



Lekker tijver

VAKBLAD VOOR ONDERNEMERS IN FOODSPECIALITEITEN

AGF terug op drukbezochte

Vakbeurs Foodspecialiteiten



WINKELS

De Veursche Kaasboetiek,
Voorschoten

De Heerlijkheid,
Horssen



CONO app al geregistreerd?
Scan en verdien 10 punten!



Scan, spaar en ervaar

De CONO app is de zakelijke app voor ondernemers die CONO kaas verkopen. Ondernemers kunnen punten sparen door onder andere QR codes te scannen en mee te doen aan opdrachten. Deze punten kunnen via de app worden ingewisseld voor producten of unieke ervaringen.

Nieuwsgierig geworden? Neem contact op met jouw contactpersoon bij CONO om de unieke activatiecode op te vragen.

Interesse in het verkopen van CONO kaas? Download de app en neem contact met ons op via de informatiepagina.



Benieuwd naar de CONO app?



18 Vakbeurs Foodspecialiteiten

De beurs breekt records: meer merken, meer producten, opvallende noviteiten en nieuwe branches.



17



30



36



42



24

24

Interview

Stephan en Raymond Rijnjaarts over sponsoring en wijn voor de versspecialzaak.

30

Boerenkaas

De Ruyge Weyde maakt het zichzelf niet makkelijk.

36

Winkel

De Veursche Kaasboetiek: Bert van Leeuwen gaat voor kwaliteit en eigen creaties.

42

Winkel

De Heerlijkheid voegt vanuit catering een winkel en pakketten toe.

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

Winnaar NNKC, winnaars Noviteiten, nagekomen beursberichten en nog veel meer nieuws.

15 Kaasgilde

Nieuwe leden op najaarsbijeenkomst.

17 Vakcentrum Informatie

Lokaal Retailbelang voor vitale winkelgebieden.

46 Colofon

Onze eigen productinformatie.

Cover

AGF was op de beurs vertegenwoordigd met onder andere een indrukwekkende presentatie van Postuma.

◆ GROOTS VAN SMAAK ◆

LUTJEWINKEL

1916

Hét Noord-
Hollandse
meesterwerk

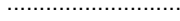
◆ Bereid door de
kaasmakers van
Lutjewinkel

◆ Vakkundig op
allerbeste smaak
gerijpt



Meer informatie over Lutjewinkel1916?
Telefoon: (0172) 630 100 e-mail: info@zijerveldfood.nl

Rick



Rick Brantenaar
Directeur Stichting Foodspecialiteiten Nederland



'Hier een streamer'

A photograph of Rosanne Sluis, a woman with long, curly brown hair and glasses, smiling and holding a framed award. The award is a 'Gouden Kaasboor' certificate for R. Sluis. She is also holding a tablet in her left hand.

Rosanne Sluis wint Gouden Kaasboor tijdens NNKC 2023

Rosanne Sluijs brengt Gouden Kaasboor voor tweede jaar op rij naar de Beemster
Tijdens de prijsuitreiking van het Nederlands Nationaal Kaaskeurconкурс op 12 oktober kreeg Rosanne Sluijs van CONO Kaasmakers de Gouden Kaasboor uitgereikt. Zij mag zich met 238 punten de beste kaaskenner van Nederland noemen.

Rosanne nam de Gouden Kaasboor over van haar collega Sjoerd Hiemstra, die hem in 2022 won. In dat jaar kreeg Rosanne al een eervolle vermelding als beste nieuwkomer. Dat ze nu de Gouden Kaasboor heeft gewonnen, voelt onwerkelijk: "Toen de winnaar werd aangekondigd, dacht ik 'gaat dit wel over mij?' Ik hoopte heel stiekem op brons, maar de Gouden Kaasboor winnen had ik echt nooit verwacht."

Henk Mul, oud-kaasmeester bij CONO mocht het brons in ontvangst nemen binnen de categorie industrie. Dit is zijn tweede bronzen medaille. Naast diverse medailles liggen er in de prijzenkast van CONO inmiddels drie gouden kaasboren.

"Hier ben ik super trots op", aldus Algemeen Directeur Jerry Griep. "In 2022 deed Rosanne voor het eerst mee aan het NNKC. Ik neem mijn petje af voor de prestatie die ze heeft geleverd tussen alle ervaren vakgenoten. Dat de boor dit jaar naar de volgende generatie overgaat bewijst maar weer dat kaas en onze ambacht leeft!"

Op 2 en 3 oktober 2023 hebben zo'n 700 kaasprofessionals gekeken, geroken, gevoeld en geproefd van een speciaal voor hen geselecteerd assortiment Nederlandse kaas. De winnaar van de Gouden Kaasboor is diegene die het allerbeste soort, rijpingsstadium, smaak en kwaliteit heeft kunnen onderscheiden.

Rosanne is de tweede vrouw sinds 1960 die deze prestigieuze prijs in ontvangst heeft mogen nemen. Als winnaar van de Gouden Kaasboor wrdrt ze als jurylid afgevaardigd naar internationale kaaswedstrijden over de hele wereld, waaronder het World Championship Cheese Contest in Wisconsin.





Lokaal Retailbelang voor vitale winkelgebieden

Wat doe je als ondernemer als de omgeving waar je zit achteruitgaat? Samenwerking met de gemeente en andere stakeholders is dan een vereiste. Om ondernemers te ondersteunen hebben het Vakcentrum en collega-brancheorganisaties Lokaal Retailbelang opgezet. Enkele voorbeelden van projecten:

- Lokaal Retailbelang is actief betrokken bij verschillende lokale initiatieven en lobbytrajecten om de belangen van ondernemers en centrumgebieden te behartigen. In Beneden-Leeuwen heeft de organisatie, samen met ondernemersvereniging Verrassend Leeuwen, zich ingezet om het herinrichtingsplan voor het centrumgebied aan te passen. Ze hebben met succes een motie gesteund waarin het College van B&W wordt opgedragen om een nieuw plan te ontwikkelen dat beter aansluit op de behoeften van ondernemers en consumenten.
- Daarnaast participeert Lokaal Retailbelang in een project genaamd 'Stratenaanpak Parkstad Limburg', gericht op het transformeren van leegstaande voormalige winkellinten buiten de centrumgebieden. Dit initiatief heeft tot doel de leefbaarheid te verbeteren door onder andere verloedering tegen te gaan en nieuwe functies te creëren voor leegstaande panden.
- Verder heeft Lokaal Retailbelang samen met andere organisaties met succes gelobbyd voor provinciale aandacht en middelen om Limburgse centrumgebieden vitaler en aantrekkelijker te maken. De inspanningen hebben geleid tot een investering van 35 miljoen euro in het versterken van de leefbaarheid in steden en dorpen, inclusief de oprichting van een 'Leefbaarheidsfonds'.
- In Veendam heeft Lokaal Retailbelang bijgedragen aan de ontwikkeling van een centrumvisie, die unaniem is vastgesteld door de gemeenteraad. Deze visie richt zich op het transformeren van het centrum van een koopbestemming naar een ontmoetingsplek, met als doel de aantrekkelijkheid en toekomstbestendigheid van het gebied te vergroten.
- In Zuidlaren is Lokaal Retailbelang betrokken bij de centrumontwikkeling, met name rondom het voormalige terrein van de Prins Bernhard Hove. Ze hebben geadviseerd over de invulling van dit gebied en hebben actief deelgenomen aan bijeenkomsten en discussies met gemeente Tynaarlo en ondernemersvereniging VOZ.

Ook lokale ondersteuning nodig?

