

Lekkerrijver

VAKBLAD VOOR ONDERNEMERS
IN FOODSPECIALITEITEN

Prijs: € 5,95 | 29^{ste} jaargang | nr. 99 | juni 2026

FINALISTEN
Nationale
Competities



ASSORTIMENT
Parmaham, Boeren-Leidse,
Dokkumer Dip

Graskaas vanaf 6 juni
in de verkoop

**Grasseizoen
geopend**



De beste kaas van de wereld!

Trots vanuit CONO! Onze Beemster® Royaal Grand Cru is bekroond tot World Champion Cheese 2026 en liet daarmee 3.375 inzendingen uit 25 landen achter zich. Een prachtige erkenning voor het vakmanschap van onze kaasmakers.

Met zijn rijke, licht nootachtige smaak en karakteristieke rijpingskristallen is deze kaas een ware smaakbeleving – perfect voor op de borrelplank of in verfijnde borrelhapjes.

Bij CONO maken we niet alleen prijswinnende kazen onder het merk Beemster®, maar ook een breed assortiment aan heerlijke kazen voor onze andere merken. Altijd met dezelfde aandacht voor kwaliteit, traditie en smaak.

De beste kazen? Die komen uit onze kaasmakerij.



Inhoud

6

Graskaasdag en Culinaire Kaasmarkt

Maak het mee op 5 en 6 juni in Woerden.

20

Boeren Sleutelleidse

Betty Koster pleit voor een betere ondersteuning van het erfgoed.

22

Interview

Naturalia haalt al twintig jaar Italië naar Nederland.

26

Assortiment

Nieuwe vertegenwoordiger Barbara Schlosser over de winkelier als ambassadeur van Parmaham.

29

Branche-Event Foodspecialiteiten

Wie wordt de Beste Kaasspecialzaak, de Beste Foodspecialist Charcuterie en de Beste Foodspecialist Buitenlandse Kaas van Nederland?

En verder

05

Columns

Rick Brantenaar (pag. 05), Betty Koster (07), Patricia Hoogstraaten (08) en Jurry Teunissen (11).

13

Vakcentrum Informatie

Ondernemen wordt lastiger.

25

UV-C behandeling

26

Assortiment

Hoe Dokkumer Dip de weg naar de Nederlandse specialzaak vond.



Coverfoto:
Ronald Hissink.



TÊTE DE MOINE

FROMAGE DE BELLELAY



Al meer dan 800 jaar levend erfgoed

Tête de Moine AOP is een kaas als geen andere. De enige kaas die niet wordt gesneden, maar geschaafd. Een eenvoudig, precies gebaar dat het verschil maakt.

Meer dan 800 jaar geleden ontstond deze bijzondere kaas in de Abdij van Bellelay, in de Zwitserse Jura. De naam – letterlijk “monnikshoofd” – verwijst naar de tonsuur van de monniken die de kaas al in de 12^e eeuw maakten.

Vandaag wordt Tête de Moine AOP nog altijd uitsluitend gemaakt van rauwe koemelk uit zijn oorspronkelijke herkomstgebied. Hij rijpt op plankjes van sparrenhout, wat bijdraagt aan zijn subtiële, verfijnde aroma's met florale, fruitige en licht kruidige toetsen. De beschermde oorsprongsbenaming (AOP) garandeert de sterke band tussen terroir, vakmanschap en kwaliteit – een traditie die van generatie op generatie wordt doorgegeven door melkveehouders en kaasmakers in de Jura.

De enige kaas die je schaaft

Het echte onderscheid zit in de manier van serveren. Met een Girolle® wordt de kaas in fijne, luchtige roosjes geschaafd. Door het schrapen opent de structuur zich en komen de aroma's volledig tot hun recht.

Tête de Moine AOP is een kaas van gebaar en delen. De roosjes worden op het laatste moment geschikt op een schaalje en op kleine bereidingen, perfect voor sharing en om samen te genieten. Ze verfijnen elk hapje en maken van proeven een gedeelde ervaring.

Inspiratie

Courgettekoekjes met roosjes
Tête de Moine AOP



Doperwtenpesto met roosjes
Tête de Moine AOP



Taartjes met kerstomaatjes en roosjes
Tête de Moine AOP



Tip: Voor perfecte roosjes: Tête de Moine AOP koel bewaren en vlak voor het serveren schaven.



Zwitsers. Natuurlijk.



Kaas uit Zwitserland.

www.kaasuitzwitserland.nl



De prijs is niet het probleem

De prijs is niet het probleem. Dat klinkt misschien als vloeken in de kerk, zeker in een tijd waarin consumenten bij de kassa steeds vaker even slikken. Toch is dat wat ik zie gebeuren op de winkelvloer van foodspeciaalzaken door het hele land. Niet de prijs breekt ons op, maar het verhaal erachter. Of beter gezegd: het ontbreken ervan.

We zitten in een vreemde spagaat. Inkooprijzen blijven grillig, marges staan onder druk en tegelijkertijd is de consument kritischer dan ooit. Logisch ook. Diezelfde consument ziet in de supermarkt producten krimpen in inhoud, maar groeien in prijs. Shrinkflation heet dat dan netjes. Alleen, netjes is het allang niet meer. Het vertrouwen krijgt daar elke dag een tik. En precies daar ligt onze kans. Of ons risico, afhankelijk van hoe je ernaar kijkt.

De foodspeciaalzaak heeft altijd geleefd van transparantie, vakmanschap en het persoonlijke verhaal. Maar laten we eerlijk zijn: ook bij ons sluipt er gemakzucht in. Prijzen worden aangepast zonder uitleg. Assortiment verandert zonder context. We verwachten dat de klant het wel begrijpt. Dat doet hij dus niet meer automatisch.

De nieuwe realiteit is dat elke prijs een toelichting nodig heeft. Niet als excuus, maar als bewijs. Waarom kost die kaas wat hij kost? Waarom is dat stukje vlees duurder dan vorig jaar? Wat is er veranderd, en wat juist niet? Wie daar het gesprek over aangaat, wint vertrouwen. Wie het laat liggen, verliest het stilletjes. En dat verlies zie je niet meteen in de omzet van morgen. Dat sluipt erin. Minder vaak komen, net iets minder meenemen. Tot het moment dat iemand definitief afhaakt en je het te laat doorhebt. En geloof me, dat moment komt altijd onverwacht.

We moeten terug naar de basis, maar wel met de scherpte van nu. Niet zenden, maar uitleggen. Niet verdedigen, maar meenemen. Ondernemers die dat goed doen, zie je groeien. Niet ondanks de markt, maar juist dankzij de onrust.

De prijs is niet het probleem. Onduidelijkheid wel. En dat is iets waar we wél invloed op hebben, elke dag opnieuw, in elk gesprek aan de toonbank. Dat begint niet morgen, maar vandaag. Misschien zelfs al bij de volgende klant die binnenstapt.

Rick Brantenaar
Directeur Stichting Foodspecialiteiten Nederland



***‘Neem de klant mee,
leg het uit,
voer het gesprek’***

5 en 6 juni: Culinaire Kaasmarkt en Graskaasdag



April was droog en het gras staat hoog. Dat betekent dat de koeien al weken genieten van vers gras. En dus is er binnenkort weer graskaas verkrijgbaar.

Het startsein voor de verkoop wordt gegeven op zaterdag 6 juni 2026, tijdens de feestelijke Graskaasdag op het Kerkplein van Woerden. Vanaf die dag kunnen winkeliers in heel Nederland de nieuwe graskaas van het seizoen gaan verkopen. De historische binnenstad van Woerden stroomt die dag weer vol met kenners en liefhebbers van kaas. De stoet van de klassieke kaasbrikken en tractoren op weg naar de markt zal weer veel bekijks trekken. De reuzen graskaas uit 2025, van ruim 100 kilo, wordt met vereende krachten op het podium getild. Het kaaslied wordt gezongen en de veilingmeester Jacques de Koning, zorgt ook dit jaar weer voor een waar veilingspektakel. De opbrengst van de reuzengraskaas gaat opnieuw naar een goed doel.

De Graskaasdag is een initiatief van het Agrarisch Centrum Woerden, maar wordt nu breed gedragen door leveranciers en winkeliers en verschillende organisaties, vanwege het unieke karakter en het belang van de publiciteitswaarde voor de hele branche. De Graskaasdag wordt jaarlijks gehouden op de eerste zaterdag in juni.

Maar de feestelijkheden beginnen al een dag eerder, op vrijdag 5 juni, met het Culinaire Kaasplein en de bekendmaking van de nieuwe Kaaskoning.

Het eerste Culinaire Kaasplein in juni 2025 was een groot succes, en er is besloten om van dit Kaasplein en de Graskaasdag één aaneengesloten evenement te maken, en daar hoort de bekendmaking van de nieuwe Kaaskoning ook bij.

De avond vóór de Graskaasdag begint het kaasfeest al op het sfeervolle Kerkplein. Hier presenteert zich een zorgvuldig geselecteerd gezelschap van vooraanstaande kaashandelaren en specialisten. Zij nemen u mee in de wereld van het beste wat het seizoen te bieden heeft, met verfijnde kazen, karaktervolle rijpingen en onderscheidende internationale kazen als stralend middelpunt. Stel uw eigen kaasplank samen, proef, ontdek en geniet van ambacht, smaak en ontmoeting op het Kerkplein.

De Kaaskoning wordt in Woerden sinds 2015 jaarlijks verkozen. De bekendmaking viel vorig jaar op de vrijdagmiddag voorafgaand aan het Culinaire Kaasplein, maar was vooral een aangelegenheid voor een kleine groep genodigden, achter gesloten deuren. Dit jaar wil Woerden deze bekendmaking en plein public doen, op het kaasplein.

Het Culinaire Kaasplein is geopend van 17.30 tot 21.30 uur op vrijdag 5 juni. Dan zal ook de nieuwe Kaaskoning worden geridderd.

Zaterdag 6 juni is het Graskaasdag:

- 10.00 uur: Vertrek Kaasoptocht vanaf restaurant Viviamo met brikken en paardentram, de reuzenkaas wordt naar de markt gebracht onder begeleiding van de Boerenkapel.
- 11.15 uur: Luiden van de kaasbel door burgemeester Monique Bosen, keuren eerste Boerengraskaas, aansluitend veiling voor het goede doel.
- 12.15 uur: Einde veiling; in de middag zijn er verschillende muzikale optredens van het Klooster en om 13.45 en 15.15 is er een kinderveiling.



Alle evenementen worden gehouden op het Kerkplein van Woerden. Het Culinaire Kaasplein en de Graskaasdag zijn een ontmoetingsplek voor professionals, makers en liefhebbers van echte kaas. Brancheleden zijn dan ook van harte uitgenodigd om een bezoek te brengen aan dit bijzondere evenement.



Oefenen voor het NNKC

De volgende editie van het Nederlands Nationaal Kaaskeur Concours (NNKC) vindt plaats tijdens de Vakbeurs Foodspecialiteiten, op 14 en 15 september 2026. Om uw winkelpersoneel extra goed voor te bereiden op deze uitdagende test van de vakkennis organiseert het NNKC een gratis workshop kaaskeuren, gericht op nieuwkomers en deelnemers uit de detailhandel. Alleen ingeschrevenen van het NNKC kunnen deelnemen.

Altijd al samen met je collega's deel uit willen maken van de Nationale Kaaskeuringen? Grijp nu je kans! Vrijwel iedere ondernemer komt uiteraard naar de Vakbeurs Foodspecialiteiten in de Evenementenhal Gorinchem. Maar niet iedere kaasvakman doet ook mee aan het NNKC. Wil jij meedoen én extra oefenen in het kaaskeuren en ervaren hoe zo'n keuring in zijn werk gaat? Dan is deze speciale (én gratis!) workshop echt iets voor jou. Ervaren NNKC-juryleden nemen je stap voor stap mee: waar let je op, hoe beoordeel je kwaliteit en hoe werkt de NNKC-keuring in de praktijk?

De workshop vindt plaats op 22 juni 2026, van 14.00 tot ca. 15.30 uur, bij Grozette BV, Ohmweg 13, Woerden.

Bij aanmelding voor het NNKC kan je je inschrijven voor de gratis workshop via <https://www.nnkc.nl/nl/mijn-nnkc>.

Er is plek voor 50 deelnemers, dus wees er snel bij. Deelname aan de workshop is mogelijk voor alle keurders, maar nieuwkomers en detaillisten krijgen voorrang.

Rectificatie Selection Foods

In de vorige editie is bij het artikel over Oudwijker en Selection Foods abusievelijk ook de verkeerde naam Solution Foods terechtgekomen. Selection Foods heeft de activiteiten en de merknaam van Oudwijker kaas overgenomen, nadat de kaasmakers en voormalig eigenaren Rutger Pekelharing en Marieke van Eyndhoven hun werkzaamheden zijn gestopt. Onder de merknaam Oudwijker brengt Selection Foods zes bijzondere kazen op de markt: Colosso, Fiore, Toma Pietra, Stella, Lazuli en Toma Cigno.

Geen garantie meer?

Vroeger zei men dat je je zaak eens per vijf jaar moest veranderen. Dat kan tegenwoordig aardig in de papieren lopen. Een lik verf uitbesteden is al prijzig, maar een nieuwe winkelinrichting loopt pas echt op. Om het compleet te maken heb je dan ook nog iemand nodig die een lichtplan voor je maakt, zodat alles mooi uitkomt. Het is ons in de afgelopen 37 jaar, mede door verhuizingen, al een paar keer overkomen. De eerste winkelinrichting heeft het zo'n dertien jaar uitgehouden. Een derde verhuizing was echter te veel gevraagd.

