Lekkernijver

VAKBLAD VOOR ONDERNEMERS
IN FOODSPECIALITEITEN

Prijs: € 5,95 | 29ste jaargang | nr. 101 | december 2026

VAKBEURS
in beeld



ASSORTIMENT
1906 - Makers van Charcuterie, Hoeksche Seltzer, Bon Repas XL, Happy Wink

Vaneker opent flagship-store in het oosten
Gastrovino Miro

De vernieuwde CONO app is live!

Download de vernieuwde CONO app, speciaal voor kaasspeciaalzaken en andere kaasverkopers. Ontdek meer over onze kazen, krijg tips om de verkoop te verhogen en verdien punten voor leuke cadeaus of unieke ervaringen!



Nieuw in onze verbeterde app:

- Een compleet nieuw design en eenvoudiger in gebruik
- Direct na het openen toegang tot de scanfunctie om punten te sparen
- De knop ‘Inspiratie’, nu met verrassende verkooptricks van Victor Mids
- Nog meer beloningen toegevoegd aan het spaarprogramma

Scan de QR-code om de app te downloaden en activeren.

Stompetoren · Beemster van ’t Ries · Weydeland · Rood Bonter · Huizer Kaas-Gilde

Inhoud

18
Vakbeurs
Vakbeurs Foodspecialiteiten valt goed in Gorinchem.

24
Charcuterie
Beste Noviteit 2026: de vleeswaren van 1906 - Makers van Charcuterie.

27
Kaas
Gatenkaas van de boerderij van Treur Kaas.

30
Seltzer
Hoeksche Hoeve redt aardappelen die niet geschikt zijn voor chips.

38
Winkel
Gastrovino Vaneker opent een tweede.

En verder

05
Columns
Rick Brantenaar (05), Betty Koster (07), Patricia Hoogstraaten (08) en Jurry Teunissen (15).

17
Vakcentrum Informatie
Europese garantieregels.

35
Wenskaarten
Aanvullend assortiment van Happy Wink.











Alles (of bijna) over Zwitserse kaasfondue

Kaasfondue hoort bij Zwitserland. Het oudst bekende Zwitserse recept dateert uit 1699 en werd in Zürich opgetekend als Käss mit Wein zu kochen – ‘kaas met wijn koken’. In de 20e eeuw werd fondue in heel Zwitserland populair en groeide het uit tot een gerecht om samen van te genieten.

Welke kazen in de fondue gaan, hangt af van regio en traditie. Ook rijping en samenstelling hebben invloed op smaak en smeltgedrag.

3 × Zwitserse fondue

Fondue moitié-moitié
½ Le Gruyère AOP
½ Vacherin Fribourgeois AOP
Een bekende klassieker uit Fribourg.



Appenzeller® fondue
40% Appenzeller® Zacht
40% Appenzeller® Surchoix of Extra
20% Appenzeller® Romig
Verschillende rijpingsgraden zorgen voor balans en smaakdiepte.



100% Vacherin Fribourgeois AOP
Wordt bereid met water in plaats van wijn, voorzichtig op lage temperatuur gesmolten en lauwwarm gegeten.



Wist je dat?
Emmentaler AOP kan lange kaasdraden vormen. Wil je de milde, nootachtige smaak, maar minder draden? Gebruik dan een kleiner aandeel **Emmentaler AOP** in combinatie met andere fonduekazen.

Tips & tricks
- Per persoon: 200 g kaas + ± 125 g brood van de vorige dag.
- Vloeistof : Voor 800 g kaas: 2,5–3,5 dl droge witte wijn. Alcoholvrij? Kies water, bouillon of appelsap.
- Voor de binding: 1 el maïszetmeel per 400 g kaas.
- Bereiding: breng de vloeistof aan de kook, zet daarna het vuur lager, voeg de kaas toe en laat rustig smelten. Regelmatig roeren.
- Te dik? Voeg wat witte wijn toe. Te dun? Meng wat maïszetmeel met witte wijn.
- Erbij: brood, aardappeltjes in de schil, zilveruitjes, augurkjes, rauwkost en eventueel gerookte vleeswaren.

SCHWEIZ SUISSE SVIZZERA SWITZERLAND

LE GRUYÈRE® SWITZERLAND AOP

Appenzeller® SWITZERLAND

AOP Vacherin® Fribourgeois SWITZERLAND

Zwitsers. Natuurlijk.

Kaas uit Zwitserland.
www.kaasuitzwitserland.nl

Ga niet doen wat je deed

Het belangrijkste seizoen van het jaar is aangebroken! November en december zijn voor veel foodspecialisten dé maanden waarin het moet gebeuren. De feestdagen zorgen voor extra drukte, hogere bestedingen en volop kansen om klanten te verrassen. Maar benutten we die kansen eigenlijk wel voldoende? Ga niet doen wat je deed, want dan krijg je wat je kreeg!

Natuurlijk moet je vasthouden aan wat goed werkt. Maar de markt verandert, consumenten veranderen en daarmee ook hun verwachtingen. Juist in deze belangrijke maanden is het verstandig om eens kritisch te kijken naar je assortiment, presentatie en manier van verkopen. Want consumenten zoeken steeds meer naar beleving. Ze willen niet alleen iets lekkers kopen, maar ook geïnspireerd en verrast worden. En daar ligt nu juist de kracht van onze branche. Vier ontwikkelingen bieden daarbij interessante kansen.

Gemak staat voorop. Consumenten willen genieten zonder al te veel gedoe. Denk aan complete borrelplanken, compleet bereide producten en verrassende combinaties waarmee je het de klant gemakkelijk maakt.

Premiumisatie biedt eveneens kansen. Consumenten letten op hun uitgaven, maar voor bijzondere momenten mag het best iets extra’s kosten. Zeker tijdens de feestdagen. Mits duidelijk is waarom een product die meerprijs waard is.

Herkomst en authenticiteit worden steeds belangrijker. Wie maakt het product? Waar komt het vandaan? En wat maakt het bijzonder? Juist die verhalen, gecombineerd met vakmanschap en persoonlijke aandacht, onderscheiden de foodspecialist van de massa.

En dan samenwerking. Zoek elkaar op! Werk samen met leveranciers, producenten en collega-ondernemers. Niet alleen om producten in te kopen, maar om samen nieuwe concepten en verrassende combinaties te ontwikkelen.

Het mooie is dat vernieuwing helemaal niet ingewikkeld hoeft te zijn. Soms maakt een andere presentatie, een verrassend advies of een goed verhaal al het verschil. De feestdagen zijn hét moment om te laten zien waar de zelfstandige foodspecialist voor staat: kwaliteit, vakmanschap, persoonlijke aandacht en vooral heel veel lekkers.
Dus kijk nog eens kritisch naar je winkel. Wat kan anders? Waar kun je klanten extra verrassen? En welke kansen laat je misschien nog liggen? Want uiteindelijk komt een klant voor een lekker product, maar keert hij terug voor de ervaring.

Maak er mooie, succesvolle feestdagen van!

Rick Brantenaar
Directeur Stichting Foodspecialiteiten Nederland



‘Vernieuwing hoeft helemaal niet ingewikkeld te zijn’

‘Biologische én 100% natuurlijke lijn vleeswaren’ is Beste Noviteit 2026

1906 - Makers van Charcuterie heeft tijdens de 36e Vakbeurs Foodspecialiteiten de prijs voor Beste Noviteit 2026 gewonnen met ‘Biologische én 100% natuurlijke lijn vleeswaren’. Volgens de onafhankelijke vakjury onderscheidt deze noviteit zich door de authentieke bereidingswijze volgens de traditie van 1906, zonder toegevoegde E-nummers en met natuurlijke zouten. De feestelijke prijsuitreiking vormde een van de hoogtepunten op de eerste beursdag van de vakbeurs in Evenementenhal Gorinchem.
De vakjury, onder leiding van culinair journalist Laura de Grave, beoordeelde 47 nieuwe producten. Daarbij werd niet alleen gekeken naar smaak en originaliteit, maar ook naar de relevantie voor de winkelvloer, de presentatie, het onderscheidend vermogen en de commerciële kansen voor foodspecialisten. Naast Laura de Grave bestond de vakjury uit Marnix en Stephanie de Wit van Foodnerd Dordrecht en Tim Berkhout van ’t Kaasplateau Rhoon.
De jury kende ook de prijs voor Beste Kaasnoviteit 2026 toe. Deze titel ging naar Treur Kaas met Bon Repas XL.



Vlnr: Eduard Treur (Treur Kaas), Bram Hakvoort (1906 - Makers van Charcuterie), juryvoorzitter Laura de Grave en Zaira de Zeeuw (Hoeksche Hoeve).

De prijs voor de noviteit met de beste storytelling ging naar Hoeksche Seltzer, van Hoeksche Hoeve. Over alle drie de winnende noviteiten is in deze Lekkernijver een artikel opgenomen.
Op de foto vlnr: Eduard Treur (Treur Kaas), Bram Hakvoort (1906 - Makers van Charcuterie), juryvoorzitter Laura de Grave en Zaira de Zeeuw (Hoeksche Hoeve).