Via het Vakcentrum kunt u een beroep doen op adequate lokale ondersteuning. Individueel via Vakcentrum Bedrijfsadvies, als collectief door de inzet van Lokaal Retailbelang of Platform De Nieuwe Winkelstraat. Neem contact op met het Vakcentrum, dan bespreken we met u wat de meest effectieve ondersteuning voor u is. Bel 0348 - 41 97 71.

Is uw bedrijf digitaal veilig?

Het zal je maar gebeuren: plotseling geen toegang meer tot uw klantgegevens of er wordt vanuit uw mailaccount een spammail gestuurd naar al uw klanten. Uw gegevens worden gegijzeld en u krijgt ze pas terug na het betalen van losgeld. Uw bedrijf ligt ondertussen stil. Wat denkt u dat dat doet met uw omzet? En met uw reputatie? U kunt geen risico nemen als het gaat om digitale veiligheid. Vaak heeft u niet de tijd en kennis om u goed tegen digitale dreigingen te beveiligen. Het Vakcentrum biedt u gratis toegang tot het platform Samen Digitaal Veilig. Het platform geeft toegang tot een online stappenplan ter verhoging van de digitale veiligheid, een veiligheidsdashboard en opleidingsvideo's voor u en uw medewerkers.

Voor meer informatie en aanmelden:
www.vakcentrum.nl/samendigitaalveilig

Verbod op wegwerpbekers

Vanaf 1 januari 2024 geldt een verbod op wegwerpbekers en -bakjes die plastic bevatten voor consumptie ter plaatse. Ook al eerder ingekochte bekens en -bakjes mogen vanaf dan niet meer worden aangeboden voor consumptie ter plaatse. Dat geldt dus ook voor bakjes die worden gebruikt om klanten iets te laten proeven. U moet gebruik maken van een herbruikbaar alternatief.

Ook kartonnen bekertjes en bioplastics vallen onder dit verbod op wegwerpplastics. In Nederland geldt: als er polymeren in een beker of bakje zitten om het water of vetafstotend te maken, telt dit als hoofdbestanddeel van de verpakking en valt daarom onder het verbod op wegwerpplastics. Voor bioplastics geldt dat deze dezelfde eigenschappen hebben als 'normale' plastics en dus schadelijk zijn voor het milieu.

Meer informatie: www.vakcentrum.nl/verpakking





Meer merken en producten op sterke beurs

De Vakbeurs Foodspecialiteiten was ook dit jaar weer een groot succes met een recordaantal merken en producten. Vanuit meerdere foodbranches kwamen exposanten samen om hun producten te presenteren. Met in het bijzonder de AGF-branches die opnieuw aansluiting heeft gevonden met de vakbeurs.



Vakbeurs Foodspecialiteiten



Nieuw dit jaar op de beursvloer was het Versplein in samenwerking met Rational. Twee dagen lang konden bezoekers inspiratie opdoen en genieten van de heerlijke hapjes. Deze werden live bereid door koks van Rational en expositanten.

Vaste onderdelen zijn gebleven: de Noviteitenstand bij de ingang van de beurs, de verkiezing van de Beste Noviteit 2023 en de verkiezing van het Mooiste Kerstpakket. Nieuw was de Felix Wilbrinkprijs. De winnaars staan voor in dit nummer vermeld.

Met 6369 bezoekers overtrof deze editie alle verwachtingen. De vakbeurs blijft groeien en biedt steeds meer mogelijkheden om nieuwe smaken en trends te ontdekken. Het was een geweldige gelegenheid voor professionals uit de branche om elkaar te ontmoeten en van elkaar te leren. We kijken nu al uit naar volgend jaar:

Vakbeurs Foodspecialiteiten 2024

maandag 30 september en dinsdag 1 oktober 2023



Wat kies jij?

Nieuw!
Bestel blanco flesjes en laat hier eigen etiketten voor maken. Gepersonaliseerde flesjes voor in je winkel!

OF!

Plaats hier uw eigen logo

Foodelicious flesjes

Flesjes met eigen etiket

Foodelicious heeft een breed scala olie en azijn in haar assortiment. Azijn is de specialiteit van dit merk en behalve fruitazijn vind je ook frisse en zoete wijnazijn. De verschillende soorten olijfolie worden uit verschillende landen geïmporteerd, waardoor er voor elk gerecht wel een bijpassende olie is. Naast pure olijfolie heeft Foodelicious ook olie met een smaakje. Liever een eigen etiket? Bestel blanco flesjes of vraag naar de mogelijkheden: orders@voetsspecialiteiten.nl



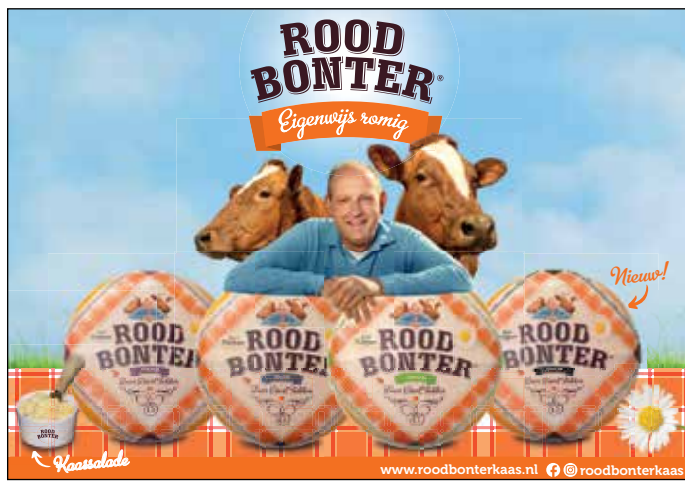
Meer informatie en bestellen via: www.voetsspecialiteiten.nl

cheese
and dairy
products **Show**
PARIS

25 - 27
FEBRUARI 2024
Paris Expo
Porte de Versailles
Beurshal 7.3



Bestel nu gratis uw badge met deze code **NDLPARPRI**



1/8 Graafstroom

Vakbeurs Foodspecialiteiten



Ben jij klaar voor het smeltseizoen?

Bestel nu



Certified



Corporation

BOSKA®

SINCE 1896

Food Tools for Life

Bestel vandaag nog onze fondues en raclette apparaten en bereid je voor op een geweldig smeltseizoen! Ga naar zakelijk.boska.com voor inspiratie en aantrekkelijke kortingen. **BOSKA.COM**

BEKIJK EN BESTEL ONS MOOIE ASSORTIMENT VIA DE WEBSHOP

Vraag inlogcode via: bestelling@dekaasfabriek.nl



Specialist voor de (kaas)speciaalzaak



Ken je de Reypenaer webshop al?

Bestel je favoriete kazen en kerstcadeaus van Reypenaer en Wyngaard Kaas nu ook 24/7 online.

Neem alvast een kijkje op Wyngaardkaas.nl

Vakbeurs Foodspecialiteiten





Het beursteam van Jos Rijnaarts, met links Stephan en rechts Raymond.

Jos Rijnaarts Wijnspecialisten

Klantgericht voor de versspecialist

Jos Rijnaarts Wijnspecialisten is hoofdsponsor geworden van de Certificering en de Nationale Competities van Foodspecialiteitenwinkels. De broers Stephan en Raymond Rijnaarts spreken zich uit over deze sponsoring, over het samenwerken met het Vakcentrum en over het creëren van een assortiment voor versspecialisten.

Haymond: “De versspecialist met wijn als ondersteunend assortiment moet vooral onderscheidend zijn. Hij moet iets anders bieden dan de supermarkt, maar ook een ander aanbod hebben dan de Mitra of de Gall in zijn winkelgebied. Dat is de weg die wij twintig jaar geleden met Jos Rijnaarts Wijnspecialisten zijn ingeslagen. We laten zien dat goede wijn niet duur hoeft te zijn.”