De tweede inrichting kwam na de invoering van de euro. De euro leek voor klanten een gulden, maar ook voor de winkelinrichters. Een dikke anderhalve ton verder hadden we een prachtige, op maat gebouwde toonbank en een nieuwe vloer. Bij deze firma (inmiddels helaas failliet) hadden we niets dan goede ervaringen, service en garantie. Je zou zeggen: dat mag ook wel met zulke bedragen. Nou... niet meer dus.

Inmiddels zijn we twee inrichtingen verder, twee keer een dikke twee ton, en leer je keihard dat er op apparatuur slechts één jaar garantie staat. Je leert ook keihard dat als de verdamer en leidingen in je koelcel niet 'gecoat' zijn, deze binnen drie jaar volledig worden verwoest door de kaas- en olijevlucht. Je zou toch denken dat een winkel-inrichter dit moet weten. Wordt er daarom maar één jaar garantie verstrekt? Na drie jaar ben je een dikke 5000 euro kwijt. En geen excuses, laat staan een vergoeding.

De trend is een mooie vierkante glasplaat over een diepe toonbank. Fijn om je te realiseren dat kleinere werknemers misschien ook iets van de voorkant moeten verkopen... Dan komen klanten met een fles wijn en zetten die op de glasplaat. De fles schuift over de rand en er blust glas af. De fles is namelijk wél van hard glas, waarschijnlijk. Ieder bedrijf heeft gelukkig een verbandtrommel en een BHV'er in huis, maar is dat hierbij wel de bedoeling? Hoe eenvoudig is dit niet op te lossen met een afdekkende strip op de rand. (Dit advies is bij de tweede inrichting ter harte genomen, na onze klachten dat de rand zelfs zonder blutsen al scherp genoeg was om mensen te verwonden.)

Over vijf jaar echt nog niet verbouwen, ik moet nog bijkomen van de laatste.

Betty Koster
Ondernemer L'Amuse,
IJmuiden en Amsterdam



Vitaal winkelgebied

Retail is de wereldwijd erkende ruggengraat van een vitaal winkelgebied. Een mix met wonen, werken, horeca en cultuur is wel nodig voor een toekomstbestendige binnenstad of kern. Alleen via publiek-private samenwerking kan dat aangepakt worden.

De stem van de lokale winkelier mag daardoor niet ondergesneeuwd raken. Plannen worden gesmeed door ministeries, gemeenten, projectontwikkelaars, institutionele beleggers en banken. Het gevaar is reëel dat hun belangen domineren en dat de positie van de zelfstandige mkb-winkelier wordt vergeten.

Dit kunnen we voorkomen als we samen de schouders eronder zetten. Een toekomstbestendig centrum is een plek waar mensen elkaar ontmoeten en de lokale winkelier speelt daarin een bewezen cruciale rol.

De volgende uitgangspunten zijn belangrijk: een gegarandeerde plek aan de discussietafel voor de lokale winkelier, bescherming van de zittende ondernemer, behoud van diversiteit en focus op een eerlijk proces.

Namens de winkeliers is het '11-puntenplan voor vitale stads- en dorpscentra' opgesteld, dat gemeenten oproept om snel de volgende actiepunten uit te voeren:

- één integrale visie over winkelgebieden, geen versnipperd beleid.
- aantrekkelijke openbare ruimtes met een bruisende mix van winkels, horeca, cultuur en evenementen.
- actieve regie op leegstaande winkelpanden
- betere Bereikbaarheid, betaalbare parkeergelegenheid, realistische zero-emissiezones, werkbare venstertijden
- Minder ingewikkelde vergunningstrajecten
- Veiligheid met zichtbare handhaving
- Minimale lokale lasten (zoals OZB en reclamebelasting)
- Geen extra lokale duurzaamheidseisen

Om dit te bereiken moeten alle zelfstandige winkeliers in actie komen! Dat is niet alleen uit eigen belang maar ook uit gemeenschapsbelang! Zij bieden tenslotte zoveel MEERwaarde. Die MEERwaarde is niet overal bekend en moet uitgedragen worden! De Vakcentrumleden hebben inmiddels een promotiepakket ontvangen om aan hun gemeente aan te bieden. Is de afspraak al gemaakt?

Het Vakcentrum wijst de komende tijd, richting de Provinciale Statenverkiezingen van 2027, ook lokale en regionale bestuurders en politieke partijen op de noodzaak om mkb-winkeliers te betrekken in hun plannen.

Het gezicht en de MEERwaarde van die lokale winkelier en de MEERwaarde moeten dan wel bekend zijn. Actie!

Zie: www.vakcentrum.nl/MEERwaarde

mr. Patricia E.H.
Hoogstraaten RAE
Directeur Vakcentrum

In Memoriam Cor Voets



Op 5 mei is Cor Voets overleden na een niet te winnen strijd. Drie maanden geleden kreeg hij de diagnose dat zijn lichaam was getroffen door een ongeneeslijke ziekte.

Cor Voets is bekend van het bedrijf Voets Specialiteiten, dat hij met zoon Bram zo'n vijftien jaar geleden heeft opgebouwd vanuit kaashandel 'Cor de Kaasboer'. Wat startte als een eerste uitbreiding met hun mosterd-dille dip, is uitgegroeid tot sterke groothandel in foodspecialiteiten.

Het afscheid van Cor Voets was op 11 mei. Wij wensen zijn echtgenote Marij Voets-Peijnenburg, zonen Bram en Don en hun dierbaren veel sterkte met dit grote verlies.

Directie, bestuur en secretariaat,
Vakcentrum Foodspecialiteiten



Basiscursus 'Kaas verkopen'

In samenwerking met Cheese of Course wordt de basiscursus 'Kaas Verkopen' weer georganiseerd. De cursus bestaat uit een reeks van vier maandagavonden en wordt georganiseerd op het kantoor van het Vakcentrum in Woerden. Dit jaar wordt de cursus twee keer aangeboden:

8 - 15 - 22 - 29 juni

21 - 28 september en 5 - 12 oktober.

In de cursus worden onder andere behandeld de bereidingswijze van kaas; vetgehalte en gezondheidsaspecten; rijpen, affineren, chamberen van kaas; verschillende soorten kaas; Hollandse en buitenlandse kazen; de snijwijze van alle soorten; presentatie van kaas; proeven van kaas; toepassingen van kaas; HACCP-werkwijzen en kwaliteitsaspecten. Daarnaast worden er in de training verkoopargumenten gegeven, die voor de medewerkers handvatten zijn om op een leuke manier de consument met net dat stukje extra naar huis te laten gaan. Aanmelden voor de cursus? Dat kan door te mailen naar info@foodspecialiteiten.nl. Vermeld daarbij de namen van de deelnemers en de gewenste data om de cursus te volgen.

Daan Rustemeier en Wouter Renkema winnen BKKC



Links Daan Rustemeier (winkelbegeleider Zuivelhoeve) en rechts Wouter Renkema (Renkema Kaas, Amersfoort).

Tijdens de 28ste editie van het Buitenlands Kaaskeur Concours (BKKC) behaalden Daan Rustemeier en Wouter Renkema beide evenveel punten (261) en zijn dus ex aequo winnaar van de Huber van der Weegen Bokaal. In alle edities van het BKKC is dit nog niet eerder voorgekomen.

Het 28^{ste} BKKC op 13 april was een groot succes. In Houten bij SVO Vakopleiding Food verzamelden zich op een haar na tweehonderd keurders. Een prachtige opkomst die de kracht van de branche onderstreept.

Deelnemers gingen anoniem de uitdaging aan om buitenlandse kazen te herkennen en beoordelen: leerzaam, scherp en vooral smakelijk. Een bijzondere bijdrage kwam van Wil Leppers, die jong talent meenam in de wereld van buitenlandse kaas; inspirerend om te zien. Ook Bord Bia was aanwezig met een proeverij van vijf Ierse kazen, een mooie aanvulling op de avond.

Het BKKC is meer dan een wedstrijd: er was volop ruimte om te ontmoeten en te netwerken. Voor veel teams een waardevol en verbindend teamuitje. De prijsuitreiking vond plaats op 11 mei (na het ter perse gaan van dit blad). Winnaars ontvingen een cadeaucheque van Boska en werden ontvangen op de voorjaarsbijeenkomst van het Kaasgilde.

Het Kaasgilde (Gilde des Maîtres Fromagers aux Pays-Bas) spreekt haar grote dank uit aan alle sponsors, vrijwilligers (foto!) en betrokkenen die deze dag mogelijk maakten. Ook de beste proever van buitenlandse kaas worden? Noteer alvast: het 29^{ste} BKKC vindt plaats op 12 april 2027.



De vrijwilligers die onder andere alle kazen hebben gesneden voor het 28^{ste} BKKC.

Boterbedrijf Van de Koe naar CONO



CONO Kaasmakers heeft het Nederlandse premium boterbedrijf Van de Koe overgenomen. Met de overname wil CONO haar positie in het hogere botersegment versterken en de productportefeuille uitbreiden met een onderscheidend botermerk dat staat voor vakmanschap, kwaliteit en herkomst. Roel Kramer, oprichter van Van de Koe, blijft bij CONO Kaasmakers betrokken.

Algemeen directeur Jerry Griep van CONO: "Van de Koe past uitstekend bij CONO Kaasmakers: een premium product met een duidelijke identiteit en een focus op kwaliteit. We zien kansen om het merk verder te laten groeien, met behoud van wat Van de Koe juist zo bijzonder maakt."

Beemster Royaal Grand Cru beste van **de wereld**

Beemster Royaal Grand Cru, een kaas geproduceerd door CONO Kaasmakers, is uitgeroepen tot beste kaas van 2026 tijdens de World Championship Cheese Contest, zo heeft de Wisconsin Cheese Makers Association bekendgemaakt. De kaas behaalde een score van 98,68 uit 100 en liet daarmee 3.375 inzendingen uit 25 landen en 34 Amerikaanse staten achter zich.

Beemster Royaal Grand Cru heeft een rijke, nootachtige smaak, stevige textuur en karakteristieke rijpingskristallen, en is gemaakt van 100% weidemelk uit Noord-Holland.

Sjoerd Hiemstra, kaasmeester bij CONO Kaasmakers, zei dat de erkenning de kwaliteit van het productieproces van de coöperatie bevestigt. “Als een kaas zo hoog scoort bij een internationale jury, weet je dat alles klopt. Van de melk tot het maken van de kaas en de rijping.”

De tweede plaats ging naar Appenzeller Purple Label, een gerijpte Zwitserse kaas van Lucas Meier en Käserei Kirchberg, die een score van 98,45 behaalde. Alter Fritz, eveneens uit Zwitserland, eindigde als derde met 98,41.



Naast de waardering voor de beste kaas van de wereld, werden ook andere kazen uit de Beemster bekroond met een gouden medaille. Te weten Beemster 30+ Belegen, Beemster Jalapeño en Beemster Smoked. Ook dat is een bevestiging van 125 jaar ambacht en vakmanschap.

Voor Jerry Griep, algemeen directeur van CONO Kaasmakers, is de titel een prachtig compliment voor de gezamenlijke inspanning van veehouders en kaasmakers. “De titel World Champion Cheese en de gouden medailles zijn een bijzondere erkenning voor iedereen binnen de coöperatie: van veehouder tot kaasmaker. Het bevestigt dat oprechte aandacht voor koe, veehouder en kaas nog altijd het verschil maakt. Extra bijzonder is dat deze internationale bekroning komt in het jaar waarin CONO Kaasmakers 125 jaar bestaat.”

Winnaars Grote Grillworsttest

Op maandag 23 maart zijn tijdens het KNS Inspiratiecongres de winnaars van de Grote Grillworsttest 2026 bekendgemaakt. Ook dit jaar waren er twee categorieën: grillworst naturel en kipgrillworst naturel. Uit een sterk veld van inzendingen werden de producten van Scharrelslagerij Kieboom uit Rotterdam (grillworst naturel, foto) en Slagerij Maros uit Goes (kipgrillworst) bekroond tot de beste van Nederland.

“Het is prachtig om te zien hoe slaggers en poeliers zich elk jaar opnieuw inzetten om hun product te perfectioneren,” aldus juryvoorzitter Jan Nederhoed. “De diversiteit aan smaken en ambachtelijke technieken laat zien hoe levendig en innovatief het vak is. De finalisten hebben het ons bijzonder moeilijk gemaakt.”



Workshop ‘Ken je Zwitserse kazen’

Wil je jouw kennis over Zwitserse kazen verdiepen én jouw klanten nog beter adviseren? Meld je dan aan voor de inspirerende (en smakelijke) online workshop ‘Ken je Zwitserse kazen’.

De cursus behandelt de rijke geschiedenis en tradities achter deze kazen, het belang van oorsprongsbenamingen die authenticiteit garanderen; en het volledige traject van melk tot kaas. Proeven is een essentieel onderdeel van de workshop. Je ontvangt vooraf een pakket met diverse Zwitserse kazen, zodat je tijdens de online workshop actief kunt meedoen. Dit jaar zijn er drie gratis online workshop.

Deze staan gepland op:

23 juni, 19.30 uur tot 22.00 uur

19 oktober, 19.30 uur tot 22.00 uur

9 november, 19.30 uur tot 22.00 uur

Meld je vóór 1 juni aan voor de workshop van 23 juni door een e-mail te sturen aan info@foodspecialiteiten.nl.

