NL

Alleen het *Beste* fruit
in onze heerlijke producten
en dat proef je!




'sLandsBeste

'sLandsBeste
T. +31 (0)321 - 33 10 52 • verkoop@slandsbeste.nl • www.slandsbeste.nl

DE BESTE HONING

KOMT VAN

BREITSAMER

SINDS 1935



INTERESSE?
voor meer informatie:



100% Pure honing

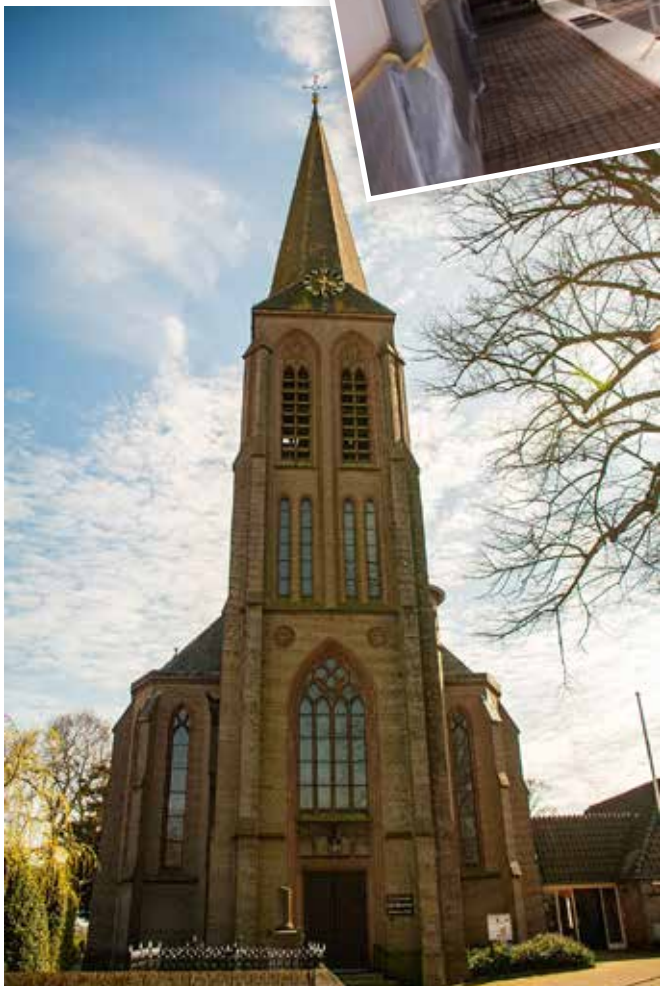
VAN DE HOOGSTE KWALITEIT

Afkomstig van erkende
gerenommeerde imkers

Tel.: 050-3144804
www.rehafood.nl
info@rehafood.nl

Wijn in de kerk

Voormalig kaasondernemers Michel en Erica Van den Beld breiden hun Franse wijnbedrijf uit met een opslag in de kerk van Herwen.



Het ondernemerschap zit Erica en Michel van den Beld goed in de vingers. Tot 2002 waren ze zeer succesvol met hun kaaswinkel. Twee keer wonnen ze het Gouden Kaasmes voor de beste kaasspecialzaak van het land, en in 2000 nog won Erica het BKKC, als beste proever van Franse kaas.

In 2002 verruilen ze hun winkel voor een wijnbedrijf in Bergerac, vlakbij St. Emilion. De Fransen in het dorp verklaren hun voor gek, maar waar de andere wijnbedrijven stoppen, blijft VandenBeld als enige bestaan. Met tien jaar buffelen zetten ze het domein om in een goed wijnbedrijf met chambres d'hôtes.

Veel Nederlandse collega-winkeliers en restaurants verkopen hun wijnen, maar ook particulieren nemen de wijnen af op speciale proeverijen. Voor die verkoop pendelen ze jaren op en neer, tot het idee ontstaat om niet langer een zaal te huren, maar

een eigen presentatieruimte te combineren met wijnopslag voor distributie in Nederland. Dat zou natuurlijk kunnen in een moderne loods, maar dat past niet zo bij de sfeer van de driehonderd jaar oude boerderij in het Franse Minzac waar de wijn wordt gemaakt.

De Martinuskerk in het Gelderse Herwen blijkt een ultieme oplossing. De kerk moet nodig onderhouden worden (het is een Rijksmonument), en daarvoor is een nieuwe gebruiker welkom. De kerk biedt ruimte, een natuurlijke koeling en een bijzondere sfeer. Er moeten wat aanpassingen worden gedaan, maar het uitgangspunt is hoe de kerk behouden kan blijven zodat ook volgende generaties kunnen genieten van de schoonheid van de kerk. Er komt een nieuwe toegang aan de zijkant om pallets naar binnen te kunnen rijden, een deel van de kerkbanken maakt plaats voor een nieuwe betonnen vloer, in de kelder komt een toiletgroep en in de tuin komt ruimte voor parkeren en een terras. De dorpsbewoners en de Van den Belds hebben elkaar gevonden in het project; de kerk blijft een sociale rol vervullen in het dorpsleven.

Met crowdfunding hebben Michel en Erica destijds de renovatie van de wijngaarden gefinancierd. Nu doen ze hetzelfde (inmiddels met zoon Stan en schoondochter Renée) met de verbouwing van de kerk. Wie financieel wil steunen krijgt een vergoeding in de vorm van wijn of overnachtingen op het wijngoed in Frankrijk, plus een goede rente.

Meer lezen over de wijnkerk en over deelnemen in de financiering? Kijk op: www.wijnkerk.nl ◀◀

VERKRIJGBAAR
VANAF 23 MAART

CUM LAUDE

EXCELLENTE KAAS & ZUIVEL, GEMAAKT OP DE BOERDERIJ

Op 14 maart strijden boeren en boerinnen uit het hele land – die zelf hun melk verwerken tot kaas, zachte kaas of zuivel – om de felbegeerde Den Besten Cum Laude Awards, ofwel de ‘Gouden melkbus met de grote oren’. Op die dag op Fort Wierickerschans te Bodegraven weten we ook wie een platina, gouden, zilveren of bronzen medaille hebben behaald en vanaf 23 maart verkrijgbaar zijn als excellente kaas, zachte kaas en zuivel, gemaakt op de boerderij.

HOOFDSPONSORS CUM LAUDE AWARDS

DSM
KAASHANDEL REMIJN
VERBURG KAAS

SPONSORS CUM LAUDE AWARDS

- RABOBANK • DE PRODUCENT • ZIJERVELD • EUROFLEX
- GEBR. RADEMAKER • C. VAN 'T RIET ZUIVELTECHNOLOGIE
- TREUR KAAS • VAN DER STERRE • IN2FOOD
- MAAZ CHEESE • ALFA ACCOUNTANTS & ADVISEURS
- ABZ DE SAMENWERKING • ALBERT HEIJN

BOERDERIJZUIVEL.NL



DE BESTE KAAS, ZACHTE KAAS
EN ZUIVEL VAN NEDERLAND



WIE WINT STRAKS DE 'GOUDEN MELKBUS MET DE GROTE OREN'?