Stephan en Raymond Rijnaarts voeren sinds 2004, het jaar dat hun vader te vroeg overleed, het familiebedrijf dat werd opgericht in 1987. Sindsdien is het bedrijf zich onder andere gaan richten op een onderscheidend aanbod voor kaas- en delicatessenwinkels. Ze zijn een vaste deelnemer aan de Vakbeurs Foodspecialiteiten en zijn sinds kort als hoofdsponsor betrokken bij de Certificering en de Nationale Competities voor de foodspecialiteitenwinkels. Voor deze winkels maken ze een schappenplan, zoals supermarkten hun inrichting bepalen, ontworpen naar de ruimte die de winkelier voor een wijnassortiment heeft.

Stephan: “Dat onderscheid brengen we onder andere met heel bijzondere, opvallende flessen; flessen die je ook door hun uiterlijk bijblijven, waarbij soms de vraag wordt gesteld: is de wijn dan wel lekker? Dat moet de versspecialist zelf proeven, durven en vooral ervaren: klanten die zo’n witte wijn in de blauwe fles van Gemma di Luna aarzelend proeven komen de volgende week terug om toch een doosje te halen. Ze proberen hem zelf, of ze krijgen hem cadeau in een pakket, en dan komen ze ervoor terug naar jouw winkel. En dan ben je er.”

Raymond: “Onderscheidend, maar dan niet weer veel duurder zijn, dan werkt het weer niet. Je moet ook wijnen hebben van € 5,95. Als je slechts een meter tot je beschikking hebt moet je niet in het hoge segment willen zitten. Want een klant die een fles van € 50,- zoekt gaat eerder naar een gespecialiseerde wijnhandel.”

Wat zijn de basisuitgangspunten voor een of twee meter wijn?

Raymond: “Je kunt kijken hoeveel facing je wilt per fles. Hoeveel soorten je kwijt kunt en vervolgens een keuze maken in rood, wit en rosé, wat mousserend erbij. Je selecteert de klassieke indeling, en vult het aan met opvallende flessen met een heel goede prijs/kwaliteitverhouding. Bijvoorbeeld onze Farmers of Wine, waar we een aantal jaren geleden op de beurs een vakprijs mee hebben gewonnen. Dat is nog steeds een heel populaire wijn bij onze klanten.”

Stephan: “Het uitgangspunt blijft de ruimte die je hebt. Heb je een meter, dan zul je je assortiment twee keer per jaar gaan aanpassen. Voor de zomer meer wit en rosé, en in de winter heb je geen vier rosé’s nodig en kun je veel meer leuke rode wijnen presenteren. Zo hebben we voor de winkels steeds

‘Mensen drinken thuis 70 procent meer wit dan rood’

een wijn van de maand, passend bij het seizoen, waarop de winkelier bijvoorbeeld tien of twintig dozen kan neerzetten; wat hij niet verkoopt nemen we weer mee retour. In het najaar zijn dat natuurlijk vaker de rode wijnen. Met deze aanbiedingen kunnen winkeliers kijken welke wijnen bij hun klanten in de smaak vallen en desgewenst deze opnemen in het vaste assortiment. Voor ons en voor de winkelier is het een prima manier om wijnen uit te proberen, om de loop erin te houden en het assortiment fris.”

“Nederland is het enige Europese land waar meer witte dan rode wijn wordt gedronken. Toch zal een ondernemer ook rode wijn in zijn assortiment moeten hebben, want als cadeau-artikel is rode wijn weer populairder, terwijl mensen thuis 70 procent meer wit drinken dan rood.”

Foodspecialiteitenwinkels maken veel pakketten. Moet daar dan rode wijn in?

Stephan: “Dat hangt ervan af. Een pakket stel je samen met de andere producten die erin gaan. Kleur is belangrijk in zo’n



De beste, Nederlandse geitenbrie met een eigen karakter

Bereid volgens traditioneel recept

Voor speciaalzaak en horeca(groothandel)



DEJONG CHEESE

Alphenaeer is een exclusief merk van DeJong Cheese   www.dejongcheese.nl

De beste etiketten voor jouw wijn


Je bestelt ze hier!



✓ Binnen 5 werkdagen geleverd

✓ Al vanaf 50 stuks

Neem contact met ons op via:

 0529 - 438195

 webstore@eshuis.nl



 eshuis

'sLandsBeste kersteditie

Exclusief tijdens de wintermaanden



Luxe uitstraling in goud zwart thema

Verkrijgbaar in 750 ml

100% natuurlijk, zonder toevoegingen

Scan de QR-code en vraag een GRATIS proefpakket aan!



www.slandsbeste.nl • verkoop@slandsbeste.nl

pakket, en daarin spelen de verpakkingen van onze wijnen vaak een mooie rol. Zo'n zilveren of blauwe fles, of een fles met allemaal bloemen op de buitenkant valt erg op en blijft hangen in het hoofd van de consument. Als de wijn dan ook nog erg lekker blijkt, komen ze ervoor terug. Dat is belangrijker dan de keuze voor rode of witte wijn."

Raymond: "En: bij een speciaalzaak kom je binnen voor de kaas, de noten of de vleeswaren. Niet voor de wijn. De wijn als extra assortiment zal de klant dus moeten verleiden. Dat begint bij het uiterlijk."

Eigen winkel

Dat Stephan en Raymond weten waar ze over praten als het gaat over wat wel en niet loopt in een verswinkel komt niet alleen door die focus van de afgelopen twintig jaar. In winkelcentrum de Hoef in Alkmaar heeft het bedrijf sinds eind 2020 een eigen verswinkel met kaas, noten, tapenades en natuurlijk een uitgebreid wijnaanbod. Raymond: "Tot wij die winkel overnamen, werd er op die plek bijna geen wijn verkocht. Nu bieden we leuke, aparte soorten aan en stallen we af en toe een aanbieding uit op een wijnvat. Je moet je klanten prikkelen. Nu zien we de wijnverkoop stijgen. Als ze voor de kaas komen nemen ze nu af en toe een flesje wijn mee. Terwijl we twee supermarkten en een slijter in het winkelcentrum hebben."

'Je moet je klanten prikkelen. Nu stijgt de wijnverkoop'

Prijs

Stephan: "In prijsstelling moet je niet mee willen doen met de supermarkt, al zijn er genoeg speciaalzaken die het wel proberen. Je moet wel weer een wijn voor 5,95 – 6,95 kunnen aanbieden, dat kan met nog steeds een goede marge. De consument denkt dat kaas duurder is bij de speciaalzaak dan in de supermarkt. Maar dat is helemaal niet zo. Het is dezelfde prijs, voor betere kaas. En met de wijn is dat net zo."

Raymond: "Op de beurs hebben we onze lijn Tavernello laten zien. Veel winkeliers krijgen dan de reactie: 'Dat kan niks wezen, voor dat geld.' Terwijl die klant wel wijnen van die prijs in de supermarkt haalt. Terwijl ze voor deze wijn terugkomen als ze hem eenmaal hebben geproefd, omdat hij echt wel lekkerder is dan wijnen van die prijs uit de supermarkt. Het kán dus wel, hè. Terwijl er óók een goede marge voor de ondernemer op zit."



BEZOEK ONZE BOERDERIJ



NIEUW!



Mèkkerstee
Zeesla

NIEUW!