Mooiste Kerstpakket 2026 komt van De Mèkkerstee



Tijdens de Vakbeurs Foodspecialiteiten konden bezoekers hun stem uitbrengen in de verkiezing van het Mooiste Kerstpakket 2026. Uit zestien inzendingen werd het pakket van De Mèkkerstee als mooiste beoordeeld. Rick Brantenaar, directeur van Stichting Foodspecialiteiten Nederland, bezocht op 17 september persoonlijk de winkel van Piet den Hertog om de publieksprijs uit te reiken.
Op de foto tonen Janneke en Patricia van De Mèkkerstee het pakket en de trofee.



In Memoriam Piet Kruiver





Een bevlogen kaasman met een groot hart.

Met het overlijden van Piet Kruiver verliest de kaasbranche een bijzonder mens. Een bevlogen ambassadeur van boerenkaas, een betrokken bestuurder en bovenal een man die zijn kennis en enthousiasme graag met anderen deelde.
Als voormalig voorzitter van de sectie Kaas en Delicatessen van het Vakcentrum zette Piet zich jarenlang in voor de zelfstandige kaasspecialist. Zijn betrokkenheid en verdiensten werden bekroond met het erelidmaatschap van het Vakcentrum.
Wie Piet kende, herinnert zich ongetwijfeld zijn beroemde gele kaasbus. Daarmee bezocht hij ondernemers, altijd met bijzondere kazen en vooral prachtige verhalen over de boeren en hun ambacht. Piet verkocht niet zomaar kaas. Hij bracht zijn passie over en wist anderen daarin mee te nemen.
Ook buiten de kaaswereld was Piet een man van bijzondere verhalen. Op zijn tachtigste fietste hij voor het goede doel richting Alpe d’Huez, waarmee hij vele duizenden euro’s inzamelde. Zijn levenslange liefde voor jazz begon al op veertienjarige leeftijd, toen hij stiekem zijn kruidenierscursus oversloeg om een concertkaartje voor Louis Armstrong te bemachtigen.
Piet was uitgesproken, eigenwijs op zijn tijd, maar altijd oprecht betrokken. Zijn humor en levenslust bleven hem tot het laatst kenmerken.
Voor velen was Piet een inspirator, leermeester en vriend. Zijn kennis, verhalen en liefde voor het vak zullen binnen de branche blijven voortleven.

Wij wensen zijn kinderen, familie en naasten veel sterkte met dit grote verlies.
Piet, bedankt voor alles wat je voor onze branche hebt betekend. We zullen je missen.

Durf iets unieks!

Om het jaar staan we in Bra op de beurs Cheese! van Slow Food.
Daar komt wel zo’n beetje de hele wereld van kaas samen om met elkaar jammen over kaas. Daar vind je kaaswerelden die niemand kent, producenten van gefermenteerde boter uit Israël, of een Sainte-Maure die nog maar een vijfde is van wat het was door rijping in grotten en door kaasmijt. Dan neem ik altijd iets bijzonders mee om onze klanten te laten proeven, zonder verwachting het te verkopen, gewoon voor de beleving.
Gerookte Poolse Schapenkaas in de vorm van een rhombus, in boomschors gerijpte kaas uit Mongolië of een soort van oplosbare mottenballen uit Kazachstan. Zeker niet altijd lekker, by the way.

Nu vonden we op zo’n beurs in Spanje de super bijzondere Serón-kaas. Deze rauwmelkse blauwaderkaas is gemaakt met 40% ezelinnenmelk van het Zamorano Leonesa ras en 60 % schapenmelk. De schapenmelk is nodig omdat ezelinnenmelk vrijwel geen vetten bevat en weinig caseïne. Een ezelin geeft ook zeer weinig melk (550 ml tot 2,5 liter per dag). Dat betekent dat de prijs per liter schommelt tussen de 120 en de 130 euro per liter. In Nederland kost 100 ml om te drinken 35 tot 40 euro, omdat de melk wordt ingezet als hypoallergeen alternatief bij koemelk allergie. Het is vergelijkbaar met moedermelk.

De ezelinnen voor de Séron-kaas worden uitgeleend aan een coöperatie, alwaar ze gemolken worden. Deze melk wordt vervolgens door Cantagrullas verkaasd. Het resultaat is een unieke kaas met vermeende gezondheidsaspecten, maar bovenal ook erg lekker.
De smaak is te omschrijven als fris en aards, pikant en licht animaal met een enorme diepe lange nasmaak.

Hij gaat over de toonbank voor 250 euro de kilo, vergelijkbaar met Iberico-ham.
Zo’n kaas is iets te gek om zomaar weg te geven, maar wel geweldig om met de feestdagen op de toonbank te hebben.
Ik wens jullie allemaal een goede verkoop en mooi einde van 2026 toe.

En in 2027 is er weer Cheese! in Bra. Zie ik je daar?

Betty Koster
Ondernemer L’Amuse,
IJmuiden en Amsterdam



Ruimte

Ruimte. Het lijkt een eenvoudig woord, maar voor zelfstandig ondernemers krijgt het steeds meer betekenis. Want ruimte gaat over veel meer dan de fysieke plek van een winkel. Het gaat ook over de mogelijkheid om te ondernemen, te investeren, te vernieuwen en vooruit te kijken.
Zelfstandige winkeliers hebben daarbij een bijzondere kracht. Zij kennen hun klanten, weten wat er leeft in hun buurt en kunnen snel inspelen op veranderingen. Die lokale betrokkenheid maakt hen tot veel meer dan een verkooppunt. Zij dragen bij aan de leefbaarheid van dorpen, wijken en stadscentra en vervullen vaak naast een economische functie ook een belangrijke sociale functie in hun omgeving.
Kansen lijken volop aanwezig. Nieuwe technologieën, digitalisering, verduurzaming en innovatieve samenwerkingsvormen bieden ondernemers mogelijkheden om zich verder te ontwikkelen. Ook voor nieuwe ondernemers liggen er kansen om met frisse ideeën de markt te betreden. Maar kansen benutten kan alleen wanneer de randvoorwaarden op orde zijn.

Tijdens het Vakcentrum Jubileumevent op 5 november werd daarbij stilgestaan. Ruimte voor ondernemerschap moet niet uitsluitend vertaald worden naar minder regels. Natuurlijk blijft het belangrijk om administratieve lasten en regeldruk te verminderen. Ondernemers besteden liever tijd aan hun klanten en medewerkers, dan aan formulieren en procedures. Maar minstens zo belangrijk is financiële ruimte. Goede ideeën alleen zijn niet genoeg. Ondernemers moeten ook kunnen investeren in hun bedrijf, hun medewerkers, innovatie en duurzaamheid.
Juist daar ontstaan ook steeds vaker knelpunten. Stijgende kosten, terughoudende financiers en beperkte marges maken investeringen minder vanzelfsprekend. Voor starters vormt toegang tot kapitaal vaak een hoge drempel. Gevestigde ondernemers kunnen noodzakelijke investeringen niet zonder meer uitvoeren. En voor bedrijven die moeten worden overgedragen aan een nieuwe generatie, zijn passende financieringsmogelijkheden een onmisbare voorwaarde voor continuïteit.

Daarom verdient ondersteuning van ondernemerschap een bredere benadering. Minder regeldruk, een eerlijk speelveld, toegang tot financiering en aandacht voor bedrijfsopvolging zijn geen ‘losse’ onderwerpen. Het zijn voorwaarden om ondernemers ook de vrijheid én de middelen te geven om te blijven investeren in hun omgeving.
In het streven naar vitale dorpen, wijken en binnensteden zal het Vakcentrum blijven wijzen op de sociale meerwaarde van haar achterban en daarom vooral opkomen voor het zelfstandig ondernemerschap met de benodigde ruimte.



mr. Patricia E.H.
Hoogstraaten RAE
Directeur Vakcentrum



Imagine the possibilities - 50 jaar Vakcentrum

Op 5 november vierde het Vakcentrum het 50-jarig jubileum met een congres en feestelijk diner in Oryn in Hilversum. Onder het motto ‘Imagine the possibilities’ werd gesproken over de uitdagingen, kansen en meerwaarde van zelfstandig winkeliers. Heeft u het evenement gemist of wilt u terugkijken, een impressie van het evenement is te vinden op www.vakcentrum.nl/jubileumevent.

CERTIFICERING
FOODSPECIALITEITENWINKEL

Gecertificeerde winkels

De afgelopen maanden zijn weer verschillende winkels nieuw gecertificeerd of hebben hun certificering kunnen verlengen.

Nieuwe gecertificeerden:
Zuivelhoeve Borne
Zuivelhoeve Glanerbrug
Zuivelhoeve Lent
Zuivelhoeve Veenendaal.

Hercertificeringen:
Zuivelhoeve by Kaashuis Tromp, Amsterdam
Gastrovino Vaneker, Enschede
Gastrovino De Bourgondier, Ermelo
Zuivelhoeve Oosterhout
’t Kaasplateau, Rhoon
Kadofabriek ‘n Tikkie Verderop, Sleeuwijk
Gastrovino Palet van Smaken, Terneuzen.

