



Lekker tijver

VAKBLAD VOOR ONDERNEMERS IN FOODSPECIALITEITEN

Noten in de lift

Vakbeurs ging van drie naar zes notenleveranciers.
Wat hebben Koppejan, NOIX en
Nuts Today te bieden?

ASSORTIMENT

Het aanbod van
Blue Olive

FINALISTEN

Nationale
Competities



Ontdek de nieuwe pagina: duurzame keten!

Alle duurzame stappen op één overzichtelijke landingspagina

Het begint bij CONO Kaasmakers allemaal met de samenwerking tussen koeien, veehouders en kaasmakers. Elke schakel is belangrijk. Samen werken we aan een toekomstbestendige en verantwoorde kaasketen, niet alleen voor onszelf, maar ook voor generaties die na ons komen. In elke stap, van koeienbek tot winkelrek.

Op de vernieuwde pagina op www.cono.nl vind je nieuws, updates en inspirerende verhalen over de stappen die we zetten voor een duurzamere keten. Denk hierbij aan projecten rondom biodiversiteit, energiebesparing, dierenwelzijn en innovaties bij onze leden veehouders.



Spaarkaaas

Met de spaarkkaartfunctie zien we jullie ondernemers graag terug in de CONO app. Er zijn daarom leuke items toegevoegd waar voor kan worden gespaard, denk aan een team uitje bij Outside Escape of een bezoek aan de kaasmarkt met zeer inclusieve overnachting erbij! Of spaar voor een rondleiding bij CONO Kaasmakers, een kaasmes of een winkelscan.

Je bereik op social vergroten?

Kies voor de training Facebook & Instagram. Kijk voor alle beloningen in de CONO app.



22

Nieuwe Notenleveranciers

Het gaat goed met noten! Wat hebben 'nieuwbkomers' Koppejan Noten, NOIX Notenatelier en Nuts Today te bieden?



06

06

Beursuitdaging

Slavakto-vakwedstrijd voor alle foodspecialisten: de borrelplank

16

Voorjaarsbeurs

Kaasfabriek-initiatief is een welkome aanvulling.



15

15

Vakcentrum

Is uw etikettering echt op orde?

18

Assortiment

Blue Olive wil eigen invulling geven.



16



18



33

En verder

- 05 Columns**
Rick Brantenaar (pag. 05), Betty Koster (07), Patricia Hoogstraaten (8) en Jurry Teunissen (13).
- 06 Kort nieuws**
Onderzoek speciaalzaken, graskaas, kaasles bij SVO, inspiratiereis Bra en nog veel meer nieuws.
- 33 Branche-Event**
Informatie voor de deelnemers.
- 46 Colofon**
Onze eigen productinformatie.

Cover

Notenmelange op de verpakingslijn bij NOIX Notenatelier. (Foto: Sanne Marcellis, The Creators Hub)



Steun behoud van

Weidevogels

met Bastiaansen

Weidevogelkaas in uw
assortiment!



BASTIAANSEN Weidevogelkaas

Al jaren neemt het aantal weidevogels, wat in Nederland zijn jongen grootbrengt, sterk af. Om de weidevogelproblematiek onder de aandacht te brengen heeft Bastiaansen Biologische kaas in samenwerking met Rouveen Kaasspecialiteiten en Vogelbescherming Nederland de Bastiaansen Weidevogelkaas ontwikkeld. De melk voor deze kaas is afkomstig van drie biologische boeren die hun land inrichten conform de eisen rondom weidevogelbeheer. Ze stellen een deel van hun land beschikbaar aan de weidevogels om te nestelen en hun jongen groot te brengen. Hier krijgen zij een vergoeding voor, die uit de opbrengst van de kaas komt.

Boer Henk Pelleboer is één van deze weidevogelboeren. Meer lezen over weidevogelboer Henk? Ga naar WWW.BASTIAANSEN-BIO.COM.



Henk Pelleboer

Weidevogelboer Bastiaansen kaas



Praktische inzichten

Ondernemen als foodspecialist is vaak prachtig, maar soms ook eenzaam. Je bent vakman of -vrouw, maar ook inkoper, schoonmaker, verkoper, boekhouder en alles daartussenin. Je werkt dag in, dag uit in je winkel. Niet omdat je het niet anders wilt, maar omdat er simpelweg geen tijd of personeel is om aan je winkel te werken. En toch is dat laatste minstens zo belangrijk. Juist in deze tijd, waarin de markt continu verandert en klantverwachtingen blijven verschuiven. Hoe blijf je relevant? Hoe doen anderen dat? En hoe zorg je dat jij straks niet achter de feiten aanloopt?

Daarom heeft het Vakcentrum Foodspecialiteiten een economisch marktonderzoek laten uitvoeren. Geen droge kost, maar waardevolle inzichten die jou als ondernemer een blik op de toekomst geven. Hoe bewegen koplopers zich in het veld, wat maakt hen nu zo succesvol? Wat doet de middenmoot en hoe probeert die koploper te worden? En hoe kunnen ondernemers die zich achtergesteld voelen, zich optrekken aan deze beide groepen?

Tijdens ons congres nemen we je daarin mee. Niet met opgeheven vingertje, maar met praktische inzichten, herkenbare voorbeelden en inspiratie uit de praktijk. Je hoeft het wiel niet zelf uit te vinden, soms is het al uitgevonden door een collega-ondernemer een paar straten verderop.

We nodigen je van harte uit om erbij te zijn. Het kost je niets, behalve een paar uur van je tijd. En juist die uren kunnen het verschil maken voor de toekomst van jouw winkel. Tot ziens op het congres? Je bent meer dan welkom.

En ben je dan ook nog lid van het Vakcentrum en/of gecertificeerd foodspecialist? Kom dan aansluitend naar het Branche-Event Foodspecialiteiten, met de prijsuitreikingen van de Nationale Competities en veel culinair vermaak en onder andere een spetterend optreden van niemand minder dan Rolf Sanchez. Aanmelden doe je eenvoudig via www.vakcentrum.nl/agenda/branche-event-foodspecialiteiten-1, of scan de qr-code hieronder.

Rick Brantenaar
Directeur Stichting Foodspecialiteiten Nederland



'Hoe bewegen koplopers zich in het veld, wat maakt hen nu zo succesvol?'



Slavakto-vakwedstrijd 2025: de borrelplank



De inschrijving voor de vakwedstrijd 2025 is geopend. Dit jaar is er een speciale editie: één rubriek, vijf categorieën, maximale creativiteit. In plaats van een brede opzet met diverse productrubrieken, draait het dit jaar volledig om de borrelplank – dé manier om ambacht, innovatie en presentatievaardigheden te tonen. De jurering vindt plaats op 29 september tijdens de Vakbeurs Foodspecialiteiten in Houten. De jaarlijkse vakwedstrijden worden georganiseerd door Stichting Slavakto en is een vast onderdeel van de Vakbeurs Foodspecialiteiten.

Voor alle foodspecialisten

Door de wedstrijd te vereenvoudigen tot één centrale rubriek, ontstaat er een vernieuwde en toegankelijke vakwedstrijd waarin vakmanschap en creativiteit volledig tot hun recht komen. Dit biedt slagers, poeliers en foodspecialisten de kans om zich te onderscheiden en te laten zien hoe veelzijdig en ambachtelijk een borrelplank kan zijn.

De vakwedstrijd bestaat uit één hoofdthema – de borrelplank – met vijf verschillende rubrieken:

1. Borrelplank “charcuterie” – Minimaal 75% worst en vleeswaren, aangevuld met ingrediënten naar keuze.
2. Borrelplank “kaas” – Minimaal 75% kaas en kaasproducten, met aanvullende ingrediënten naar eigen inzicht.
3. Borrelplank “vega” of “vegan” – 100% vegetarisch (geen vlees of vis) óf volledig veganistisch zonder dierlijke producten.
4. Borrelplank “tapas” – Een gevarieerde tapasplank met luxe hapjes, snacks en amuses. Let op: producten worden niet verwarmd.
5. Borrelplank “vrije categorie” – Een creatieve plank op basis van een eigen thema, bijvoorbeeld ‘mediterraan’, ‘herfst’ of met diverse smaakcombinaties.

Inschrijven

Inschrijven is mogelijk tot en met dinsdag 23 september 2025. De keuringen vinden plaats op de beurslocatie Expo Houten. Het inleveren van de borrelplanken is op maandag 29 september 2025 bij Vakbeurs Foodspecialiteiten tussen 08.00 en 10.00 uur.

Alle producten worden beoordeeld door een deskundige jury onder leiding van wedstrijdleider Jan Nederhoed. De prijsuitreiking vindt plaats tijdens de Vakbeurs Foodspecialiteiten op dinsdag 30 september 2025 in de beurshallen van Expo Houten. De genomineerden ontvangen vooraf bericht over de precieze tijd.

Meer informatie over de voorwaarden, kosten en deelname: www.slagerswedstrijden.nl.

Opnieuw wijziging in directie bij Treur Kaas

Na meer dan veertig jaar werkzaam te zijn geweest bij Treur Kaas, waarvan bijna dertig jaar als commercieel directeur van E.M. Treur en Zn B.V., heeft Daan Treur besloten een stap terug te doen en zijn functie per 1 mei 2025 neer te leggen. In het vorige nummer meldden we ook al het vertrek van René Treur.

Sinds 1 mei 2025 wordt de directie van Treur Kaas gevoerd door een nieuw managementteam. De afgelopen jaren hebben de nieuwe leden bewezen klaar te zijn om de visie en missie van Treur Kaas voort te zetten. Daan Treur heeft er alle vertrouwen in dat het met hen aan het roer goed komt met Treur Kaas: “Samen met alle medewerkers zullen zij de continuïteit en verdere ontwikkeling van het bedrijf borgen en zullen de afnemers dezelfde kwaliteit producten en service blijven ontvangen. Zij zorgen dat ‘Treur Kaas’, ‘Treur Kaas’ blijft”, aldus de scheidend directeur.

In de nieuwe samenstelling zijn de taken als volgt verdeeld: Eduard Treur: Commercieel manager, verantwoordelijk voor Export en Inkoop. Jeroen de Laat: Manager Operations, verantwoordelijk voor Logistiek, ICT, QSA, HRM. Bert Westmaas: Manager Sales, verantwoordelijk voor Verkoop NL en Marketing. Arie Terlouw: Manager Finance en Control, verantwoordelijk voor Finance en Interne Controle.

Presentatie onderzoek foodspeciaalzaken op 2 juni

Wat zijn de trends en toekomstmogelijkheden voor foodspeciaalzaken zoals kaasspeciaalzaken, biologische speciaalzaken, slagerijen of viswinkels? Om deze vragen te beantwoorden, hebben het Vakcentrum, de Koninklijke Nederlandse Slagers (KNS) en de Vereniging van Nederlandse Visspecialisten (VNV) SEO Economisch Onderzoek gevraagd een breed benchmarkonderzoek uit te voeren.

De eerste fase van dit onderzoek – een uitgebreide enquête onder leden van de brancheorganisaties – kende onder de Vakcentrumleden een opvallend hoge respons.