Mèkkerstee
Truffel



mèkkerstee

Hofdijksweg 34, Ouddorp www.demekkerstee.nl

MET ZORG VOOR MENS, DIER & NATUUR



LAMBERTZ & VISSER

EST 1987



Tiptree Wilkin & Sons

Boeren en fruittelers sinds 1757

Vanaf 1885 maakt het familiebedrijf uit Engeland ook hun eigen conserven, gemaakt naar traditionele recepten en vrij van kunstmatige kleuren en smaken.



Ontdek Tiptree

Ga naar de website en ontdek alle Tiptree producten, waaronder diverse giftpacks.

www.lambertzenvisser.nl/wilkin-sons-tiptree



Concept

We bieden de mogelijkheid om houten kratjes in bruikleen te ontvangen. De kratjes zijn niet alleen handig voor het organiseren van de jams, chutneys en sauzen, maar ze voegen ook een vleugje ambachtelijke charme toe aan je winkel. Verleid je klanten door Tiptree op deze smaakvolle manier te presenteren!



Stephan: "Je moet je klanten informeren. Juist in de speciaalzaak heb je die twee minuten om even iets over een wijn te vertellen. En wij hebben heel veel wijnen van familiebedrijven, waarvan we het verhaal erachter kunnen leveren, over het onderscheidend vermogen, over waarom de smaak net even beter is. Dat is leuk, want dat wil de consument weten."

En die verhalen, die kunnen jullie de ondernemer bieden?

Raymond: "Tuurlijk. We gaan af en toe naar klanten en trekken op maandagochtend een uurtje uit om aan de ondernemer en zijn medewerkers de verschillende verhalen bij hun assortiment: hoe ze zijn gemaakt, of welke bijzondere dingen er allemaal over te vertellen zijn. Een korte, snelle wijntraining. We leggen uit dat witte wijn er is als fris, aromatisch of vet, bijvoorbeeld Sauvignon of Pinot Gris, Viognier of Verdejo en Chardonnay of Viura. Je kunt niet alles van zo'n wijn onthouden, maar een basisindeling helpt wel bij de verkoop en het geven van een goed advies. Zo ook bij rood. Zacht-fruitig, medium-bodied en de zware openhaardwijnen. Zo'n term als

'Zo'n term als open haardwijn vindt een klant leuk'

openhaardwijn vindt een klant leuk om mee te nemen. Dat blijft hangen. Met zo'n training blijft de basis hangen en kun je als verkoper net iets makkelijker met je assortiment omgaan. En natuurlijk laten we een naslagwerkje achter."

Hoofdsponsor

Waarom hebben jullie ervoor gekozen als hoofdsponsor de Certificering en de winkelverkiezing te ondersteunen?

Stephan: "Omdat we denken dat we een goede partner zijn voor deze branche. Door ons onderscheidend vermogen, en omdat we met een andere blik naar de markt kijken. Van huis uit zijn we leverancier aan de horeca. Dat betekent dat we een heel pakket traditionele wijnen uit traditionele wijnlanden hebben. De versspecialist vraagt om een andere benadering: we helpen de ondernemer bij zijn verkoop. Het moet voor hem en voor ons leuk zijn. Daarom nemen we bij acties met een wijn van de mand die restanten weer mee terug. Natuurlijk is dat lastig en daarom doen andere leveranciers het niet. Wij hebben er een modus voor gevonden."

Raymond: "Ons onderscheid is de goede verkoopbaarheid van onze wijnen, waarbij we het voor de ondernemer makkelijk maken. We hebben een wijncarta met daarop bij elke fles een afbeelding van de fles en informatie over de wijn. Eigenlijk zoals Ola dat doet met de verkoop van ijsjes: alle producten direct herkenbaar op de kaart. En al die wijnen lopen goed."

Masterclasses

Jullie waren al sponsor. Waarom nu hoofdsponsor?

Raymond: "Omdat wijn een steeds belangrijker product wordt voor de verswinkel. Tussen alle aanbieders van kaas en verpakkingen, kunnen wij juist veel méér betekenen voor de ondernemer, juist omdat wijn een bijproduct is. Van kaas en noten heeft de versspecialist zelf al verstand, maar ondersteuning bij de verkoop van wijn komt meestal zeer gelegen. Wijn heeft die aandacht en zichtbaarheid nodig. Met het sponsorschap kunnen we ons profileren, bijvoorbeeld met het laten proeven van onze wijnen bij het kaasbuffet op het Branche-Event."

Stephan: "En in een verdere samenwerking met het Vakcentrum. Bijvoorbeeld door samen masterclasses in wijn te organiseren, met kennisoverdracht als doel. Op 22 en 23 november doen we een masterclass in port, samen met onze leveranciers, waarin we de soorten uitleggen, het gebruik, de toepassing in cocktails, witte port en natuurlijk gaat het over wijn-spijscombinaties. Afgelopen september hadden we al een masterclass over combinaties van wijnen en gerechten, voor speciaalzaken in samenwerking met een chef-kok. Een paar keer per jaar willen we dit samen met het Vakcentrum gaan oppakken."

Wijnreizen

Stephan: "Daarnaast willen we ook voor de versspecialist wijnreizen gaan aanbieden. Dat doen we nu al voor de horeca-klant. Wij hebben verschillende producenten waarmee we een mooie samenwerking hebben. En dan is zo'n wijnreis wel een bindende factor. Om twee, drie dagen samen op reis te gaan leer je elkaar goed kennen. Het is gezellig, leerzaam en ondersteunend voor je verkoop. Zo gaan we naar Barcelona, naar Castell D'Or, de leverancier van onze Cabaret-cava. Hoe mooi is het wanneer je als ondernemer dat huis hebt bezocht, dan kun je er heerlijk over vertellen in je winkel. Dan ben je er trots op om het te verkopen. In november gaan we al met een kleine groep weg, en in het voorjaar willen we een reis organiseren naar Catalonië, Bilbao of Rioja, naar Portugal of Italië. Dat wordt heel leuk." ◀

Kwaliteit uit kleinschaligheid

De Ruyge Weyde maakt kaas waaraan alles klopt. Boerenkaas in wielen van zestien kilo, van biologische productie uit rauwe melk, met een diervriendelijke aanpak. Gemaakt op een kleinschalige boerderij met een geschiedenis van vijf generaties.



René en Sander, en Teuni en Rien.

René van Vliet werkt op boerderij De Ruyge Weyde in een maatschap met zijn broer Sander en zijn ouders Rien en Teuni. Met Sander vormt hij de vijfde generatie die hier in Oudewater boerenkaas maakt. Hoe speciaal de kaas van De Ruyge Weyde is wordt op de website benadrukt: van de ongeveer honderd boerderijen waar nog boerenkaas wordt gemaakt zijn er ongeveer tien die biologisch werken, en slechts één waar wordt gewerkt met een melkrobot en actieve beweiding.

“Mijn opa Arie van Vliet werkte al biologisch, want tot de jaren zestig was alles nog biologisch”, vertelt René. “Voor mijn ouders werd dat anders: vanaf die tijd kwam de introductie van pesticiden, herbiciden, synthetische mest en synthetische vitamines. Sander en ik wilden echter weer biologisch boeren. Opa Arie is 96 geworden en elke ochtend zorgde hij nog voor de koffie. Toen Sander en ik onze plannen voor biologische bedrijfsvoering vertelden zei hij: ‘Als ik dat zou moeten doen zou ik morgen stoppen.’ Terwijl hij zijn leven lang niet anders gedaan heeft.”

En wat vonden je ouders?

René: “We zitten in een maatschap; en als je dat goed doet laat je de nieuwe generatie de keuzes maken, want zij moeten er mee verder.”