Delinuts
exploring tastes & stories
Wij bieden jou noten, inspiratie en kennis van de markt.
Scan de QR code voor leuke mix-recepten o.a. met onze nieuwe kruidenmengsels
Pistache 200 gr. €4,20
Delinuts, Ede, sales@delinuts.nl
www.Delinuts.nl





Vriendendag Kaasgilde in Haarlem

In september heeft het Kaasgilde voor de vijfde keer zijn Vriendendag georganiseerd. Alle activiteiten van het gilde worden bekostigd met gelden van sponsoren en bijdragen van leden. Sinds 2022 is er ook ruimte voor de ‘Vrienden van het Buitenlands Kaasgilde’: mensen die geen gildelid zijn, maar buitenlandse kaas wel een warm hart toedragen, beroepsmatig of uit liefhebberij. Als dank voor hun bijdrage kunnen deze vrienden gratis deelnemen aan het Buitenlands Kaaskeur Concours (BKKC) en krijgen zij eens per jaar een speciale Vriendendag aangeboden, waarop zij elkaar kunnen ontmoeten tijdens een mooi evenement, en waar ook veel te leren en te proeven valt.
Deze eerste lustrum-editie van de Vriendendag was in het Ketelhuis van de Lichtfabriek in Haarlem. De deelnemers werden getrakteerd op de delicatessen van Only Cannoli, kregen van Switzerland Cheese Marketing uitgebreide uitleg over racletten, leerden de geschiedenis van Beemster-kaas en Royaal Grand Cru en werden enthousiast van het bijzondere verhaal van boerderij De Dikhoeve (sinds 1730), waar hun bijzondere Skeapsrond wordt gemaakt, een schapenkaasje met natuurlijke korst.
Volgend jaar gaat de Vriendendag waarschijnlijk samenvallen met de jubileumbijeenkomst van het (dan) 35-jarige Kaasgilde.



Vlnr: grand maître Takuhi Cekem, voorzitter Ingeborg van den Heuvel, Astrid Willems, bestuurslid Jurre Beijneveld, Wouter Renkema, bestuurslid Michel ter Hart, Daan Rustemeijer, bestuurslid Luuk Koopman, Ruben Rimmelzwaan, Cees Verburg en bestuurslid Annelies van den Ende.

Nieuwe leden voor Kaasgilde



Tijdens de najaarsbijeenkomst van het Guilde des Maîtres Fromagers aux Pays-Bas kregen de leden een interessant inkijkje bij twee belangrijke bedrijven uit de Nederlandse kaaswereld. Bij Boska werd de meer dan honderdjarige geschiedenis van het bedrijf verteld, waarbij vooral de jongste uitbreidingen met de merken Forged en Style de Vie nieuw waren voor de toehoorders. Bij MAAZ Cheese werd het gezelschap prettig onthaald op een bijzondere rondleiding, en een korte geschiedenis van het jonge bedrijf met ruime ervaring. Indrukwekkend om te zien hoe het bedrijf in acht jaar tijd is gegroeid naar 200 medewerkers, 200 producenten, 3000 ton kaasrijping in een dc van 16.000 vierkante meter, met moderne verpakkingslijnen en met export naar 60 landen.
Het Kaasgilde kon zich later die middag verheugen in de intronisatie van vijf nieuwe leden, die elk hun sporen in de buitenlandse kaas ruim verdiend hebben. Astrid Willems (Kaaz, Valkenswaard), Wouter Renkema (Renkema Kaas, Amersfoort), Daan Rustemeijer (winkelbegeleider Zuivelhoeve), Ruben Rimmelzwaan (verkoop binnendienst MAAZ Cheese) en Cees Verburg (Verburg Kaas).
De nieuwe leden werden ingezegend door grand maître Takuhi Cekem en legden gezamenlijk de eed af.

Jorian Torn Broers naar internationale finale

Jorian Torn Broers van Kaashandel Torn Broers in Ede is een van de acht finalisten van de internationale verkiezing Young Cheesemonger of the Year 2026. Omdat het niveau van de inzendingen hoger lag dan ooit tevoren, besloot de jury om voor het eerst het aantal finalisten uit te breiden van zes naar acht. Finalisten uit Frankrijk, Spanje, Nederland, Australië, het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten zullen op donderdag 12 november in Córdoba, Spanje, het podium betreden tijdens het Andalucía Gusto del Sur International Cheese Festival 2026, waar dit jaar ook de World Cheese Awards worden uitgereikt.
De verkiezing is een viering van talent, een kans om te leren en een platform om de toekomstige leiders van de internationale kaaswereld te lanceren, waarbij de vaardigheden, kennis en passie van de deelnemers worden getoond op het grootste podium van de kaaswereld.



Tadaa!

Met Cabaret Cava 0,0% van Castell d'Or uit Penedès kies je voor een volwaardig alcoholvrij alternatief.
Met een verfijnde bubbel en een fris - droog karakter.

Heerlijk bij tapas, kaas, charcuterie, vis en andere hartige lekkernijen.
Want alcoholvrij draait niet om wat ontbreekt, maar om wat er wél is: smaak, beleving en genieten.
En het kost uw klant met volledige marge nog géén tien euro per fles!

Een publiekstrekker in het schap én op tafel

19 87
JOS RIJNAARTS
WIJN SPECIALISTEN

Edisonweg 14 • 1821 BN Alkmaar • 072 511 85 37 • info@jr.nl • www.jr.nl

Nagekomen Noviteiten

Bij het ter perse gaan van het beursnummer van Lekkernijver (nr. 100) waren nog niet alle aangemelde Noviteiten op de redactie binnengekomen. Bijgaand geven we u de nagekomen inzendingen.



DoosjeKaas
Een orgineel cadeau voor iedere gelegenheid. DoosjeKaas is een ambachtelijk babykaasje, stijlvol verpakt in een verrassend uitklapdoosje. Na het openen vormt de verpakking direct een serveer- of snijplankje.



E-plopper+
De E-plopper+ is één machine met twee doseertechnieken. De noviteit zit in het unieke verwisselbare doseersysteem. Met dezelfde machine kun je kiezen uit twee compleet verschillende doseertechnieken. Daarnaast is hij ook volledig draadloos te gebruiken met een accu. Nauwkeurige elektrische aandrijving en volledige controle over het doseerproces.



Kaasstroopwafel
De stroopwafel voor bij de borrel, de kaastroopwafel gemaakt met Lutjewinkelkaas 1916. De wafels zijn verpakt per 10 stuks.



Krozenjam
Krozenjam van JanBax: een exclusieve confituur van kerspruimen. Tot halverwege de vorige eeuw stond op veel Betuwse boerenerven een krozenboom. Krozen hebben wat weg van zowel kersen als pruimen en worden daarom ook wel kerspruimen genoemd. Deze worden nu weer op kleine schaal en met respect voor de natuur geteeld in de Betuwe.



Natuurlijke vleeswaren
Nieuw en uniek in het vleeswarenschap - een volledige lijn biologische én 100% natuurlijke vleeswaren van 1906 - Makers van Charcuterie. Ambachtelijk geproduceerd en uitsluitend met natuurlijke, biologische ingrediënten. De eerste vleeswaren zonder nitriet, fosfaat of andere chemische E-nummers in het Nederlandse vleeswarenschap.



Ratafia 2018
Ratafia van Marlène Delong, een vrouwelijke Champagnemaakster uit Allemand, Côte Sezanne. Sinds 2024 is zij biodynamisch verklaard (dus tot 2028 niet op het label) maar ze produceert al zo'n 15 jaar op dezelfde wijze. Deze milléssimé 2018 heeft elegantie en delicaatheid. Most en sap zijn uit dezelfde pers en hetzelfde jaar. 100% Pinot Meunier.



Slob Magnevita Pikant
Slob Magnetiva heeft minder zout, minder vet en is verrijkt met magnesium. En deze kaas is natuurlijk goed op smaak. Werken aan je gezondheid was nog nooit zo lekker. 30% minder zout, (maximaal 1% zout). Minder vet (30+ kaas) en verrijkt met magnesium.



Sparkling Olive Water
Geen gewone frisdrank. De Sparkling Olive Water van het Kretenzische familiebedrijf Gkazas is gemaakt van biologische olijfbladeren van het eigen land, gecombineerd met bruiswater, vers geperst biologisch fruit of gember. De natuurlijke extracten zorgen voor uitgesproken smaken zonder dat concentraten, suiker of kunstmatige toevoegingen voor nodig zijn.