AMBACHTELIJKE KAAS, ZACHTE KAAS
EN ZUIVEL, GEMAAKT OP DE BOERDERIJ

DOOR KEURMEESTERS
GEKOZEN

De Brink is uit de brand



Met zes keer het Gouden Kaasmes is De Brink in Deventer de hoogst onderscheiden kaasspeciaalzaak van het land. Maar een brand in 2022 legde de winkel stil. Anderhalf jaar later zijn Wim en Robert-Jan Maassen van den Brink weer *up and running*. Hoe is het hen vergaan in die tijd? En welke keuzes maak je om de beste winkel nog beter te maken?

Al 43 jaar voert Wim Maassen van den Brink in Deventer zijn Kaashandel De Brink, als er in de nacht van 15 op 16 augustus 2022 brand uitbreekt in het naastgelegen pand. Dat pand wordt verwoest, maar ook het pand van De Brink raakt flink beschadigd. De zolder verbrandt, de andere etages worden door de brandweer natgehouden om de brand te beperken.

“De schade is immens, niets is meer heel”, vertelt Wim een paar dagen later. “Onze hele inventaris is verloren, koelingen, airco, kassa’s, weegschalen, de meterkast. Het hele pand wordt gestript tot op de stenen en het dak gaat eraf, je kunt je het bijna niet voorstellen.”

Twee weken na de brand maakt De Brink al een tijdelijke doorstart in een pand dat twee deuren verderop ligt, aan Keizerstraat 2. Met veel hulp van buitenaf wordt een tijdelijke winkel ingericht en kan de verkoop doorgaan. Het plan is dan om de winkel na verbouw van het pand weer terug te verhuizen naar de oorspronkelijke locatie.

“De interieurbouwer werkt al aan een herinrichting, met een nieuwe indeling, waarmee de winkel weer heel mooi wordt. Ik heb de stiekeme hoop dat we voor het einde van het jaar terug zijn”, zegt Wim eind augustus 2022.

Inmiddels is De Brink weer open op de eigen vertrouwde plek. Veel later dan gehoopt. Wat hebben Wim en zijn zoon Robert-Jan sinds de brand meegemaakt?

“Het eerste dat er door je hoofd gaat is: hoe kunnen we verder? Waar vinden we een ander pand? En dan merk je dat je in Oost-Nederland bent, waar we de noaerplicht hebben om elkaar te helpen. De Binnenstadsmanager meldde dat er twee deuren verder een ondernemer met een McDonalds wilde starten, maar nog geen vergunning had. Daar konden we direct terecht voor de eerste drie maanden. En omdat we dachten dat we snel terug zouden kunnen leek dat genoeg. Maar er kwam zo veel bij kijken met de gemeente, een historicus, erfgoed en monumentenzorg. Al die instanties denken heel anders en werken heel anders dan ondernemers. We mochten nog niet eens de kleur bepalen van de verf. Twee weken na de brand waren wij alweer open op onze tijdelijke locatie, en zijn interieurbouwer Peter Domburg en aannemer Akor al aan de slag gegaan met plannen.”



Wim en Robert-Jan Maassen van den Brink

‘We hebben geleerd: één jaar verzekeren tegen omzetverlies is niet voldoende’

Vooraf het dak was zwaar beschadigd door de brand. De andere etages zijn gespaard van brand, maar flink geraakt door het vele bluswater. De brandweer heeft het pand tot vier keer toe onder water gezet.

“Gelukkig waren we goed verzekerd. We voeren elk jaar een update uit om te kijken of alles nog juist is. Veel apparatuur was niet ouder dan vier jaar, en dan wordt er geheel vergoed. Wat we wel geleerd hebben, is dat één jaar verzekeren tegen omzetverlies niet voldoende is. 52 weken is te kort als je zo’n ramp doormaakt, want binnen een jaar heb je geen nieuwe winkel en ben je niet terug op je oude omzetniveau. Je hebt met zo veel instanties te maken. Wij dachten met een paar weken verbouwen weer aan de slag te kunnen. Maar dat gaat echt niet.”

Noodlocatie

“De noodlocatie op Keizerstraat 2 is een heel groot pand. We hebben er een shop-in-the-shop gemaakt door een klein winkeltje af te bakken. Zijerveld heeft daarbij veel op zich genomen: ze hebben gezorgd voor koelmeubels, boxen om

kaas op te presenteren, een grote kaaskar voor de boerenkaas, enzovoort. Ik moet zeggen: alle lof naar Zijerveld, hoe ze dat getrokken hebben.”

Op 1 september 2022 is de noodwinkel gestart. Uiteindelijk hebben Wim en Robert-Jan er dertien maanden hun winkel gevoerd. Pas op 27 september 2023 gaat De Brink weer open in het eigen pand. “De omzet is in die maanden heel positief geweest. Het pand op die noodlocatie ligt volledig in het zicht, waar onze eigen winkel een beetje verscholen ligt tussen de terrassen. En die noodlocatie, daar kom je altijd voorbij, als je de stad ingaat of uitgaat. Na een paar weken was onze omzet al hoger dan onze eerdere omzet. Dat hoge niveau hebben we het hele jaar vol kunnen houden, en ook nu op onze eigen plek blijven we die omzet vasthouden.”

Nieuwe inrichting

De Brink was tot aan de brand een kleine winkel, een ‘pijpenla’ van 28 vierkante meter. Wil je dat opnieuw inrichten, dan heb je niet veel mogelijkheden. “De aannemer en interieurbouwer zijn samen door het pand gegaan om te kijken

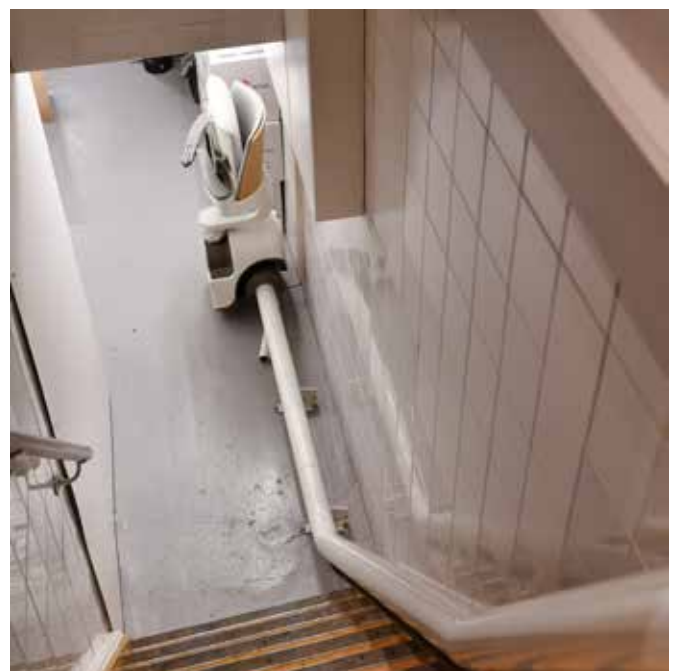


‘Buitenlandse kaas hebben we ruimer en breder gemaakt’

wat we aan oudheid konden laten terugkomen bij het verbouwen. De oude zijmuur hebben we laten stralen, waarmee het authentieke van het pand nu in de winkel terugkomt. Ook de houten draagbalken zijn in het zicht gebracht. Achterin is een vaste trap gekomen, waardoor we nu ook de bovenetage makkelijk kunnen bereiken. Het keukentje en het toilet zijn nu naar boven verhuisd, waardoor we op de winkelvloer zo'n tien vierkante meter hebben kunnen toevoegen. We zitten nu op zo'n 38 meter. Van de nood hebben we een deugd gemaakt, en dat heeft heel positief uitgepakt. Zelf dacht ik nog: laat die bovenetage zitten, je weet niet waar je aan begint. Maar zij zeiden: nú moet je het doen, die kans krijg je nooit weer.”