Op dit moment worden de gegevens geanalyseerd door het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), dat hiervoor gebruikmaakt van hun microdatabestanden. De volgende stap is het toetsen en verdiepen van de eerste bevindingen via zogeheten ‘rondetafelgesprekken’ met ondernemers, experts en vertegenwoordigers uit de branche.

Op maandag 2 juni wordt het onderzoeksrapport gepresenteerd tijdens een congresmiddag in Ede (voorafgaand aan het Branche-Event Foodspecialiteiten). Daar gaan onderzoekers en ondernemers in gesprek over de eerste conclusies én verkennen samen welke beleidsopties bijdragen aan een sterke toekomst voor onze sector.

Meer informatie en aanmelden: www.vakcentrum/agenda



Graskaas nóg eerder dan verwacht

Graskaas is dit jaar al vanaf 24 mei beschikbaar. Daarmee start het graskaasseizoen zo’n drie weken eerder dan de commissie oorspronkelijk inschatte. Het mooie en droge voorjaar maakt dat de koeien eerder dan verwacht de wei in kunnen en dus eerder vers gras eten. Dat verse gras is bepalend voor de smaak en unieke eigenschappen van graskaas. De beschikbaarheid van graskaas is direct afhankelijk van het moment waarop de koeien voor het eerst naar buiten kunnen. Het duurt na die dag nog zo’n 9 à 10 weken voordat de weidemelk is verwerkt tot graskaas en in de winkels beschikbaar is.

De melk van koeien die het voorjaarsgras eten bevat zachte onverzadigde omega vetten. Dat maakt dat de kaas die van deze melk wordt gemaakt een zachte, smeelige structuur heeft.

Graskaas heeft ook een frisse smaak, anders dan kaas die van ‘stalmelk’ is gemaakt.

Naar verwachting is de graskaas dit jaar tot en met augustus beschikbaar. De feestelijke start van het graskaasseizoen is op 24 mei, tijdens de Nationale Graskaasdag in Woerden.



Etikettering

Bij de Certificering Foodspecialiteitenwinkels in het eerste kwartaal en de voorronde van de Nationale Competities is gebleken dat er verbetering wenselijk is op het gebied van etikettering. Correcte etikettering is een wettelijke verplichting, die wordt gehandhaafd door de Nederlandse Warenautoriteit (NVWA). Bij een aanzienlijk aantal producten was onjuiste of helemaal geen etikettering aanwezig. Bovendien heerst er veel onduidelijkheid over de afkortingen THT (ten minste houdbaar tot) en TGT (te gebruiken tot). Deze afkortingen zijn niet toegestaan en dienen volledig te worden uitgeschreven. Een creatieve benadering als ‘ten minste lekker tot’ voldoet niet aan de regelgeving van de NVWA en kan strafbaar zijn. Stichting Foodspecialiteiten Nederland wijst nadrukkelijk op de noodzaak van correcte etikettering, cruciaal voor de voedselveiligheid en het vertrouwen van de consument in de branche. Voor ondersteuning verwijst SFN naar de pagina ‘Etiketten en allergenen’ op de website van het Vakcentrum.

Hoofdrol voor Fiore!

In 2016 vraagt een vriend aan Rutger Pikelharing om hulp bij het maken van zijn laatste batch kaasjes. Rutger, net met pensioen, valt als een blok voor het vak van kaasmaker. Hij begint op een boerderij in Cothen, waar hij het vat mag lenen voor de productie van de Fiore, wat ‘bloem’ betekent in het Italiaans. Bij het Lago di Monate brengt een bevriende boer Rutger de fijne kneepjes van het vak bij. Jarenlang rijdt hij om de maand heen en weer om kaas te kopen en zijn bevindingen met de boer te delen.

Inmiddels kent iedere zichzelf respecterende kaasverkoper deze unieke roodflorakaas van kaasmakerij Oudwijker. De fragiele, lichtroze korst, het verleidelijke romige randje daaronder en het iets steviger zuivel in het hart verleiden iedereen. De smaak kent vele dimensies, maar gist voert absoluut de boventoon: fris, aromatisch, zuivelig en met een zoetige nasmaak. Een kaas die zich goed laat pairen.

Een aromatische witte wijn is een inkopper, maar een bubbel kan ook! Een Champagne met houtrijping of een frissere, rosé bubbel uit Kroatië bijvoorbeeld, met tonen van boterbloemen, frisheid en aroma’s tegelijk, tot rood fruit. Silvertips, de allermooiste thee waarbij alleen het bovenste blaadje wordt geplukt en in de zon gedroogd, vormt een prachtig paar met de kaas. De zilveren, fluweelachtige naaldjes, gezet op 80 graden, 5 minuten getrokken, laten de kaas een waar huwelijk aangaan. Het schonende effect van de thee is fijn. Lichte, zwarte theeën zoals Darjeeling zijn ook fantastisch bij Fiore. Het aromatische van de kaas wordt versterkt, met nootachtige en boterige tonen, in balans gebracht door de thee.

De Weizen van brouwerij Alberti uit Egmond bracht een explosie van smaken en een boost van het koolzuur, dat eveneens een schonend effect heeft. Gek genoeg was ook de Quadrupel van brouwerij Hommeles een geweldige combinatie. De cognactonen van het vat waarin het bier gerijpt heeft, kwamen prachtig naar voren.

We durfden ook een whisky te proeven. Old Pulteney van 12 jaar bracht veel fruit en room naar boven! Glenlinchie was bizar lekker, misschien wel omdat deze whisky zo zacht was. Toen we met Monkey Shoulder en ginger ale een welkomstdrankje maakten, serveerden we daar ook weer die Fiore bij.

Ging het dan nergens mis? Jazeker, zacht zoet rood werkte zeker niet, en chocolade was een drama! Rutger en zijn vrouw Marieke zijn altijd op zoek naar de beste pairings, dus mocht je iets unieks gevonden hebben, nodig ze gerust uit en beleef hun warme enthousiasme.

Betty Koster
Ondernemer L’Amuse,
IJmuiden en
Amsterdam





Dierwaardig bestaan?

Voedselprijzen staan hoog op de agenda. Gelukkig treft deze discussie de speciaalzaken in mindere mate. Het product is vaak belangrijker dan de prijs. Maar hoelang blijft dit zo? Onlangs is weer een nieuw initiatief gelanceerd: een onderhandelaarsakkoord over dierwaardigheid, opgesteld door circa 25 partijen, waaronder het CBL. Dit akkoord bevat afspraken die grote gevolgen kunnen hebben voor de keten, waaronder de speciaalzaken.

We hebben het over een 15-jarenplan (2025–2040) opgebouwd rond zes basisprincipes: recht op dierwaardigheid, goed voer, gezond leefklimaat, gezondheid, natuurlijke behoefte en welzijn. Voor boeren betekent dit onder andere meer ruimte per dier, natuurlijke leefomstandigheden, en aanpassingen in stallen en fysieke ingrepen. Dat vraagt forse investeringen. De invoering van de regels staat gepland voor 2026.

De afspraken moeten Nederland op het gebied van dierwaardigheid tot koploper maken, met hogere standaarden dan in omringende landen. Dat kan positief uitpakken — als trendsetter in Europa — maar ik vrees dat het risico is dat Nederland zich daarmee uit de markt kan prijzen. Bijvoorbeeld als de kosten van de Nederlandse charcuterie leiden tot te hoge winkelprijzen. Grensgebieden onderkennen daar als eerste de nadelige gevolgen van, vanwege mogelijke verschuivingen in consumentenkoopgedrag richting goedkopere alternatieven over de grens.

Als ondernemer kan je ook je inkoopbeleid daarop aanpassen. Tenslotte verkopen de speciaalzaken al veel (vers)producten uit andere landen. Maar minder inkopen van Nederlandse producten heeft weer effect op de inkomsten van de Nederlandse boeren en zo belanden we opnieuw in een negatieve spiraal. Hoelang gaande beleidsmakers hier mee door?

De herkomst van vlees wordt belangrijker en er wordt gedacht aan keurmerken. Dan leg je al snel associatie met een keurmerk zoals het label 'biologisch'. En, o ja, het kan nog erger: een nieuwe publiek-private autoriteit gaat toezien op naleving van de afspraken. Het lijkt een beetje op Skal. U weet wel: de organisatie waar je mee te maken hebt als je biologische producten verkoopt.

Belangrijk aandachtspunt in de plannen is de financiële haalbaarheid voor boeren. Ik vind dat hier automatisch ook de haalbaarheid voor de winkeliers aan toegevoegd moet worden.

Vakcentrum volgt deze ontwikkelingen op de voet want ondanks alle goede bedoelingen blijft ons uitgangspunt een ondernemerswaardig bestaan!

mr. Patricia E.H.
Hoogstraaten RAE
Directeur Vakcentrum

Patricia



Inspiratie op Skills The Finals 2025

Op 20 maart vond Skills The Finals plaats, het NK voor vakwedstrijden in het vmbo en mbo. Studenten uit verschillende opleidingen strijden hier om de titel van beste vakman of vakvrouw in hun discipline. Het tweedaagse evenement biedt niet alleen een podium voor talent, maar ook een inspirerende omgeving waarin bedrijven en sectoren in contact komen met de professionals van de toekomst. Die waren in groten getale (27.000 scholieren en studenten) aanwezig. Het Retailplein nam hierbij een belangrijke plek in, ingericht op de dynamische wereld van de detailhandel.

Voor de foodspecialiteitenwinkels was op het Retailplein Henri Willig aanwezig met een stand powered by **mmm lekker werken** (waarin Vakcentrum samenwerkt met CNV en FNV Handel). Henri Willig gaf een inkijkje in hun werkwijze en de kansen die ze bieden voor talentvolle jongeren met een passie voor retail en ondernemerschap. Ze hadden net als de andere deelnemende bedrijven een leuke 'challenge' georganiseerd waarbij de jongeren uitgedaagd werden om hun eigen kaasplankje samen te stellen en dit vervolgens uit te serveren op het retailplein.



Totaalleverancier voor de voedingssector

GROOTHANDEL EN TECHNIEK

Bij Delmo vindt u alles onder één dak. Delmo Groothandel en Delmo Techniek bundelen samen de krachten om u zo het beste te kunnen bedienen. Vanuit vestigingen in Gouda, Groningen en Tilburg worden onze klanten door onze eigen logistieke dienst belevend. Zo blijft er zicht op de kwaliteit van handelen tot bij u in uw bedrijf. Delmo Techniek is uw partner voor technische

vraagstukken: storingservice, (preventief) onderhoud en keuring zijn in vertrouwde handen van onze service technici. Ook bij vervanging is een goed advies en selectie van de juiste oplossing voor u gegarandeerd. Zo is Delmo, waar ervaring sinds 1963 basis is voor vaste waarden in kwaliteit van product en dienst, totaalleverancier voor de voedingssector.

“Delmo is betrouwbaar en de service is snel en goed. Voor mij is belangrijk dat ik word ontzorgd en dat het kwalitatief goed is. Ik wil mij graag bezig houden met producten maken en verkopen.”