Noten • Pinda's • Zuidvruchten /
Tropisch fruit • Rijstcrackers •
Chocoladeproducten • Zoetwaren
en aanverwante producten

Neem vrijblijvend contact met ons op voor een goed advies

Spanjeweg 4
2411 PX Bodegraven

0172 - 63 22 22
info@kingnuts-raaphorst.com

KING NUTS & RAAPHORST

www.kingnuts-raaphorst.com



Kaasexperts in Kazachstan

De Cheese Open 2026, gehouden in Aktou, Kazachstan, bracht kaas- en zuivelprofessionals uit 20 landen samen, met meer dan 400 inzendingen voor de internationale wedstrijd.
Een van de hoogtepunten voor Nederland was de prestatie van Tim Berkhout. Hij behaalde de tweede plaats in de Internationale Fromager-competitie, waar hij het opnam tegen professionele kaasspecialisten uit verschillende landen.
Nederland werd vertegenwoordigd door drie kaasprofessionals. Evert Schönhage, een internationaal erkend kaasexpert, was voorzitter van de internationale jury. De Nederlandse meesterkaasmaker Leon van der Arend en Tim Berkhout droegen eveneens hun expertise bij aan het evenement.
Op de foto staan Leon, Tim en Evert naast een van de officials van het gastland.

Velder Tastify

Velder en Dupont België zijn recent samengegaan, met de fusie tussen Milcobel en FrieslandCampina. Op het Velder Tastify Event presenteerden beide kaasspecialisten zich met een gezamenlijk assortiment: Velder-Dupont. Voor de Nederlandse afnemers was er een aantrekkelijk uitgebreid aanbod aan Belgische kazen te zien. Daarnaast lag er een sterke focus op het aanbod voor de komende kerstperiode.



Ja, AI is goedkoper...

Advocaten weten het. Zij zijn duur en AI is voor iedereen toegankelijk. De woorden zien er goed uit. Het is een model. Het is standaard. Meer mensen gebruiken de standaard. Je leest niks geks. Je stuurt het op en de ander ziet ook niks geks. Klaar. Nou, dat viel mee. En waarom zou het ook anders zijn. Jullie schudden de handen. Het was een goed gesprek. Het is toch duidelijk wat de bedoeling is…

Maar nu is er een conflict. Onoplosbaar. De Overeenkomst blijkt een aantal zaken niet of in ieder geval niet duidelijk te regelen. Ook blijkt ineens dat een aantal bepalingen anders is opgeschreven dan de bedoeling was. Er komt een rechter aan te pas. De rechter bepaalt dat het feit dat de Overeenkomst een standaard karakter heeft, met behulp van AI opgesteld en dat geen juridisch advies is ingewonnen, geen omstandigheden zijn die aanleiding geven om aan de bepalingen in de Overeenkomst voorbij te gaan. De inhoud van de Overeenkomst zal nu worden vastgesteld aan de hand van de Haviltex-maatstaf. Dat betekent dat de Overeenkomst zal worden uitgelegd naar de zin die partijen in de gegeven omstandigheden over en weer redelijkerwijs aan elkaars verklaringen en gedragingen mochten toekennen en op hetgeen zij te dien aanzien redelijkerwijs van elkaar mochten verwachten. Daarbij zijn alle omstandigheden van het geval van belang, waaronder de bewoordingen van de Overeenkomst, de aard en strekking daarvan.

In de Overeenkomst staat dat alle eerdere schriftelijke en mondelinge afspraken door deze Overeenkomst zijn vervangen. Partijen wilden elkaar dus niet houden aan eerdere afwijkende bedoelingen. Een afwijkende mondelinge afspraak is niet bewezen. Waarom stond het dan niet in de Overeenkomst? Ook andere feiten leiden er niet toe dat van een andere interpretatie kan worden uitgegaan. De Overeenkomst bevat ook een aanwijzing waarvan in redelijkheid wel kan worden uitgegaan. De wet had op dit punt kunnen worden uitgesloten, maar dat hebben partijen niet gedaan. Overeenkomsten binden partijen en moeten dus worden nagekomen. Dat is alleen anders als toepassing naar maatstaven van redelijkheid en billijkheid onaanvaardbaar zou zijn. Maar daar wordt hier niet aan toegekomen. Redelijkheid en billijkheid zullen een partij niet snel achteraf bevrijden van een aanvaard ondernemersrisico, ook al pakt het nu heel slecht uit voor een van de partijen. De vordering van de wederpartij wordt dus toegewezen.

Eens, het gaat soms goed zonder een juridisch adviseur of advocaat en AI … oh AI…

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









Nieuwe Europese regels voor garantie ook voor de foodspeciaalzaak

Sinds eind september is iedere winkelier verplicht om klanten te informeren over het recht op garantie. En omdat bijna iedere foodspeciaalzaak ook non-food artikelen verkoopt zoals kaasmessen of fonduesets, geldt die verplichting ook voor hen. Om klanten te informeren moeten gestandaardiseerde labels gebruikt worden. Deze Europese regels moeten consumenten meer duidelijkheid geven over hun rechten.

De nieuwe regels veranderen niets aan de inhoud van de wettelijke garantie in Nederland. Nieuw is alleen dat u een duidelijke kennisgeving in de winkel moet ophangen. Met de QR-code op deze kennisgeving kan een consument opzoeken hoe de garantie wettelijk is geregeld.

Verplichte kennisgeving wettelijke garantie

Iedere verkoper van consumentengoederen is vanaf 27 september 2026 verplicht om een algemene kennisgeving over de wettelijke garantie te tonen. Deze kennisgeving informeert de klant dat hij recht heeft op een deugdelijk product en welke stappen hij kan zetten als een product niet voldoet.

Wat moet u doen in uw winkel?

Download de officiële kennisgeving die door de Europese Commissie beschikbaar is gesteld.
U kunt deze ook vinden op de website van het Vakcentrum. (www.vakcentrum.nl/garantie)
Print deze op minimaal A4-formaat.
Plaats de kennisgeving duidelijk zichtbaar, bijvoorbeeld bij de kassa.

Wat moet u doen in uw webshop?

Plaats de digitale, gekleurde versie van de kennisgeving op een duidelijke en in het oog springende plek op uw website. De consument moet deze informatie kunnen zien voordat de aankoop wordt afgerond.
Het is niet toegestaan om de inhoud of opmaak van deze officiële kennisgeving aan te passen.

GARAN-label voor extra fabrieksgarantie

Naast de algemene kennisgeving wordt een specifiek label geïntroduceerd voor producten met



een extra fabrieksgarantie: het GARAN-label. Dit label is niet voor elk product met fabrieksgarantie verplicht.
De verplichting om het GARAN-label te tonen geldt alleen als een producent een commerciële garantie aanbiedt die aan *alle* volgende voorwaarden voldoet:
De garantie is gratis.
De garantieperiode is langer dan twee jaar.
De garantie dekt het volledige product.
De producent heeft de benodigde informatie hiervoor beschikbaar gesteld.

Wat betekent dit voor u?

De producent is verantwoordelijk voor het aanleveren van de informatie voor het GARAN-label. In sommige gevallen vermeldt de producent het label al op de verpakking. Als dat niet zo is, maar de informatie is wel beschikbaar, dan bent u als verkoper verplicht om het label zelf bij het product te tonen.

- In de winkel: Een geprint GARAN-label moet minimaal 95 x 100 mm groot zijn en duidelijk bij het betreffende product worden geplaatst.
- In de webshop: Toon de digitale (kleuren)versie van het GARAN-label prominent bij het product.

Handhaving door de ACM

Het duidelijk en juist tonen van de algemene kennisgeving is een wettelijke verplichting.
De Autoriteit Consument & Markt (ACM) ziet in Nederland toe op de naleving van consumentenrecht en kan optreden als de kennisgeving niet zichtbaar is. Dit kan leiden tot een boete of een last onder dwangsom.

VAKCENTRUM
Voor zelfstandig retailondernemers





Grote, ruime Vakbeurs Foodspecialiteiten

De 36e Vakbeurs Foodspecialiteiten 2026 was net zo volgeboekt en drukbezocht als voorgaande edities. Toch zorgden de brede gangpaden en de ruime beursvloer voor een zekere rust.











De nieuwe locatie Gorinchem bood prettige voordelen in parkeren, overnachten en faciliteiten tijdens de beurs. Vertrouwd waren de twee dagen vol inspiratie, innovatie en informatie. Mooie toevoegingen waren onder andere de live kaaskeuring van de BBZ en het fraaie podium voor uitreikingen. Mooie producten waren er te veel om op te noemen. Fraai is de Cava 0.0 van Jos Rijnaarts, met een prachtige smaak en niet zo zoet als veel andere mousserende wijnen zonder alcohol. Heel mooi is ook de Gorgonzola Dolce met abrikoos en rozemarijn van de Familie Carozzi, te zien bij Vandersterre.
Prettig was ook dat Slavakto en NNKC met de vakbeurs zijn meeverhuisd. De evenementen blijven elkaar zo versterken.

De Vakbeurs Foodspecialiteiten 2027 vindt plaats op **maandag 13 en dinsdag 14 september 2027**, in Evenementenhal Gorinchem.



Schenk aandacht schenk Schulp

Op je gezondheid!

Bestel bij uw groothandel of informeer bij onze verkoopadviseur.