“De gevel is vernieuwd met een nieuwe elektrische schuifdeur, waardoor we koude en warmte beter kunnen regelen. Op zomerdagen kunnen we nu de warmte buiten houden. Daarnaast hebben we veel kleine ergernissen opgelost. Robert-Jan en ik hebben beide een zwakke rug, dus hebben we ergonomisch slechte plekken anders ingericht; geen zware kazen meer met een gerekte rug uit een moeilijke hoek moeten oppakken. Zo'n nieuwe inrichting is hét moment om zoiets aan te pakken.”

De airco heeft plaats gemaakt voor een ruimtekoeling, die de winkel 's nachts terugbrengt naar 6 graden, waar de airco niet lager dan 17 graden kwam. Ietsje duurder, maar veel beter voor de kwaliteit van de kaas. Overdag is de winkel zo'n 13 graden. “Wel zorgen dat je genoeg kleren aan hebt.”



Om de ruggen te ontzien heeft de keldertrap een traplift gekregen, waarmee de grote bergkazen makkelijker naar boven kunnen worden gehaald. De stoel wordt nog vervangen door een opklapbare plaat.

De winkel is hoger en ruimtelijker geworden, hij oogt rustiger. Zowel de koeling met buitenlandse kaas, als de harde kazen in de hele winkel, het lijkt alsof er minder aanbod is, maar tegelijk mis je niets. Alles ligt er, het is vooral rustiger en overzichtelijker.

Assortiment

In grote lijnen hebben Wim en Robert-Jan hetzelfde assortiment teruggebracht in de winkel. Alleen de nieuwe lijn 'Deventer Roem' valt op: flink uitgestald en letterlijk in de spotlight gezet tegen de oude stenen muur. Deventer Roem is een eigen lijn van zeven soorten en bestaat uit vier mooie, oudere kazen van Zijerveld en drie biologische leeftijden, jong belegen, extra belegen en oud, afkomstig van Maaz. De biologische kazen hebben een groene coating. Mooi om te zien hoe assortiment van twee leveranciers hier samenkomt in één merk.

"In buitenlandse kaas hebben we het assortiment wat ruimer en breder gemaakt. De koelwand had vroeger drie etages, nu hebben we er vier. En hij is zestig centimeter breder, dus dat is 2,4 meter meer presentatieruimte."

Heropening

De heropening heeft uiteindelijk veel langer op zich laten wachten dan gedacht. "Het stoeien met die ambtenaren heeft af en toe ook wijzigingen van de plannen opgeleverd. En uiteindelijk is het allemaal heel goed gekomen, maar het kost je heel veel negatieve energie. Een ambtenaar zei na de brand: ik hoop niet dat jullie straks lang dicht zitten, want dat is slecht voor het stadscentrum. Waarop ik zei: laten we aan tafel gaan zitten, dan hebben we met een half uur geregeld hoe we het kunnen doen. Maar zo werkt een ambtenaar niet. Die zegt: dien maar een plan in, dan ga ik het overleggen met mijn collega's."



Bovenaanzicht. De grootste schade zit bij de burens. Het pand is nog steeds niet aangepakt. De kaaswinkel heeft last van vocht door de tussenmuur.

"We hebben het geluk gehad dat er zoveel weerzin tegen de komst van McDonalds was; daardoor heeft die vergunning veel langer op zich laten wachten. Daardoor hebben we de verbouwing wel helemaal goed kunnen uitvoeren."

Wim en Robert-Jan zijn nog steeds niet van de ellende af. Het pand naast de winkel ligt nog steeds in puin, ook weer door discussies over vergunningen. De scheidingsmuur is een binnenmuur, waar in het natte najaar van 2023 veel vocht door naar binnen komt. Maar de muur afdekken kost geld, en de verzekering wacht liever nog even om te kijken of de zaken door de buurman worden aangepakt. "Dit heet 'gevolg schade', en is een ander traject. Ons pand draait weer, de omzet is terug en hoger dan voorheen en alle apparatuur is vernieuwd. Het pand werkt beter dan vroeger, maar ik wens het niemand toe. Het kost je zó veel energie en negativiteit." ◀

Kaashandel De Brink

Wim en Robert-Jan Maassen van den Brink
Brink 2
7411 BR Deventer
www.kaashandel-debrink.nl

Vakbeurs voor
premium food & drinks

TAVOLA

17-18-19 maart 2024

Kortrijk Xpo (België)



TAVOLA
2024

Ontdek een doordachte mix van
premium food & drinks van **marktleiders**,
ambachtelijke fabrikanten en **start-ups**:
een uniek assortiment van geselecteerde
delicatessen en heerlijke high-end producten.

www.tavola-xpo.be

**Gratis
bezoek**

registratie via
tavola-xpo.be
met code **TV7732**

STAPELGEK OP KAAS? START JE EIGEN KAASWINKEL

Wij zoeken ondernemers

- Zelfstandige kaas- en delicatessenwinkels
- Goedlopende winkels met stabiele omzet
- Begeleiding is mogelijk

KAASHANDEL
REMIJN



Wil je meer informatie?

Mail naar verkoop@kaashandelremijn.nl

Keurmerken voor kaas



Welke keurmerken zijn er vanuit de EU en de Nederlandse overheid en brancheverenigingen voor kaas? Voor sommige winkeliers zijn er nog genoeg onduidelijkheden, en er blijkt een zekere behoefte te bestaan aan een klein overzicht.

Vanuit Europese en Nederlandse wetgeving zijn er verschillende keurmerken op de markt voor kazen die in Nederland worden verkocht. De EU is dertig jaar geleden al gestart met het in lijn brengen van de vele agrarische keurmerken in de verschillende lidstaten. De oorspronkelijke Franse aanduidingen voor wijn, de Appellation d'Origine Contrôlée, (AOC) moest wijken voor het internationale AOP, de Appellation d'Origine Protégée. Voor Franse begrippen een enorme stap. Deze beschermde oorsprongsbenaming werd uitgebreid voor geografische gebieden van productie en traditionele specialiteiten.



BOB, Beschermde Oorsprongs Benaming

De Beschermde Oorsprongs Benaming (BOB) stelt de meeste eisen van de Europese keurmerken. Voor deze aanduiding moeten alle gedeeltes van de productie, verwerking en bereiding van de kaas plaatsvinden in een bepaald gebied volgens een Europese overheid erkende en gecontroleerde werkwijze. Daarnaast zijn de producten ook zonder het keurmerk beschermd. In Nederland zijn er meerdere kazen met het BOB-

keurmerk die gemaakt worden in een bepaald gebied, met de melk van een lokaal dierenras. Een voorbeeld is de Noord-Hollandse Gouda. Elk land kent zijn eigen vertaling van dit Europese logo, in Frankrijk en Zwitserland betreft het de AOP Appellation d'Origine Protégée, in Italië spreekt men van Denominazione di Origine Protetta (DOP) en in Spanje van Denominación de Origen Protegida.

Nederlandse producten met een BOB zijn onder andere Boeren Leidse met sleutels, Kanterkaas, Noord-Hollandse Edammer en Noord-Hollandse Gouda.