- Foodspecialist in Leidschendam -

Alles in huis

- Van reinigingsmiddelen tot verpakkingen
- Van messen en snijgereedschappen tot winkelmaterialen
- Van kruiden en hulpstoffen tot machines

Voor elke branche hebben wij de juiste oplossing in huis.

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



Met Le Gruyère AOP til je elk gerecht naar een hoger niveau!

Deze Zwitserse kaas, beroemd om zijn rijke, volle smaak en smeltende textuur, past perfect bij zowel warme als koude gerechten. Of je nu een heerlijk erwtensoepje maakt, een kleurrijke taart met trostomaten, knapperige broodjes met geroosterde groenten of een frisse salade met watermeloen, komkommer en couscousgranen – Le Gruyère AOP voegt altijd die onweerstaanbare smaakdimensie toe.

Laat je inspireren door deze verrassende recepten en ontdek hoe veelzijdig Le Gruyère AOP kan zijn!



Kransbrood met gegrilde groenten en Le Gruyère AOP



Hartige taart met twee soorten tomaat en Le Gruyère AOP



Salade van komkommer, watermeloen en nectarine met Le Gruyère AOP



Romig doperwtensoepje met munt en een spiesje van Le Gruyère AOP



Le Gruyère AOP

Le Gruyère AOP Classic: rijping tussen 5 en 9 maanden.

Hou je van jonge kaas met een milde en subtiële smaak? Dan is Le Gruyère AOP Classic, met zijn zachte textuur, romige toets en tonen van gele vruchten, echt iets voor jou.

Le Gruyère AOP Réserve: rijping van minstens 10 maanden.

Tijdens deze langere rijping heeft hij meer complexiteit en pit ontwikkeld. De textuur is stevig en licht kruimelig. Naast bloemige toetsen proef je aroma's van hazelnoten die nog even in de mond blijven hangen. Hou je meer van een intensere, uitgesproken smaak? Dan is deze kaas echt iets voor jou.

Le Gruyère d'Alpage AOP: rijping van minstens 5 maanden.

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



Kaasles voor foodopleiding

Studenten van de opleiding Allround Food Expert, mbo bol, niveau 3 aan het SVO in de Rotterdamse Markthal kregen begin maart een beknopte inleiding in de wereld van de kaas. De extra les werd verzorgd door Ingeborg van den Heuvel, voorzitter van het Guilde des Maîtres Fromagers aux Pays-Bas, het Kaasgilde. De studenten kregen uitleg over het maken van een echte Zwitserse kaasfondue en over de opbouw van een kaasplank met wat meer complexere soorten. Van den Heuvel: "Het is een soort missiewerk. We kunnen dit verzorgen als het uitkomt en we er tijd voor hebben. Ik niet alleen, ook andere bestuursleden trekken er geregeld op uit om hun kennis te delen. Huber van der Weegen deed dat in zijn tijd ook heel veel. Het Kaasgilde doet dit eigenlijk al dertig jaar, sinds de oprichting. We verzorgen dit belangeloos, ook wel voor andere organisaties. We vinden het vooral belangrijk om onze kaaskennis ook naar de jeugd uit te dragen en nieuwe connecties te maken. Dit was een uitgelezen mogelijkheid om jonge mensen te interesseren voor het vak en de branche. De fondue werd uiteindelijk een Franse versie, omdat de school Beaufort had ingekocht. Ook prima natuurlijk, het vergt een flexibiliteit die de studenten later in het vak zelf ook moeten opbrengen. Opvallend bij de kaasplank was dat een best stevige kaas, een krachtige manchego, unaniem door de studenten als lekkerste werd beoordeeld."

CONO onderzoekt nieuwe weidegang



CONO Kaasmakers onderzoekt of er een pilot mogelijk is voor een alternatieve vorm van weidegang. Een vorm die door flexibiliteit beter past bij moderne melksystemen en per saldo tot meer weidegang zal leiden in Nederland. De norm voor weidemelk en de Eco-activiteit Weiden schrijft voor dat melkveehouders met een automatisch melksysteem minimaal 75% van hun melkgevend koeien in de wei moeten hebben tijdens de weide-uren. Daarnaast moeten alle koeien gedurende deze uren vrije toegang tot de wei hebben. Dit wordt beoordeeld met onaangekondigde controles. Bedrijven met een automatisch melksysteem, die veel uren per dag weiden hebben behoefte aan een andere benadering van weidegang volgens CONO. Deze melkveehouders laten hun koeien vrij in- en uitlopen, waardoor niet altijd 75% van de koeien buiten is omdat een deel van de koeien in de stal aanwezig is voor het melken. Hierdoor zou de norm niet gehaald worden, terwijl iedere individuele koe jaarrond ruimschoots voldoet aan het minimaal aantal uren weidegang. Dit roept al langer de vraag op naar een aangepaste norm die beter aansluit bij de huidige praktijk.

81% kans
dat Ellen
haar
volgende
verjaardag
kan vieren



19% kans van niet

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



Uw steun is dus hard nodig



Zwitsers. Natuurlijk.

Kaas uit Zwitserland. 
www.kaasuitzwitserland.nl

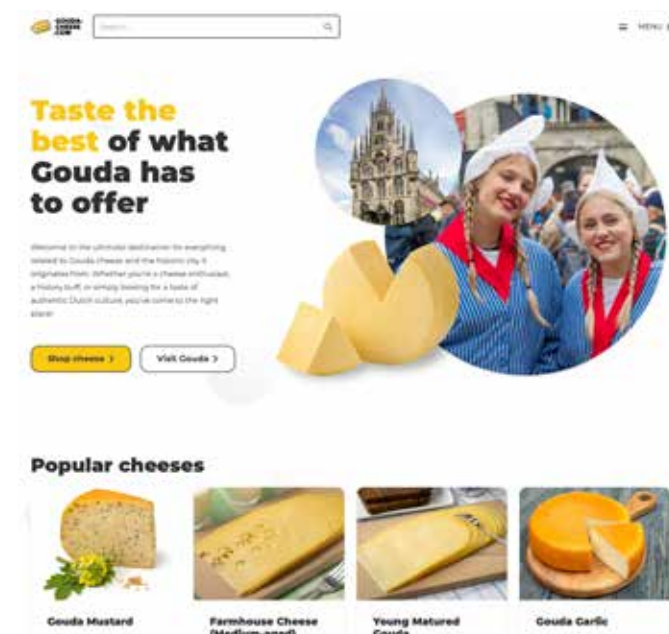
Belgian Cheese Awards

Tijdens de allereerste editie van de Belgian Cheese Awards op 23 februari 2025 in brouwerij 3 Fontein beoordeelde een deskundige jury meer dan 150 kazen. Na twee intensieve proefrondes en een core jury werden Aurelie en Lotenhulle Rouge uitgeroepen tot de grote winnaars. The Best Belgian Raw Milk, Aurelie van Karditsel, wist de jury te overtuigen met haar romige structuur, diepe smaaklagen en subtiele aardse tonen. De verfijnde balans tussen traditie en ambacht maakte haar creatie tot een verdiende winnaar. Ook Lotenhulle Rouge van Little Cheese Farm, kon de jury bekoren met zijn romige textuur, subtiele zoutbalans en verfijnde noot-achtige toets. Organisator Ann Keymeulen kijkt met trots terug op een succesvolle eerste editie en bedankt alle deelnemers, juryleden, crew en bezoekers voor hun enthousiasme. Dit evenement werd mede mogelijk gemaakt door een gemotiveerd team van vier studenten van de Artevelde Hogeschool.

www.belgiancheeseawards.be

Gouda start kaasplatform

De gemeente Gouda heeft een nieuw platform opgezet: Gouda-Cheese.com. De website moet de wereld met de kaasstad verbinden en Goudse (kaas)ondernemers een podium bieden dat buiten de landsgrenzen reikt. En dat is geen overbodige luxe: alleen al in de Verenigde Staten wordt de zoekterm "gouda cheese" maandelijks bijna 50.000 keer ingetypt in Google. De internationale belangstelling voor Goudse kaas is groot en daar wil Gouda-Cheese.com op inspelen. De website is een uitnodiging aan de wereld om Gouda te ontdekken. Bezoekers vinden er informatie over Goudse kazen, verkoopadressen, de geschiedenis van kaas in Gouda en bezoektips voor toeristen en kaasliefhebbers. Het platform biedt lokale (kaas)ondernemers kansen om zich internationaal te profileren.



Prijspuzzels Lekkernijen

De prijspuzzels uit Lekkernijen 2024 zijn gewonnen door Linda Verstegen uit Oss. Zij leverde haar oplossing in bij Bon Fromage in Heesch, en ontving een cadeaubon ter waarde van 100 euro uit handen van ondernemer Ton Bens.

Crisstory naar Kaashandel Remijn

Kees & Dieke Donkersteeg, de ondernemers achter het merk Crisstory, hebben de activiteiten en de distributie van hun producten overgedaan aan Kaashandel Remijn. Dieke gaat werken in de zorg, Kees is druk met vier eigen winkels, en hun producten verdienen de volle aandacht. Alle huidige afspraken over leveringen, prijzen en dergelijke blijven gewoon in stand. Het assortiment blijft hetzelfde en u kunt de producten bestellen zoals u gewend bent.

Wijndragers heeft weer een winkel

De Wijndragers zit als productiebedrijf al sinds 1983 in Zwolle, maar is in de jaren '90 gestopt met het verkopen vanuit een winkel, om zich te focussen op productie. Nu is er weer een winkel, aan Diezerpoortenplas 7. "De winkel is voor ons een plek waar we smaken kunnen testen en direct in contact kunnen komen met de klanten", vertelt eigenaar Christian Lensen. "Wij krijgen zo waardevolle feedback. In eerste instantie verkopen we voornamelijk ons eigen product, maar we willen uitbreiden met producten die van onze mosterd zijn gemaakt, zoals kaas, worst, dips en bier." Heel speciaal: er is een seizoensmosterd van de tap die uitsluitend in de winkel te koop is. Ook de zakelijke markt kan nog bij de Wijndragers terecht voor lokale relatiegeschenken of kerstpakketten.

GustoNL wordt BV

GustoNL, het bedrijf van Enrico van Wanrooij, is sinds 1 februari een BV. Op die dag is Jasper Steenwinkel mede-eigenaar geworden. Een belangrijke stap voor de importeur van Italiaanse delicatessen. Het bedrijf richt zich op biologisch, vegan, glutenvrij, suikerarme producten, die op een duurzame en traditionele wijze geproduceerd worden door familiebedrijven, om te laten zien dat Italiaans eten en drinken gezond, lekker en ontspannend kan zijn.

Winnaars Grote Grillworsttest

Op maandag 17 maart 2025 zijn de winnaars van de Grote Grillworsttest bekendgemaakt. Doordat deelnemers dit jaar ook mee konden doen met hun kipgrillworst, kent de vakwedstrijd voor het eerst twee grote winnaars. De grillworst van Knobbout Slagerijen uit Buren en de kipgrillworst van Slagerij Hegeman uit Aarle Rixtel werden uitgeroepen tot de beste van Nederland.