Vermeld in de e-mail:

het aantal deelnemers, de datum van de workshop, het adres waar u de workshop volgt, uw telefoonnummer en uw e-mailadres.



Winnaars Spareribs Trophy

Tijdens de Week van de Slager zijn op donderdagavond 16 april de winnaars van de Spareribs Trophy 2026 bekendgemaakt. De spareribs van Uw Slager Wip uit Hallum kwamen als beste uit de wedstrijd. De tweede plaats ging naar Keurslager Tebak uit Nuenen, gevolgd door Keurslager Muilwijk uit Ameide. De bekendmaking van de winnaars vond plaats tijdens De Week van de Slager, een week waarin het ambacht en vakmanschap van slagers centraal staan. De Spareribs Trophy is een jaarlijks terugkerende vakwedstrijd van branchevereniging Koninklijke Nederlandse Slagers. De wedstrijd zet het ambachtelijke vakmanschap van slagers in de schijnwerpers en daagt deelnemers uit om het hoogste niveau van kwaliteit en smaak te bereiken.

Voorjaars schoonmaak

Dat is een mooi woord voor galgje. Voorjaars schoonmaak. Het is een goed ondernemer waardig, het voornemen om ieder jaar een moment te kiezen om oude papieren uit de kast te halen en te stoffen. Oud papier, al de contracten die je sloot en die nog gelden, die de basis zijn van je onderneming, die in ieder geval regelen wat geldt als onderling overleg niet meer bepalend is. Soms zijn dat vergeelde, verscheurde stapels papier met algemene voorwaarden en bepalingen onder doorgeroeste nietjes. Vaker zijn het tegenwoordig ergens opgeslagen e-mails met pdf-jes of links.

Kijkt u naar de einddatum, de opzegbepalingen, de termijnen en de wijzigingen. Zijn de afspraken en randvoorwaarden nog goed in beeld? Passen de ideeën die zich de laatste tijd hebben gevormd wel op die oude, vergeelde basis? Sluiten de ontwikkelingen nog wel aan bij de verwachtingen die u er ooit, al was het vluchtig, als ondernemer bij hebt gehad? En, klopt het eigenlijk wel wat die contractspartij tegenwoordig allemaal doet en van u vraagt?

Dames, heren, ondernemers, het komt nog te vaak voor dat u te laat bent met opzeggen of dat u wordt geconfronteerd met verlengingen of wijzigingen waarmee u, vaak onbedoeld, instemde. Soms kunt u zelfs de papieren versie van een contract niet meer terugvinden. Dat komt doorgaans slecht uit op het moment dat het belangrijk is geworden. Ondernemen is bovendien vooruitzien en plannen. Verrassingen van buiten horen erbij. Verrassingen van binnen liever niet. Het is om deze reden dat het een goed ondernemer past om periodiek een schoonmaakmoment te plannen. Het voorjaar is er een prima moment voor.

Een vaste schoonmaak zorgt ook voor een opgeruimde geest en die opgeruimde geest sluit ook zorgvuldiger nieuwe overeenkomsten met nieuwe algemene voorwaarden en bepalingen en dat is nodig. U wordt als ondernemer niet uitgebreid door de wet beschermd. De wet gaat ervan uit dat u zichzelf beschermt. Er zijn ook nu nog genoeg ondernemingen wier bestaan mede is gebaseerd op het feit dat u dat onvoldoende zult doen. Voorkom vuiligheid. Leg zo nodig een conceptcontract bij iemand die het voor u doorneemt vóórdat u tekent, omdat het verkooppraatje zo lekker had geklonken. Anders wordt voorjaars schoonmaak een mooi woord voor galgje.

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



- ◆ 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@velder.com



cheese
AND dairy products Show
PARIS

FROM 07TH TO 09TH JUNE 2026
Paris Expo - Porte de Versailles
Pavilion 7.1

“ HIER HEEFT ELKE KAAS ZIJN VERHAAL! ”

300 producenten | 450 merken | 15 landen
Ontdekken - Netwerken - Wedstrijden - Evenementen
Centrale plek voor kennis en zakelijke kansen

Een nog beter B2B event: de kazen zijn dit jaar in goed gezelschap, want de beurs wordt tegelijkertijd gehouden met de beurs Gourmet Selection op zondag 7 en maandag 8 juni. Een badge, toegang tot beide beurzen om nieuwe producten te ontdekken, enthousiaste producenten te ontmoeten en uw assortiment delicatessen uit te breiden.

GOURMET Selection

BESTEL UW GRATIS TICKET MET DE CODE: PSNDLPARPRI    salon-fromage.com

COMEXPOSIUM 17 Quai du Président Paul Doumer | 92672 Courbevoie Cedex | France | Salon-fromage@comexposium.com

WIL JIJ DE **SMAAK** VAN **PUURHEID** ONTDEKKEN?

Benieuwd naar wat 'sLandsBeste zo bijzonder maakt? Vraag een **gratis** proefpakket aan en proef het zelf!



JAJA IK WIL GRAAG EEN PROEFPAKKET



www.slandsbeste.nl • T. 0321 - 33 10 52

Werken wordt duurder en ondernemen lastiger

Het Nederlands beleid maakt de ruimte om te ondernemen kleiner. Dat zeggen zelfstandig winkeliers, leden van het Vakcentrum, die op 21 april samenkwamen tijdens de Dag van het Vakcentrum.

Zelfstandig winkeliers lopen vast op regels rond ziekte en verzuim. De verplichtingen zijn groot, de risico's liggen bij de werkgever en de kosten blijven stijgen.

Nederland heeft in Europees perspectief zeer uitgebreide verplichtingen rond loondoorbetaling bij ziekte. In de praktijk zorgt dit voor een scheve verdeling van risico's.

Kosten blijven doorlopen

De verhoging van het minimumjeugdloon per 1-1-2027 zorgt voor hogere loonkosten. Deze kosten werken door in de hele keten en raken uiteindelijk ook de consument. Voor veel winkels betekent dit dat marges nog verder onder druk komen te staan of verdwijnen.

Grenseffecten

Het verschil in kosten tussen Nederland en omliggende landen wordt steeds groter. Door het stapelen van accijnzen en andere kosten maakt de overheid boodschappen en brandstof in Nederland duurder dan in buurlanden. Daarmee jaagt de overheid de consument meer dan ooit de grens over, met als direct gevolg omzetverlies en sluiting van winkels. Dit effect is al zichtbaar in de grensregio en breidt zich uit richting de rest van het land. Voor veel zelfstandig winkeliers staat het water al tot aan de lippen. Als deze ontwikkeling doorzet, betekent dit sluiting van winkels en verlies van werkgelegenheid en voorzieningen in dorpen en wijken.

Oproep Vakcentrum

“Wij zien dat beleid en praktijk steeds verder uit elkaar lopen,” zegt directeur Patricia Hoogstraaten van het Vakcentrum. “Zelfstandig winkeliers willen werken, investeren en bijdragen aan hun buurt. Maar de stapeling van regels en kosten maakt dat steeds lastiger. Daar moet echt iets in veranderen.” Het Vakcentrum roept de overheid op om beleid beter te laten aansluiten op de praktijk. Beperk de risico's rond ziekte en verzuim, wees terughoudend met kostenverhogingen en houd rekening met de positie van Nederlandse winkels ten opzichte van het buitenland. Heb ook oog voor het grote verlies voor de lokale gemeenschap als winkels hun deuren

moeten sluiten. Alleen zo blijft er ruimte om te ondernemen én om bij te dragen aan leefbare dorpen, wijken en steden in Nederland.

Uw winkel is onmisbaar voor de buurt

In een foodspeciaalzaak draait het om meer dan het product. Natuurlijk komt de klant voor kwaliteit. Maar hij blijft voor het verhaal, het advies en het contact.

Dat ziet u elke dag.

En het stopt niet bij de toonbank. Want u:

- kent uw klanten
- weet wat er speelt in de buurt
- werkt samen met andere ondernemers in de straat
- steunt verenigingen en scholen
- helpt mee om de buurt schoon en aantrekkelijk te houden
- zorgt dat de winkelstraat er verzorgd en uitnodigend uitziet

Daarmee draagt u bij aan de leefbaarheid van uw buurt en dat is MEERwaarde.

Deze inzet vraagt tijd, geld en mensen. Voor u is dat normaal. Maar in beleid en plannen wordt dit nog te weinig meegenomen in keuzes en beleid. Daar ligt de focus vaak op regels, kosten en ruimte. Terwijl juist deze bijdrage het verschil maakt in een buurt. Zeker nu winkels onder druk staan, is dat een gemiste kans.

Daarom is het MEERwaardeboek gemaakt. Met concrete voorbeelden van onze leden, ondernemers zoals u. Het laat zien wat u bijdraagt aan uw omgeving. En ook wat daarvoor nodig is aan tijd, middelen en inzet van mensen.

Gebruik dit boek in gesprekken met uw gemeente en andere lokale partijen. Laat zien wat uw winkel betekent voor de buurt. En maak duidelijk wat u nodig heeft om dit te kunnen blijven doen.

Wilt u hiermee aan de slag?

Ga naar vakcentrum.nl/meerwaarde en gebruik de tips en tools om uw verhaal te delen.





VICTORINOX

GEMAAKT VOOR CULINAIRE UITMUNTENDHEID EN BETROUWBAARHEID.

Nieuwe uitbreiding van de Victorinox keukengereedschappen. Deze collectie biedt functionele, professionele gereedschappen voor elke culinaire taak. Van veelzijdige raspers, kaasschaaf en zesters tot betrouwbare pizzasnijder, stevige spatels en diverse precisiegereedschappen: deze essentiële items tillen elke keuken naar een hoger niveau met uitmuntendheid en betrouwbaarheid.

Nu verkrijgbaar bij Delmo Groothandel, uw non food leverancier voor alles wat u als versprofessional nodig heeft.

Een kaasschaaf met uw eigen bedrijfslogo?

Verkrijgbaar vanaf 300 stuks. Vraag naar de mogelijkheden via uw vertegenwoordiger of onze binnendienst.



delmo.nl | 088-8543700 | info@delmo.nl

Delmo
werkt beter!



Vakbeurs heeft in Gorinchem veel te bieden

Met de overstap van Houten naar Gorinchem heeft de Vakbeurs Foodspecialiteiten de beschikking over een veel ruimere beursvloer. Dat levert ook plaats voor veel meer activiteiten bij de beurs.

Opnieuw is de slagersbranche onderdeel van de Vakbeurs Foodspecialiteiten. Anders dan vorig jaar is dat de slagers een eigen domein op de beursvloer krijgen en een hybride gedeelte, voor exposanten die beide markten bedienen, als overgang naar het traditionele deel van de Vakbeurs Foodspecialiteiten.

Slavakto-vakwedstrijden

Ook dit jaar zijn er de Slavakto Vakwedstrijden. Evenals vorig jaar zijn deze vakwedstrijden ook toegankelijk voor versspecialisten uit andere ambachtelijke versbranches. Informatie: www.slagerswedstrijden.nl.

Kaaskeuring Hoornaar

De Bond van Boerderijzuivelbereiders (BBZ) heeft besloten de traditionele regionale boerenkaaskeuring van Hoornaar dit jaar live te laten plaatsvinden tijdens de Vakbeurs Foodspecialiteiten. Hoornaar ligt vlakbij Gorinchem. BBZ en Stichting Foodspecialiteiten Nederland willen zo een brug slaan tussen kaasmakers en winkeliers en de kennis en het wederzijds begrip vergroten.

Noviteitenpresentatie

Vanzelfsprekend is er ook in Gorinchem de verkiezing van de Beste Noviteit. Alle ingezonden noviteiten worden bij elkaar gepresenteerd op de vakbeurs. Het zoeken naar nieuwe onderscheidende producten is voor veel bezoekers een van de belangrijkste redenen om naar de beurs te komen.

Nationale kaaskeuringen NNKC

Ook het Nederlands Nationaal Kaaskeurconours (NNKC) verhuist mee naar Gorinchem. De combinatie biedt synergie voor zowel de beurs als voor de keuringen. De bekendmaking van de winnaars van het NNKC staat dit jaar gepland op op 24 september, ook nu dus anderhalve week na de vakbeurs.

Nieuw dit jaar is de gratis workshop kaaskeuren die het NNKC organiseert op 22 juni in Woerden. Deelnemers aan

het NNKC kunnen zich hier met collega's degelijk voorbereiden op de kaaskeuringen van september. Aanmelden via www.nnkc.nl.

Eigen maaltijden

De beursvloer biedt ook ruimte aan Rational, dat een demonstratieplein met keukenapparatuur en combi-steamer-ovens inricht voor winkeliers die overwegen hun activiteiten uit te breiden met het zelf bereiden van maaltijden.

Mooiste Kerstpakket 2026

De wedstrijd 'Mooiste Kerstpakket' kan niet ontbreken. Een wedstrijd voor de beste eindejaarsgeschenken op basis van delicatessen, streekproducten en creativiteit. Op de beursvloer wordt een opvallende stand ingericht waar de deelnemende kerstpakketten anoniem worden tentoongesteld. Beursbezoekers mogen hun stem uitbrengen op het pakket van hun keuze. De winnaar ontvangt naast de titel 'Mooiste Kerstpakket 2026' ook een trofee, officiële oorkonde, persbericht en een professionele promotievideo.