BGA, Beschermde Geografische Aanduiding

De Beschermde Geografische Aanduiding (BGA) geeft aan dat ten minste één gedeelte van de productie, verwerking of bereiding van de kaas plaatsvindt in een bepaald gebied. De eisen gaan dus minder ver dan bij het BOB-keurmerk. Voor de BGA moet er een verband bestaan tussen de eigenheid of bekendheid van het product en de geografische oorsprong. In Nederland is dat onder andere het geval voor kazen die volgens lokale methoden worden bereid in een bepaald gebied. Een voorbeeld is de Hollandse Geitenkaas.

Nederlandse producten met een BGA zijn onder andere Gouda Holland, Edam Holland en Hollandse geitenkaas.



GTS, Gegarandeerde Traditionele Specialiteit

De Gegarandeerde Traditionele Specialiteit (GTS) geeft aan dat een product in samenstelling en/of bereidingswijze volgens een vaste methode wordt gemaakt zonder dat er een verband is met een geografische regio zoals bij de BOB en BGA. Dit keurmerk benadrukt dus alleen de traditionele samenstelling en/of bereiding. Een Nederlands product met een GTS is bijvoorbeeld boerenkaas.



Noord-Hollandse Gouda BOB

Een Noord-Hollandse Gouda met BOB-keurmerk moet worden gemaakt van Noord-Hollandse melk volgens eeuwenoud recept en gerijpt in Noord-Holland.



EEN **BIJZONDERE** KOE, GEEFT BIJZONDERE MELK
... EN DÁT MAAKT ONZE **GOUDSE KAAS**
ZO **BIJZONDER LEKKER!**

BESTEL NU
0172-606111

Vandersterre
THE CHEESE FAMILY FROM HOLLAND

MEER WETEN?
PUREJERSEYKAAS.NL

Het geheim van Noord-Hollandse Gouda ligt in de uitgestrekte polders van Noord-Holland. De iets zilte grond levert weidemelk op die van nature romiger is. De ideale basis voor een smeugige kaas met een ongekend volle smaak. Al sinds de zestiende eeuw wordt deze kaas gemaakt van de hoogste kwaliteit volgens authentiek recept in het Noord-Hollandse Lutjewinkel, waarna het alle rust krijgt om te rijpen. Om de kwaliteit van Noord-Hollandse Gouda te benadrukken is het Rode Zegel ontwikkeld. In het Rode Zegel is het BOB-keurmerk verwerkt. Een echte Noord-Hollandse Gouda herkent u aan het Rode Zegel met BOB-logo in het lint.



Hollandse Geitenkaas BGA

Een Hollandse Geitenkaas met BGA-keurmerk moet worden gemaakt van Nederlandse geitenmelk volgens Hollands recept en natuurlijk gerijpt in Nederland. Een geitenkaas zonder de toevoeging van Hollandse in de naam is niet beschermd als BGA. Dit mag wel in andere landen geproduceerd worden. De Nederlandse geitensector is trots dat met deze Europese erkenning de historie, het bijzondere karakter en de productiewijze van Hollandse Geitenkaas wettelijk is beschermd. Een echte Hollandse Geitenkaas met BGA-keurmerk herkent u aan het BGA-logo over de Nederlandse vlag.



Boerenkaas

Nederlandse boerenkaas is enkele jaren geleden officieel tot Gegarandeerde Traditionele Specialiteit benoemd. Het GTS-keurmerk garandeert dat boerenkaas volgens een ambachtelijke wijze wordt bereid met verse rauwe melk op de boerderij. Boerenkaas mag worden gemaakt van de melk van koeien,

geiten, schapen en buffels, waardoor er vele variëteiten zijn. Het moet voor minimaal 50 procent worden gemaakt van melk van eigen vee, en binnen 48 uur worden bereid op de boerderij. Bij de bereiding mag de melk en de wrongel niet hoger dan tot 37 graden Celsius worden verhit.

Het caseïnermerk, dat in de korst wordt verwerkt, is ongeveer 6,5 cm hoog en breed, met rechte boven- en onderzijde, en bolle zijkanten (een tonnetje), met onder andere de vermeldingen 'boerenkaas', 'gegarandeerde traditionele specialiteit' en 'bereid met rauwe melk'.



Kaas van de Boerderij

Vanuit de Bond van Boerderij-Zuivelbereiders (BBZ) is er een eigen aanduiding voor kazen die op de boerderij worden gemaakt van licht verhitte melk (verhit boven de 37 graden): Kaas van de Boerderij. De melk mag niet meer rauw heten, maar is ook nog niet gepasteuriseerd. Door de melk kort, matig te verhitten (thermiseren), of hoger (72 graden, pasteuriseren) wordt de houdbaarheid verbeterd en de invloed van mogelijk schadelijke bacteriën beperkt. De smaak wordt bij thermiseren minder beïnvloed dan bij pasteuriseren. De aanduiding Kaas van de Boerderij heeft een eigen zegel of caseïnermerk.



Weidemelk

Het Nederlandse Weidemelk keurmerk geeft aan dat een zuivelproduct gemaakt is van weidemelk afkomstig van boerderijen waar de koeien (van het voorjaar tot het najaar) ten minste 120 dagen per jaar, minimaal 6 uur per dag in de wei lopen. Binnen de moderne melkveehouderij is dit namelijk niet meer vanzelfsprekend. Dit keurmerk garandeert dat

de melk van koeien komt die de ruimte hebben gekregen voor hun natuurlijk graasgedrag in de wei. Stichting Weidegang controleert het proces en stelt het keurmerk beschikbaar als de melk voldoet aan de voorwaarden. Een Nederlandse kaas met het Weidemelk keurmerk is gemaakt van 100% weidemelk. Hierdoor stimuleert de aankoop van deze kaas de zichtbaarheid van koeien in het Nederlandse landschap.



Biologische keurmerken

Het Europees biologisch keurmerk geeft aan dat een product voldoet aan een wettelijk bepaald productieproces waarbij zoveel mogelijk rekening is gehouden met milieu en dierenwelzijn. U herkent biologische producten aan het EU-keurmerk op de verpakking: een afbeelding in de vorm van een blaadje met 12 sterren. Het keurmerk is bedoeld om het vertrouwen van de consument in de biologische sector te behouden en is daarom wettelijk beschermd. Zo worden mestoverschotten tegengegaan, worden er minder chemische bestrijdingsmiddelen gebruikt en krijgen dieren meer ruimte dan in de gangbare veeteelt en landbouw. Dit keurmerk staat verplicht op alle biologische producten die in de EU zijn geproduceerd.

Naast het Europees biologisch keurmerk mogen er ook nationale logo's worden gebruikt. In Nederland is er het EKO-keurmerk. Dit keurmerk staat naast het Europese logo.

Een biologische kaas die in Nederland is geproduceerd, moet voor minimaal 95% uit biologische ingrediënten bestaan en garandeert dat er bij het produceren van de kaas zoveel mogelijk rekening is gehouden met de Nederlandse landbouwgrond en dieren. ►

App als contactpunt tussen winkel en kaasmakerij

Veel kaasspecialzaken hebben een lijn afkomstig van de kaasmakerij van CONO Kaasmakers in hun assortiment. Al die kazen, met eigen merknamen, worden geleverd door de tussenhandel. Met een app voor ondernemers wil CONO nu in direct contact komen met de verkopers van hun kazen. Jef van de Vegte van CONO en ondernemer Colin Cornel vertellen over de app.