Jaap (Noord)	06 - 22 65 29 93
Frederik (Midden)	06 - 57 67 83 01
Carlo (Zuid)	06 - 20 95 03 94



Zandpad 76 Breukelen | schulp.nl













KERST & CARRY

Dé gelegenheid om uw eigen unieke kerstassortiment samen te stellen.

Proef de mooiste binnen- en buitenlandse kazen en neem direct mee naar huis.

Scan en reserveer nu uw tijdslot

KAASHANDEL REMIJN





Voor onder de boom. En vooral voor aan tafel. Van de nieuwe Raclette Gourmet Pro tot kaasmessen, serveerplanken en fonduesets: met BOSKA maak je jouw feestassortiment compleet. Smaakvolle cadeaus om te geven en vooral om samen van te genieten.
boska.com

BOSKA
SINCE 1896



•GROOTS VAN SMAAK•
LUTJEWINKEL
1916

Meer informatie over Lutjewinkel1916?
Telefoon: (0172) 630 100
E-mail: info@velder.com













Biologische, 100% natuurlijke vleeswaren

De Beste Noviteit 2026, verkozen op de Vakbeurs Foodspecialiteiten, is de vleeswarenlijn van 1906 - Makers van Charcuterie. Een prachtig product waarmee de betere speciaalzaak zich kan onderscheiden en klanten iets bijzonders biedt.



In 2022 was de Beste Noviteit van de vakbeurs ook al een product van 1906 - Makers van Charcuterie. Toen was hun Verse Amsterdamse Ossenworst het eerste product dat werd gemaakt zonder chemische toevoegingen als nitraat, fosfaat, mononatriumglutamaat en andere E-nummers. Mede-eigenaar Bram Hakvoort van het bedrijf verklaarde daarbij: “Waarom zouden wij al die dingen in onze producten stoppen? We geven alle aandacht aan het selecteren van de beste én de juiste grondstoffen. Dan is het erg tegenstrijdig om deze prachtige grondstof vol te stoppen met chemische en synthetische hulpstoffen. We zijn het aan onze boeren en de dieren verplicht om hier een andere keuze in te maken.”

Nu zijn we vier jaar verder en hebben de Makers deze productiewijze kunnen toepassen op bijna hun héle assortiment. Niet dat alle E-nummers slecht zijn, veel stoffen komen gewoon in de natuur voor. Maar de visie van de Makers gaat een stap verder; waarom zou je iets synthetisch of chemisch toevoegen als je ook een puur natuurlijke hulpstof kunt gebruiken? Zo brengen ze balans in het harde werk van de boer, het prachtige vlees dat het dier hen geeft en hun authentieke en ambachtelijke manier van werken.
Het assortiment van 1906 bestaat uit zo’n twintig soorten vleeswaren, meer dan vijftien soorten paté en enkele voorgegaarde gemaksproducten. Er is nog één beperking op het enthousiaste verhaal: het lukt ook 1906 nog niet om paté of leverworst te maken zonder E-250, natriumnitriet, een kleurzout dat voorkomt dat leverproducten (paté en leverworst) grijs kleuren. E250 houdt deze producten mooi roze. Maar het bedrijf is transparant en draait er niet omheen dat er in de paté en de leverworst nog wel een beetje E250 zit. Bram Hakvoort: “In lever zit te weinig mioglobine, de vleeseigen kleurstof, en dat kunnen we niet vasthouden. Om die kleur te behouden voegen we nog een klein beetje kleurzout toe.”

Hoe moeilijk was het, om de rest van de vleeswarenlijn zonder chemische middelen te produceren?
“Dat is op zich niet zo moeilijk. Het moeilijke was dat we elk product net zo lekker wilden maken als hun chemische broertjes. Dat kost tijd. Bij de voorgesneden consumentenverpakkingen was het even een zoektocht om producten te kunnen voorsnijden én dezelfde THT te kunnen geven als de consument gewend is van andere vleeswaren. En bij andere producten ging het om de consistentie. Bijvoorbeeld de rookworst. Zonder chemische producten was het even uitvinden hoe we rookworst toch dezelfde lekkere bite konden geven als andere rookworsten. Dat heeft behoorlijk wat ontwikkelingswerk gekost, maar het is gelukt.”



Ook deze beurs kreeg het bedrijf weer veel complimenten van bezoekers, zeker na het winnen van de prijs. “Het mooist is als mensen bijvoorbeeld zeggen: ‘Hij is superlekker, maar het is eigenlijk gewoon ossenworst.’ Dat geeft aan dat het ons is gelukt een mooi product te maken zonder alle chemische rotzooi, en met dezelfde smaak, houdbaarheid en uiterlijk. Hetzelfde product, maar dan op een natuurlijke wijze.”

Is 1906 nu klaar met ontwikkelen?
“Nee, we zijn nooit klaar. We willen onze natuurlijke vleeswarenlijn verder uitbreiden. Daarnaast willen we ook de leverproducten naar 100% natuurlijk brengen. En producten kunnen altijd beter natuurlijk.”

Winkels die producten van 1906 willen opnemen in het assortiment kunnen óf direct schakelen met 1906 - Makers van Charcuterie, óf kunnen bestellen bij een van de groothandels, Udea en Foodimpuls. ●







Lexovac

VACUÜM VERPAKKEN

Een vacuümverpakkingsmachine van Lexovac maakt het verpakken sneller en efficiënter. Kies uit verschillende modellen, capaciteiten en opties: van tafelmodel en vloermodel tot dubbelkamermachines. De tafelmodellen zijn in kleine ruimten gemakkelijk in te zetten. Terwijl de dubbelkamermachine juist weer arbeid bespaart doordat één medewerker meerdere verpakkingen tegelijk kan verwerken. Met functies zoals Soft Air en een speciale instelling voor kaas is Lexovac breed inzetbaar. Kortom: voor elk bedrijfsproces en elke kaas is een oplossing. Samen met u komen we graag tot een passende oplossing wat voor type machine het beste past binnen uw bedrijf.

> “Het bevalt supergoed. De machine is zo fijn in gebruik én een stuk sneller.”

Lees hier alle klantverhalen.

Unieke eigenschappen

- Behoud van smaak en kwaliteit
- Verschillende programma's instelbaar
- Te gebruiken voor zowel harde als zachte kazen
- Eenvoudig schoon te maken
- Bereikt de maximale houdbaarheid van uw product

GOUDA-GRONINGEN-TILBURG
088-8543800 | info@delmo.nl | delmo.nl

exclusief verdeler van Lexovac



Bekroonde gatenkaas van de boerderij

De Beste Kaasnoviteit 2026 is Bon Repas XL van Treur Kaas. Op de Vakbeurs Foodspecialiteiten werd deze gethermiseerde joekel van 30 kilo door de jury uitgekozen als beste nieuwe kaas. Het is een grote, ambachtelijke gatenkaas en was de trots van Treur Kaas op de beursstand.

De kaas is een technisch meesterwerk, stelt Treur Kaas in de omschrijving van de kaas. ‘Het risico op mislukking is niet ondenkbaar. Bij een reguliere kaas van 12 kilo is de gasontwikkeling door de propionzuurbacteriën goed beheersbaar. Bij een reus van 30 kilo bouwt de interne gasdruk zich exponentieel op. Eén kleine meetfout in de zuurselbalans, de vochtuittreding of de wrongelstructuur en de kaas scheurt van binnenuit open of bolt oncontroleerbaar op tot een onverkoopbare ballon.’

Algemeen directeur Daan Treur stond aan de wieg van de Bon Repas XL. Naast zijn rol in het bestuur van het bedrijf is hij onder andere adviseur en betrokken bij productontwikkeling en verkooppromotie. Daan Treur: “Bijvoorbeeld bij deze Bon Repas XL. Al voor de beurs hebben we hem aangeboden bij enkele van onze afnemers. Enkele van hen twijfelden bij deze kaas, bijvoorbeeld omdat ze al een gatenkaas op de plank hebben. Dan is het mijn overtuiging dat je deze kazen heel goed naast elkaar kunt verkopen, omdat we sterk in dit product geloven. Soms ga ik dan een dag in zo’n winkel in de verkoop staan, vertel ik het verhaal van de kaas en laat ik hem proeven aan consumenten. Dan ziet ook de winkelier vaak de potentie van deze kaas en hebben wij er weer een mooie Bon Repas-klant bij. Bovendien leer ik veel van hoe consumenten reageren, en dat neem ik weer mee terug naar onze marketing.”

Feestdagen vol smaak!

VOETS SPECIALITEITEN

Ontdek ons assortiment voor de feestdagen en laat je inspireren door verrassende smaken en seizoensfavorieten die niet mogen ontbreken in de winkel voor de gezelligste tijd van het jaar!









Ontdek Sinterklaas!

Ontdek Kerstmis!











www.voetsspecialiteiten.nl T +31 (0)73 - 549 68 81 E info@voetsspecialiteiten.nl



‘Je moet hem rijp jong belegen eten’

Wanneer is Treur Kaas gestart met de ontwikkeling van deze Bon Repas XL?
“Voor Pasen van dit jaar hebben we één keer een charge laten maken. Dat was voor ons een testfase: hoe wordt de smaak, hoe zijn de ogen? Het is toch een grote kaas dus je weet niet precies hoe die zich houdt. Maar de kaas was direct prachtig, het is eigenlijk allemaal in één keer goed gegaan. Gatenkaas maken is niet zo eenvoudig. Marco van Erk is de derde boer die het voor ons maakt, maar hij heeft het echt goed onder de knie. Daarvoor ging het wel eens mis met andere kazen.”