Goed lopende kaas/delicatesses winkel ter overname

Interesse of vragen? Neem contact op met:
Marinus van Dorst 06 26 52 05 12
marinus@horecaadviesbureau.nl of kijk op onze website www.horecaadviesbureau.nl



Van de prins geen kwaad?

Nee, het gaat niet nog over Koningsdag. Het is een commentaar op een prins, Prins Constantijn van Oranje. Die schakelde onlangs op LinkedIn zijn karretje aan de trein van de heer Michiel Muller, van de zelf bedachte "supermarkt op wielen" Picnic. De prins maakt zich al jaren hard voor jonge duurzame bedrijven en innovaties. Het is dus geen wonder dat hij pleitbezorger is van Picnic. Mijn zorg is echter dat prinsen er niet goed aan doen een bedrijf als een fan kritiekloos te volgen. En wat voor prinsen geldt, geldt wat mij betreft voor iedereen. Picnic is ongetwijfeld een bijzondere onderneming die steun verdient. Maar dit betekent niet dat voor Picnic andere regels zouden moeten gelden dan voor andere partijen in dezelfde markt.

Picnic claimt een uitzonderingspositie en zou minder loon moeten betalen dan u. De Cao voor het Levensmiddelenbedrijf is voor supermarkten en speciaalzaken, maar een rijdende supermarkt zou geen supermarkt zijn. Deze stelling is voorzien van allerlei verschillen in de bedrijfsvoering met uw winkel. Ik denk aan de SRV wagen die vroeger in onze straat reed. Die betaalde zeker conform de cao. Diezelfde cao die sinds jaar en dag ook geldt voor virtuele supermarkten. Picnic heeft er een rechtszaak van gemaakt. Tegen Vakcentrum. Vakcentrum won, maar Picnic is in hoger beroep gegaan. En nu denkt Picnic zeker dat het oranjegeluid wel eens zou kunnen helpen om de rechtspraak te draaien. En daarom bepleit nu een prins het verschil tussen een supermarkt op wielen en de andere supermarkten en speciaalzaken. Constantijn pleit voor goedkopere arbeidsvoorwaarden voor Picnic dan waarvan u moet voldoen. Omdat ie fan is.

Ik denk dat Vakcentrum ook in hoger beroep wint. Een supermarkt op wielen, een supermarkt op je app, een supermarkt om de hoek...een banaan is een banaan en een mooi stukje kaas, een mooi stukje kaas, hoe je deze ook koopt. En iedereen die daartoe werkzaam is, behoort te kunnen leunen op tenminste dezelfde arbeidsvoorwaardenbasis. Die basis is mede door uw branchevertegenwoordiger in de cao afgesproken om de markt eerlijk te houden. Prima, als je wil concurreren op kwaliteit en/of innovaties, maar niet met slechtere arbeidsvoorwaarden. Een uitzonderingspositie is wellicht een prins eigen, maar voor de rest geldt een gelijk speelveld.

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



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



www.kingnuts-raaphorst.com

Etikettering op orde? Zo voorkomt u boetes én reputatieschade



Aanvulling in het voorjaar

De Food Voorjaarsbeurs heeft de afgelopen jaren een vaste plek in de agenda gekregen van veel branchegenoten. Verschillende leveranciers sluiten aan bij het initiatief van De Kaasfabriek. Juist de kleine schaal en de overzichtelijkheid in het (rustige) voorjaar geeft de beurs zijn identiteit.



Maandag 17 en dinsdag 18 maart waren ingeruimd voor de Food Voorjaarsbeurs. De organisatie had dit jaar gekozen voor De Hall, restaurant en eventscenter in Woerden. Naast De Kaasfabriek toonden zo'n 25 leveranciers hun producten.

Organisator Erik van Dam van De Kaasfabriek: "We zijn blij met de opkomst. Doordat we met meer aanbieders zijn, trekken we ook meer bezoekers. Enkele aanbieders zijn onze eigen partners, zoals Achterhooks Dearntjen, maar er zijn vooral veel producten te zien van derde partijen, zoals de wijnen van VandenBeld en de winkelapparatuur van Delmo, maar ook Schulp, Eggink, De Worstengroothandel, King Nuts, met allemaal hun eigen distributie. Alle aanbieders richten zich op het speciaalkanaal en dat maakt het voor de bezoekers waardevol. We voelen bij de bezoekers de behoefte aan dit ontmoetingsmoment in het voorjaar. Dat is de reden waarom we deze beurs organiseren, al sinds 2012. Bewust kleinschalig, een plek waar je in een paar uur nieuwe inspiratie vindt en je voorjaarsassortiment kunt aanvullen. Voor ons betekent het dat we bijvoorbeeld meer focus hebben op de lichtere kazen, zoals geitenkaasjes, waar in het najaar de bergkazen meer de aandacht hebben. Maar ook algemene noviteiten hebben hier een plek."



Overzichtelijk

Mark Manshande, ondernemer van Zuivelhoeve Heerenveen: "Voor ons was er een aantrekkelijk aanbod aan leveranciers. Het mooie van de Voorjaarsbeurs is niet zo zeer dat het in de aanloop naar Pasen is, Pasen is in de winkel niet zo'n gekke als Kerstmis. Voor ons betekent het vooral dat we wat meer rust hebben om te kijken wat deze leveranciers te bieden hebben. In deze tijd hebben we meer de rust om nieuw assortiment op te pakken en een plaats te geven in je winkel. In oktober zitten we vaak al zo in de rush naar het einde van het jaar dat je soms de tijd niet kunt vinden om allemaal nieuwe dingen in de winkel op te nemen. Het aanbod is overzichtelijk, waardoor je makkelijker kunt selecteren, maar ook weer divers genoeg om ervoor uit Heerenveen te komen rijden."

Delmo, leverancier van winkelapparatuur, liet in Woerden onder andere het EDP-Doseertoestel zien, dat op de laatste Vakbeurs Foodspecialiteiten was geïntroduceerd. Marie-Suzan van de Vliert, Marketing en Communicatie Manager bij Delmo: "Naast de doseermachine toonden we in Woerden ook onze vacuüm machine. We merkten dat er een groeiende behoefte is aan automatiseren en we kregen veel vragen over verschil-

lende manieren van verpakken. Voor ons was het prima beurs, met goede gesprekken. Het is een goede aanvulling op de jaarkalender, een mooi platform."



Blue Olive

Snelle groei in jaar met hindernissen

Een nieuwe groothandel in houdbaar assortiment voor foodspecialiteiten-winkels. Waarom zijn deze twee ondernemers met Blue Olive gestart? En wat kan het bedrijf toevoegen aan de markt?

“Blue Olive bestaat sinds mei 2023, maar onze echte coming-out was de Vakbeurs Foodspecialiteiten in oktober 2023. Toen hebben we voor het eerst aan de markt kunnen laten zien wie we zijn.” Aldus Youri van der Heijden, medeoprichter en mede-eigenaar. “Blue Olive is de nieuwe foodgroothandel met dertig jaar ervaring. Rachad en ik hebben veel ervaring opgedaan bij de bedrijven waar we gewerkt hebben. En al die ervaring hebben we meegenomen om in Blue Olive de dingen op onze manier te doen.”

Blue Olive opereert vanuit de Jamfabriek in Den Bosch, een verzamelgebouw voor kleine bedrijven in de foodsector. Rachad Abdoella (32)

en Youri van der Heijden (44) hebben beide vele jaren gewerkt bij Voets Specialiteiten. In 2017 stapte Youri over naar biologische graanpletterij De Halm, tot hij in 2022 zich terugtrekt in een sabbatical. Rachad komt na een tussenstap terecht bij Foodelicious in Rotterdam. Daar werkt hij tot en met het faillissement, begin 2023, waar hij nog helpt om alles netjes af te ronden.

Leuke branche

Voorjaar 2023 bellen Youri en Rachad elkaar, zoals zo vaak daarvoor. Ze hebben dan beide hun handen vrij. Youri: “Rachad’s woorden waren letterlijk: ‘Ik vind de branche leuk, ik vind het werk leuk, en ik wil niet meer voor een baas werken. Maar ik wil het niet alleen doen. Zullen we het samen doen?’ Zo zijn we voorzichtig begonnen.”

Wat wilden jullie gaan doen?

Youri: “Ons doel was de categorieën van de speciaalzaken te vullen. Maar alles met één soort, één leverancier per categorie. Dus niet zeven merken pastasaus. Eentje.” Rachad: “Ons assortiment voor speciaalzaken is altijd exclusief voor deze branche. Altijd. Net zoals we altijd zullen waarborgen dat we niet leveren aan twee winkels die vlakbij elkaar zijn gevestigd. Ook dat houden we exclusief, tenzij er tussen die winkels goed overleg is hierover. We zijn maar met z’n tweeën; en we willen samen de relaties met die klanten onderhouden. Dat lukt niet als je duizenden klanten hebt.”

Hoeveel klanten hebben jullie nu?

Youri: “Tweehonderd. Vorig jaar januari nog nul, nu tweehonderd. Op die eerste beurs hadden we een assortiment van acht merken, en we wilden na die beurs, onze bestellingen gaan plaatsen, maar twee leveranciers konden pas half december uitleveren. Pas begin 2024 zijn we echt gestart met de verkoop.” Rachad: “Bovendien: aan het eind van het jaar, na de beurs, gaan winkeliers niet meer nieuwe assortimenten inrichten, die maanden zijn te druk. We hebben daarom eerst de tijd genomen om onze interne routing helemaal goed op te te



‘Ons assortiment voor speciaalzaken is altijd exclusief voor deze branche’

zetten, zodat alles klopt. Daar hebben we 2023 voor gebruikt, zodat we in 2024 goed van start konden gaan.”

Fulfilment center

Youri: “We willen onze iT-er ook heel hartelijk bedanken voor wat die heeft ontwikkeld. Het systeem dat we nu hebben staan geeft ons alle vrijheid om andere dingen te doen. Klanten plaatsen online een order, dat gaat direct naar onze partner, het fulfilment center, die de warehousing doet en het transport regelt. Ook de facturatie gebeurt automatisch. Als wij onderweg zijn loopt alles gewoon door.” Rachad: “We wilden niet meer tot diep in de nacht bussen moeten inladen. Die tijd hebben we gehad. En als je dit met z’n tweeën zelf wilt opstarten, ontkom je er niet aan dat je de hele dag bezig bent met goederen opruimen, data controleren, orders picken... Dan kom je helemaal niet meer toe aan het bezoeken van klanten. Je moet keuzes maken.”

En een praatje maken bij het leveren, mis je dat niet?

Rachad: “Welnee, dat praatje is helemaal niet handig als net die pallet naar binnen moet. Wij bezoeken onze klanten op een ander tijdstip, bellen of appen even om te vragen wanneer het uitkomt, en dan bezoeken we een aantal winkels in een bepaalde regio. Dat werkt veel beter.”