Overnachten

De Evenementenhal Gorinchem biedt veel extra faciliteiten, waaronder de extra zalen voor de verschillende beurs gerelateerde activiteiten. Daarnaast is de ruime parkeergelegenheid zeer welkom. Voor standhouders is de nabijheid van het ruime Van der Valk-hotel Gorinchem A15 een prettige bijkomstigheid. Het hotel ligt op loopafstand bij de Evenementenhal. Belangstellenden wordt geadviseerd tijdig hun reserveringen te doen. Daarnaast biedt de stad verschillende andere hotels, waaronder Van der Valk Gorinchem A27. Er is een kortingscode.

Gratis entree, wél aanmelden

De toegang tot de Vakbeurs Foodspecialiteiten is gratis voor foodprofessionals. Bestel uw tickets op www.vakbeursfoodspecialiteiten.nl en wees verzekerd van een onvergetelijke ervaring vol culinaire hoogstandjes.

Vakbeurs Foodspecialiteiten

*Evenementenhal Gorinchem
Franklinweg 2, 4207 HZ Gorinchem.
Maandag 14 en dinsdag 15 september
van 12.00 tot 22.00 uur.*



Open dag bij Voets en DKF

Voets Specialiteiten en De Kaasfabriek zetten beide dit voorjaar hun deuren open om ondernemers het nieuwe assortiment te tonen. Door de geringe afstand konden beide beurzen goed op één dag worden bezocht.

Voets had dit jaar gekozen voor Boerengood in Enspijk voor het Voets Fine Food Festival. De centrale ligging bij knooppunt Deil en de ruime locatie waren erg prettig. Vorig jaar koos Voets nog voor een samplebox-actie, om winkeliers thuis met meerdere mensen te laten proeven. Dit jaar bleek dat een festival als dit toch een goede connectie tussen leveranciers en winkeliers oplevert. "Mensen willen met mensen schakelen, en wij zijn daarvoor een platform", zegt Bram Voets over deze opzet. Zo'n vijftig leveranciers toonden hun assortiment. Met Jongeneel Verpakkingen en Bowls & Dishes waren twee sfeerpleinen ingericht, waar veel winkeliers inspiratie voor eigen presentaties opdeden. Zelfs voor kerstpakketten werden al veel ideeën getoond: opvallend is dat kleur steeds vaker als thema wordt ingezet.

Van Aalshof is er nu een vegan pasta, op basis van kikkererwt, gele erwt en citroen, met de bite van een eierpasta.

Quillo chips heeft nu ook broodsticks met truffel, ham en honing onder de merknaam Lucia. Van Wouter's Honing zijn er specials uit eigen streken als Achterhoek, Biesbosch en Limburg. Van Madmax zijn er olijfoliën met een peper erin: pittig maar met een fijne smaak.

Van Enspijk is het niet zo heel ver naar Woerden, dus konden Voets en De Kaasfabriek op dezelfde dag worden bezocht. Erik van Dam had dit jaar gekozen voor alleen het eigen assortiment: onderscheidende en aanvullende kazen voor het aanbod van elke winkel. Enkele fraaie kazen springen er deze middag uit: een Boerenjongens gatenkaas, kruidenkaas van Venehoeve en het brede aanbod in kazen op basis van bier of whisky, waaronder een Stout in de eigen lijn Oude Gracht. Ook heel mooi: Homenaje, een witflora schapenkaasje, en de lijn oudere Friese schapenkazen van Rispens in Morra. ●



Parijs in het voorjaar...

Elke twee jaar komt de zuivelindustrie in Parijs bijeen voor de Salon du Fromage. Zo'n driehonderd exposanten tonen kazen uit de hele wereld. Dit jaar is een bezoek aantrekkelijker dan ooit tevoren; niet alleen is Parijs prachtig in de lente, maar de Salon valt nu samen met Gourmet Selection.



Het samenvallen met Gourmet Selection was niet de hoofdreden om de beursdata van de Salon du Fromage te verschuiven van februari naar juni, dat had allereerst te maken met een verbouwing van de beurslocatie. Maar door de gelijktijdige organisatie krijgen bezoekers de kans om twee nauw verbonden werelden in één bezoek te ontdekken: kaas en zuivelproducten enerzijds en delicatessen en premium gastronomische producten anderzijds. Met een toegangsbadge voor de Salon du Fromage krijgen bezoekers ook toegang tot Gourmet Selection, de vakbeurs voor delicatessen en foodspecialiteiten, en daarmee een bredere en efficiënte beursbeleving.

Bij de vorige editie in 2024 heeft de beursorganisatie er al voor gekozen om de Salon terug te brengen tot drie dagen, van zondag t/m dinsdag. De woensdag was voor veel exposanten vaak een dag om rond het middaguur al met opruimen te beginnen. Belangrijk voor bezoekers is wel dat de Gourmet Selection enkel op de zondag en maandag open is, 7 en 8 juni 2026. Wie beide beurzen wil bezoeken doet dat dus op zondag of maandag.

Nieuwe mogelijkheden

De verschuiving naar juni 2026 wordt gesteund door de vele exposanten die hun aanwezigheid al hebben bevestigd. Beursdirecteur Fernando Medina Zenoff stelt: "Deze seizoenswisseling is echt een nieuwe fase voor de Salon du Fromage et des Produits Laitiers. Door het samenvallen met de Gourmet Selection ontstaan nieuwe mogelijkheden voor samenwerking. Er ontstaat een brug tussen kaas en delicatessen. De bezoekers van Gourmet Selection zorgen voor een stroom van gekwalificeerde inkopers, en kaaswinkels, van wie sommigen al delicatessen verkopen, vinden hier nieuwe kansen om hun aanbod uit te breiden."

Programma

Bijna 8500 professionals en 300 exposanten uit zo'n vijftien landen komen samen in een gezellige sfeer die uitnodigt tot zakendoen en ontdekken. Onder hen: Fromagerie Lincet, Neal's Yard Dairy, Maison Bordier, Jeune Montagne, Brazzale, Spanish Cheese, Onetik, Roquefort Carles, Chimay Fromages, en Isigny Sainte-Mère.

Belangrijke evenementen:

- Concours Coups de Cœur: bekendmaking van de beste producten
- Lyre d'Or: de prestigieuze wedstrijd waarbij de mooiste kaasplank wordt gekozen
- Grilled Cheese Challenge: een culinaire wedstrijd waaraan internationale deelnemers meedoen
- Agora des Experts: lezingen, rondetafelgesprekken en proeverijen.

Het succes van deze editie 2026 moet uitmaken of het samengaan met Gourmet Selection ook voor de latere Salons een blijvende toevoeging is. ●

Salon du Fromage et des Produits Laitiers

Paris Expo Porte de Versailles

7 t/m 9 juni 2026

Gratis toegang tot Salon du Fromage en Gourmet Selection

Lezers van Lekkernijver kunnen de Salon du Fromage en dus ook de Gourmet Selection gratis bezoeken door zich vooraf aan te melden met de promocode: PSNDLPPARPRI op de website van de Salon: www.salon-fromage.com



Ambassadeurs van Parmaham

Zo'n veertig foodspecialisten in Nederland zijn officieel aangewezen als Prosciutto di Parma Specialist. Waarom kiezen zij voor dit ambassadeurschap? Barbara Schlosser, vertegenwoordiger van het Italiaanse consortium in Nederland zet de voordelen op een rij.

Het Consorzio del Prosciutto di Parma is opgericht in 1963 en heeft tegenwoordig als belangrijkste taak de bescherming van de merknaam, de promotie van de bekendheid en de verkoop, en het bewaken van de kwaliteit en echtheid van de Parmaham. Het Consortium wordt in Nederland vertegenwoordigd door Barbara Schlosser. Zij heeft dit voorjaar de taken overgenomen van Jacques van der Bend, die jarenlang het aanspreekpunt was in Nederland. Schlosser heeft als slagersdochter winkelervaring opgedaan en na een opleiding in Hospitality management volgde een carrière in de marketing voor verschillende grote namen in de hotelwereld. De laatste jaren is ze actief

in de uitgeverijwereld met promotieactiviteiten en consumentenmagazines voor de foodsector vanuit haar bedrijf FoodMediair.

Hoe gaat het met de Parmaham in Nederland?

Barbara Schlosser: "Het gaat heel goed. De markt in Nederland groeit flink. In 2024 zijn er 76.000 hammen naar Nederland geëxporteerd. De verkoop steeg in dat jaar met 20 procent. Daarnaast bereikten vorig jaar in totaal 82.500 Parmahammen onze markt (+8,3%). Na Frankrijk, Duitsland en België is Nederland het vierde exportland binnen de EU. En met die groei blijft ook de ruimte groeien

voor foodspecialzaken die Parmaham in hun assortiment willen opnemen. Daarnaast wordt Parmaham steeds vaker opgenomen als ingrediënt in gerechten, waarmee ook de multi-inzetbaarheid toeneemt. Bijvoorbeeld met krokante stukjes in een luxe eiersalade of bij een burrata.”

Wat maakt Parmaham zo bijzonder?

“Het is een authentiek product met een DOP-garantie en voor 100 procent Italiaans. De varkens zijn geboren en getogen in Italië, en de productie vindt alleen plaats in een afgebakend gebied in de provincie Parma, waar de ideale klimatologische omstandigheden heersen voor een natuurlijke rijping. Het is een natuurproduct met twee ingrediënten: varkensvlees en zout, met daarbij als enige toevoeging tijd om te rijpen.”

Waarom kan Barbara de Nederlandse food-specialist ondersteunen bij de verkoop?

“Mijn taak is om namens het Consortium het leveren van de benodigde productinformatie, achtergrondverhalen en het verzorgen van ondersteunende pr-activiteiten. Daarnaast coördineren we het promotiemateriaal en begeleiden we afspraken voor demonstraties. Dat laatste is een samenspel tussen winkeliers, grossiers en het Consortium. Er zijn in Nederland diverse grossiers bij wie de winkelier terecht kan voor zijn inkoop van de Parmaham.”

Het Consortium heeft een programma opgezet waarmee winkeliers ambassadeur kunnen



Barbara Schlosser.



worden van Parmaham. Wat houdt dat in?

“Als Parmaham Specialist krijg je een officieel ‘stempel’ dat de consument bij jouw winkel terecht kan voor de enige echte Parmaham. Bij het selecteren van de Parmaham Specialisten beoordelen we hoe jij werkt en of je een passie hebt voor het product.”
 “Er zijn momenteel zo’n 350 ambassadeurs wereldwijd, waarvan 11 procent in Nederland is gevestigd. Daar zitten slagers bij, maar ook foodspecialiteitenwinkels als Het Oude Zuivelhuis in Haarlem, Arno de Laak in Nijmegen en Simon de Vogel en Kaashuis Jan de Bruin in Den Haag. En recent zijn Salumeria Woarst Delicatessen in Ede en Arnhem toegetreden, en Kaatje Jans in Helmond.”

Wat is ervoor nodig om ambassadeur te worden?

“Passie voor Parmaham en een uitgebreide kennis over de traditie van de Parmaham is erg belangrijk. Maar het moet ook kloppen in het plaatje: je moet als verkoper van charcuterie in het algemeen een goede uitstraling hebben. De eis is natuurlijk dat je het verhaal over de Parmaham vertelt tegen je klanten, er zijn verder geen kosten aan verbonden.”

Wat zijn de voordelen voor de winkelier?

“Je hebt de ‘bragging-rights’ zoals dat heet: je mag het met trots vermelden op je website en dergelijke. Een van de ambassadeurs heeft het logo geborduurd op zijn bedrijfskleding. Verder krijg je promotiemateriaal, het juiste verpakkingsmateriaal, we nemen je mee bij persberichten, je bedrijf wordt genoemd op de internationale website van het Consortium, je ontvangt diverse ondersteunende middelen om je specialisme zichtbaar te maken en een fraaie display voor op je toonbank: Prosciutto di Parma Specialist.” ●

www.prosciuttodiparma.com

Pleidooi voor de Boeren-Leidse

Hij valt op tussen de andere boerenkazen op de plank. Vooral door zijn rode korst, met sleutel-reliëf, maar ook door zijn samenstelling. De Boeren Sleutelleidse stamt uit Hollands rijke kaastraditie, maar mag wel wat meer aandacht krijgen van de echte kaasverkopers, vindt kaasspecialist Betty Koster.



Betty Koster met de kaas met Slow Food Presidium benaming Boeren Leyden Traditioneel.

Boeren Sleutelleidse wordt gemaakt van magere, onpasteuriseerde koemelk, in de leeftijd van 5 maanden tot 3 jaar. Na een rijping van minimaal een jaar is de kaas op zijn lekkerst. Het vetgehalte is 30+. Aldus Betty Koster in haar standaardwerk 500 favoriete kazen.

De smaak is bijzonder, het is een van Nederlands oudste kazen en heeft een Beschermd Oorsprongsbenaming (BOB), het Europese merk voor producten waarvan de productie, verwerking en bereiding plaatsvinden binnen een bepaald geografisch gebied volgens een erkende en gecontroleerde werkwijze. De Stichting Slow Food en de Vereniging van Boeren-Leidse Kaasmakers zijn gezamenlijk in actie gekomen om de karakteristieke eigenschappen van de kaas te beschermen en behouden.