Er zijn ook andere gatenkazen op de markt, maasdammers, Tynjetaler. Wat maakt deze kaas bijzonder naast die andere gatenkaas?
“Het verschil met de Tynjetaler is dat die kaas van gepasteuriseerde melk is gemaakt De Bon Repas is van gethermiseerde melk en is veel zachter van smaak. De Tynjetaler heeft meer dat taaie, zit meer tegen een gewone maasdammer aan. Bij de Bon Repas doen we er voor de smaak een extra cultuur bij, waardoor je de volle smaak van de boerderij krijgt, een beetje dat stallige. We zijn deze kaas ooit gestart met enkel propionzuurbacteriën, maar daarmee bleef hij te vlak. Met die extra cultuur hebben we de betere smaak kunnen creëren.”

Een andere boerse gatenkaas is de Emmentaler, gemaakt van rauwe melk. Welke verschillen ziet u daarmee?
“Rauwmelks in Zwitserland is anders dan rauwmelks in Nederland. Die kazen worden tijdens de bereiding nog verder verwarmd, waardoor het risico minder groot is. En die kaas is wat lager in het vet, 45+, en daardoor is hij wat taaier. Maar voor de fondue is de Emmentaler weer beter te raspen. Onze Bon Repas is 50+, die wordt niet afgeroomd.”

De jury was lovend over Bon Repas XL. Wat waren de reacties op de beurs?
“Heel goed. Deze 30 kilo kazen hebben we niet het hele jaar door. Je kunt je voorstellen dat dit geen kaas is voor midden in de zomer bij 30 graden. Maar voorjaar, najaar en winter zijn er prima voor. Inmiddels hebben we een tweede en derde charge geproduceerd, maar we bekijken nog hoe snel het gaat lopen. Maar de kaas heeft heel veel aandacht gekregen en dat was belangrijk bij de opstart. Inmiddels zijn er al behoorlijk wat verkocht.”

De kaas is niet gemaakt voor de hogere leeftijden?
“Nee juist niet. Meestal leveren we hem uit op een week of tien. Laat je hem vijf of zes maanden oud worden dan gaat hij afwijken in smaak en krijgt hij natte ogen. Je moet hem rijp jong belegen eten, tussen jong belegen en belegen in.”

Kunnen we nog andere dingen verwachten van Treur Kaas?
“We blijven kijken naar waar we kansen zien. Soms merk je dat je een kaas die je al in je assortiment hebt op een andere manier kunt inzetten. Het mooiste voorbeeld was zo’n twaalf jaar geleden. Bij aardbevingen in Italië was er grote schade in de pakhuizen van Parmigiano. We hebben toen geprobeerd om in Nederland een vergelijkbaar smakende kaas te maken. Met een leverancier en een zuiveltechnoloog ben ik om tafel gegaan. We besloten een kaas van afgeroomde melk te maken met een uitgebalanceerd stel zuursels. Na vier maanden zijn we de kaas regelmatig gaan proeven. Na negen maanden wisten we: dit gaat nooit een Parmesaan worden. We zijn ermee gestopt. Het restant hebben we verkocht aan een marktkoopman. Na een week belde hij of er nog meer was, want met minder vet was het een heerlijke kaas. We zijn met dit recept nieuwe charges gaan maken, als 30+ boerderijkaas. Later werd ik weer gebeld door een consument die op een eiwitrijk dieet moest. Zij wilde weten welke kaas de meeste eiwitten bevatte. Dat bleek diezelfde 30+ kaas. Die bevat 47 procent meer eiwitten dan andere kaas, juist doordat er veel minder vet in zit.
Nu is dat een vaste kaas in ons assortiment, de Erfgoed Stelling 302 (jong belegen) en 304 (extra belegen). En je proeft nog steeds de tonen van Parmesaan erin.” ●





René de Zeeuw met dochter Zaira op de Vakbeurs Foodspecialiteiten.

Hoeksche Seltzer: geredde aardappel blijkt goed verhaal



Chipsmaker Hoeksche Hoeve toonde op de afgelopen Vakbeurs Foodspecialiteiten een opvallende noviteit: een hard seltzer van eigen aardappelen die buiten de chipsproductie vallen. Een goed verhaal, dat door de jury werd bekroond.

De prijs voor de noviteit met de beste storytelling ging dit jaar op de Vakbeurs Foodspecialiteiten naar Hoeksche Hoeve. Het moderne foodbedrijf van René de Zeeuw en Henk Scheele telt 26 medewerkers en is vooral bekend om zijn hoogwaardige chips onder de eigen merknaam Hoeksche Chips.

Met Hoeksche Seltzer kiest het bedrijf voor een opvallende uitbreiding: een alcoholisch drankje naast het vertrouwde chipsassortiment voor landwinkels en foodspecialiteitenwinkels. Wat bracht Hoeksche Hoeve tot deze stap?
René: “Hoeksche Seltzer wordt gemaakt van onze ‘geredde’ aardappelen. Die zijn van goede kwaliteit, maar net te groot of te klein voor de productie van Hoeksche Chips. We laten er alcohol van maken. Met koolzuurhoudend water en natuurlijke fruitaroma’s ontstaat vervolgens een frisse seltzer met 4,5 procent alcohol.”

Volgende generatie

Het idee kwam van Paul, de zoon van Henk, die eveneens in het bedrijf werkt. Hij stelde voor om de ‘geredde’ aardappelen te gebruiken voor een nieuw product. René: “Seltzers zijn vooral populair onder jongere generaties, dus het is logisch dat juist zij met dit voorstel kwamen. Veel seltzers voor jongeren zijn behoorlijk zoet; die van ons zijn juist minder zoet. Daarmee sluiten ze ook aan bij de oudere klanten die onze chips kopen bij landwinkels en foodspecialiteitenwinkels. Op de vakbeurs hoorden we vaak dat bezoekers de drankjes van hun kinderen te zoet vinden, maar onze seltzers wél lekker vinden. We laten twee varianten maken: Hoeksche Seltzer Appel en Hoeksche Seltzer Peer.”

Smaken die passen bij het land

Waarom appel en peer? René: “Die smaken liggen in het verlengde van ons bedrijf. Veel landwinkels die onze chips verkopen, hebben een boomgaard, telen appels of peren en bieden die ook in hun winkel aan. Appel en peer passen daarom beter bij onze basis dan tropisch fruit. Ook kers zou een passende smaak kunnen zijn.”
“De seltzer combineert bovendien bijzonder goed met onze Salt & Balsamic Vinegar-chips. Het lichte zoetje van de balsamicoazijn sluit mooi aan bij de drankjes. Ook de groene kleur op de blikjes komt terug op de zakken van juist deze chips. Samen vormen ze een aantrekkelijk cadeaupakket.”

Presentatie in de foodspecialiteitenwinkel

René: “In deze winkels zie je steeds meer speciaalbieren en fruitdranken in blik. Hoeksche Seltzer is met zijn lage alcoholpercentage een logische aanvulling op dat assortiment. Winkeliers kunnen de seltzer bij onze chips presenteren en tegelijk het verhaal van Hoeksche vertellen, bijvoorbeeld in een kant-en-klaar cadeaupakket.”

Positieve reacties

De jury was onder de indruk en ook bezoekers reageerden enthousiast. René: “Het verhaal van de geredde aardappelen spreekt aan, net als de combinatie met appel of peer. Vooral landwinkels vinden het concept sterk. De meeste bezoekers waren bovendien positief verrast door de frisse smaak. Het is een fris drankje.”

De distributie verloopt onder meer via Postuma, de groothandel die Hoeksche Chips aan landwinkels en boerderijwinkels levert. Daarnaast werkt Hoeksche Hoeve ook met andere distributeurs. De blikjes worden per twaalf stuks op een kartonnen tray gesealed. ●

‘De seltzer combineert bijzonder goed met onze Salt & Balsamic Vinegar-chips’





Ook op het Velder Tastify-evenement presenteerde Geert de Beer het programma Haute Fromagerie.

‘Haute Fromagerie is een selectie van traditionele topkazen’

Savencia is een van de grootste producenten van kaasspecialiteiten ter wereld. Met het programma ‘Haute Fromagerie’ licht de leverancier een pakket van 20 tot 25 Franse kazen uit het gamma, met een breed informatiepakket dat de winkelier kan ondersteunen bij de verkoop.



Geert de Beer is salesmanager bij Savencia. Het bedrijf is ooit ontstaan met de start van Caprice des Dieux, maar in de loop der jaren heeft het veel ambachtelijke Franse kaasmakers aan zich verbonden. Daaronder bevinden zich grote namen, die al in veel foodspecialiteitenwinkels in Nederland zijn te vinden, zoals de Epoisses van Fromagerie Berthault, Roquefort van Papillon en de geitenkaasjes van Fromagerie Poitou Chèvre.