“**D**e CONO-app is een business-to-business app voor ondernemers die CONO-kaas verkopen”, stelt Jef van de Vegte, business development manager bij CONO Kaasmakers. “Met de app kunnen de ondernemers geïnformeerd worden over alles wat CONO doet, hoe we onze kazen maken en waarom onze kazen onderscheidend zijn. Het doel van de app is om fans en loyaliteit te genereren bij deze ondernemers. De CONO-app is alleen bestemd voor ondernemers en hun personeel in het traditionele kanaal, niet voor supermarkten.”

Waarom is CONO met deze app gestart?

Van de Vegte: “CONO maakt op een mooie, onderscheidende manier kaas. Tegelijk vindt die kaas in het handelskanaal haar weg in allerlei verschillende gedaantes, met verschillende merken en private labels. CONO is in de winkel geen merk. Maar we willen als bedrijf graag op het niveau van de ondernemer middelen ontwikkelen om de ondernemer te informeren over waarom onze kaas bijzonder is en wat CONO nou CONO maakt. Want er zijn zo veel verhalen die we nog kunnen vertellen over onze kaasmakerij. Echter, wij leveren onze kazen uit aan de handelaren, die een directe relatie met de ondernemer hebben. CONO zelf is geen leverancier aan de winkel. We missen die directe relatie, terwijl we het belangrijk vinden om ons verhaal te vertellen.”

Op welke manier helpt de app de ondernemer bij zijn winkel?

Van de Vegte: “Niet bij het bestellen, het is geen bestel-app. We hopen de ondernemer te inspireren door ze meer te

vertellen over de kaas die ze verkopen en ze tools te geven die ze bij de verkoop kunnen gebruiken.”

Dat kan toch ook met drie A4'tjes?

Van de Vegte: “Dat kan wel, maar we kiezen voor de app als een modern communicatiemiddel. Een deel ervan is een vernieuwde vorm van onze website. Dat is overigens ook het openbare deel van de app, waar iedereen bij kan om te lezen over CONO. Een ander deel is besloten. Daarvoor krijgt de ondernemer een persoonlijke activatiecode die hem toegang geeft. In dat deel geven we veel specifiekere ondernemersinformatie die hem kan helpen onze kazen beter te verkopen. Bijvoorbeeld: we beschikken in ons bedrijf over veel informatie en data. We zouden de ondernemer kunnen helpen met demografische factoren van zijn verzorgingsgebied, en dat gecombineerd met het shoppergedrag bij een kaasspecialzaak zou de ondernemer kunnen helpen om zijn acties daarop verder te specificeren. En natuurlijk is de app nog in ontwikkeling, dat is het voordeel van een digitaal product, dat je het continu kunt blijven ontwikkelen en verbeteren.”

Wat is het spaarsysteem in de app?

Van de Vegte: “We geven de ondernemer de mogelijkheid om te sparen voor punten die in te wisselen zijn voor leuke producten, workshops of een rondleiding in onze kaasmakerij. Wanneer een ondernemer bijvoorbeeld een actie heeft met CONO-kaas, die hij op zijn social media zou willen plaatsen, kan hij daarmee punten verdienen door ons te informeren



Jef van de Vegte.



beeld in de vorm van workshops over kaas, over social media gebruik, hulp bij het maken van een video of een rondleiding door onze kaasmakerij. Naast de informatie biedt de app dus ook een loyaliteitsprogramma waarmee de ondernemer kan sparen voor extra ondersteuning.”

Punten sparen; dat doet denken aan handdoeken sparen bij de benzinepomp. Daar heeft een ondernemer het toch te druk voor? Waarom is dat toch een goed idee?

Van de Vegte: “Dat is dan ook de grootste code die wij te kraken hebben. Want het is geen consumenten-app, maar een B2B-app. En we kunnen geen korting aanbieden, want we zijn niet de directe leverancier. Dus moeten we acties brengen en ondersteuning bieden waar de ondernemer echt baat bij

‘We kiezen voor de app als een modern communicatiemiddel’

over zijn actie. Bij inwisseling van de gespaarde punten kan hij vervolgens een beloning uitkiezen zoals ondersteuning vanuit CONO. Dit kan bijvoor-

heeft. Dat is geen eenvoudige missie, maar we geloven dat als we daar flink gas op geven, we op een heel onderscheidende manier de ondernemer ten dienste kunnen zijn.”

Maar foto's uploaden, punten sparen, zit een ondernemer daarop te wachten in deze drukke tijden van krappe markten?

Van de Vegte: “Henry Ford zei ooit: ‘If I had asked people what they wanted, they would have said faster horses.’ Wij geloven erin, we vinden dat we al die verhalen over de herkomst van de melk, de inspanningen op het boeren erf en het maken van kaas moeten delen met onze ondernemers. Vaak denken ondernemers dat ze het wel weten, maar er is nog zoveel informatie te delen over het prachtige vakmanschap van kaasmaken. We moeten dat meer uitlichten, dat zijn we verplicht aan onze veehouders. En tegelijk geloven we erin dat als we dat verhaal vertellen aan de ondernemer, hij dat kan gebruiken in zijn verkoop. En juist dat sparen van punten is goed voor het genereren van een interactie, en leidt tot veel meer dan alleen het zenden van informatie vanuit CONO.”

Wat zoekt CONO in die interactie?

Van de Vegte: "Wij willen begrijpen wat er op de winkelvloer gebeurt, waar de ondernemer mee worstelt en wat hij nodig heeft. Bijvoorbeeld: CONO laat zich voorstaan op een zeer duurzame bedrijfsvoering. Maar wat kan de ondernemer daarmee? Welke delen van dat beleid kan hij gebruiken en welke niet? Daarvoor hebben we dat contact met die ondernemer nodig."

Hoe werkt het sparen?

Van de Vegte: "Er zijn twee manieren waarop de ondernemer punten kan sparen. De eerste is door middel van het scannen van QR-codes die wij bijvoorbeeld in onze advertenties plaatsen en die onze buitendienst adviseurs bij zich dragen. De tweede is door mee te doen aan acties. Dan kun je denken aan het delen van een recept op social media tot het toevoegen van het winkelpersoneel aan de CONO-app en het invullen van een enquête. Deze acties blijven wij vernieuwen en uitbreiden. In de CONO-winkel staan de verschillende beloningen waar je je punten voor kunt inruilen, zoals je dat ook kent uit consumenten-apps. Social media-trainingen, een bedrijfsscan van de winkel, een kaasworkshop, maar ook een dinerbon, om ook iets buiten de werksfeer te bieden."

‘Ik heb de app intensief gebruikt en veel feedback gegeven’

Colin Cornel is ondernemer van Kaasgenoten in Etten-Leur. Wat vindt hij van de CONO-app?

"Ik ben enthousiast. Ik hoorde ervan op de Vakbeurs Foodspecialiteiten. Ik zag het als een tool om mij meer kaas te laten verkopen. In het begin heb ik er veel gebruik van gemaakt, nu eigenlijk niet meer zoveel. Dat is het eerlijke verhaal. Ik heb hem intensief gebruikt en veel feedback gegeven. Het is echt een



Colin Cornel.



leuke tool om mij nog beter te maken als ondernemer. Enerzijds heb ik veel gehad aan het verhaal achter de kaas. Maar ook kwam ik via de app op duurzame CONO-tasjes die we aan klanten konden meegeven. Maar het belangrijkste is dat we de kaas laten proeven, dat onze klanten zelf kiezen voor een CONO-kaas in plaats van een gewone kaas. En als je laat proeven zijn ze overtuigd. En als je dan ook nog een tasje of een dipje erbij geeft, dan blijft het nog beter hangen bij de klant.”