Teuni: “Wij hadden nooit de behoefte om mee te gaan in de intensivering. Toen ik als jong meisje hier kwam hadden we 56 koeien. En toen de jongens in het bedrijf begonnen was dat nog steeds zo. Wel hadden wij de kunstmest van die tijd, het gras zag donkergroen. Maar steeds meer koeien, dat hebben ook wij nooit nagestreefd.”

De ruim vijftig melkkoeien zijn nu per jaar goed voor dertig- tot veertigduizend kilo kaas.



Biologisch

René: "We zijn erg eigenwijs en koppig. In 2018 hebben we een nieuwe stal gebouwd, om te kunnen voldoen aan de normen voor biologisch. Die nieuwe stal gaf ook ruimte voor een nieuwe rijpingsruimte, een proeflokaal en een nieuwe winkel. We wilden ook een melkrobot. Maar robotmelken en kaasmaken gaan erg moeilijk samen, zeker bij rauwe melk. Doordat je er niet bij bent zie je het niet wanneer er iets mis is met de koe of de melk en moet je meer vertrouwen op data en techniek. Als je erbij bent en je twijfelt kun je ervoor kiezen die melk apart te houden. Nu gaat alles in de kaastobbe. Tijdens de stap naar biologisch zijn we op veel andere biologische bedrijven gaan kijken, en we kregen overal te horen: wat jullie willen, dat kan niet. Want biologisch betekent ook dat je geen salpeter mag gebruiken ter conservering; zoals in de wijn sulfiet wordt gebruikt helpt salpeter bij boerenkaas om bacteriologische reacties te onderdrukken."
"Het eerste jaar ging vrijwel alles fout. Maar we waren ervan overtuigd dat wat we wilden wel degelijk mogelijk was. We hebben de stal om de melkrobot gebouwd, op zo'n manier dat de koeien makkelijker de wei in gaan. Omdat we ze zo veel mogelijk gras willen laten eten, vanwege de omega-3 vetzuren in vers gras. Dat beweiden ging heel goed, maar niet altijd de kwaliteit van de kaas. Een deel hebben we als



kaas in de winkel verkocht, met de uitleg aan de vaste klanten erbij. Een groot deel is dat jaar afgevoerd naar de smelterij. Uiteindelijk zijn we de robot steeds beter gaan begrijpen en de instellingen meer en meer gaan verfijnen. We werken met een verrijdbare melktank, zodat we niet hoeven te pompen, omdat dat weer slecht is voor de kwaliteit van de melk en kaas. Die melktank zijn we gaan koelen met ijswater, om ook zo de kwaliteit verder te vergroten. Ook hebben we geïnvesteerd in machines waarmee we de ligplekken van de koeien extra schoon kunnen houden."

'Hier een citaat hier een citaat, hier een citaat'

Waarom die wil om met melkrobot en actieve beweiding te werken? Wat is het voordeel?

"De melkrobot is veel comfortabeler voor de koe. Alle koeien zitten in een verschillende lactatiefase. En in sommige fases wil een koe vaker dan twee keer per dag worden gemolken. Koeien worden heel rustig van de robot, ze vertrouwen hem, omdat de robot altijd op dezelfde manier melkt. Het nadeel is wel dat het een duur systeem is. En we kiezen voor maximale ►



Exclusieve Spaanse chips in een mooie stijlvolle gekleurde zak met grote stippen erop. Verkrijgbaar in verschillende smaken en in kleine en grotere zakjes.

Bestellen via: www.voetsspecialiteiten.nl



ALEXANDERHOEVE ZOEKT FRANCHISERS

Momenteel zoeken wij franchisenemers in:

REGIO DEN HAAG / ZOETERMEER

Heeft u zelf een plan voor een mooie locatie? Of heeft u al een winkel en bent u op zoek naar een organisatie waar u centraal de inkoop doet, die de marketing en bevoorrading regelt en ook uw administratie en personeelszaken verzorgt, waardoor u écht bezig kunt zijn met verkopen in uw mooie winkel? Sluit u dan aan bij de Alexanderhoeve formule.

Neem voor meer informatie contact op met Benjamin Visser op 06 5731 7237 of mail naar ondernemer@alexanderhoevekaas.nl

U kunt ook vrijblijvend onze vernieuwde kennismakingsbrochure aanvragen.

Acquisitie n.a.v. deze advertentie wordt niet op prijs gesteld.



WIJ
BIEDEN JE
NOTEN,
INSPIRATIE
EN KENNIS
VAN DE
MARKT

beweiding, zodat de koe maximaal vers gras eet. Dus veel meer dan alleen maar de koeien in de wei om aan de eisen voor je premie te voldoen. En ook dat is moeilijk met een robot, maar elke koe kan alleen naar buiten door de melk-robot. Dat is wel belangrijk, omdat op aangename dagen de koe vaak geniet in de wei, en dan is het lastig om ze terug naar de robot te krijgen. Ze moeten getraind en beloond worden om de robot te bezoeken. En om drie uur 's middags wordt er nieuw voer in de stal gelegd waar de koeien ook weer op af komen. Zo trekken we de weide automatisch bij de stal, het wordt één groot systeem.”

Grote wielen

“De kwaliteit van onze kaas komt ook van de grotere wielen. We maken boerenkaas in wielen van zestien kilo. Hoe groter de kaas, hoe lekkerder. De meeste biologische kaas komt in wielen van twaalf kilo of kleiner, omdat je geen salpeter mag gebruiken en het risico bij twaalf kilo kleiner is. Doordat de kaastobbes tegenwoordig veel groter zijn dan vroeger nemen boeren geen risico's meer; een verkeerde liter melk kan een

hele tobbe bederven. Wij hebben een tobbe van 1300 liter, maar heb je een tobbe van 8000 liter, dan is het heel risicovol om boerenkaas te maken.”

De familie Van Vliet heeft het bedrijfsrisico deels ingedekt met andere activiteiten. Er zijn gastenverblijven, er is een vergaderruimte en een drukke winkel. De andere takken kunnen een tijdelijk risico opvangen.

Biologisch

“Onze kleinschaligheid hangt samen met het biologisch boeren. Je grondstof moet kwalitatief veel beter zijn bij biologisch bedrijfsvoering. Met een kleinschalig bedrijf kun je je beter concentreren op de koeien en op de kwaliteit van de melk. Als wij 150 koeien zouden hebben, hoe moeten we dan alles in de gaten houden? Nu zijn we betrokken bij elke koe. De kalversterfte ligt bij ons op 1 procent, waar dat landelijk gemiddeld 12,5 is tot soms wel 20 procent.”

“Als je met je bedrijf omschakelt naar biologisch, merk je na een paar jaar hoe je land verandert. Als je gangbaar boert, en kunstmest en natuurlijk fosfaat en stikstof uitrijdt volgens de gangbare normen, dan overleeft met name het gras. Ga je dan veranderen naar biologisch en dus geen kunstmest meer gebruiken en ook minder koemest uitrijden, dan zie je je land veranderen. Want die zaadbank in de grond is gigantisch. Zaden die al zestig of zeventig jaar oud zijn kunnen nog steeds gaan ontkiemen. We ploegen ook zo weinig mogelijk, om het bodemleven en de biodiversiteit niet te verstoren. We werken meer met witte en rode klaver. Daarmee breng je op een natuurlijke manier de stikstof uit de lucht terug in de grond. Dat is ook de bodem voeden.”

'Hier een citaat hier een citaat, hier een citaat'



Vergaderingen en groeponvangst, gastenverblijven en een drukke winkel; de familie Van Vliet heeft het bedrijfsrisico deels ingedekt met andere activiteiten.

STAPELGEK OP KAAS?

START JE EIGEN KAASWINKEL

Wij zoeken ondernemers

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



Wil je meer informatie?