Hoe hebben jullie het assortiment opgebouwd?

Youri: “In het begin kies je voor de hardlopers, de categorieën waar wat sneller rotatie in komt. Pasta’s, sauzen, oliën. We kijken naar trends in verpakkingen en kleurstelling, en prijs doet er heel erg toe. We hebben het geluk dat mensen ons van vroeger kennen. In Houten op de beurs kwamen allerlei

bekenden op ons af met de opmerking: wat leuk dat jullie weer samen werken, jullie zijn een dreamteam.” Rachad: “Ik ben eigenlijk nooit weggeweest uit de branche. Mijn laatste contacten waren in maart, april bij Foodelicious, en in september zag ik veel van hen weer op de beurs. Als je een klikt hebt met een bedrijf, dan werk je daar graag mee samen. Ik denk dat het zo werkt in deze branche. Voor veel klanten was het alleen even wachten tot ons aanbod zo divers was dat je een redelijk orderbedrag kunt bestellen uit wat we te bieden hebben.”

Samen groeien

Waar komen jullie producten vandaan?

Rachad: “Uit heel Europa. En onze focus ligt op nieuwe producten en nieuwe leveranciers.” Youri: “Waar onze klanten met ons mee moeten willen groeien, moeten onze leveranciers dat eigenlijk ook. We beginnen vaak klein bij een nieuwe leverancier. We zeggen er dan bij dat we net zijn gestart en dat de handel nog moet groeien.” Rachad: “We hadden een heel mooi pastamerk op het oog dat we graag wilden hebben. Maar de inlaadorder was vier pallets; dat was veel te veel voor het aantal klanten dat we toen nog hadden. Uiteindelijk hebben we via onze pestoleverancier een ander pastamerk kunnen kopen, waar we per palletlaag konden bestellen. Inmiddels bestellen we nu ook vier pallets, maar daar zijn we samen naartoe gegroeid.” Youri: “En waar we klanten exclusiviteit bieden, bieden we dat ook aan onze leveranciers. We gaan er nu niet een tweede pasta-merk naast zetten.”

WELKOM IN OUDDORP

Beleef de wereld van geitenkaas bij ons op de boerderij, u kunt het zien van gras tot kaas! Tot ziens!



Hofdijksweg 34, Ouddorp www.demekkerstee.nl



mèkkerstee

MET ZORG VOOR MENS, DIER & NATUUR

Mekkerstee Italiaanse Kruiden

Mekkerstee Jong Belegen

PLATINA MEDAILLE
2025
EIN LAUDE AWARDS
STRENGTH, PASSION & PRIDE. EMMETT BY LAURENCE

GOUDEN MEDAILLE
2024
EIN LAUDE AWARDS
STRENGTH, PASSION & PRIDE. EMMETT BY LAURENCE



Waar zit jullie dienstverlening in?
Youri: “Voor 11.00 uur besteld, volgende dag in huis. Daarnaast proberen we al onze kennis over te brengen naar de winkels, en hebben we mediakits op onze website die onze klanten kunnen gebruiken.”

Rachad: “Onze producten behoren doorgaans tot het rand-assortiment. De kernactiviteit van de meeste winkels is kaas, noten, vleeswaren. Maar het extra assortiment in zo’n winkel maakt het leuk. Het zijn vaak de extra dingen die worden gekocht, naast datgene waar klanten voor komen. Om te zorgen dat de winkelier nu niet te veel tijd kwijt is aan een hele verkooptitch voor die producten, hebben wij op onze website per merk sfeerfoto’s, packshots, point-of-sale verhalen. Al het materiaal dat wij en onze leveranciers hebben bij zo’n product kan de klant downloaden in een zip-file en gebruiken in zijn winkel. Bijvoorbeeld onze azijnen van Abma’s, daarover vind je een document met het verhaal, wat het is en serveersuggesties. Het helpt hem het product te presenteren in zijn winkel, en om producten via social media aan te kondigen.”
Youri: “We gaan uit van 400 euro voor een franco order. Maar heb je nu snel een bepaald product nodig, dan kunnen we voor 7 euro ook iets in een doos verzenden met bijvoorbeeld DPD, of Packs als het breekbaar is, voor 15 euro.”

Non-actief
Het succesverhaal van nul naar tweehonderd klanten in ruim een jaar is nog sterker wanneer je hoort dat Youri voorjaar 2023 vier maanden op non-actief heeft gestaan. Restverschijnselen van een hersentumor zorgden voor zware migraine en uitval van lichaamsdelen. Zes weken ziekenhuis en vervolgens revalideren maakte dat Rachad er die tijd alleen voor stond.
Rachad: “Het was zo zwaar voor Youri, dat ik er thuis over moest praten: wat als Youri niet terugkomt? We hadden flink geïnvesteerd. Het was een geluk dat we alle logistiek hadden uitbesteed. Pas bij de vakbeurs eind september was Youri weer fulltime aan de slag.”
Hoe groot is het assortiment nu?

Rachad: “Nu hebben we 600 producten. In bijna alle groepen, behalve alcoholisch. En alles houdbaar. Voor verse producten verwijzen we onze klanten met liefde door naar collega’s. Wil je cannoli? Verwijzen wij naar Gusto.nl. Wil je balsamico? Mercato Italiano heeft Giuseppe Giusti, de beste.”
Youri: “Vroeger kwam heel veel assortiment van enkele leveranciers. Tegenwoordig zie je steeds meer gespecialiseerde minigroothandeltsjes. Bijvoorbeeld De Worstgroothandel, een heel mooi assortiment, enkel gefocust op worst. Het is leven en laten leven. Misschien zijn we vaak iets te vrijgevig met dat soort informatie. Maar op de lange termijn zullen we dat wel een keer terugkrijgen.”

Overname
En alles nog steeds met z’n tweeën?
Rachad: “De logistiek is uitbesteed hè. En voor onze marketing als nieuwsbrieven en ontwerpen werken we met Pleun van den Bijgaart, grafisch designer en marketeer. Zij heeft ook in de Jamfabriek gewerkt, is voor zichzelf begonnen en heeft ons benaderd. Werkt fantastisch.”

Een recente stap: Life is a Pintxo was een bekende naam op de Vakbeurs Foodspecialiteiten. Eigenaar Wim IJksa is gestopt en jullie hebben zijn assortiment overgenomen. Wat betekent dat voor jullie?
Youri: “We zijn Wim heel dankbaar dat hij contact met ons heeft opgenomen. Het assortiment van Life Is A Pintxo is een mooie aanvulling op ons eigen assortiment. En we hebben nu een mooie wisselwerking: de klanten van Wim kunnen nu ook kiezen uit ons assortiment en onze huidige klanten hebben nu de keuze uit 16 extra merken. Samen met Wim hebben we gezorgd voor een zo vlekkeloos mogelijke overgang; dat ging zo goed dat we al een flink aantal bestellingen hebben moeten plaatsen bij onze nieuwe leveranciers. We merken dat de werkwijze van Wim heel goed bij die van ons past, vandaar dat het zo’n fijne match was.”

Waar staan jullie over drie jaar?
Youri: “Over drie jaar zijn we flink gegroeid. En doen wij nog steeds die dingen die we zo leuk vinden: het contact met onze klanten en dag en nacht voor ze klaarstaan.” ◀





FRANCHISER WORDEN BIJ ALEXANDERHOEVE?

Denkt u wel eens aan uw eigen winkel met een groot assortiment aan kaas, noten, wijn en andere delicatessen? Word dan franchise­nemer bij Alexanderhoeve.

Dit is dé gelegenheid om uw eigen zaak te starten. Of misschien heeft u al een eigen zaak en wilt u zich bij ons aansluiten? Wij zijn regelmatig op zoek naar franchise­nemers in heel Nederland. Heeft u zelf een plan voor een mooie locatie? Twijfel dan ook niet om contact op te nemen.



Momenteel zoeken wij franchise­nemers voor onze winkels in
ROTTERDAM - KEIZERSWAARD
ZOETERMEER - ROKKEVEEN

Scan de QR code voor meer informatie.
Acquisitie n.a.v. deze advertentie wordt niet op prijs gesteld.

www.alexanderhoevekaas.nl  Alexanderhoeve kaas en noten

Rondje VAN SCHULP

7 Schulp sappen met sapglas



PROFITEER VAN DE VOORJAARSKORTING

Bestel bij uw groothandel of informeer bij onze verkoopadviseur

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

Ook in Bio variant

Schulp Vruchtensappen | Zandpad 76 Breukelen | 0346 - 25 96 30 | schulp.nl

De nieuwe notenleveranciers

Jarenlang kende de Vakbeurs Foodspecialiteiten drie grote notenleveranciers: De Notenbeurs, Delinuts en King Nuts & Raaphorst. Lekkernijver had interviews met deze partijen in respectievelijk de nummers LN58, LN71 en LN79. De afgelopen vakbeurs telde maar liefst zes grote stands. Waar komen die groei en deze 'nieuwe' notenleveranciers vandaan? Wat hebben ze de markt te bieden, en hoe gaat het met de notenhandel? Op deze en volgende pagina's stellen we aan u voor: Nuts Today, NOIX Notenatelier en Koppejan Noten. (En die laatste gaat al best lang mee!)



Nuts Today

Van markthandel naar groothandel

Nuts Today is ontstaan uit het markthandelbedrijf van Martin en Cristel Hullekes. Sinds 2021 levert hun groothandel aan winkeliers en marktkooplui die zelf hun noten branden. Vanuit Ede leveren ze steeds vaker aan ondernemers door het hele land.

De website van groothandel Nuts Today vermeldt Martin en Cristel Hullekes als eigenaars. Bij Jan-Jaap Bax staat 'Sales'. Maar met een klein team blijken de rollen niet zo scherp verdeeld. Jan-Jaap: "Eigenlijk ben ik gewoon de rechterhand van Martin. We doen alles samen, zowel de inkoop, de verkoop, de opslag en het reilen en zeilen met externe transporteurs. We zijn een kleine organisatie."

Nuts Today werkt met dertien medewerkers. Het is onderdeel van een groep van vier verschillende activiteiten. De andere drie zijn een leverancier van gezonde voeding voor met name drogisten, een biologische lijn producten voor therapeuten en het marktbedrijf waar het in 2002 allemaal mee is begonnen. Jan-Jaap: "Martin Hullekes kwam via zijn schoonvader in de markthandel in noten en zuidvruchten terecht. In 2015 is hij die werkzaamheden gaan uitbreiden met meer personeel en met de start van een merk in natuurvoeding, Vitiv, voor verkoop op de markt en later ook aan een groothandel. In 2021 zijn we gestart met een eigen groothandel in noten, Nuts Today."

Wat was de aanleiding voor die start van Nuts Today?

"We hadden het idee dat er in kwaliteit best wat te winnen viel in de levering aan marktkoopmannen. En ook op het gebied van prijs zagen we kansen. Hoe kunnen we met behoud van kwaliteit toch betere inkoopprijzen regelen? De grote importeurs zijn behoorlijk grote bedrijven met nogal wat overheadkosten. Als we die kosten kunnen vermijden moeten we onze afnemers goedkoper kunnen leveren. We importeren deels zelf uit Europa, en halen een deel direct bij brokers en traders."