En de achtergronden van de kaas heb je uit de app gehaald?
Cornel: “Ikzelf wel, mijn team nog niet, dat wordt de volgende stap. Ik moet ze daar nog toe aanzetten, om te zorgen dat ze ook dat verhaal gaan vertellen.”

Wat maakt dat je de app nu minder gebruikt?
Cornel: “Op een gegeven moment heb je alle stappen doorlopen en ben je klaar, voor je gevoel. De app is in ontwikkeling, en één van mijn feedback-punten was ook dat je wel getriggerd moet blijven worden om af en toe de app weer te gebruiken, want dat maakt het leuk. Het is leuk om af en toe filmpjes te zien van andere ondernemers, of nieuwe tips te krijgen voor de winkel.”
Van de Vegte: “Dat is gelijk onze grootste uitdaging: de app levend houden. We moeten blijven vullen met nieuwe data, nieuwe acties, nieuwe informatie. Dat is de reden om te blijven terugkomen.”

Hoe lang heb je de app gebruikt?
Cornel: “Een paar maanden. En nu nog kijk ik er af en toe op. Afgelopen week had ik een actie voor de deur met het proeven van tosti's met CONO-kaas. Foto's daarvan heb ik geüpload naar de app. Het gaat me dan niet om de punten, maar wel dat je continu wordt getriggerd door de app, omdat zij er actief mee bezig zijn. Ik vind het leuk dat CONO dit doet, dus werk ik eraan mee.”

Waarom werkt je personeel nog niet met de app?
Cornel: “Dat komt nog wel, ik moet even een goed moment hebben, of een goede aanleiding om hen ervoor te interesseren. Het wordt de volgende stap.”

Wat heb je zelf geleerd van de app voor je verkoop?
Cornel: “Er is op de app een plek waar je recepten kunt delen. Dat heeft mij getriggerd om een kaasfondue-recept te maken met alleen CONO-kaas. Dat hebben we op social media geplaatst. Mijn winkel verkoopt voornamelijk Hollandse kaas, en we krijgen best vaak klanten voor kaasfondue. CONO verzint iets, en dat brengt mij op ideeën en nu loopt mijn CONO-fondue heel goed.”

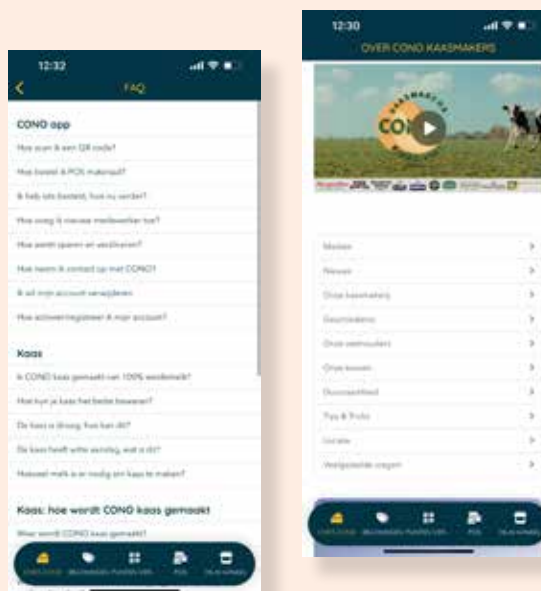
Welke tips heb je voor het gebruik van de app voor andere ondernemers?
Cornel: “Eigenlijk geen tips, de app is zeer gebruiksvriendelijk. Het wijst zich vanzelf.”

Zou de je app aanraden aan collega's?
Cornel: “Ja, zeer zeker. Omdat er toch goede tools in zitten om mij als ondernemer sterker te maken. Zoals het delen van een recept met CONO-kaas op social media: ik krijg er punten voor, dat is toch leuk, en het stimuleert mij om mijn klanten iets nieuws te bieden. En zelfs mijn collega vijftig meter verderop zou ik de app adviseren. Die verkoopt ook CONO. Het bij elkaar niet, het is dezelfde informatie die we doorgeven aan onze klanten. De app moet wel blijven triggeren om er steeds bij terug te komen. Dat is een tip aan de makers bij CONO.”

Jef, Colin is positief over de app, maar hij ziet nog verbeterpunten...
Van de Vegte: “Daar zijn we blij me. Het is nuttige kritiek. We hebben liever gebruikers die aangeven wat ze nog verbeterd willen zien, dan ondernemers waar we niets meer van horen en de app niet meer gebruiken. Bij CONO wordt de app breed gedragen en is er volop inzet om hem samen nog veel beter te maken. En we weten dat we er nog niet zijn. Het is een werk in progress en we staan nog maar aan het begin. Deze weg is bewust gekozen: eerst uitbrengen en de ondernemers informeren dat dit fase 1 is, om de app vervolgens samen met hun input, feedback en wensen verder te ontwikkelen en zo te verbeteren.”

Cornel: “CONO steekt hiermee wel zijn nek uit, dat is het belangrijkste. Het is heel iets nieuws, het is creatief out-of-the-box denken. Het is een mooie manier om ondernemers elkaar te laten stimuleren om leuke dingen te doen. Foto's delen, wat heb je gemaakt, welke display doe je, welke acties en activiteiten zet je in om meer kaas te verkopen. Daar kun je elkaar mee inspireren en motiveren.”
Van de Vegte: “Het samen ergens aan werken is ook wel iets van CONO. We zijn tenslotte een coöperatie.” ◀

‘Ik vind het leuk dat CONO dit doet’



Combi van winkel en lunchroom pakt fantastisch uit



De achtergrond van het bedrijf Jaap & Ellen lijkt een verzameling van toevallige omstandigheden. Maar de ondernemers hebben eigenlijk steeds de juiste keuzes gemaakt, om zich vervolgens te verbazen over het succes van hun foodspecialiteitenwinkel en lunchroomconcept. Een prachtige combinatie.

Het is het jaar 2000 als Jaap van Nieuwaal op zijn 34ste besluit zijn baan bij een bank op te zeggen om als ondernemer verder te gaan in een foodspecialiteitenwinkel. De winkel die hij overneemt verkoopt kaas, vleeswaren, noten en chocolade. De chocolade zet hij stop, omdat Oud-Beijerland daarin al heel veel verkooppunten heeft, en hij begint met een klein wijnaanbod. Jaaps vrouw Ellen werkt, in verband met de kinderen, parttime mee. De winkel is een spannende stap voor Jaap, maar Ellen, die uit een ondernemersgezin komt, weet dat het gaat lukken.