De korst heeft een reliëf met het wapen van Leiden, de twee gekruiste sleutels, wanneer de kaas afkomstig is van leden van de Vereniging. Die sleutels komen terug in de naam. “Boeren-Leidse met sleutels” heeft in 1997 de BOB verkregen, schrijft de Vereniging op haar website. Er zijn ook andere aanduidingen in gebruik.

De kaas kenmerkt zich naast het lagere vetgehalte ook door het gebruik van komijnzaad in de wrongel, door hoekige zijanten (geen ronde zoals bij Goudse), en door het gebruik van karnemelk in plaats van zuursel. Het komijnzaad wordt door de wrongel geschept, maar een deel van de wrongel wordt apart gehouden voor de boven- en onderkant van de kaas, om te voorkomen dat de scherpe zaadjes de korst beschadigen.

“Oorspronkelijk was de Boeren Leidse een bijproduct van boterbereiding”, schrijft de Vereniging. “De kazen van de magere melk (waar de room

vanaf was geschept voor boterbereiding) gingen vaak mee als proviand op de VOC-schepen, omdat magere kaas minder last had van de warmte in de tropen. Inmiddels is de boter een bijproduct van de kaas geworden.”

Het is een van de weinige boerenkazen waarvan de melk nog wordt afgeroomd voor de bereiding. Vroeger was dat voor het maken van kostbare boter. Nu is het alleen vanwege de traditie...

Betty Koster: “Het is die traditie waarom ik me druk maak over het behoud van de Boeren Sleutelleidse. Maar die traditie van boter maken en vervolgens nog iets te doen met die magere melk, dat is historie. De Nederlanders wilden die magere kazen niet, want dat was zout, droog en hard. Die kazen gingen mee naar de Oost, als proviand en als ruilhandel. De boeren hadden slim bedacht dat geweldige komijn meer vocht en soepelheid aan de kaas zou geven, en ook een wat zoetere smaak. Zo is ook de Friese nagelkaas ontstaan. Zo’n kaas van 300 jaar oud behoort tot ons cultureel erfgoed. Na al die jaren zijn er nog steeds boeren die die kaas maken, zoals Theo Warmerdam van de Sophiahoeve in Warmond. Zijn familie maakt al meer dan 200 jaar kaas en boter. Op oud land, van de melk van Blaarkop-koeien, een oudhollands ras, en van de melk maak je boter, karnemelk en kaas. Hoe mooi is dat?”

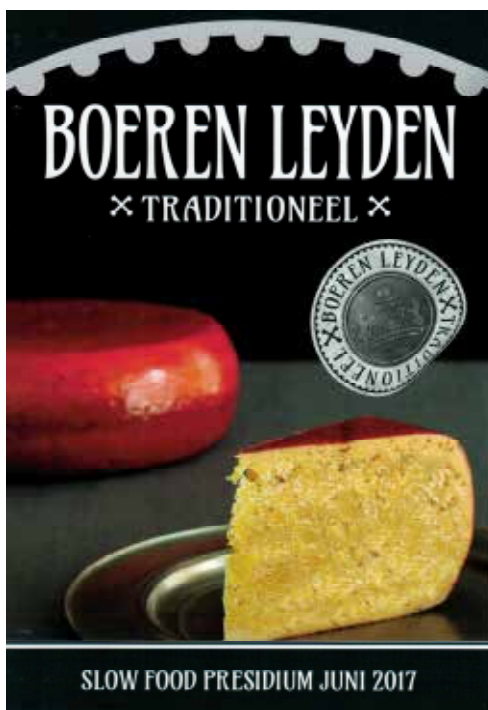
“Ik vind het persoonlijk heel lekker. Het is een frisse kaas, waar andere kazen wat zoeter kunnen zijn. Dat maakt hem interessant, maar ook moeilijk want iedereen wil zoet. Een boterham met rauwmelkse roomboter en dungseden Boeren Sleutelleidse, dat is fantastisch. Of in een restaurant: pair die kaas met de besseneever van Fenny van Wees, dat is een waanzinnige combinatie. Maar het is geen makkelijke kaas.”

Een moeilijke kaas, maakt dat het begrijpelijk dat het minder goed gaat?

“Nee, ik vind dat we er te makkelijk overheen stappen. En een aantal chefs zijn het met mij eens. Zo heeft Joris Bijdendijk een heel dessert gecreëerd rondom de Boeren Sleutelleidse, met een wafeltje van de kaas, ijs van de karnemelk en ook de roomboter erin verwerkt. Zoiets verdient een plek in het museum. Slow Food heeft het omarmd met een eigen Presidium: Boeren Leyden Traditioneel.”

Welke rol zie je voor de foodspecialzaak?

“Er zijn er niet veel die het verkopen. De verkooppunten liggen vooral in het westen, en vooral bij winkels die ook oudere klanten hebben. Die kopen het nog. Maar er worden door de branche geen schouders onder gezet om het nieuw leven in te blazen, en dat zou wel moeten. Er zijn nog zeven boeren die Boeren



De folder bij de toekenning van een eigen Presidium door Slow Food in 2017.

‘Als wij dit niet onder de aandacht brengen zakt het weg’

Sleutelleidse maken, waaronder Theo Warmerdam, Boris en Ellen Heemskerk en Trees van Leeuwen. En niet iedereen heeft opvolging.”

“De handel moet ermee beginnen. Als wij dit niet onder de aandacht brengen zakt het weg. Als een consument om Leidse kaas vraagt pakt niemand nog standaard een oude kaas, maar jonge of belegen komijnkaas. Je kunt dat sturen door te vragen: mag ik u eens de échte Boeren Leidse laten proeven? Want ze vragen om Leidse maar ze bedoelen vaak komijnkaas. En als je het laat proeven, en ze horen dat ze minder vet eten, en ze proeven deze diepgang, zullen er toch mensen zijn die dit heel lekker vinden. Als je het een beetje stuurt kan elke goede kaaswinkel het heel goed verkopen.”

Zou elke goede kaaswinkel het op de plank moeten hebben?

“Ik vind van wel. Net als met overjarige kaas. Het zijn oer-Nederlandse producten. Het is een kaas die je winkel echte fans kan opleveren.”

En die naam: is het Boeren Sleutelleidse? De Vereniging spreekt op haar website van Boeren-Leidse met sleutels, en die naam hoor je vaak...

“Ja maar dat slaat toch nergens op? Krijg je er een bos sleutels bij? Zitten er sleutels in? Boeren Sleutelleidse, zo heet het in de volksmond.” ●

Twintig jaar Italië in Nederland

Al twintig jaar brengt Naturalia de mooiste producten uit Italië naar Nederlandse foodspecialiteitenwinkels en horeca. Het is een bijzonder jubileum, gezien de geschiedenis van de onderneming. Eigenaar Francesca Paladini vertelt over het ontstaan en de eigen positie van het bedrijf.



Het bijna volledige team van Naturalia, met Francesca Paladini links van het midden in gebloemde rok.

Naturalia is in 2006 opgericht door Fabio Paladini, Francesca Paladini en Wilger van Wezep. Fabio heeft zijn roots in Italië, het land met zijn internationaal vermaarde en geliefde keuken. Als zakelijke partners delen Fabio en Wilger hun liefde voor lekker eten en zo ontstaat het idee om zelf ambachtelijke salami's te importeren bij de beste worstmakers in Italië en om die te gaan verkopen aan speciaalzaken, restaurants en slaggers door heel Nederland.

Francesca, de zus van Fabio, werkt vanuit Bologna in Italië aan de contacten met leveranciers en de transporten naar Nederland. "Bologna is een prachtige stad. Het is de hoofdstad van Emilia-

Romagna, de 'food valley' van Italië," vertelt Francesca. "Alle regio's in Italië zijn sterk in lekker eten, met elk hun mooie specialiteiten. Maar hier komt alles samen."

"We zijn in 2006 werkelijk met niets begonnen, het was vooral hard werken en veel investeren. Na tien jaar hadden we een goed bedrijf opgebouwd. In 2017 wilde mijn broer de zaak gaan herstructureren en vroeg mij naar Nederland te komen. Hij had grote plannen, maar werd snel daarna ernstig ziek. Hij heeft nog wel doorgewerkt maar is uiteindelijk in 2022 overleden."

"Het was een hectische tijd. Het bedrijf was intussen sterk uitgebreid. Dat jaar hadden we zelfs een extra marktkraam op de vakbeurs Foodspecialiteiten in Houten voor onze zoetwaren, omdat we al onze leveranciers niet konden presenteren op de grote stand. Bovendien kwam onze partner Wilger van Wezep in 2021 al thuis te zitten met een burn-out. Uiteindelijk heeft Wilger zelfs afscheid moeten nemen van het bedrijf. Ook dat was een groot verlies, want Wilger was erg goed in zijn werk. Om het familiebedrijf te redden vond ik het het beste om de aandelen van (de weduwe van) Fabio en een deel van Wilgers aandelen over te nemen, terwijl Wilger een stille minderheidsaandeelhouder blijft."

Hoe gaat het nu met Naturalia?

"Het gaat nu erg goed. We bestaan twintig jaar en komende vakbeurs willen we daar zeker aandacht aan besteden. De veranderingen in het management hebben ons voor veel uitdagingen geplaatst. Maar we groeien, en belangrijker: we groeien samen. Familie is belangrijk voor Italianen, en we proberen samen om van Naturalia een familie



Cuore di Mandorla.



Salame van Chiapella.

te maken. Tegelijk hebben we een nieuwe uitdaging: we richten ons op het IFS Food-certificaat voor voedselveiligheid en kwaliteit, dat we in juni dit jaar hopen te ontvangen. Dat vinden we erg belangrijk, ook als onderscheid naar onze concurrentie. Naturalia is ontstaan als leverancier voor de speciaalzaak, en daar hoort zo'n standaard bij. Naast de speciaalzaak hebben we inmiddels ook twee extra, gescheiden lijnen ontwikkeld, voor horeca en voor de industrie die onze producten gebruiken in eigen producten. Maar de supermarkt valt daar niet onder."

Op de vakbeurs zien we veel aanbieders van Mediterraan assortiment. Toch valt Naturalia altijd op met spektakel en sfeer op een grote, aantrekkelijke stand. Waarin willen jullie je onderscheiden?

"Wij zijn Italiaans. Eten is bij ons altijd spectaculair. En het gaat om de passie voor de producten. De beursstand is eigenlijk ons huis, en onze leveranciers op de stand horen bij onze familie. Zij vertellen de verhalen over hun eigen producten, maar het is tegelijk een familiereünie om iedereen bij elkaar te hebben op de beurs. Je ziet dat nu bij meer beursstands, maar wij waren wel de eersten, zo'n zestien jaar geleden."

Hoe is jullie assortiment verdeeld: welke landen, welke groepen specialiteiten?

"Kaas, vleeswaren, zoetwaren, olijven, oliën en balsamico's, groenten, sauzen en pasta's, toast en ook non-food. Veel komt uit Italië, maar we hebben ook Spaanse producten in ons assortiment, zoals fuets, manchego en ham. We hebben 900 sku's continu op voorraad."

Wanneer is een product geschikt om in jullie assortiment te worden opgenomen?

"Dat is in de loop der jaren veranderd. Twintig jaar geleden aten Hollanders bij wijze van spreken nog enkel aardappelen. Bijvoorbeeld: guanciale, de wang van het varken, is nu een bestseller, maar dat konden we twintig jaar geleden hier nog niet

verköpen. In die tijd vroegen we de leveranciers om het vet van ham weg te snijden van de ham, omdat Hollanders daar niet van houden. Terwijl daarin de meeste smaak zit. Gelukkig is dat allemaal veranderd. Elke twee weken bekijken we nu nieuw assortiment, waarin smaak, prijs, product, kwaliteit en verpakking de belangrijke factoren zijn."

Wat is het kenmerkende aan dit assortiment?

"We zoeken steeds het beste assortiment. Zoals de Blu '61, een blauwschimmelkaas van koemelk, gerijpt in rode Raboso Passito wijn en cranberry's. Of de vleeswaren van Chiapella, de pasta van Gragnano en de zoetwaren van Cuore di Mandorla."

Waar bent u het meest trots op?

"Naturalia is mijn tweede kindje. Ik ben trots op wat we samen met onze 23 medewerkers hebben bereikt. En ik ben trots op het geheel dat Naturalia nu is; alle afdelingen werken intensief samen, met hetzelfde doel voor ogen."

Wat kunnen foodspecialiteitenwinkels de komende maanden van Naturalia verwachten?

"Bezoek ons in september op de Vakbeurs Foodspecialiteiten. We hebben verschillende plannen, maar we kunnen er nog niets over zeggen." ●



Blu '61.



Nog één keer...

Stichting WensenAmbulance Noord-Holland helpt mensen die ernstig ziek zijn en niet lang meer te leven hebben, bij het vervullen van hun laatste wens.

Nog één keer naar zee, naar een voetbalwedstrijd of gewoon nog even naar huis. Ontroerende laatste wensen die voor terminaal zieken vaak alleen in vervulling kunnen gaan als er een ambulance is met goede medische begeleiding.

De stichting draait volledig op vrijwilligers, werkt koste- en belangeloos en is afhankelijk van donateurs.

Meer informatie? Ga naar www.wensenambulance.nl
Doneren? Scan de QR code en help mee!



www.wensenambulance.nl

UV-C behandeling: het einde van rauwmelks?