"Tegelijk konden we hiermee ons volume laten groeien. En we wilden met een eigen naam naar buiten treden als leverancier aan derden, in een aparte BV, omdat het over heel andere zaken gaat, met bijvoorbeeld kleinere marges."

Voor wie werkt Nuts Today?

"We richten ons op collega-marktkoopmannen in noten en zuidvruchten, op horecagroothandels, op fabrikanten die noten verwerken in producten, en aan delicatessenwinkels die per dozen van tien of twintig kilo bestellen. We branden zelf niet, we richten ons op de winkels die juist zelf willen branden. We hebben wel wat gebrande mixen en cashewnoten voor de horeca."

Wat doen jullie anders dan andere groothandels?

"We merkten dat er behoefte is aan meer flexibiliteit en service. We hebben dat zelf ook aan den lijve ondervonden. Hoe groter een bedrijf wordt hoe lastiger het wordt om

flexibel te blijven. Marktkoopmannen bedenken vaak dat ze gister wat nodig hadden. Dat is hoe marktkoopmannen werken. Met een delicatessenwinkel is het net zo. Natuurlijk is iedereen welkom om binnen het uur iets bij ons te komen afhalen, maar je kunt ook tot 15.00 uur bestellen, dan heb je het de volgende dag in huis. Onze kwaliteit is net zo goed als bij andere groothandels, daarnaast hebben we wat speciale producten als Griekse olijfolie en honing onder eigen merk en onze prijs is anders. Ook hebben we ambachtelijke granola uit eigen bakkerij in ons assortiment. We leveren bulkverpakkingen in zaden, noten, pitten en zuidvruchten, rijstcrackers en chocolade. En dan met name de hardlopers. Veel nieuwe ►



Jan-Jaap Bax.



Slimme weegoplossingen voor slimme retailers

Weegschalen worden allang niet meer alleen gebruikt om het gewicht aan te geven. De slimme bTouch weegschaal in combinatie met de R&H Shop Analyser software helpt u om nauwkeuriger, veiliger, sneller en efficiënter te werken.

- Een stijlvol ontwerp
- Intuïtief touchscreen
- Rijke functionaliteit
- Slim databeheer
- Superieure kwaliteit
- Toekomstbestendige technologie



METTLER TOLEDO

Ga voor meer informatie naar
www.mt.com/bTouch-ShopAnalyser

klanten vragen een eerste bestelling waarna de prijs dusdanig is dat ze vanzelf blijven. We zijn geen prijsvechter, want we pakken gewoon de marge die we nodig hebben. Maar door de lage overheadkosten kunnen we competitief zijn.”
 “Wat leuk is: we importeren zelf uit Azerbeidzjan gedroogd kaki-fruit, zonder toegevoegde suiker. Een gezonde snack zonder suiker, gewoon gedroogd fruit, een enorme hype.”

Wat zijn jullie voorwaarden?

“We werken met korte lijnen en kunnen we snel schakelen. We hanteren 1250,- euro bij verzendingen binnen Nederland. Met een paar dozen cashewnoten zit je daar al gauw aan. Verder informeren we onze klanten over de verwachtingen en ontwikkelingen op de markt, en adviseren over mogelijke prijsontwikkelingen.”

Jullie website spreekt van ‘Duurzame relaties met gerenommeerde leveranciers en strikte certificering’. Wat betekent dat?

“We vinden het belangrijk dat leveranciers een goede certificering hebben, dus vaak BRC voor voedselveiligheid, zodat het volgens Nederlandse en EU-wetgeving allemaal in orde is. Daar moeten we op kunnen vertrouwen.”

En de website refereert naar ‘Het persoonlijke karakter van de eeuwenoude marktkoopman’. Wat bedoelen jullie?

“Omdat we zelf op de markt staan, begrijpen we wat er speelt bij de ambulante handelaar. We begrijpen de collega’s en spreken hun taal. Martin zou hier het antwoord op moeten geven, maar het gaat om het persoonlijke, het maken van een lolletje. Niet dat zakelijke. Natuurlijk, contract is contract, maar we denken met elkaar mee, een goed, leuk, persoonlijk contact. Een beetje normaal doen, dat wordt gewaardeerd.”

Op de vakbeurs stonden lange tijd drie notenleveranciers, nu staan er zes. Gaat het goed met noten?

“De prijzen zijn nu hoog, dat maakt het lastig voor de markt. Maar de consument eet meer noten en zal dat ook blijven doen. Het is opgenomen in de schijf van vijf, de gezondheidsaspecten worden erkend en de Nederlander houdt zich daar wel aan. Ook granola’s en muesli’s met noten in zitten worden populairder. Ook de trend naar meer vega en vegan vergroot de belangstelling voor de voedzaamheid van noten.”

Gaat het goed met de detailhandel en de ambulante handel?

“Zeker. Wij krijgen wekelijks nieuwe klanten. Ze ontdekken ons ook via elkaar, dat is mooi. Niet elke winkelier heeft zijn dingen goed voor elkaar. Soms heb ik wel eens wat zorgen over een winkel, dat er een frisse wind doorheen zou moeten. Een speciaalzaak mag best geld vragen voor zijn producten, want de kwaliteit van de speciaalzaak kun je in de supermarkt niet kopen. Maar je moet wel blijven innoveren. Als je doet wat je deed, krijg je nu niet meer wat je vroeger kreeg. Daar moeten wij sommige van onze klanten soms wat in triggeren. In te veel speciaalzaken is noten een wat ondergeschoven kindje. Je moet het wel breed neerzetten. Vaak ligt de focus op vers branden, maar je kunt ook rauwe noten verkopen in zakken van een pond, waar de consument thuis weer zijn granola’s van kan maken. Zo proberen we op verschillende manieren de verkoop in de winkel te stimuleren. Dat contact stimuleren we. We vragen ook altijd bij een levering hoe het gaat, we proberen vaak nieuwe dingen te laten proeven, of controleren samen de kwaliteit van een levering door even te proeven. We willen merken dat een klant steeds een goed gevoel heeft bij de samenwerking. Niet alleen bezorgen en de volgende dag een factuur sturen. Die persoonlijke aandacht maakt dat ondernemers ons de handel gunnen.”

Erfgoed Stelling kaas

Ambachtelijke
Boeren &
Boerderij Kaas
met een stoere
uitstraling

Onze serie **Erfgoed Stelling kaas** wordt bereid door boeren die dagelijks met volle overgave kazen maken. Vaak geleerd van vader op zoon en deze traditie wordt in Erfgoed vertegenwoordigd. De stelling staat voor het type kaas en de leeftijdsoort. Het eerste nummer geeft aan bij welke boer de kaas wordt gemaakt en het laatste nummer geeft de leeftijd aan. Hoe hoger het laatste nummer hoe langer de kaas heeft liggen rijpen in ons pakhuis.



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

ONTDEK DE SMAAK VAN HET VOORJAAR IN ELKE SLOK



T. +31 (0)321 - 33 10 52 • verkoop@slandsbeste.nl • www.slandsbeste.nl



“We importeren zelf uit Azerbeidzjan gedroogd kaki-fruit, zonder toegevoegde suiker. Een enorme hype.”

NOIX Notenatelier

Groot geworden vanuit de winkel

Jasper van Dijk is mede-eigenaar en medeoprichter van NOIX Notenatelier, samen met ondernemer Edwin Schreff. Het Notenatelier is ontstaan uit De Notenwinkel van Zeist, in 2014, 2019 en 2023 verkozen tot de beste notenwinkel van het land. Vanuit De Meern belevt het bedrijf nu 300 speciaalzaken.

"NOIX Notenatelier is gespecialiseerd in het branden en verpakken van noten, voor horeca en speciaalzaken die verse noten niet zelf willen, kunnen of mogen branden, maar wel willen verkopen of gebruiken in gerechten", zegt Jasper van Dijk. "We branden de noten handmatig, net zoals we dat deden in de winkel in Zeist, waaruit NOIX is ontstaan." "De markt voor verpakte gebrande noten groeit. Voor foodspecialiteitenwinkels wordt het steeds lastiger om zelf hun noten te branden, deels door personeelstekorten en deels omdat noten vaak naast kaas een tweede, kleiner assortiment is. Bovendien liggen de gebrande noten in de winkel vaak open omdat ze moeten afkoelen, en kaas geeft veel vocht af, wat weer slecht is voor de versheid van de noten. De noten trekken vocht aan, waardoor ze zacht worden. Dat is voor veel winkels een lastige combinatie. Dat maakt dat ons assortiment vaak versere noten oplevert dan bij het branden in de winkel."

Vanuit Zeist

NOIX Notenatelier is ontstaan vanuit De Notenwinkel in Zeist. In 2009 begint Jasper in Zeist met een snuffelstage tijdens zijn middelbare school. Na afloop vraagt ondernemer Edwin Schreff gelijk of hij wil blijven. "Tijdens mijn verdere school en studie ben ik er blijven werken. Het product is mooi, het winkelwerk is leuk, maar Edwin betrok ons ook bij het ondernemen, gaf ons verantwoordelijkheden en nam ons mee in beslissingen die in de winkel moesten worden genomen. Ik werkte in de weekenden, en soms ook na school en in tussenuren. Dan rook iedereen op school dat ik weer in de winkel was geweest."

"Die winkel groeide in de jaren daarna van 50 naar 250 vierkante meter, en leverde ook al in bescheiden mate aan horeca en andere winkels. En dat ondernemersverhaal sprak me erg aan. Met mijn collega Guido Boot kwamen we als student veel in de horeca. Daar zagen we dat daar altijd slechte kwaliteit noten werden gebruikt: slechte pindamixen en zwart uitgeslagen, bittere walnoten. We zijn eens gaan informeren bij enkele partijen wat zij betaalden voor hun inkoop en wat wij vanuit de winkel konden bieden. Zo is begin 2020 'De Notenwinkel voor de Horeca' ontstaan. Samen met Edwin hebben we een BV opgezet, een busje aangeschaft, klanten in de horeca bezocht en afspraken gemaakt. In februari zijn we van start gegaan. En toen kwam corona en ging de horeca dicht."



Jasper van Dijk, mede-eigenaar en medeoprichter van NOIX Notenatelier.



Pakketten

"Maar de winkel in Zeist ging veel meer omzetten tijdens de pandemie, omdat mensen lekkere dingen in huis wilden halen. We besloten om ons met ons product in een andere verpakking te richten op de speciaalzaken. Vanaf onze studentenkamers zijn Guido en ik heel Nederland gaan afbellen: 'Mogen we langskomen om te laten proeven?' Het eerste jaar hebben we honderd winkels bezocht en veel klanten gewonnen, met een mooi assortiment, vers gebrand vanuit de winkel en goed verpakt. Dat sloeg aan. Drie jaar lang hebben we dat vanuit de winkel in Zeist gedaan. Een leuke tijd, maar uiteindelijk leed de winkel onder het succes van de groothandel en andersom." Begin 2023 start de productie op een eigen locatie in De Meern, met veel ruimte voor het branden en verwerken van de noten, voor een grote verpakkinglijn en voor een flinke opslag van materialen. Voor de winkel in Zeist betekent het dat de rust weer terugkomt, want de drie jaar extra productie heeft zijn tol geëist.