De Beer: “Haute Fromagerie is een concept van authentieke Franse kaasspecialiteiten, waaronder de AOP’s Epoisses, Roquefort en Maroilles. Alle kazen komen uit lokale kaasmakerijen. We hebben een selectie uit het totale aanbod gemaakt onder deze naam, om ze onder de aandacht te brengen van kaaswinkels, horecagroothandels en restaurants. Alle kazen zijn als zelfstandige bedrijven aangesloten bij Savencia. Het voordeel is dat alle kazen voldoen aan de hoge kwaliteitsstandaarden van het grotere concern. Voor onze afnemers zoals in Nederland de grote importeurs Maaz, Velder en Vandersterre is dat een extra zekerheid.”

“Het zijn unieke producten gecombineerd met fantastische verhalen over de historie van de kazen en de kaasmakerijen. Die verhalen en producten komen in dit concept bij elkaar. En het is een kwaliteitslabel voor de beste kazen uit de Franse regio’s.”

Geert de Beer was namens Savencia aanwezig op de Vakbeurs Foodspecialiteiten. Niet om de Nederlandse importeurs te overtuigen van Haute Fromagerie, want alle kazen uit het programma zijn al in de assortimenten van Maaz, Velder en Vandersterre opgenomen. “Wij zijn vooral aanwezig op de vakbeurs om aan winkeliers te laten zien wat we allemaal in het assortiment hebben. En tegelijk laten we zien welk programma we achter deze kazen hebben, met verhalen die we beschikbaar maken voor de verkopende winkeliers. Voor de groothandels heeft dit het voordeel dat dit als een totaalconcept met hun assortimenten kan meelopen, en voor de winkels is het prettig om te zien welke ondersteuning er mogelijk is bij de verkoop van deze kazen. Voor ons heeft dit het voordeel dat we nu voor 25 kazen van acht productielocaties deze aanpak kunnen bieden aan onze afnemers in het buitenland; omdat elk van de acht producenten eigenlijk te klein zijn om daar een aparte promotiecampagne voor op te zetten.”



Het torentje van Epoisses, beeldmerk van Berthaut, een van de AOP’s in het programma Haute Fromagerie.



‘Het is gemak voor winkelier en groothandel’

“Via deze bundeling van acht producenten kunnen we 25 kazen extra aandacht geven. En deze 25 gaan heel goed samen, juist omdat alle kazen een fraaie aanvulling op elkaar zijn, en al deze kazen hebben een uniek verhaal. Met dit pakket zoeken we mooie samenwerkingen met groothandels en winkeliers, zowel in franchiseketens als individuele ondernemers, om hen te ondersteunen bij hun verkoop. Bovendien is Haute Fromagerie een bundeling van producten die niet zijn gefocust op het supermarktkanaal. ”

Verhalen achter de kazen zijn samengebracht in een fraaie, gedrukte bundel sheets, maar ook op de website: www.ilovecheese.nl .

Met dit programma wordt eigenlijk een top 20 of 25 van de betere Franse kazen gepromoot. Als veel winkeliers daaraan meedoen, creëren we dan niet te veel eenheid in onze winkels? Verdwijnt de diversiteit dan niet?
De Beer: “Nee, want elke ondernemer kent zijn marktgebied het beste, hij moet vooral blijven selecteren wat bij zijn winkel past, en óók buiten deze top. Er zijn honderden mooie kaasjes. Alleen is dit een selectie waarmee je via je eigen leverancier toegang krijgt tot heel mooie producten met de eigen verhalen erachter. Het is gemak voor winkelier en groothandel.” ●

De favoriet van de speciaalzaak!

Een luchtige roomkaas, een verrassende mix van specerijen en een subtiele hint van mosterd, dit is dé nieuwe smaakmaker! Geboren in Dokkum, geliefd in heel Friesland... en klaar om ook de rest van Nederland te veroveren.



AMBACHTELIJK BEREID VOOR DE SPECIAALZAAK

Spreasto

DÉ KAASPREAD OP BASIS VAN OUDE KAAS

Basilicum pesto

LUTJEWINKEL KAASMAKERIJ SINDS 1916

50% NOORD HOLLANDSE GOUDA OUDE KAAS (B.O.B.)* | OP SMAAK GESELECTEERD | IN SAMENWERKING MET KAASMAKERIJ LUTJEWINKEL

Creare Salades B.V.



Wenskaarten op maat

Happy Wink produceert getekende wenskaarten voor elke gelegenheid. Maar levert ook kaarten op maat, bijvoorbeeld met een kerkje, monumentaal pand of uw eigen winkel. Mooi assortiment voor wie iets eigens wil verkopen als losse kaarten of in cadeaupakketten.

Erika Stark is illustrator. Ze maakt posters, stickervellen, tassen en verjaardagskalenders met haar eigen illustraties erop, maar vooral wenskaarten.
Tekenen is haar hobby en passie, en sinds enkele jaren ook haar werk. Na voorzichtige verkoop online blijkt de vraag steeds verder te groeien, inclusief opdrachten voor portretten op maat. Een van de kenmerken in haar portretjes zijn de ogen in de vorm van boogjes, vrolijke knipoogjes, waaruit



later de bedrijfsnaam Happy Wink ontstaat.
Erika: “Naar aanleiding van het succes van de portretten ben ik ook algemene wenskaarten gaan tekenen, om het aanbod te verbreden. Tegelijk kwam een van mijn kinderen voor langere tijd in het ziekenhuis terecht. Mijn zus en schoonzus hebben toen geholpen met de eerste kleinschalige verkoop. Toen zag ik hoe groot de belangstelling was en heb ik een complete collectie gemaakt.”
Eenmaal uit het ziekenhuis blijkt er thuis best nog wat nazorg nodig, waardoor haar man Danny besluit te stoppen met zijn baan en vanuit huis de productie van Erika te gaan ondersteunen met verkoop. De eerste winkels nemen een collectie op, dat blijkt goed te werken en inmiddels liggen de kaarten en andere producten van Happy Wink in meer dan honderd winkels.



Danny en Erika Stark.

Stadsgezichten

Nog steeds maakt Erika portretten op maat via haar webshop. Die vraag blijft maar komen en Erika heeft er lol in. Interessant voor winkeliers is dat ze ook stadsgezichten tekent. Een kerkje, een monumentaal pand, een geveltje, een molentje, een haventje of vuurtoren… Erika maakt de kaarten op basis van foto’s, en tekent lokale beelden die voor een winkel een persoonlijk, eigen assortiment kunnen opleveren. Als souvenirtje of als presentje op zich. Er zijn ook kleine kaartjes, leuk als persoonlijke touch in een cadeaupakket. Ook de stickervellen lenen zich hier uitstekend voor. Het algemene assortiment van Happy Wink biedt eveneens een ander aanbod dan de standaard wenskaarten. De collectie bevat ook veel beelden die gericht zijn op boerderij- en landwinkels.
Danny: “Het leuke is: mensen vragen wel eens of AI voor ons een concurrent is, maar juist in deze tijd komt de waardering voor een handgetekende illustratie weer terug.”

In de winkel

Danny: “Als winkeliers belangstelling hebben adviseer ik altijd om eerst een kaartenmolen met basisassortiment in de winkel neer te zetten, 48 vakjes met zes kaarten elk. Als dat eenmaal goed loopt, en dat is meestal al erg snel, dan kun je daarna ook je eigen persoonlijke kaart laten maken. De kosten houden we laag, deels doordat we met professionele, refurbished molens werken. Molens kun je huren of kopen. ●

www.happywink.nl

‘Interessant voor winkeliers is dat ze ook stadsgezichten tekent’











Gastrovino Vaneker opent flagshipstore in het oosten

Een unieke kans voor de ondernemers Michiel en Hanneke Vaneker: een tweede winkel op een toplocatie. Met twee nieuwe assortimentsgroepen: kant-en-klaarmaaltijden en servies.

Een jaar geleden kreeg Michiel Vaneker de vraag van een makelaar of een pand in winkelcentrum Miro in Enschede interessant zou kunnen zijn voor zijn onderneming. De verhuurder wilde graag een delicatessenwinkel toevoegen aan het winkelaanbod, en was al eens gaan kijken bij Vanekers andere Gastrovino in winkelcentrum Het Stroink in Enschede-Zuid.
“Miro” is een begrip in Enschede en verre omgeving. Want al is Ahold lang geleden al met de Miro-formule gestopt, het grote centrum in Enschede-Oost met ruime parkeergelegenheid draagt nog steeds de naam en heeft nog steeds een enorme aantrekkingskracht.