Een nieuwe technologie, UV-C behandeling, belooft de voedselveiligheid van rauwe melk te verhogen zonder verhitting. Bij het Vakcentrum Foodspecialiteiten en de Bond van Boerderij Zuivelbereiders (BBZ) komen nu vragen binnen van ondernemers: mag kaas, gemaakt van melk die deze behandeling heeft ondergaan, wel 'boerenkaas' heten? Het antwoord is juridisch en principieel duidelijk: 'nee' zegt de BBZ. Rick Brantenaar legt uit waarom dit een stap te ver is.

De laatste tijd bereiken ons vragen over een nieuwe techniek bij de bereiding van kaas: UV-C behandeling van kaasmelk. Deze methode, ook wel 'koude-pasteurisatie' of 'raslysatie' genoemd, gebruikt ultraviolet licht om bacteriën in de melk te doden, zonder de melk te verhitten zoals bij pasteurisatie of thermisatie. Voorstanders wijzen op het behoud van waardevolle eiwitten en enzymen die door hitte verloren gaan. De techniek roept echter een fundamentele vraag op die de kern van het ambacht raakt: is de behandelde melk dan nog wel 'rauwmelks'?

De juridische grens: 'Een behandeling met gelijkwaardig effect'

De Europese wetgeving is hierin leidend. Verordening (EG) nr. 853/2004 definieert rauwe melk als "melk die niet is verhit tot boven 40°C en geen behandeling met een gelijkwaardig effect heeft ondergaan". Juist die laatste toevoeging is cruciaal. Experts, zoals geraadpleegd door het Zwitserse Agroscope, zijn van mening dat een UV-C behandeling onmiskenbaar valt onder een "behandeling met een vergelijkbaar effect". Het doel en het resultaat zijn immers hetzelfde als bij verhitting: het reduceren of elimineren van de van nature aanwezige micro-organismen in de melk. Juridisch gezien is de melk na een UV-behandeling dus niet meer 'rauw'. Kaas die van deze melk gemaakt wordt, mag de beschermde titel 'Boerenkaas GTS' dan ook niet dragen.

Bescherming van pure ambacht en traditie

Boerenkaas is een beschermde Gegarandeerde Traditionele Specialiteit (GTS), juist omdat deze op traditionele wijze wordt bereid uit verse, rauwe, onbehandelde en onbewerkte melk. De unieke, rijke en complexe smaak van boerenkaas ontstaat

mede door de oorspronkelijke melkflora. Hoewel de makers van boerenkaas altijd streven naar optimale hygiëne om ongewenste bacteriën te minimaliseren, is het volledig uitschakelen van de natuurlijke micro-organismen een stap die het karakter van het product fundamenteel zou veranderen.

Innovatie

Het kaasproces is echter wel degelijk door de eeuwen heen geëvolueerd, van houten tobbes naar roestvrijstaal en van spontane verzuring naar het gebruik van zuursels. UV-C behandeling van melk is een volgende stap in deze ontwikkeling. Echter wordt er volgens geraadpleegde experts, waaronder van de WUR, onduidelijkheid gecreëerd door UV-C behandelde melk op dit moment als 'rauw' te classificeren. Want het doden van de micro-organismen, ook al is het zonder hitte, haalt een essentieel onderdeel van de 'rauwmelkse' identiteit weg.

De smaakontwikkeling komt dan volledig voor rekening van de toegevoegde zuursels, wat het product uiteindelijk dichter bij een gethermiseerd of gepasteuriseerd product brengt, maar het niet is. ●

Rick Brantenaar

Directeur Stichting Foodspecialiteiten Nederland

Visie van de BBZ

De BBZ ondersteunt innovatie bij kaas en zuivelbereiding op de boerderij. Daarnaast bewaakt de BBZ de authenticiteit van boerenkaas (GTS), die wordt bereid uit onbehandelde en onbewerkte (rauwe) melk met haar eigen unieke microflora.

Met UV C behandelde melk is niet onbewerkt. Want deze behandeling reduceert de microflora in rauwe melk en past daarom niet bij het rauwmelkse principe. Daarom is kaas bereid met UV-C behandelde melk ook geen boerenkaas.

Omdat UV C melkbehandeling momenteel echter niet als hittebehandeling is geclassificeerd, vallen producten formeel onder de classificatie 'rauw'. Met kans op onduidelijkheid en verwarring in de keten tot gevolg. Wij streven daarom in samenwerking met de verantwoordelijke instanties naar heldere definities en transparante etikettering zodat dit voor de gehele keten duidelijk is.

Jelmer de Jong

Bestuurslid Bond van Boerderij Zuivelbereiders

Het succes van Dokkumer Dip

Een onweerstaanbare roomkaas dip, ontstaan in het Friese Dokkum, vindt zijn weg naar speciaalzaken door heel Nederland. Een enthousiast team, een stevige beursintroductie en een goede distributie maken het mogelijk, maar het succes komt vooral van het product zelf.

De Gooische Boer is een ambulante kaas-handel uit Bunschoten en is met drie luxe verkoopwagens succesvol op een veertiental weekmarkten met de verkoop van kaas en verschillende kaassalades van hoge kwaliteit uit eigen keuken. Die salades zijn zeer populair en andere partijen leggen de vraag voor of ook zij de salades kunnen verkopen. Dat leidt in 2020 tot de oprichting van een apart productiebedrijf: Creare Salades.

Gerda de Graaf had een prachtige winkel in Dokkum. Een van de hardlopers in die winkel was de Dokkumer Dip, een eigen product van Gerda naar geheim recept, met fans tot ver buiten Dokkum. De dip kon ook rekenen op belangstelling van andere producenten, maar Gerda hield haar Dokkumer Dip in haar eigen winkel. Tot 2022, toen ze door reuma gedwongen werd haar winkelwerk te staken.



Onder de indruk

Daan Wiersma, mede-eigenaar van Creare Salades: “Wij maakten al veel salades en dipjes op basis van kaas, want De Gooische Boer is een kaaswinkel, en daaruit is Creare Salades ontstaan. We maken salades van topkwaliteit, onderscheidend ten opzichte van de supermarkt. Maar een luchtige dip op basis van roomkaas hadden we nog niet. Toen wij voor het eerst de Dokkumer Dip van Gerda proefden waren we zeer onder de indruk. Roomkaasdips bestaan wel in de supermarkt, maar van een heel goede kwaliteit zoals deze, dat zou goed bij ons assortiment passen, maar we mochten haar recept niet gebruiken. Tot in 2022 Gerda ons belde: ze was gedwongen te stoppen, en wilde graag dat Dokkumer Dip bleef bestaan.”

Beursstand

Na consumententesten op enkele weekmarkten blijkt dat klanten ervoor terugkomen. Dit kon een groot succes worden en dus nemen Daan en zijn collega's in goed overleg de Dokkumer Dip over. In 2023 staan de ondernemers van Creare Salades op de Vakbeurs Foodspecialiteiten om ondernemers te laten kennismaken. Die beurs wordt een groot succes, met unaniem positieve reacties. Een jaar later is de beursstand twee keer zo groot en kan geen winkelier meer om Dokkumer Dip heen. Groothandel MAAZ Cheese ziet er ook wat in en wil de dip gaan distribueren, zodat een landelijk bereik mogelijk wordt. Meer dan honderd winkels hebben de dip opgenomen in hun assortiment. Een tweede, pittige variant volgt, en een derde smaak, met zongedroogde tomaat en verse basilicum, wordt een zomersucces. Ook in activatie laten de ondernemers van zich horen. Een Koningsdag-actie 'Win een trip met Dokkumer Dip' komt in een leuke oranje verpakking, en op Instagram kunnen foodspecialisten een team-uitje winnen voor het leukste reclamefilmpje over deze actie. Maar uiteindelijk is het vooral het product dat zichzelf verkoopt.



Daan Wiersma met Dokkumer Dip in een wagen van De Gooische Boer.

Wat maakt het zo'n onweerstaanbaar product?

Wiersma: "Dokkumer Dip is een dip op basis van roomkaas, met verschillende kruiden en een vleugje mosterd. Het lijkt alsof er daar wel meer van zijn, maar toch is dit een ander product. Deze dip heeft alles in huis. Het is én heel fris, hij is niet gemixt met mayonaise (wat bij veel andere producten wel het geval is), het heeft een klein zoetje, hij heeft iets pittigs van de mosterd en heeft een fijne, dikke structuur. Dat bij elkaar maakt een fantastische combi. En echt iedereen vindt het lekker."

Waarom in 2024 zo'n joekel van een beursstand, om alleen een dipje te laten proeven?

"We wilden per se heel erg opvallen. Dus met veel meters, met veel medewerkers, een grote koeling met emmers en een enorme banner langs de rand van de tent. Samen met een advertentie achterop Lekkernijver, waardoor over heel de beursvloer onze naam zichtbaar was."

Alleen speciaalzaken

En het gaat niet naar de supermarkt?

"Nee. Daarom zijn we ook sponsor geworden van Stichting Foodspecialiteiten Nederland, om de certificering, de winkelwedstrijden en het Branche-

'Het is een fantastische combi, iedereen vindt het lekker'

Event Foodspecialiteiten te ondersteunen. We richten ons bewust alleen op de kaasspecialzaken en op de markt, dat zijn ook specialisten. Winkels met goede producten en met een verhaal, daar hoort ons product thuis. We zijn immers zelf ook ontstaan uit de speciaalzaak. Zouden we naar de supermarkt gaan dan zouden we de prijs naar beneden moeten doen, en zouden we daarom de receptuur moeten aanpassen... Gaan we niet doen."

Wat heeft Creare Salades de speciaalzaak nog meer te bieden?

"De laatste jaren hebben we extra veel aandacht gegeven aan Dokkumer Dip. Nu is er ook weer meer tijd voor de andere producten, onze eigen salades op basis van kaas. We gaan hiervoor nog de stap naar een groothandel maken voor de distributie, en ook hiermee richten we ons alleen op de speciaalzaak. Dat zijn de plannen voor de komende maanden." ●



Laat kinderdromen uitkomen.

Momenteel geneest 81% van de kinderen met kanker. Maar we moeten naar de 100%.

Help mee, steun Kika



Scan en steun

Branche-Event

Foodspecialiteiten op 1 juni

Maandagavond 1 juni 2026 staat in het teken van ontmoeten, vieren en genieten tijdens het jaarlijkse Branche-Event Foodspecialiteiten. In de sfeervolle De Rijtuigenloods in Amersfoort komen vakgenoten uit het hele land samen voor een inspirerende en feestelijke avond.

Vanaf 18.30 uur zijn genodigden van harte welkom om collega-ondernemers te ontmoeten en bij te praten. Om 19.00 uur start het programma, waarbij volop ruimte is voor netwerken onder het genot van een uitgebreid kaasbuffet en diverse foodcorners. Hoogtepunt van de avond is de prijsuitreiking van de Nationale Competities. In een mysterieuze setting worden de winnaars bekendgemaakt, een moment waarop vakmanschap binnen de branche volop erkenning krijgen. De avond wordt gepresenteerd door Jamai Loman (foto).

Na de uitreikingen is het tijd om samen na te genieten. Felicitteer de winnaars, praat bij met collega's en sluit de avond dansend af met muziek van Dames Draaien Door.

De avond is exclusief voor leden en gecertificeerde winkels. Leden van het Vakcentrum met een foodspeciaalzaak ontvangen een gratis uitnodiging voor twee personen (t.w.v. € 150,-). Gecertificeerde ondernemers mogen zelfs hun volledige team kosteloos meenemen.

Maandag 1 juni 2026
18.30 - 23.00 uur
De Rijtuigenloods,
Piet Mondriaanplein 61
Amersfoort
(gratis parkeren)

Scan de QR voor de uitnodiging door Jamai!



Het Branche-Event Foodspecialiteiten wordt mede mogelijk gemaakt door de sponsors:

Hoofdsponsors



Sponsors



Donateurs

MAAZ CHEESE

NOIX Notenatelier

Verburg Kaas

Renkema Kaas Amersfoort

Na vele finaleplaatsen werd Renkema Kaas in 2024 uitgeroepen tot Nederlands Beste Kaasspecialzaak van Nederland. Bij de feestelijke uitreiking werd Pieter Renkema zeer gemist, zoals elke dag sinds zijn overlijden in 2023. Zijn broer Wouter heeft de winkel met hulp van anderen kunnen doorzetten, met Het Gouden Kaasmes als ultieme erkenning.

De hoofdprijs in de winkelverkiezing heeft veel bekendheid opgeleverd en nieuwsgierige bezoekers van wie er veel vaste klant zijn geworden. “Een explosie was het. We hebben sindsdien fors geplust, ruim dubbele cijfers”, vertelt Wouter. “We dachten dat dat tijdelijk zou zijn, maar de hogere omzet is gebleven en is dit jaar weer verder gegroeid.”

Die omzet komt voor ruim 75 procent van kaas, en daarvan is ruim een kwart van buitenlandse soorten. Naast kaas biedt de winkel noten (15 procent), wijn, droge worst en salades. Door die omzetgroei heeft Wouter nieuw (en goed) personeel aantrokken om de dagelijkse bezetting uit te breiden. Daarnaast springt vader Piet nog af en toe bij als oproepkracht, moeder Annie werkt nog een dag in de week mee.

De winkel onderscheidt zich met kwaliteit, service en versheid. “Je verkoopt kaas drie keer: in de winkel, als de klant thuis komt en proeft, en als hij de kaas na een week nog eens proeft. Elke keer moet het goed zijn. En service is soms meelopen naar de auto, maar ook je klanten kennen en hen vragen hoe het gaat; het klantencontact en de menselijkheid.”