Een nieuwe naam

"We merkten dat het lastiger werd om onder de naam 'Notenwinkel van Zeist' door het hele land te leveren. In Zuid-Limburg zegt die naam de mensen niks, en het is niet meer lokaal. Eenmaal los van de winkel hebben we een nieuw merk bedacht: NOIX Notenatelier. Onder die naam werken we hier alweer tweeënhalf jaar vanuit De Meern." NOIX werkt voor drie doelgroepen. Ten eerste speciaalzaken, waaronder ook boerderijwinkels en groentewinkels. Mooie referenties zijn onder andere Landwaart Culinaire Eyserhalte. Daarnaast de kleinere kwaliteitsgroothandel voor de horeca, zoals Rungis en Van der Valk Distributiecentrum. De derde groep zijn de bedrijven voor kerstpakketten en relatiegeschenken.

"Die pakkettenhandel is sterk gegroeid tijdens corona, toen iedereen brievenbuspakketjes en kerstpakketten ging versturen. Alle leveranciers zaten in die tijd met capaciteitsproblemen."

Horeca leveren jullie niet direct, maar winkels wel?

"We weten dat we een heel goed product voor een goede prijs leveren. Maar horeca is een lastige logistiek. Bij winkels liggen de bestedingen hoger. Zij kunnen een heel schap vullen en daarmee een mooi orderbedrag per week genereren. Voor horecagroothandelers ligt dat anders, omdat zij vaak het hele assortiment hebben en bijna dagelijks leveren."

Jullie werken nog steeds samen met Edwin Schreff?

"Inderdaad. Guido heeft twee jaar geleden een stap terug moeten zetten en heeft nu het bedrijf verlaten. Edwin Schreff en ik zijn nu samen eigenaar van NOIX. Voor mij is dit een fijne samenwerking, want Edwin heeft al veertig jaar ervaring. Een oude rot in het vak. Hij doet de inkoop, en van hem heb ik het hele vak geleerd: kwaliteitsbesef, hard werken en het ondernemerschap. Nu hebben we een goede wisselwerking. Ik ben operationeel verantwoordelijk, volg de trends en zorg voor verjonging en vernieuwing in het bedrijf. Edwin heeft de ervaring en dat gaat goed samen. En in het weekend dient de winkel in Zeist als showroom voor alle producten, de ambacht en kwaliteit."

Hoe is de samenwerking tussen winkel en NOIX?

"We kopen samen in; daar profiteert de winkel van, maar wij ook. Daarnaast maakt de winkel heel ons assortiment van handgemaakte chocolade, en ook alle seizoens-chocolade, die we ook aanbieden aan speciaalzaken." ➤

‘Drie jaar lang hebben we gewerkt vanuit de winkel in Zeist. Maar winkel en groothandel leden eronder’



Cadeau tips!

Het assortiment van Voets Specialiteiten blijft vernieuwen met bijzondere delicatessen en unieke leveranciers. Van stoere smaken tot verfijnde vondsten – perfect om mee uit te pakken dit seizoen. Laat je inspireren en ontdek het zelf in onze showroom!

Bestel hier de nieuwste producten









www.voetsspecialiteiten.nl

+31 (0)73 - 549 68 81

info@voetsspecialiteiten.nl



Importeren jullie zelf?

"Nee, we proberen weg te blijven van import. Onze kracht ligt in het selecteren en verwerken van lekkere producten. Importeren is ook een vak apart. We kopen in bij verschillende partijen, afhankelijk van kwaliteit en prijs."

Hoe ziet het assortiment eruit?

"Onze core business zijn de vers gebrande noten, gezouten of niet, gekruid, gecoat en ongebrand. Alle noten leveren we ook in bulk, in dozen of emmers. Ook onze chocolade en zoutjes leveren we verpakt en ook in bulk. In totaal hebben we zo'n 250 verschillende producten. Gecoate noten, zoals die van Duyvis, zie je door de hele branche. Wij laten speciaal onze eigen mix maken; we selecteren op smaak en samenstelling, en zorgen zo dat de ondernemer in zijn winkel een bijzonder product kan verkopen."

Welke bijzondere service verlenen jullie?

"Ons assortiment zit in bakjes van verschillende grootte, zodat de prijs per bakje dichtbij elkaar ligt. Een grote bak pinda's heeft ongeveer eenzelfde prijs als een klein bakje macadamia's. En we leveren per stuk. Heb je dadels in je assortiment met een lage rotatie, dan hoef je niet een hele doos met bakjes dadels te bestellen als je er daar maar een paar per maand van verkoopt."

"We leveren wekelijks, elke dag van de week een ander deel van het land. We hebben onze eigen bussen met vaste chauffeur, zodat we weten dat het goed aankomt en we hebben zo steeds een contactmoment met de klant. En we hebben een relatief laag franco leverbedrag van 300 euro. Twee dagen van tevoren bestellen, heel makkelijk met behulp van een app met een bestellijst. Die moderne technologie proberen we in onze bedrijfsvoering op te nemen. We hebben immers een heel jong team, en die jeugdigheid proberen we ook door te voeren in hoe we werken. We sturen nieuwsbrieven via de mail, maar bijvoorbeeld ook via Whatsapp."

Jullie zijn snel gegroeid in die jaren...

"De kerstperiode is het drukst. Als we die goed doorkomen, weet je dat de rest van het jaar ook wel lukt. De kerst van 2021 was heel druk en chaotisch vanuit Zeist. In 2022 hebben we daarom op de rem moeten trappen en geen nieuwe klanten meer geworven. Sinds we in De Meern zitten met meer ruimte en een machinale verpakkingslijn merken we dat we alles zo veel beter aankunnen. We hebben ons wel afgevraagd of machinaal past bij het ambacht dat we nastreven. Maar verpakken op zich is niet het belangrijkste: dat is het branden. Elke

‘Als we de kerstperiode goed doorkomen, lukt de rest van het jaar ook wel’

oogst en elke soort heeft weer andere brandeigenschappen. Noten branden doe je vooral met je ogen. Je moet erbij blijven, net als het mengen en kruiden. Dat blijft handmatig." "In 2024 hebben we zo'n 450 verschillende speciaalzaken en andere bedrijven beleverd, door het hele land heen. Sinds het begin zijn dat zo'n 600 unieke klanten geweest. Sommige winkels stoppen ermee, of stoppen met noten, maar een grote groep is een heel trouwe klant." ◀



De lekkerste oude kaas van Nederland



**Nu bij
1 Gooische Pikante
15 Flesjes
Rosé
GRATIS**

Voor mensen met een rijke smaak!





Koppejan Noten

In twintig jaar flink gegroeid

Koppejan Noten is niet nieuw in de markt. Het bedrijf staat al sinds 2018 op de Vakbeurs Foodspecialiteiten, en ontmoette zijn afnemers daarvoor vooral via de AGF-beurs. Wat heeft het de speciaalzaak te bieden? Marijn Koppejan en Evelien Pater vertellen over het ontstaan en de werkwijze.

Het is rond het jaar 2000 als Jan Koppejan besluit om het te drukke leven met twee supermarkten achter zich te laten. De intensiteit van het werk is niet leuk meer als je thuis ook een groot gezin hebt. Een notenleverancier zoekt een vertegenwoordiger voor het rayon Veluwe. Dat spreekt Jan aan, want ooit heeft hij nog bij Reforma gewerkt, de branche waar noten toch een oorsprong hebben. Twee

jaar rijdt hij heen en weer tussen Zeeland en Gelderland, om daarna te verhuizen naar Kootwijkerbroek. Het ondernemersbloed blijft kriebelen en in 2005 begint hij voor zichzelf. In eerste instantie in luxere koeken, om niet de concurrent van zijn oude werkgever te worden, maar zijn hart ligt toch bij de noten. Uiteindelijk wordt het Koppejan Noten. De koeken zitten nog steeds in het assortiment.

Lange tijd verwerkt hij zelf zijn goederen en brengt ze met een eigen bus naar steeds meer afnemers. In 2008 komt zoon Wouter in de zaak, en in 2009 volgt Marijn. Met drie bussen

wordt de handel naar de klanten gereden. Van vader en zoons groeit het uit tot een groot familiebedrijf, waarin naast Wouter en Marijn nog drie kinderen van Jan werkzaam zijn. Dagelijks werken er veertig collega's en totaal telt Koppejan Noten bijna honderd medewerkers.

Eigen transport

Koppejan werkt met eigen chauffeurs en eigen vrachtwagens, voorzien van koeling voor bijvoorbeeld chocolade en zuidvruchten in de zomermaanden.

Marijn: "Dat eigen transport vinden we belangrijk. Het is een service-aspect en een communicatie-aspect; je hebt echt contact. Bij eventuele problemen kunnen we snel schakelen en het snel oplossen."

Aan wie leveren jullie?

Marijn: "Onze klanten zijn onder andere groente- en kaas-speciaalzaken, boerderijwinkels en marktkoopmannen, maar ook de zelfstandig supermarktondernemers die een eigen aanvullend assortiment voeren."

Evelien: "We leveren ook aan de industrie voor verdere verwerking, en aan tuincentra en horeca."

Speciaalzaken zijn altijd huiverig wanneer een leverancier ook aan supermarkten levert...

Marijn: "Voor de supermarkten werken we met een andere uitstraling, andere verpakkingen en een ander assortiment. En het loopt niet via hoofdkantoren, het is puur assortiment voor een zelfstandig ondernemer, net als de speciaalzaak-ondernemer. Natuurlijk zit er wel eens overlap, maar als ondernemer moet je vooral van je eigen kracht uitgaan. Noten zijn nog vaak een impulsproduct, als mensen een bakje zien staan nemen ze het mee."

Verwarmde wokpannen

Marijn: "Al onze producten kunnen geleverd worden in bulkverpakkingen, zodat de klant zelf kan branden en mixen kan samenstellen. Voor olie, kruiden en verschillende soorten verpakkingsmateriaal kan de klant ook bij ons terecht. Daarnaast hebben wij een breed assortiment verpakt in emmers met vers gebrande notenmixen, die een speciaalzaak zelf kan verpakken in zijn eigen, onderscheidende verpakking. Die gebrande noten kan de winkelier ook in onze verwarmde



Evelien Pater en Marijn Koppejan.

‘Ons eigen transport is een service- en communicatie-aspect’

wokpannen presenteren, met een doorzichtige kap eroverheen, zoals we die ook op de vakbeurs laten zien."

Evelien: "Voor speciaalzaken hebben we ook een consumentenlijn in zakjes en in cupjes. Dit betreft een uitgebreid assortiment noten, pinda's, rijstcrackers, zuidvruchten en chocolade artikelen."