Zelfbouw

Michiel: “Na wat onderhandelen zijn we eruit gekomen Dit winkelcentrum heeft veel potentie en dit was voor ons een grote kans. Het afgelopen jaar zijn we erg druk geweest met de plannen en de verbouwing, terwijl de andere winkel in Zuid gewoon doorging. Dat is gelukt dankzij ons team en een aantal ervaren medewerkers. Ook mijn ouders hebben ons bijgestaan.” (Michiels vader Jos begon ooit zijn winkel in Het Stroink, en was altijd betrokken bij Gastrovino, red.).
Net als in zijn andere winkel hebben Michiel en Hanneke Vaneker veel van het interieur van deze nieuwe Gastrovino zelf gebouwd. “Het is een manier om kosten te besparen, maar we vinden het ook leuk om de eigen winkel te bouwen. Het hele proces heeft wel bloed, zweet en tranen gekost, maar het is meer dan geslaagd.”

Blurring

Gastrovino Vaneker is een ruime zaak met een mooi assortiment aan wijn, kaas, noten en charcuterie. Het horeca-element dat Vaneker in de andere winkel heeft toegevoegd is hier achterwege gelaten, omdat een deur verder al een ruime eetgelegenheid is. Maar ook hier zien de ondernemers kansen om het assortiment verder te ‘blurren’. Nieuw is hier het aanbod in kant-en-klaarmaaltijden van hoog niveau en het assortiment mediterraans serviesgoed van het Gastrovino-label. Dit servies doet het al erg goed in sommige andere Gastrovino-winkels, deels doordat ook schaatsster Jutta Leerdam er fan van is en dat via socials laat weten. “Als Jutta Leerdam foto’s van servies op Instagram deelt, ‘ontploft’ sociale media van Gastrovino”, kopte het Algemeen Dagblad vorig jaar.
Tegenover de winkel zit de uitgang van een grote Albert Heijn. De supermarktklant loopt zo tegen deze Gastrovino aan. Dat betekent dat Michiel en Hanneke met hun eigen verse maaltijden concurreren met het





Alexanderhoeve
kaas & noten

ONDERNEMEN MET SMAAK?
SLUIT JE AAN BIJ ALEXANDERHOEVE!

Droom je van een eigen winkel vol topkwaliteit kaas, versgebrande noten en de mooiste wijnen? Of heb je al een zaak en zoek je de kracht van een bewezen formule? Alexanderhoeve groeit en we zoeken gedreven ondernemers die met ons mee willen bouwen. Of je nu start op één van onze focuslocaties of zelf een gouden locatie op het oog hebt:

wij bieden het fundament voor jouw succes.

Momenteel zoeken wij ondernemers voor onze winkels in:
DRONTEN (SUYDERSEE)
DEN HAAG (LOOSDUINEN)
LEIDSCHENDAM (WESTFIELD MALL)
Scan de QR code voor meer informatie.
Acquisitie wordt niet op prijs gesteld.

franchiser.alexanderhoevekaas.nl



Vier edities én de beursspecial.
Vijf kansen om in beeld te komen bij foodspecialisten.

Breng je producten, merken en verhaal onder de aandacht van ondernemers in kaas, delicatessen, noten, koffie, thee en chocolade.

Kies voor een combinatie van advertenties en advertorials gedurende het jaar, aangevuld met zichtbaarheid in de beursspecial.

Zo bouw je aan herkenning én krijg je ruimte om te laten zien wat je als leverancier te bieden hebt.

Maak nu je plannen voor 2027. Neem contact op met **Frank Roosenbeek** of **Carla Gerrits** en reserveer je plek!

Bel 0314 - 355800 of mail frank@dock35media.nl



Reserveer nu je plek in Lekkernijver voor 2027!

DOCK35 MEDIA





fabrieksaanbod van de grootgrutter. En net als bij de kaas vers van het mes, de delicate vleeswaren en de vers gebrande noten is ook voor deze koelverse kant-en-klaarmaaltijden en soepen uit de diepvries een doelgroep in Enschede.

Flagshipstore

Ook voor de organisatie achter de Gastrovino-winkels is de Miro-locatie een aanwinst. De opening werd aangekondigd als de flagshipstore voor het oosten van het land.

Directeur Arjan Rosendaal: “Zeker gezien de stijl waarin deze winkel is neergezet en met de invulling ervan, vinden wij dit wel een flagshipstore. Dit heeft alle facetten waaraan een moderne specialiteitenwinkel zou moeten voldoen. Het enige dat we hier missen is een klein stukje horeca. Bij elke locatie onderzoeken we alle mogelijkheden. En alles wat we hier kunnen invullen staat hier ook.”
“De traffic maakt dit tot een heel goede locatie”, stelt accountmanager Henk Brok. “Miro is in de hele regio bekend, zelfs vanuit Duitsland komen de mensen naar dit winkelcentrum.”

Rosendaal: “Voor Gastrovino is dit een belangrijke winkel. We zoeken altijd locaties waar we ons verhaal kunnen vertellen. Hier kan dat: laten zien wat de mogelijkheden zijn die Gastrovino te bieden heeft, om op deze vierkante meters een topwinkel neer te zetten. Zeker voor onze groei in het oosten, van Limburg tot Groningen, is dit een prachtig voorbeeld, en een aanvulling op onze andere topwinkels. We laten zien dat dit soort topwinkels door het hele land mogelijk zijn.”
Miro is de 36ste Gastrovino-winkel. Nummer 37 opent medio november in Rosmalen.

Henk Brok is als accountmanager betrokken geweest bij de opzet van de winkel. Brok, ooit succesvol Zuivelhoeve-ondernemer in Borne op een voormalige

‘Dit heeft alle facetten van een moderne specialiteitenwinkel’

Gastrovino-locatie, kent de regio en de klant. Brok: “We schrokken er bijna van, want dit is een perfect punt. Ik weet dat hier altijd volk is, van maandag tot en met zondag. Deze kans kon je niet laten lopen. De vertrekkende ondernemers hadden een Read-Shop, en er was nog geen foodspecialiteitenwinkel in het centrum.”







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.foodspecialiteitenwinkels.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, Patricia Hoogstraaten, Leo Koomen, Betty Koster, Evelien de Ruijg, Silvia van Schaik, Jurry Teunissen.

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

VAKCENTRUM
Voor zelfstandig retailondernemers

Vormgeving
Dock35 Marketing

Druk
Senefelder, Doetinchem

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

MIX
Papier van verantwoorde herkomst
FSC® C106833

© 2026. 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.



Brok: “Het uitgangspunt was om, meer dan in de andere winkel, ook de Duitse klant te bedienen. Die komen vooral voor goede kaas en noten, dus dat assortiment staat voor in de winkel. Wie het winkelcentrum binnenkomt ziet direct de kaas liggen. Vervolgens is het logisch om de rust in de winkel te bewaren om alle toonbanken aan de rechterzijde te houden. De andere kant van de winkel is voor selfservice, met veel houdbaar assortiment. Het is dan ook een winkel-winkel, waar de klant zelf kan rondkijken, meer dan een toonbankwinkel.”
Rosendaal: “Daarom zijn de schappen laag gehouden, zodat ondernemer én consument overzicht houden.”

Blurring bij Gastrovino

Vaneker voegt hier maaltijden en servies toe. Hoe belangrijk zijn die groepen voor Gastrovino?
Rosendaal: “Voor de toekomst van ons soort winkels geloof ik zeer sterk in het traiteurschap, de maaltijden. En het servies is een spaarartikel. Mensen komen ervoor terug. Het is onderscheidend, het is Instagradable, je ziet het veel op socials. Het ziet er fleurig uit, en op de onderkant staat onze naam. Het heeft een grote aantrekkingskracht, het wordt met de hand gemaakt, met de hand geschilderd en is een duurzaam artikel. En het





‘Het servies is een spaarartikel. Mensen komen ervoor terug’

is onze signatuur: vreugdevol genieten met een mooi glas wijn en een mooi servies.”

Voorverpakt

Rosendaal: “Het valt ook op dat deze winkel een groot aandeel voorverpakte producten heeft. Onder onze leden hebben we daar voor- en tegenstanders van. Vers uitscheppen geeft een extra dynamiek, maar je moet het per locatie beoordelen. Voor deze winkel is het heel handig om het op deze wijze te doen. Deze locatie is een mix tussen uitscheppen en zelf pakken. Anders hou je deze klantenstroom niet bij en loopt het vast.”
Brok: “En mensen vinden het tegenwoordig ook heel leuk om te winkelen; ze willen niet meer alleen in het rijtje staan wachten op hun beurt.” ●

Gastrovino Miro
Miro Center
Noord Esmarkerrondweg 421-3
7533 BL Enschede

De vernieuwde CONO app is live!

Download de vernieuwde CONO app, speciaal voor kaasspeciaalzaken en andere kaasverkopers. Ontdek meer over onze kazen, krijg tips om de verkoop te verhogen en verdien punten voor leuke cadeaus of unieke ervaringen!



Nieuw in onze verbeterde app:

- Een compleet nieuw design en eenvoudiger in gebruik
- Direct na het openen toegang tot de scanfunctie om punten te sparen
- De knop ‘Inspiratie’, nu met verrassende verkooptricks van Victor Mids
- Nog meer beloningen toegevoegd aan het spaarprogramma

Scan de QR-code om de app te downloaden en activeren.