De trots in de winkel is dat Gouden Kaasmes, natuurlijk.

In kaas is de trots de samenwerking met Ruyge Weyde: “Biologische boerenkaas, van een boer met een melkrobot. Met dubbeldoel-koeien. En het hele bedrijf werkt superduurzaam.”

Ondernemerschap volgens Wouter: “Luister naar de klant en speel daarop in. En maak bewuste keuzes: less is more.”

Renkema Kaas

Wouter Renkema
Leusderweg 116 - II
3817 KD Amersfoort
www.renkemakaas.nl



Zuivelhoeve by Kaashuis Tromp Amsterdam

Twee winkels heeft Tim de Koning in Amsterdam onder de vlag van Zuivelhoeve by Kaashuis Tromp: in Buitenveldert en deze in de Maasstraat, de vroegere winkel van zijn ouders. Vorig jaar werd hij hiermee uitgeroepen tot Nederlands Beste Foodspecialist Kaas van de Boer, en inmiddels is zijn winkel wéér beter geworden.

De Maasstraat is een rijk gesorteerde winkel boordevol kaas, goed voor ruim 75 procent van de omzet, gelijk verdeeld over binnenlandse en buitenlandse kaas. Het aanvullend assortiment bevat noten, wijn, tapas, olijven en vleeswaren. “De winkel is gevuld met een breed assortiment, maar toch zeggen onze klanten dat het goed overzichtelijk is.” Bij de verkoopbalie is alle boeren- en boerderijkaas uitgestald. Wie gewoon voor kaas komt, wordt verleid om eerst eens een boerenkaas te proberen. Rechts bij binnenkomst liggen de BOB-kazen uit Noord-Holland en andere gepasteuriseerde kazen. In drie koelingen liggen de buitenlandse kazen netjes gesorteerd: een met bergkazen, een voor de witkorst, verse kazen en Spaanse, Italiaanse en Engelse kazen. De derde koeling bevat de gewassenkorstkazen, geit en schape en de blauwaders. De zachte geitenkaasjes hebben eigen vitrines, eentje voor witte kaasjes, een andere voor de kaasjes in as. “Soort bij soort, zo voorkom je kruisbesmetting.” Pareljes zijn de kaasjes van Doetie Trinks, Oerboer en Boerderij Köning.

Het assortiment komt van veel Nederlandse producenten die met naam en toenaam terugkomen in de winkel. “Wij kiezen voor smaak en voor het verhaal. En daarna komt pas de prijs.” Het onderscheidende aanbod is de speerpunt van de winkel. Tim kiest voor kleinschalige producenten. Sinds vorig jaar heeft hij een eigen kaaslijn opgezet (met zijn naam erop) met kazen van zes boeren, geselecteerd op smaak, waaronder enkele Cum Laude-winnaars. Zijn tip: leg je klanten compleet in de watten, want kaas kopen is een beleving.

Zuivelhoeve by Kaashuis Tromp

Tim de Koning
Maasstraat 22
1078 HK Amsterdam
www.kaasvantim.nl



Landgoedwinkel Kaamps

Deurningen

Landgoedwinkel Kaamps is een specialiteitenwinkel op de boerderij van de familie Nijland in Deurningen. Samen met de melkveehouderij, de kaasmakerij, de brasserie met zalen, de kinderboerderij met speeltuin en de unieke boulevard met zicht op de stallen en de kaasmakerij is dit één grote beleving. Vier jaar geleden heeft de winkel op een nieuwe plek meer ruimte gekregen: 140 vierkante meter is prettig voor dagjesmensen én de vaste klanten die voor hun wekelijkse boodschappen komen.

Amy Heuker of Hoek-Schievink is teamleidster in de winkel. "In de kaasmakerij worden zo'n honderd verschillende kazen gemaakt. De winkel heeft er hiervan zo'n 40 tot 45 in het assortiment. De andere kazen zijn vooral voor het buitenland, waar de smaak net iets anders is dan die van de Nederlandse klant." Naast de eigen kazen van Landgoed Kaamps, die goed zijn voor zo'n 75 procent van de omzet, verkoopt de winkel eigen zuivel, buitenlandse kaas, noten, droge worst en grillworst, houdbaar assortiment en non-food, en veel verse producten uit eigen keuken, zoals salades, gebak en pizzabroden. Het assortiment wordt in grote mate met lokale specialiteiten ingevuld, zoals Twentse bieren, worsten van Dreug en jam van Nije Eske.

De regionale klant laat zijn kaas graag vers afsnijden, maar met al die dagjesmensen zijn de gevacumeerde stukken ideaal voor impulsverkoop. Ook noten liggen voorverpakt voor het grijpen, wat met zoveel kaas in de winkel natuurlijk de beste oplossing is.

Amy: "Het onderscheid maken we door alles op onze eigen wijze te doen. Het hele erf biedt toeristen een mooie ervaring, maar ook voor onze vaste klanten bieden we transparantie door het hele proces te laten zien en tonen we ons specialisme, onze kennis en kwaliteit." En de tip voor ondernemers: kaasverkoop gaat over beleving.

Landgoedwinkel Kaamps

Amy Heuker of Hoek-Schievink
Vliegveldstraat 4-A
7561 AT Deurningen
www.kaamps.nl



Kaashandel De Brink

Deventer

Al zes keer is Kaashandel De Brink uitgeroepen tot Nederlands Beste Kaasspecialzaak van Nederland. Maar resultaten uit het verleden... In augustus 2022 maakte een fikse brand de verkoop onmogelijk. Meer dan een jaar werd er verkocht vanuit een ander pand. Met oog voor de monumentale status werd er verbouwd en aangepast waar mogelijk, om met een nog betere winkel verder te gaan. Het vvo kreeg er twee meter bij en onder andere een traplift vergemakkelijkt het sjouwen met kazen. Twee jaar namen ondernemers Wim en Robert-Jan Maassen van den Brink de tijd om deze nieuwe uitstraling te finetunen, en nu zijn ze klaar voor deze ultieme test.

De ruimtekoeling houdt de kaas 's nachts op 6 graden, wat de kwaliteit van de kaas enorm goed doet. De nieuwe schuifdeuren houden in de zomer de warmte buiten en de nieuwe indeling geeft nog meer ruimte aan wat deze winkel wil bieden: bijna 100 procent kaas. "We doen liefst zo min mogelijk eromheen", stelt Wim. Dat kaasassortiment bestaat voor 25 procent van de omzet uit buitenlands aanbod. De boeren- en boerderijkazen vormen het speerpunt en worden voor een groot deel ingevuld met het eigen label Poldermeesters, kazen waar de handtekening van Wim en Robert-Jan op staat. Ook de Noord-Hollandse lijn is onder eigen label, en de standaard lijn belegen-oud en biologisch (Deventer Roem) is ook exclusief bij De Brink verkrijgbaar.

De kwaliteit is de trots van de winkel. Hier wordt ambachtelijk vakmanschap getoond en alle kaas wordt afgesneden in het bijzijn van de klant, vers van het mes. Ook belangrijk is een goed contact met je leveranciers en het tijd nemen voor de klant: "We kennen hun verhaal." Een tip voor andere ondernemers: "Durf af en toe eigenwijs te zijn. Vaar op gevoel."

Kaashandel De Brink

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



U WILT TOCH...

PLATINA & GOUD OP UW KAASPLANK?

...uw klant
wil het ook ;-)



Mèkkerstee Jong Belegen



Mèkkerstee
Italiaanse Kruiden



mèkkerstee

MET ZORG VOOR MENS, DIER & NATUUR



Hofdijksweg 34, 3253 KB Oudorp www.demekkerstee.nl



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:

**LEIDSCHENDAM
DEN HAAG
HOOFDDORP**

Scan de QR code voor meer informatie.
Acquisitie wordt niet op prijs gesteld.

franchiser.alexanderhoevekaas.nl



Acties om blij van te worden

Weydeland Kaas is een Noord-Hollandse premium kwaliteitskaas. Als Weydeland verkooppunt ontvang je regelmatig **leuke weggeefacties** met al het bijbehorende promotie materiaal. Denk aan koeltasjes, crackerboxen of met **Vaderdag: Weydeland Kaassokken** bij aankoop van onze **Weydeland Specials**.

TREUR KAAS
ieder zijn kracht

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

't Kaasplateau Rhoon

't Kaasplateau in Rhoon is de specialzaak van voormalig sommelier Dominique Berkhout en voormalig souschef Tim Berkhout, sinds oktober 2021. Deze winkel heeft flink de ruimte en op de bovenetage een riante voorraadplek. Eyecatchers zijn de drie koelingen annex affineruimtes rechts en de grote achterwand en verkoopbalie met Hollandse kazen. Voor noten is een ruime balie aan de linkerzijde ingeruimd.

Twee jaar geleden was 't Kaasplateau ook al finalist Nederlands Beste Kaasspecialzaak en winnaar in de categorie Nederlands Beste Foodspecialist Buitenlandse Kaas. Dit jaar zijn er opnieuw twee finaleplaatsen. Nu ligt de nadruk nog meer op kwaliteit. "We willen met de winkel van twee naar drie Michelinsterren, om het in horecatermen te zeggen. Dat legt een druk op het personeel. Daarom hebben we Sven erbij gehaald in de winkel, een voormalig chef uit een goed restaurant met gevoel voor finesse in smaak, oog voor detail en de creativiteit waarmee we onze horecaklanten verder helpen." 't Kaasplateau haalt 35 procent van zijn omzet uit leveringen aan restaurants in de regio Rotterdam.

De winkel heeft elf medewerkers, en iedereen werkt zowel in Rhoon als in de kleinere tweede winkel in Spijkenisse. Zo zijn ze overal inzetbaar. Met twee goede bedrijfsleiders kunnen de ondernemers elk jaar met een gerust hart op een broodnodige vakantie.

Trots in het binnenlands assortiment zijn de Rode Wouw van Köning, Wilde Weide van Paul en Lise Zwetsloot en nog steeds Remeker. Trots is Tim ook op de samenwerking met de Oerboer: "Hij produceert flink voor ons, Skimerjûn skiep en Skimerjûn geit, 80 stuks van elk." Gaaf is ook de nieuwe elektrische bestelbus, gewrapt in buitenlandse kazen.

Goed ondernemerschap volgens Tim? "Wees creatief, en begin niet met spaarkaarten! Denk out-of-the-box, en laat niet een ander bepalen hoe jouw winkel moet zijn."

't Kaasplateau

Tim en Dominique Berkhout
J. Louwerensplein 1
3161 WC Rhoon
www.kaas-plateau.nl



Foodnerd Dordrecht

In 2024 wilden Marnix en Stephanie de Wit een delicatessenwinkel annex broodjeszaak, waar je dat heerlijke vakantiegevoel krijgt. De broodjes worden belegd met producten uit de winkel: de klant kan zo proeven wat de winkel verkoopt en nieuwe producten kunnen via de broodjes hun eerste weg naar de klant vinden. De omzet komt voor 35 procent van de horeca, maar in hoog zomer kan dat horeca-aandeel wel oplopen tot 60 procent. Sterk groeiend is het aandeel broodjes voor de zakelijke markt.

Foodnerd werkt met veel eigen import. Er is een vaste exporteur in Italië die producten levert van kleine producenten, van betere kwaliteit dan de ondernemers in het Nederlandse aanbod kunnen vinden: vleeswaren, Italiaanse kazen, olijfolie, pasta's et cetera. Een product is geschikt voor opname in het assortiment als een van tweeën verliefd is op het product. Ook binnen Nederland werken ze met producten van kleine producenten die ze zelf kennen, zoals Caramelz van Constan, Mosterd & Meer van Herma (hier onder eigen label), of sambal van Sambalmeisje Shirley.

De trots van Stephanie zijn de broodjes, want hierin komt alles samen; niet alleen haar ervaring als zelfstandig kok, maar ook alle producten uit de winkel en de gastvrijheid.

Charcuterie is de passie van Marnix. Zijn trots is onder andere de porchetta, afkomstig uit Ariccia, onder Rome. Belangrijk bij de inkoop is het welzijn van de dieren, de kleinschaligheid van de producenten, en de eerlijke behandeling van het product. Vers afsnijden hoort bij een specialist, ook al betekent dat dat er een rij staat op zaterdag. Je moet alles weten van product, productie, gebruik en smaak. Een praatje maken en advies geven hoort er ook bij.

Ooit dachten ze deze zaak met z'n tweeën te kunnen draaien; nu hebben ze elf medewerkers.

Foodnerd

Marnix en Stephanie de Wit
Voorstraat 334
3311 CW Dordrecht
www.foodnerd.nl



Gastrovino Vaneker

Enschede

Michiel en Hanneke Vaneker hebben een fraaie Gastrovino-winkel in winkelcentrum Het Stroink in Enschede Zuid, waar Michiels vader ooit begon. De ruime winkel heeft een kleine brasserie. Verderop, aan de oostkant van de stad, ligt Miro Center, het drukste winkelcentrum van de stad. Hier gaan de ondernemers in oktober een tweede vestiging openen. De winkel in Het Stroink staat er nog steeds strak bij, met zwarte stalen frames en hout.

In 2023 en 2025 was de winkel finalist in de categorie Nederlands Beste Foodspecialiteitenwinkel. Dit jaar staan Michiel en Hanneke in de finale van Nederlands Beste Foodspecialist Charcuterie.