Mail naar verkoop@kaashandelremijn.nl

Ter overname:

Goedlopende Foodspecialiteitenwinkel op A-locatie

Een buitenkans voor de echte ondernemer in kaas en delicatessen! Voor een van onze hechte relaties bieden wij aan: Een goedlopende Foodspecialiteitenwinkel op een A-locatie, regio Noord-Brabant. De winkel is geheel up-to-date qua interieur en bijbehorende inventaris zoals koelingen, airco en verwarming en alles staat strak in de verf. Het betreft een winkel die al jaren een gevestigde en bekende speciaalzaak is in een prachtig winkelcentrum en enkel hoogwaardige producten verkoopt. Nabije burens zijn o.a. een groente- en fruitwinkel, verse bakker / patisserie, traiteurslager, visspecialist, supermarkten (AH en Aldi), slijterij en meer!

Boven de winkel bevindt zich een zéér ruime bergzolder die naast opslag voor meerdere doeleinden kan worden gebruikt.

Het assortiment van deze magnifieke winkel bestaat hoofdzakelijk uit:

- ✓ Hollandse kaas
- ✓ Buitenlandse kaas
- ✓ Vers gebrande noten (zelf gebrand)
- ✓ Salades & Vleeswaren
- ✓ Olijven & Tapas
- ✓ Bieren, Wijn & Port
- ✓ Eieren & zuivel
- ✓ Geschenkpakketten en borrelplanken



De ondernemer wil deze winkel op een nette manier overdragen en zal er dus ruim de tijd genomen worden voor het inwerken en zorgvuldige overdracht.

Kortom: een prachtige kaaswinkel voor een (startende) ondernemer waar je direct kunt instappen zonder noodzakelijk investeringen te doen op korte termijn.

Interesse? U kunt contact opnemen met 06-28946556.



“Het knelpunt voor veel biologische boeren is met name de eigen voervoorziening en mestplaatsing op eigen land. Doordat je biologisch boert haal je minder opbrengst van je land, waardoor je extra land nodig hebt om dezelfde aantal koeien te kunnen melken.”

“Onze uitdaging is een mooi biologisch product voor een acceptabele prijs. Dat is beslist niet makkelijk. We doen ook niet mee aan wedstrijden zoals Cum Laude, omdat daar alleen de smaak meetelt, niet de productiewijze. Een prijs waarbij gelet wordt op de uitvoering én de moeilijkheidsgraad, zoals bij turnen, dat zou meer recht doen aan onze inzet.”

Nieuwe uitdagingen

De Ruyge Weyde heeft verschillende rassen: Holstein, Fleckvieh en Brown Swiss. De rassen worden bewust vermengd bij de inseminatie, om sterke, gezonde en zelfredzame koeien met meer weerstand te fokken, en koeien die na hun melktijd ook nog goed vlees opleveren.

De volgende stap in het bedrijf is twee jaar geleden genomen door de kalfjes niet meer te onthoornen. “Koeien hebben hun mineralenhuishouding in hun hoorns. Ze kunnen beter herstellen en blijven gezonder wanneer je de hoorns eraan laat zitten. Ook dat wordt een uitdaging. Het betekent dat we nieuwe voerhekken moeten plaatsen, waar ze met hoorns makkelijker in en uit kunnen. En in de overgangstijd zal het jongvee de oudere koeien kunnen irriteren, terwijl de oudere koeien zonder hoorns zich minder makkelijk kunnen verdedigen. Uiteindelijk is het beter voor de hele veestapel.” ◀

**'Hier een citaat
hier een citaat,
hier een citaat'**

Kleine winkel met de beste kwaliteit



Bert van Leeuwen van De Veursche Kaasboetiek is een kundig ondernemer, met oog voor assortiment, voor de klant, voor collega's en voor zijn eigen gezondheid. Met een eigen kijk op boerenkaas, en een geschiedenis van 49 jaar in het vak.

Zeven jaar heeft Bert van Leeuwen nu De Veursche Kaasboetiek in Voorschoten. Ooit is hij geboren boven de winkel van zijn vader, een zuivelwinkel in Rijswijk, waar in de loop der jaren met een winkeluitbreiding kaas en poelierwaren aan werden toegevoegd. Zo heeft ook Bert zijn poeliersdiploma gehaald. Met zijn broers besluit hij elk een eigen kant op te gaan, om de familiebanden goed te houden. Bert kiest voor een winkel in vleeswaren en kaas in Delft, met tijdelijk een tweede winkel in Den Haag. In Kijkduin krijgt hij in 1994 een winkel met meer mogelijkheden, ook weer met kaas en vleeswaren. Hij verbouwt de winkel en kiest voor een open pui. Hier voegt hij noten aan het assortiment toe, met een verrijdbare notenbar die elke ochtend naar buiten wordt gereden. Als op zaterdag en zondag de wandelaars langs de overdekte promenade komen zorgt hij voor

de geur van vers gebrande noten. Op 48 vierkante meter bereikt hij hier een prachtige omzet.

In Kijkduin wil een projectontwikkelaar een totaal andere kant op, en Bert vertrekt. Het maakt dat hij enige tijd neemt om tot bezinning te komen. In Voorschoten, waar hij dan al dertig jaar woont, valt zijn oog op de winkels aan de Van Beethovenlaan. Midden in een woonwijk, maar anno 2016 een beetje verlopen. "Dit winkelcentrum was eigenlijk te klein, maar met een slager, een bakker, een slijterij en een groenteboer hebben we er een versstraat van gemaakt; allemaal specialisten die trots zijn op hun product."

Na een sabattical en een frisse start naar eigen idee vormt de een nieuwe winkel een onderdeel van een nieuw bewustzijn: meer leuke dingen gaan doen, en bewuster leven. Voor iemand in de kaaswereld ziet Bert er dan ook opvallend afgetraind uit. "Ik plan iedere maand wat leuks." En op een of andere manier doet hij dat goed; zijn winkel is in juli en augustus op zondag, maandag en dinsdag gesloten. De rest van het jaar is hij zes dagen per week geopend.



Bert van Leeuwen

‘Als ik maar zorg dat ik van elke soort de top kan bieden tegen een redelijke prijs, dan zit het goed’

Marktgebied

De winkel aan de Van Beethovenlaan heeft 45 meter verkoopvloeroppervlak; achter de schermen is er ruimte voor koeling, opslag, een keuken en een kleine productieruimte. De concullega's zijn een specialiteitenwinkel in het centrum en de Van der Valk Foodmarket die in het begin prijsvechter was t.o.v. de supermarkten.

“Ik kan alleen winnen door verreweg de lekkerste kaas te bieden. Als ik maar zorg dat ik van elke soort de top kan bieden tegen een redelijke prijs, dat zit het goed. Op de vakbeurs werd ik nog door een grote kaasmakerij erop aangesproken dat ik te weinig rekende voor mijn kaas, omdat zelfs de super-

markt twee tot drie euro per kilo meer vraagt dan de prijzen bij mij. Je kunt binnen een heerlijke kaas laten proeven en dan maakt de prijs niet veel uit. Maar je kunt ook een lage prijs op je bord buiten aangeven, en als die kaas vervolgens zeer goed is, heb je een klant.”

Midden in de winkel staat een tafel met een gerijpte boerderijkaas van 30 kilo, minimaal 50 weken gerijpt. Op en top smeugig en geweldig van smaak. Bert koopt ze per tien tegelijk in. “Het is de lekkerste boerderijkaas van Voorschoten.” Klanten komen van verre voor deze kaas.