Kookwinkel

In 2008 begint Ellen een kookwinkel, elders in het dorp, gericht op assortiment van hoge kwaliteit. Na vier jaar komt de gemeente met plannen om een winkelcentrum te bouwen achter de Molendijk. Jaap en Ellen besluiten om in een nieuwbouwpand, twee panden verderop, tegen-

over het toekomstige winkelcentrum te trekken waar beide winkels boven elkaar een plek zouden kunnen krijgen. Het pand is bijzonder, omdat het tegen de dijk ligt. De Molendijk zelf is een winkelstraat waar de foodwinkel van Jaap omringd door nog een aantal verswinkels aan ligt. Onder aan de dijk ligt de Beneden Molendijk, waar Ellens kookwinkel uitkijkt op het toekomstige winkelcentrum. Intern zijn beide winkels verbonden met een trap, terwijl naast het pand een gemeentelijke trap voor voetgangers de verbinding vormt tussen de twee straten. Samen vormen de winkels een mooi concept voor koken en lekker eten. In 2013 starten ze op deze nieuwe locatie.

Lunchroom

Ondanks de mooie plannen en het mooie concept lopen de zaken anders dan gepland. De kookwinkel zit niet in de loop van het winkelende publiek. Het winkelcentrum komt er toch niet door de crisis in de bouwsector, en bovendien is het de tijd waarin online winkelen sterk opkomt. Ellen: "Klanten bezoeken de kookwinkel, maar een deel van hen loopt na advies naar buiten om online hun spullen net wat goedkoper te bestellen. Ik kon nooit tegen de prijzen van het internet



Ellen en Jaap.

concurreren. Uiteindelijk werd het wat stiller in de winkel, en dan gaat de lol eraf.”

Jaap: “In die tijd had ik naast de foodwinkel een buiten-terrasje, waar in de zomer mensen hun broodjes uit de winkel konden opeten. In de winter kon dat niet. We besloten in de kookwinkel een paar tafeltjes neer te zetten waar mensen een broodje konden eten. De gasten vonden het geweldig zo tussen “de potten en de pannen” te zitten alsof het altijd zo was geweest. Met het teruglopen van de omzet van de kookwinkel hebben we toen besloten: we bouwen de kookwinkel om tot een lunchroom, we stoppen boven met de broodjes - omdat die soms de kaasverkoop verstoorden - en we behouden die producten die in de kookwinkel al heel goed lopen.”

Ellen: “Ik wilde vooral die producten behouden die ik heel leuk vond, maar dat gaat vaak samen.”

Nieuw concept

In 2017 wordt de kookwinkel omgebouwd tot lunchroom. Interieurbouwer Domburg uit Bodegraven tekent voor de inrichting. Jaap: “Toen was ik nog erg sceptisch: want wie gaat hier nu binnenkomen? Maar ik wist niet wat ik zag... Ons concept was geboren!”

‘In het voorjaar bij de eerste zon zitten de mensen hier al buiten’

Bij de lunchroom bevinden zich verschillende parkeerterreinen. Voor de deur ligt een groot plein met een klein speeltuintje. De aan het plein gelegen pizzeria en de lunchroom mogen beide een deel van het plein huren als extra zomerterras. Een toplocatie voor een lunchroom.

Jaap: “Voor de deur onder de overkapping hebben we ook wat tafeltjes. In het voorjaar bij de eerste zon zitten de mensen hier al buiten, met hun rug tegen de gevel en een kleedje over hun benen. Dit heeft al mijn verwachtingen overtroffen. De omzet van de lunchroom is bijna gelijk geworden aan die van de foodwinkel. Samen is dit ons nieuwe concept: wat je beneden eet kun je boven ook kopen, en andersom; en met de terrassen, met bezorging van broodjes, met afhaal en een

BEZOEK ONZE BOERDERIJ



NIEUW!



Mèkkerstee
Zeesla

NIEUW!



Mèkkerstee
Truffel



mèkkerstee

Hofdijksweg 34, Ouddorp www.demekkerstee.nl

MET ZORG VOOR MENS, DIER & NATUUR

VOETS

Fine Food Festival

VOORJAARSEDITIE

3&4 maart 2024
Noordkade Veghel

Ben je opzoek naar meer inspiratie voor thema presentaties?

Bezoek het Fine Food Festival. Gratis ticket via www.voorjaarsbeurs.eu
of bezoek onze website www.voetsspecialiteiten.nl
of maak een afspraak voor een bezoek aan onze showroom.

[@voetsspecialiteiten](https://www.instagram.com/voetsspecialiteiten) [/voetsspecialiteiten](https://www.facebook.com/voetsspecialiteiten) T: +31 (0) 73 54 96 881



‘We willen vooral een aanbod hebben voor het goede middensegment’

goede foodspecialiteitenwinkel. En als gasten in de lunchroom een compliment maken of een vraag hebben over wat ze hebben gegeten, dan vertellen we natuurlijk dat je die carpaccio of die truffelmayonaise ook boven in de winkel kunt kopen voor thuis.” Dochter Liselotte werkt mee in de zaak en doet onder andere de marketing. “Wat heel goed is”, zegt Jaap, “omdat wij helemaal niet zo denken als de jongeren van tegenwoordig. Met social media weet zij bijvoorbeeld veel meer te bereiken dan wij.” Ellen: “Liselotte wilde direct bij opening gaan flyeren. Terwijl ik dacht: joh, laten we rustig aandoen, ik weet nog niet eens hoe de oven aan moet. Maar het is allemaal zo snel zo goed gedaan.”

Non-food

Het non-food assortiment staat links in de zaak, de kassa en keuken in het midden, en rechts staan de tafeltjes voor lunchgasten. Afrekenen gebeurt bij de kassa, waardoor elke bezoeker van de lunchroom geconfronteerd wordt met het non-foodaanbod, wat stimulerend werkt voor de verkoop. Dit assortiment bestaat uit serviesgoed in diverse uitstralingen, snijplanken, glaswerk en keukentextiel, en een breed aanbod thee en koffie. Daarnaast staat een grote wand vol producten van Maison Berger: decoratieve lampen met etherische oliën. Jaap: “Lampe Berger zijn olielampen van hoge kwaliteit. Een van de opmerkingen bij de winkelijuring was dat dit thuishoort in een foodspecialiteitenwinkel. Daar hebben we

punten mee verloren. Ik vond dat niet helemaal terecht. Kijk: er bestaat ook zoiets als Yankee Candle, die zie ik ook staan in onze branche, uitgesteld in een foodspecialiteitenwinkel. Maar dat zou ik absoluut niet willen. Maar Lampe Berger is zo’n topproduct, dat in onze lunchroom absoluut geen geur afgeeft, waar klanten speciaal voor komen, en het loopt als een tierelier. Een of twee van elke tien gasten in onze lunchroom is geïnteresseerd in dit aanbod. Dan kun je zeggen: dit hoort niet in ons soort winkels, maar mijn omzet vertelt iets anders. Het wordt ook vaak in keukens gebruikt; bijvoorbeeld als je bloemkool hebt gekookt of vis hebt gebakken helpt het om die overheersende geur te neutraliseren.”

Speciaalzaak

In zijn nieuwe speciaalzaak heeft Jaap vooral de wijn uitgebreid. Er is een keuken gekomen waar dagelijks hapjes en borrelplanken worden gemaakt voor verkoop en catering. De dure exclusieve producten, zoals potjes met confit de canard houdt hij bewust buiten het assortiment. “We willen vooral een aanbod hebben voor het goede middensegment. Voor een onsje boterhamworst word je op dezelfde gezellige manier geholpen als wanneer je met een volle tas met Pata Negra ham, buitenlandse kazen en mooie wijn naar buiten loopt.” Voor dat hogere segment staat er overigens ook gewoon Dom Pérignon op de plank, maar wijn heeft dan ook Jaaps speciale aandacht.