Wijn, kaas en noten hebben flink de ruimte hier, maar charcuterie hoort daar ook bij, vindt Michiel, om voor je klanten een complete borrelplak te kunnen verzorgen. Charcuterie ligt er prachtig bij hier, met enkele fraaie pareltjes van de Belgische leverancier De Laet & Van Haver. Neem bijvoorbeeld de gedroogde Secreto 07, daar hoef je bij een gemiddelde slager niet om te vragen. Net als de Enigma, picanha van het rund. Of de geweldige patés van Le Cochon d'Or, ook uit België. Wat je ver haalt is lekker, maar dichtbij kan ook. De Twentse worsten van Dreug bijvoorbeeld, uit Enschede. Of de droge worsten van Spijkerman uit Akkrum.

Charcuterie is een specialisme, zegt Michiel. Met deze kwaliteit kun je je onderscheiden van veel andere winkels. Dat de omzet in charcuterie iets is teruggelopen door de komst van een slager doet daar niets aan af. Zorg voor producten met een verhaal, dat verkoopt. En een tip voor ondernemers: "Durf bijzondere specialiteiten in huis te halen. Vroeger was ik daar ook wat bang voor. Maar je verrast je klanten ermee en er zijn altijd klanten die terugkomen voor een speciaal product. Maak jezelf uniek."

Gastrovino Vaneker

Michiel en Hanneke Vaneker
Veldhoflanden 5B
7542 LA Enschede
www.gastrovinovaneker.nl



De zomer in je ~~bol!~~ *schap*

De zomer staat voor de deur en dat nodigt uit om samen te genieten! Van verfrissende drankjes en luchtige snacks tot verrassende borrelproducten. Laat je inspireren door onze zomerse beelden vol delicatessen voor picknicks, borrels, lange zomeravonden en genietmomenten tussendoor!



Ontdek hier ons assortiment!





cheese AND dairy products Show

PARIS

FROM 07TH TO 09TH JUNE 2026
Paris Expo - Porte de Versailles
Pavilion 7.1

“ HIER HEEFT ELKE KAAS ZIJN VERHAAL! ”

300 producenten | 450 merken | 15 landen

Ontdekken - Netwerken - Wedstrijden - Evenementen

Centrale plek voor kennis en zakelijke kansen

Een nog beter B2B event: de kazen zijn dit jaar in goed gezelschap, want de beurs wordt tegelijkertijd gehouden met de beurs Gourmet Selection op zondag 7 en maandag 8 juni. Een badge, toegang tot beide beurzen om nieuwe producten te ontdekken, enthousiaste producenten te ontmoeten en uw assortiment delicatessen uit te breiden.

GOURMET Selection

BESTEL UW GRATIS TICKET MET DE CODE: PSNDLPAPRI    salon-fromage.com

COMEXPOSIUM 17 Quai du Président Paul Doumer | 92672 Courbevoie Cedex | France | Salon-fromage@comexposium.com



VOORJAARSBEURS

KAAS

DE KAASFABRIEK

2 & 3 MAART

KOM KAAS ZOEKEN!

WEES WELKOM !

MELD JE AAN VIA

WWW.DEKAASFABRIEK.NL

Hof van Heusden Heusden

Hof van Heusden was in 2023 én in 2025 finalist in de verkiezing Nederlands Beste Foodspecialiteitenwinkel. Theo en Petri Nieuwenhuis hebben hier een fantastische winkel neergezet. Hof van Heusden is eigenlijk foodspecialist én foodgeneralist. Heusden heeft geen eigen supermarkt, dus de winkel voorziet zijn klanten in een zeer breed assortiment van 7500 producten, waaronder ook een klein deel algemene kruidenierswaren. Fijn voor dagelijkse boodschappen, en voor de 600.000 toeristen die Heusden jaarlijks aandoen. Tegelijk is het een speciaalzaak in groenten en fruit, Hollandse en buitenlandse kaas, noten en zuidvruchten, speciaalbieren en wijn, chocolade en... charcuterie.

Theo en Petri kiezen voor een aanbod in de betere vleeswaren dat niet is te vinden in de supermarkt. Bijvoorbeeld de droge worsten van Dreug. "Hiermee kan ik de klant vertellen waarom dit zo'n mooi product is en hoe goed de dieren worden behandeld. Hetzelfde geldt voor de fijne vleeswaren van Bonfatti: rechtstreeks van de bron in Italië, en dat betekent ook dat als ik deze week bestel ik het pas ergens volgende week in huis kan hebben", zegt Theo. Bonfatti levert ook een verpakte lijn gedroogde Italiaanse worsten.

Veel assortiment is voorverpakt, om de klanten makkelijk zelf te laten kiezen en omdat de winkel zo met veel verschillend assortiment toch met minder personeel toe kan. "Bovendien is het voordeel dat ze in Italië de finesses van het juist snijden kennen, want dat is bij vleeswaren heel belangrijk. Een coppa mag wat dikker zijn, een parmaham moet flinterdun. En Bonfatti heeft het fraai verpakt met weinig sticker en veel product."

Het Hollandse aanbod komt van een slager uit Zaltbommel. Opvallend zijn ook de kleine bakjes met borrelbites en de gemakproducten als gehaktballetjes en bbq-worstjes, ideaal met zo veel toeristen. Theo's tip: zorg voor continuïteit in kwaliteit, en weet wat je verkoopt.

Hof van Heusden

Theo en Petri Nieuwenhuis
Hoogstraat 1
5256 AW Heusden
www.hofvanheusden.nl



Renkema Kaas Amersfoort

Renkema Kaas is een begrip in de regio Amersfoort, dé plek voor boeren- en buitenlandse kaas. En helemaal nadat de winkel in 2024 werd uitgeroepen tot Nederlands Beste Kaasspeciaalzaak van Nederland. Ondernemer Wouter Renkema was in 2016 én ex aequo in 2026 Nederlands beste proever van buitenlandse kaas; logisch dat dit een specialiteit is aan de Leusderweg.

“We werken met directe lijnen uit Frankrijk en Zwitserland, en hebben nu ook directe lijnen vanuit Italië. Zo krijgen we mooie, speciale kaasjes van kleine producenten, die je elders niet vindt. De verkoop van buitenlandse kaas is niet zo zeer een specialisme, maar je moet wel de verhalen achter de kazen kunnen vertellen aan je klant. Je moet je verdiepen in je assortiment en goed geïnformeerd zijn. Een kleine boer leren kennen in het buitenland is leuk, maar dat vergt hoge transportkosten. Beter is het om een heel goede agent te hebben die je de kazen en de verhalen goed kan doorgeven.” Belangrijk in het assortiment is natuurlijk kwaliteit en versheid, val nooit voor partijhandel, vindt Wouter. En zorg ook regelmatig voor vernieuwing.

Sterk anker in het assortiment is de tafel in het midden van de vierkante winkel, waarop de bergkazen zijn gepresenteerd. De Zwitserse toppers komen rechtstreeks via Jumi, zoals de Schlossberger, de Aarewasser of de Belper Knolle. Een ander sterk punt is het brede aanbod geitenkaasjes. Net binnen is de Belle du Cher uit Frankrijk, een kegelvormig fris kaasje van rauwe geitenmelk.

Buitenlandse kaas draait fantastisch bij Renkema. “Sinds corona is de borrelcultuur sterk gegroeid in Nederland. Meer thuis genieten, met meer kaas, de borrelplank is vaak de avondmaaltijd. Veel jonge mensen eten buitenlandse kaas. Ook hier geldt: less is more. Maak slimme keuzes en varieer. En laat je klanten proeven. Zo kun je sturen met je assortiment.”

Renkema Kaas

Wouter Renkema
Leusderweg 116 - II
3817 KD Amersfoort
www.renkemakaas.nl



Hof van Heusden

Heusden

Hof van Heusden is foodspecialist én foodgeneralist. Heusden heeft geen eigen supermarkt, dus de winkel voorziet zijn klanten in een heel breed assortiment van 7500 producten, van vele verschillende delicatessen tot zelfs algemene kruidenierswaren. Dit jaar hebben Theo en Petri Nieuwenhuis de finale bereikt met twee specialisaties: charcuterie én buitenlandse kaas.

Sinds vorig jaar is de winkel weer verder ontwikkeld en onder andere buitenlandse kaas is flink uitgebreid. “Het afgelopen jaar hebben we hierin een sterke groei weten te maken. Buitenlandse kaas gaat samen met erg veel informatie. Ook wij moeten ons steeds weer verdiepen in wat voor kazen we in huis halen. We hebben nu 120 soorten buitenlandse kaas in het assortiment.”

Ook de klanten moeten toegang hebben tot die informatie. En omdat de winkel sterk is ingericht op zelfbediening heeft Theo een tablet gemonteerd bij de kaaskoeling waarop de klant zelf van elke kaas alle achtergronden kan lezen. “Volgens mij zijn we de eerste foodspeciaalzaak met deze oplossing. In het weekend, als het wat drukker is, hebben we niet altijd tijd om de klant het verhaal van de kaas te vertellen. Klanten vinden het leuk en er wordt flink gebruik van gemaakt.” Daarnaast zijn alle kaasjes voorzien van keurige kaartjes met productspecificaties, smaakomschrijving en allergeneninformatie.

Waar deze speciaalzaak weer uniek in is, is de combinatie van groepen: zo zijn er menusuggesties van kazen met asperges. Dat kan als je ook groenten verkoopt, en Theo komt van oorsprong uit de groentewereld. “Wij hebben veel klanten die het leuk vinden om zulke nieuwe recepten uit te proberen.” Een toppertje in het assortiment is de Fette Berta uit Zwitserland, maar hier moet ook een roombrie in het assortiment, juist vanwege die functie van generalist. “We bieden iets moois voor iedereen.”

Hof van Heusden

Theo en Petri Nieuwenhuis
Hoogstraat 1
5256 AW Heusden
www.hofvanheusden.nl



Loop geen onnodig risico.

Lees de Essentiële Beleggersinformatie.

DIT IS EEN VERPLICHTE MEDELING

BELEG IN FAIRTRADE ONDERNEMERS

AL VANAF €10 PER MAAND

Corporación Fortaleza del Valle, Ecuador

Doordat deze cacaoberoer is aangesloten bij een coöperatie, krijgt hij ondersteuning bij het verkopen van zijn cacao én krijgt hij een eerlijke prijs. Hierdoor kan hij zijn levensomstandigheden verbeteren. En dat smaakt goed!

OIKO CREDIT
investeren in mensen

KIJK OP WWW.OIKOCREDIT.NL

Puur sap voor fijnproevers

Een waardevolle aanvulling op ieder assortiment

Schulp Vruchtensappen | Breukelen | schulp.nl

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

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, Patricia Hoogstraaten, Leo Koomen, Betty Koster, Evelien de Ruijg, Jurry Teunissen.

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

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® C108833

© 2026. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze publicatie mag in enige vorm of op enigerlei wijze worden vernoegenvuldigd 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.

't Kaasplateau Rhoon

't Kaasplateau is ijzersterk in buitenlandse kaas. De winkel van Dominique en Tim Berkhout levert flink aan de horeca in de regio Rotterdam, en dat is goed voor 35 procent van de omzet. Die buitenlandse kaas ligt vooral in drie grote inloopkoelingen in de rechterwand van de winkel. De glazen deuren bieden de klant zicht op alles wat de winkel te bieden heeft: witschimmel en geitenkaasjes op roestvrijstalen rekken, roodflora, blauwschimmelkazen en harde kazen op houten rekken. De afgelopen tijd heeft de winkel beter grip gekregen op de kazen uit Engeland, Schotland en Wales. Tim: "We krijgen nu elke twee maanden een levering. Het moeilijkste is om daarin de constante kwaliteit te borgen. We hebben daarin nu een constante flow bereikt, wat nog niet makkelijk is, vooral door de douane."

Als je buitenlandse kaas verkoopt moet je zelf affineren, vindt Tim. "Het gaat om meer dan inkoop en verkoop. Je moet goed weten op welk moment je moet verkopen. En dat is een specialisme. Ik zie vaak elders dat kaas klakkeloos wordt verkocht, terwijl hij niet goed rijp is. Dat is eigenlijk respectloos naar de boer, de kaasmaker en de klant. Je kunt beter een keer 'nee' verkopen en een klant houden die terugkomt, dan een onrijp product verkopen en een klant kwijtraken."

Speerpunt in het buitenlands assortiment is onder andere de Baron Bigod uit Suffolk, UK. "Een kaas vergelijkbaar met Brie de Meaux, maar dan van een hoger level. Ik heb het blind laten proeven aan een Franse leverancier, die hem verreweg het beste vond, en die was niet amusé toen ik vertelde dat hij uit Engeland kwam." Maar ook Savel, een Spaanse Stilton-achtige van Jersey melk, en Rosalie van Karditsel in België, een rood geitenkaasje, behoren tot de toppers.

't Kaasplateau

Tim en Dominique Berkhout
J. Louwerensplein 1
3161 WC Rhoon
www.kaas-plateau.nl



SAMEN LATEN WE DE

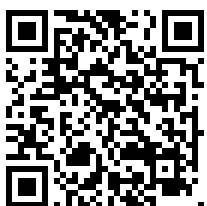
WEIDEVOGELS

WEER
VOLOP

FLUITEN



MEER OVER WETEN
WEIDEVOGELKAAS?
SCAN DE QR-CODE



MEER INFORMATIE OF BESTELLEN: VANDERSTERRE HOLLAND B.V. 0172-606111