15 TASSEN

BIJ 1 GOOISCHE PIKANTE



GOOISCHE PIKANTE.
VOOR MENSEN MET EEN RIJKE SMAAK.

MEER WETEN? VERBURG KAAS INFO@VERBURGKAAS.NL OF BEL: 0172 612209

Gefeliciteerd!



Treur Kaas feliciteert de winnaars van het Nederlands Nationaal Kaaskeurconours. In het bijzonder **Eduard Treur** met zijn **Gouden Medaille!**

TREUR KAAS
ieder zijn kracht

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

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



Eigen keuzes

Welke keuzes maakt een ondernemer met dertig jaar ervaring als hij in 2016 een nieuwe winkel begint?

“Ik had drie keer een winkel overgenomen. Nu kon ik een eigen winkel starten, dan vind ik dat mijn eigen filosofie erin moet zitten. Dat is: herkenbaarheid, lokale producten en uitstraling. Als je in de deuropening staat moet het met één blik duidelijk zijn wat deze winkel wil verkopen. Kaas en noten. Geen flesjes koffiemelk, alleen een paar producten die een link met kaas hebben. En daarnaast: lokale producten. Ik verkoop lokale honing van de lokale producent in Voorschoten. En we hebben een wijnmaker in Voorschoten die mij drie stokken heeft geleverd voor in mijn eigen tuin. Van die druiven maakt hij wijn en ik krijg de most. En die gebruik ik om Stilton en Gooische Pikante mee te marinieren. Om te zorgen dat het niet te droog wordt besprenkel ik het met port. Ik hou van ontdekken. Ik maak mijn eigen portgelei, voor bij de pittiger kazen. Ik creëer mijn eigen fondue, daar komen ze voor uit Wassenaar.”

Daarnaast koos Bert ervoor in deze winkel geen vleeswaren te verkopen. “Daar heb je de slager verderop voor. We werken hier samen in harmonie. Met de drankenhandel organiseren we een grote proeverij voor de feestdagen. In overleg met hen heb ik wel wat flessen wijn hier staan, voor in pakketjes.”

‘Ik kan alleen winnen door verreweg de lekkerste kaas te bieden’



Top 3 notering voor duurzaamheidsprogramma Caring Dairy van Ben & Jerry's en CONO Kaasmakers



De vraag naar duurzame zuivel groeit. Daartoe worden allerlei certificeringsnormen ontwikkeld. Maar hoe goed scoren deze op geloofwaardigheid, toegankelijkheid en vooral: voortdurende verbetering? Wageningen UR en het Ierse Teagasc onderzochten negentien internationale standaarden met samen honderdzestien normen. Caring Dairy van Ben & Jerry's en CONO pakt een trotse derde plaats op zowel voortdurende verbetering als op de totale prestatie.

De vergelijking van de algemene kenmerken van de negentien standaarden bracht een grote variatie aan het licht. Bijvoorbeeld ten aanzien van de ontwikkelaar of uitvoerder van de standaard. Of het aantal opgenomen indicatoren. En de duurzaamheids-thema's die ze bestrijken.

Toetsing op duivelsdriehoek

De duurzaamheidsprogramma's werden inhoudelijk getoetst op de manier waarop zijzelf geloofwaardigheid, toegankelijkheid en voortdurende verbetering onderbouwen. Deze drie aspecten vormen een zogeheten 'duivelsdriehoek', omdat de keuze van twee in principe ten koste gaat van de derde. Het is dus zaak om deze optimaal mogelijk in balans te brengen.

Uit analyse is gebleken dat geloofwaardigheid en toegankelijkheid vaak transparant worden beschreven en gewaarborgd in de standaard-documenten. Op voortdurende verbetering daarentegen wordt zelden gefocust door de certificerings-systemen.

Drie positieve uitzonderingen

Daarop zijn drie positieve uitzonderingen: het Britse LEAF Marque, het Amerikaanse Food Alliance, en ons eigen Caring Dairy duurzaamheidsprogramma. Bovendien vormen deze drie niet alleen de voorhoede als het gaat om voortdurende verbetering, maar ook in de overall-prestatie wanneer alle aspecten worden opgeteld.

Het objectieve onderzoek bevestigt de hoge kwaliteit van Caring Dairy en draagt belangrijk bij aan het vertrouwen in het programma.

Bron: McGarr-O'Brien, K., Herron, J., Shalloo, L., Boer, I.J.M. De, & Olde, E.M. De (2023). Characterising sustainability certification standards in dairy production. *Animal* 17 (7).





Versemelk-kaas

Bij de kazen vermeldt het schap consequent wie de kaas heeft gemaakt, waar hij vandaan komt en hoelang hij heeft gerijpt. Kaas van de boerderij en boerenkaas liggen links in het schap, rechts liggen de kazen van gepasteuriseerde melk. De benamingen boerenkaas en kaas van de boerderij worden strikt nageleefd, maar de term rauwmelks gebruikt Bert niet, terwijl dat toch juist zo'n makkelijk onderscheid is. "Nee, ik noem het versemelk-kaas, omdat het binnen 48 uur tot kaas verwerkt moet zijn. Met gepasteuriseerd hoeft dat niet. Daarnaast: bij rauwmelks gaan mensen het associëren met rauwe groente en rauwe vis, terwijl de melk verwarmd moet worden om er kaas van te kunnen maken. Alleen de mate waarin je het verwarmt maakt het onderscheid. De melk wordt altijd tot bijna 40 graden verwarmd, en dat is dus iets anders dan rauwe groente, vis of vlees. Bij Franse kaas zet ik er wel bij: 'au lait cru', om duidelijk te zijn voor zwangere vrouwen, omdat die gevaarlijke lysteria wel in zachte kazen kan overleven, maar niet in harde."

De lokale boerderij De Leidse Kaas Koe, die de zuivel levert, zorgt ook voor een kaas die veel korter in het pekeldbad heeft gelegen; Bert levert die aan vijf kinderdagverblijven, zodat de kleintjes veel minder zout krijgen. Als gezegd: een ondernemer met oog voor de ander.

De Veursche Kaasboetiek
Bert van Leeuwen
Van Beethovenlaan 9
2253 BD Voorschoten



Certificering

Naam: De Veursche Kaasboetiek

Foodspecialist sinds: "1974, in de winkel van mijn vader."

Gecertificeerd sinds: "Juni 2023."

Waarom gecertificeerd:

"Een kijk van buitenaf in mijn winkel. Een 'audit' heet dat in de marketing."

Sterk punt van de certificering: "Ten opzichte van het verleden is het goed dat nu een neutrale partij de keuring doet. Dat is een goede verbetering want daar ben ik vroeger wel op afgeknapt. En de controles op voedselveiligheid."

Kan de certificering nog beter: "Door commerciële aspecten en overwegingen van de ondernemer ook in ogenschouw te nemen."

Moet iedere foodspecialist certificeren:

"Het woord 'moeten' probeer ik zoveel mogelijk te vermijden en daar heb ik zo mijn redenen voor."

Kan het kroontje van de certificering een keurmerk worden?

"Ik hoop dat het daar naartoe gaat."

De Heerlijkheid: ontstaan vanuit catering



Twan van de Logt en Olga Tieleman zijn hun winkel gestart vanuit hun cateringbedrijf. Corona dwong de ondernemers tot andere activiteiten, en dat is flink uitgegroeid, met onder andere een flinke productie in cadeaupakketten. Resultaat: het mooiste Kerstpakket van 2023 op de Vakbeurs Foodspecialiteiten.