Alles voor jouw verkooppunt!

In ons assortiment vind je verschillende **Hollandse kazen**. Onze Hollandse kazen worden **met liefde gemaakt** door diverse boeren en kleinschalige kaasmakerijen. Vervolgens rijpen en verzorgen we de kazen in ons pakhuis. Dit doen we al bijna 70 jaar en het vakmanschap is over gegaan van vader op zoon. Dit maakt Treur Kaas een echt familiebedrijf.

Daarnaast verkopen we allerlei soorten **lekkere buitenlandse kazen**. En om je assortiment compleet te maken, kun je bij ons ook terecht voor **overige producten**, zoals boter, dips, olijven en wijnen.

Met zo'n assortiment én onze **uitgebreide kaaskennis, verkoop- en marketingondersteuning** maken we samen jouw verkooppunt tot een succes. Dat is ieder zijn kracht!

Maak snel een afspraak en ontdek welke ondersteuning onze accountmanagers jou kunnen bieden.



Treur Kaas | Woerden | 0348-688941 | info@treurkaas.nl | www.treurkaas.nl

TREUR KAAS
ieder zijn kracht

MET DE GRAEFF BEGINT de weg naar succes



je vindt ons op de
FOODVOORJAARSBEURS
4 & 5 maart in Woerden



Colofon

Lekkernijver is een initiatief van het Vakcentrum en wordt uitgegeven door de Stichting Foodspecialiteiten Nederland.
Blekerijlaan 1,
3447 GR Woerden
T 0348 419 771
F 0348 421 801
E info@foodspecialiteiten.nl
I www.foodspecialiteitenwinkel.nl

Hoofdredactie
Rick Brantenaar, Stichting Foodspecialiteiten Nederland

Redactie en productie
Blad in Bedrijf
Fruitlaan 1, 6515 CA Nijmegen
T 06 55 77 24 92
E leokoomen@gmail.com

Medewerkers aan dit nummer:
Rick Brantenaar, Saskia Brattinga, Martijn Droog, Patricia Hoogstraaten, Leo Koomen, Gea van der Puijl, Evelien de Ruijg, Jurry Teunissen.

Advertenties
Dock35 Media
Frank Roosenbeek
T 0314 355 830 (direct)
F 0314 355 800 (algemeen)
E frank@dock35media.nl



Vormgeving
Dock35 Marketing

Druk
Print2Pack, Duiven

Lekkernijver is gedrukt met bio-inkt op FSC®-mixed credit papier.



© 2024. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze publicatie mag in enige vorm of op enigerlei wijze worden vermenigvuldigd of vastgelegd zonder voorafgaande toestemming van de uitgever. Uitgever, redactie en auteurs verklaren dat deze uitgave op zorgvuldige wijze en naar beste weten is samengesteld, maar kunnen niet instaan voor de juistheid of volledigheid van de informatie. Uitgever en auteurs aanvaarden geen enkele aansprakelijkheid voor schade van welke aard ook, die het gevolg is van handelingen en/of bestellingen op grond van deze informatie.



Wie de trap opkomt uit de lunchroom, of binnenstapt vanaf de dijk, ziet links een riant aanbod aan wijn. De wijnen staan op ooghoogte, met erboven en eronder kastjes voor de opslag. De achterwand toont daarnaast de koeling met buitenlandse kaas en vervolgens een fraaie counter met charcuterie. De rechterwand is voor binnenlandse kazen. Kaas is de grootste verkoopgroep, direct gevolgd door vleeswaren. Wijn is de derde grote groep. Versgebrande noten en het houdbare segment maken de winkel compleet.

Voor beide zaken werken Jaap en Ellen met 25 medewerkers: parttimers, fulltimers en chauffeurs voor de bezorging. Een flinke onderneming. Bedrijfsleider Sandor is daarin, samen met zijn assistent Ruben, een belangrijke ondersteunende kracht. Maar ze doen het natuurlijk met de hele groep, iedereen doet ertoe.

Jaap: "Dat is wel een ding hoor. De zaak is gegroeid van een kleine kaaswinkel met één bediende, naar deze onderneming nu. Mogen we trots op zijn, maar soms is het best pittig... De combinatie is fantastisch. En ik krijg er weer koude rillingen van als ik nu vertel hoeveel gunning er is van de mensen die ons bezoeken. Wij doen gewoon ons ding, en kijk hoeveel waardering we krijgen. Daar zijn we erg dankbaar voor." ◀◀

Jaap & Ellen Kaas Lunch en Lekkernijen

Jaap en Ellen van Nieuwaal
Molendijk 31
3262 AH Oud-Beijerland
www.jaapellen.nl



Certificering

Naam: Jaap & Ellen Kaas Lunch en Lekkernijen

Foodspecialist sinds: "2000."

Gecertificeerd sinds: "We zijn in 2012-2013 gecertificeerd geweest. Daarna kwam er zo'n drukke periode dat ik er geen prioriteit meer aan heb gegeven. Nu zijn we in 2023 weer gecertificeerd en hebben meegedaan aan de competitie."

Waarom gecertificeerd:

"We willen toch weer weten waar we staan."

Sterk punt van de certificering: "De nieuwe opzet is minder vrijblijvend, en dat is alleen maar goed. Het is een soort zelfkastijding, ter verbetering van je performance. Het is goed voor je uitstraling, en dat vind ik belangrijk, omdat er toch best veel geknoeid wordt in de markt. Op elke winkel is wat aan te merken, maar soms is het wel heel erg."

Aanbevelingen: "Ik denk dat er steeds meer blurring komt in de markt. Daar mag wat meer oog voor zijn. Wat is de gedachte van de ondernemer achter zijn extra assortiment? Waarom doet hij het zo? Bij sommige zaken in het assortiment zet de certificering vraagtekens, terwijl ze wel door de consument hoog gewaardeerd worden. Bij ons is Lampe Berger een enorm succes. Een van de producten die we hebben behouden nadat we onze kookwinkel hebben stopgezet. Dat levert ons kritiek op en aftrek van punten bij de certificering en de winkelwedstrijd."

Moet iedere foodspecialist certificeren:

"Eigenlijk wel, als je serieus met je vak bezig bent. Wij hebben het ook tien jaar lang niet gedaan, om onze eigen redenen, maar uiteindelijk komen we er wel weer bij terug."

Kan het kroontje van de certificering een keurmerk worden? "Dat zou mooi zijn. Maar voor het Keurslager-merk werd ook veel extra reclame gemaakt. Dat is misschien voor het kroontje als keurmerk ook wel nodig om die landelijke bekendheid te bereiken."



Ons rijpingsproces is een uniek samenspel tussen mens en natuur.

Michu, KALTBACH grotmeester

Alleen de beste kazen komen in onze beroemde zandstenen grot terecht...

Dankzij het natuurlijke vocht dat het kwarts in de rots opslaat, biedt onze zandsteengrot de perfecte omstandigheden voor het affineren van de kaas en geeft het een sublieme textuur en subtiele, pittige smaak. Door het borstelen, zouten en draaien van de kaas zorgen onze grotmeesters ervoor dat elke kaas zijn onmiskenbare karakteristieke smaak ontwikkelt. Ontdek en ervaar ons veelzijdige assortiment.



Volg ons via
@emmicheesenl



Gerijpt door onze
grot en kaasmeester.