Twan van de Logt start in 2007 als hobby een bedrijfje dat catering en barbecues verzorgt. Vanuit zijn garage en later vanuit een opslag helpt hij mensen in zijn omgeving bij de opzet van een mooi buffet of goeie barbecue. Die hobby gaat goed dat hij een dag minder gaat werken in zijn vaste baan. "In 2012 kwam het omslagpunt waarop ik dacht: dit moet ik full time gaan inzetten."

In 2013 gaat zijn partner Olga Tieleman naast haar baan meehelpen met de werkzaamheden, en in 2019 gaat ook zij fulltime meedraaien. Op een nieuwe locatie in Horssen starten ze begin 2020 met de nieuwbouw van een grote loods van 350 vierkante meter waarmee ze veel ruimte creëren voor alle catering-activiteiten.

Eerste maanden dicht

Maar dan, in de week dat de vloer gaat worden gestort, breekt corona uit.

Twan: "We besloten de eerste maanden maar

dicht te gaan. Catering was nergens meer mogelijk, behalve voor heel kleine gezelschappen. En alle restaurants startten al met bezorgen, dus daar zouden we ook niet uniek in zijn. De eerste tijd zijn we de aannemer gaan helpen in de bouw. Toen het gebouw klaar was, was er nog steeds die coronasituatie. We zijn toch maar een kleine winkel begonnen in een hoek van het pand. Tot een grote instelling een flinke zomerbarbecue niet door kon laten gaan. Toen kwamen we met het idee om alle medewerkers van dat bedrijf een minibarbecue in een pakket te sturen, zodat ze thuis konden barbecueën. Het budget was er immers. Zo is onze winkel gestart. Steeds meer bedrijven vroegen ons ook voor hun personeel zo'n pakket samen te stellen. Dat werden zeshonderd pakketten in een paar weken. En de winkel werd een plek waar mensen zelf lekkere dingen voor thuis konden halen."

Olga: "We hebben op marktplaats allerlei kasten gekocht, alles mooi zwart geveerd, een grote tafel erbij gezocht waar mensen even gezellig – op afstand – konden zitten terwijl hun pakket werd gemaakt. Het werd een sociaal uitje. We maakten 'hart-onder-de-riem-tasjes', waarin je lekkere dingen kon schenken aan mensen die corona hadden in een tasje aan de voordeur. Tapasschalen, sweetboxen, er werden online bingo's



Twan van de Logt en Olga Tieleman

‘En het mooie is dat we onze klanten dus én met catering én met cadeaus kunnen bedienen’

georganiseerd waarbij alle deelnemers een doos kregen om thuis online samen gezellig te borrelen. Wat een tijd was dat.”

Winkel erbij

Nu alles weer is genormaliseerd bedraagt catering opnieuw een groot deel van de omzet, zo’n 65 procent. Corona heeft daaraan een delicatessenwinkel toegevoegd. Van de winkel-omzet komt ongeveer de helft uit pakketten en de helft uit losse winkelverkoop. De verkoop van pakketten is, zoals bij veel foodspecialiteitenwinkels, ontploft tijdens corona, en is daarna eigenlijk niet meer weggegaan. Olga: “Het is een gewild cadeau geworden, het hele jaar door. Twan komt met

de catering bij mensen thuis voor feestjes. Vervolgens komt er bezoek op dat feestje dat een pakketje van ons als cadeau meebrengt. Ik heb eens iemand in de winkel gehad die een groot feest had gegeven, en achttien pakketjes van ons had gekregen. Allemaal leuk en allemaal verschillend, zei ze. En dat klopt; als ik weet voor wie het pakket is, dan zorg ik ervoor dat ik niet vier keer dezelfde fles in een pakketje doe. En het mooie is dat we onze klanten dus én met catering én met cadeaus kunnen bedienen. Zo gaat het heel hard met de mond-tot-mondreclame.” Bijzonder zijn de shop-avonden, waarbij Twan en Olga de winkel openen voor werknemers van bedrijven die zelf hun kerstpakket mogen samenstellen.

**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



‘We bezorgen complete buffetten, en de dag daarop halen we alles weer op’

Winkelpand

Twan: “De winkel ligt aan de rand van het dorp. We hebben een ruime parkeerplaats. We zitten niet in een winkelstraat waar mensen steeds langskomen. Je moet bewust naar de winkel toekomen.” Olga: “Maar we zitten vlak aan de Maas en Waalweg, waardoor we makkelijk mensen uit de hele regio trekken.”

De komst van de winkel heeft het cateringbedrijf in een iets andere richting gevoerd. Twan: “Voorheen waren we door de week druk met catering en in het weekend met feesten die de op locatie de hele avond werden verzorgd. Daarmee zijn we nu gestopt, of we doen het zo min mogelijk. We bezorgen complete buffetten, en de dag daarop halen we alles weer op. Complete feesten waarbij we ook een bar en tenten meenemen en midden in de nacht thuiskomen doen we niet meer, omdat de volgende ochtend de winkel weer wacht.”

De nieuwbouw aan de Kloosterweg in Horssen bestaat 350 vierkante meter. Hierin is de opslag voor catering ondergebracht, de winkel en het magazijn. Er is een kantine (met de gezelligheid van een cafeetje), waarin ook grotere klanten



Interesse in dit product? Neem contact op via verkoop.ned@vandersterre.nl of 0172-606111

Biologische Bastiaansen kaas met het Beter Leven 3 Sterren keurmerk



Bekijk hier het bedrijf van
Beter Leven 3 Sterren boer Henk



ROOD BONTER
Eigenwijs romig

Nieuw!

Kaasslader

www.roodbonteerkaas.nl [f](https://www.facebook.com/roodbonteerkaas) [i](https://www.instagram.com/roodbonteerkaas)

Ik wil geen medelijden,
ik wil zaken met u doen.

U weet ongetwijfeld dat bedrijven die maatschappelijk verantwoord ondernemen, ook vaak succesvoller zijn. Ik wil u daarom een voorstel doen. Net4kids zorgt voor een concreet kinderplichtproject dat aansluit bij de visie van uw bedrijf. En in ruil daarvoor ontvang ik uw financiële support. Deal?

Laten we verder praten op www.net4kids.org

NET4KIDS

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

Hoofredactie
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.



© 2023. 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 beslissingen op grond van deze informatie.



voor pakketten en catering kunnen worden ontvangen. Per jaar maakt Olga met haar team duizenden pakketten. Olga en Twan werken in de winkel samen met dochter Lieke en twee vaste krachten. Maar ook de dochters Sophie en Malou en de ouders van Twan springen regelmatig bij om te helpen in de drukke dagen van het jaar.

Assortiment

Doordat de winkel van De Heerlijkheid is ontstaan vanuit de productie van pakketten kent het assortiment heel veel houdbare producten. Daarnaast zijn er twee wandkoelingen voor kaas, vlees- en visproducten en ander koelvers, en een wandvriezer. Twan: "In de zomer ligt er ook veel barbecuevlees in de koeling. Vanuit de catering kregen we de vraag of we dit vlees ook in de winkel verkochten. Deze zomer zijn we daarmee gestart en het is een succes gebleken."

Olga: "Producten die niet in de winkel komen zijn de assortimenten die de Dagwinkel en de Landwinkel in het dorp al verkopen. We gaan niet concurreren, maar werken samen met de anderen in het dorp."

Plannen voor komend jaar zijn er alweer genoeg. Er gaat weer worden verbouwd, want de winkel is alweer te klein, en Twan wil winkel en productiekeuken dichterbij elkaar brengen. Nee, deze ondernemers zitten niet stil. ◀

De Heerlijkheid Geven & Beleven
Kloosterweg 8
6631 KK Horssen
www.deheerlijkheid-catering.nl



‘We gaan niet concurreren, maar werken samen met de anderen in het dorp’



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.