Marijn: "De cupjes zijn gemaakt van RPET, dus 100% recyclebaar. Ook de luxe koeken maken nog steeds deel uit van ons assortiment, evenals enkele soorten wijn en bijvoorbeeld kaasstengels en kaasvlinders. Zo kan de winkelier ook een aardig pakket samenstellen."

Vakbeurs

Koppejan stond voor het eerst op de Vakbeurs Foodspecialiteiten in 2018, en sinds dat jaar elk jaar opnieuw. Wat maakte dat jullie sinds dat jaar de beurs hebben ontdekt?

Marijn: "Voor die tijd stonden we op de AGF-beurs, ook in Houten, omdat veel van onze klanten in de AGF-branche zitten. Daarna hebben we op de AGF-beurs in Rotterdam





gestaan, maar die beurs was niet wat het moest zijn. Sommige speciaalzaken hebben het moeilijker gehad, hoewel ze in de coronajaren weer zijn opgebloeid. Consumenten hebben de lokale speciaalzaken weer ontdekt met hun bredere assortimenten.”
Evelien: “De groentewinkels veranderen steeds meer in vers-speciaalzaken en daar passen noten heel goed bij.”

Jarenlang stonden alleen die grote drie notenimporteurs op de beurs: Delinuts, King Nuts & Raaphorst en De Notenbeurs. Wat doet Koppejan anders dan die grote drie?

Marijn: “We zijn een familiebedrijf met een sterke familie-cultuur en een vrij platte organisatie. We hebben onze eigen visie. We leveren kwalitatief goede producten, die we zelf vers branden in mandjes van enkele kilo’s; zoals een winkel-er brandt, zo branden wij ook, op ambachtelijke wijze. En we kunnen een heel breed assortiment bieden, van bulk tot consumentenverpakking. Daardoor kunnen veel verschillende soorten klanten bij ons terecht.”

“Daarnaast verlenen we een hoge service. Het eigen vervoer, dat ik al noemde, de korte lijnen en de vernieuwende inslag. We proberen veel nieuwe producten te ontwikkelen en nieuwe producten in te kopen. We denken mee met de ondernemer, hoe we de onderneming voor hém beter kunnen maken.”

Voorwaarden

Wat zijn jullie voorwaarden?

Marijn: “We leveren door heel Nederland, met een stukje België en een stukje Duitsland. We bezorgen franco bij een bestelling vanaf 350 euro op route.”

Evelien: “In principe komen we eens in de twee weken. Mocht het nodig zijn dan kunnen we ook elke week leveren. We branden alles zelf en willen het zo snel mogelijk bij de klant

hebben. Een dag voor levering nemen we contact op met de klant om te vragen wat er nodig is. Dat betekent dat we veel persoonlijk contact onderhouden.”

Waar kopen jullie in?

Marijn: “Deels importeren we zelf en we kopen bij veel verschillende importeurs in, als risicospreiding en deels om mee te profiteren van de volumevoordelen van de grote importeurs. Die gespreide inkoop, ook per productgroep, maakt het veiliger. In de coronatijd hebben we die risico’s gezien en hebben we heel goed ervaren hoe nodig dat is. Er waren toen veel problemen met leveringen, omdat schepen onderweg waren maar het niet duidelijk was wanneer iets aankwam.”

Snelle groei

“Koppejan Noten is flink gegroeid. De laatste jaren ligt de groei steeds op 15 tot 20 procent. De markt is ook zo snel gegroeid. Overal gaan tegenwoordig noten doorheen: muesli’s en ontbijtgranen, taarten en koeken, andere gerechten, of een handje losse noten. De opname in de Schijf van Vijf en het ‘handje noten’ van het Voedingscentrum heeft de markt goedgeedaan. De consumenten kiezen bewuster voor noten. Natuurlijk hebben wij daar ook baat bij. Ook krijgen we in de winkels steeds vaker een breder assortiment. Verder wordt het voor onze klanten steeds belangrijker dat hun leveranciers gecertificeerd zijn. Met ons FSSC 22000 certificaat voldoen wij aan alle eisen.”

Koppejan heeft een flinke stand op de Vakbeurs Foodspecialiteiten. Is er meer ruimte in de markt voor noten gekomen?

Marijn: “Jazeker. Vroeger verkocht een boerderijwinkel vooral zijn eigen appels. De meeste van die winkels zijn sterk gegroeid in assortiment, deels met noten, het zijn bijna volwaardige versmarkten. Maar ook in tuincentra kun je tegenwoordig een bakje noten kopen.”

Evelien: “Daarnaast hebben we seizoensklanten, zoals een aspergewinkel die tijdelijk wat noten afneemt. Of in Zeeland een campingwinkel die in het seizoen noten verkoopt. Noten worden veel meer geconsumeerd. Het is een leuke aanvulling voor heel veel winkels.”

Jan Koppejan is nu 68. Sinds een paar jaar heeft hij het bedrijf overgedragen aan Wouter en Marijn. Jan voelt zich nog steeds betrokken, komt regelmatig nog langs en doet af en toe nog een ritje. Omdat het leuk is. ◀



NEDERLANDS BESTE
FOODSPECIALITEITENWINKEL
COMPETITIE 2025



NEDERLANDS BESTE
FOODSPECIALIST KAAS VAN DE BOER
COMPETITIE 2025



NEDERLANDS BESTE
FOODSPECIALIST NOTEN
COMPETITIE 2025

Branche-Event Foodspecialiteiten en congres

U bent van harte uitgenodigd! Op maandag 2 juni 2025 organiseert Stichting Foodspecialiteiten Nederland weer het jaarlijkse Branche-Event Foodspecialiteiten in Reehorst te Ede. Dit jaar is er ook een zeer belangrijk middagprogramma.

Congres

Graag nodigen wij u uit voor het congres waar het nieuwste economische marktonderzoek voor foodspecialiteiten wordt gepresenteerd. Tijdens dit congres krijgt u inzicht in waar de markt nu staat en wat ondernemers kunnen verwachten, met een presentatie van het rapport 'Van groei naar duurzaam succes'. Dit rapport is opgesteld aan de hand van een benchmark onderzoek in diverse versbranches. Het biedt een duidelijke doorkijk naar de toekomst, met scenario's die richting geven aan strategie en beleid. Of het nu gaat om kansen ontdekken, trends begrijpen of uw bedrijf voorbereiden op de toekomst – deze bijeenkomst biedt waardevolle handvatten.

Event met winkelfinales

Ook dit jaar maken we op het Branche-Event Foodspecialiteiten de winnaars bekend van de Nationale Competities. Het wordt een swingende avond met optredens van Rolf Sanchez en de Leidse coverband 'The Day After'. Voor lekker eten en drinken ontbreekt niets deze avond en natuurlijk is het zeer grote kaasbuffet niet te missen!

Uitnodigingen zijn inmiddels per post verzonden. Op de uitnodiging staat vermeld dat u een introducee mag meenemen. Als gecertificeerde winkel mag u uw hele team meenemen.

Het congres start om 16.00 uur, zaal open vanaf 15:30 uur. Aansluitend is er om 18.00 uur een gezamenlijke borrel voor deelnemers aan congres en Branche-Event. Het Branche-Event start na de borrel en loopt tot 23:00 uur. Aanmelden kan via de website van het Vakcentrum, door de QR-code te scannen.



Adres: Reehorst Bennekomseweg 24, 6717 LM Ede



Gastheer is Jan Versteegh voor zowel congres als branche-event.



Tijdens het Branche-Event zal Rolf Sanchez optreden.

Hoofdsponsors



Sponsors



Donateurs

Delinuts
NOIX Notenatelier

Kaashandel Remijn
Roodbonter Kaas

MAAZ CHEESE

Mercado Don Emilio Assen

Op het versplein op de begane grond van Warenhuis Vanderveen in Assen zit Mercado Don Emilio, een eetwinkel voor delicatessen en cadeaus.

De Mercado is open naar de andere winkels op het versplein: de Keurslager en de bloemisterij. Ertussen is een terras waar belegde broodjes, een salade of koffie en thee kunnen worden genuttigd. De slagerij werd jarenlang gevoerd door de ouders van Emiel Mager. Daar leerde hij het winkelvak, maar Emiel wilde verder in andere producten. Sinds 2008 heeft hij zijn eigen zaak, tegenover de slagerij. Hij biedt zijn gasten tapas, belegde broodjes, maaltijden, olie en azijn, wijn etcetera. In 2022 kan hij met zo'n 50 procent uitbreiden, waardoor ook kaas en noten en speciaalbieren worden toegevoegd aan het assortiment. De winkel beslaat nu ruim 200 vierkante meter. De omzet komt voor 60 procent uit de huisgemaakte tapas en maaltijden, 20 procent komt van kaas en noten, de rest van cadeaupakketten, wijn en houdbaar assortiment. Het aanbod uit eigen keuken is de grote trekker; en passant neemt de klant ook de andere boodschappen mee. Daarnaast komen ook veel klanten voor de cadeaupakketten. "Dat is het mooie, dat we zo veel aanbod in dezelfde ruimte bieden. Dat maakt het aantrekkelijk voor de klant", zegt Emiel. De samenwerking met de slagerij is prima. Emiel verwijst zijn klanten voor parmaham naar de overzijde, en catering verzorgen ze gezamenlijk. Kerstpakketten worden grotendeels samengesteld in een loods buiten het centrum. Achter de vers-toonbank is de keuken, een heerlijke productieruimte waar alle maaltijden, olijven, roomkazen en tapenades worden bereid, deels in het zicht van de klant. Hier trekt Emiel al zeventien jaar klanten mee. Trots is hij op hoe de winkel is uitgegroeid tot een echte topwinkel, en op zijn team, een vaste club van negen medewerkers die er al jaren werkt.

Mercado Don Emilio
Versplein-Warenhuis Vanderveen
Emiel Mager
Koopmansplein 16
9401 EL Assen
www.donemilio.nl



Gastrovino Vaneker Enschede

Michiel en Hanneke Vaneker nemen in 2012 de zaak van vader Jos Vaneker over in winkelcentrum Het Stroink.

Jos was ooit medeoprichter van Sans Fin, dat later met Delivers uitgroeide tot Gastrovino. In 2020 zijn ze verhuisd naar de huidige, iets grotere locatie. Hier voeren ze een fraaie Gastrovino-winkel, met in pandig een kleine brasserie (24 stoelen). In twee jaar tijd lijkt de winkel niet veel heel veranderd, hij was al zeer strak en mooi uitgevoerd, met de stoere stalen frames met hout. De verbetering zit hem in de ruimere paden in de winkel. In het midden van de winkel zijn stellingen weggehaald. "Minder stellingen betekent minder ruimte om assortiment te presenteren, maar toch hebben we alles weer een plaats kunnen geven. De klant kan nu makkelijker rondlopen en winkelt prettiger, zonder het gevoel te hebben dat hij in de weg staat. We merken echt dat ze rustig langer blijven." Vaneker biedt kaas (20%), salades en charcuterie (20%), noten en chocolade (20%), wijn (20%) en verder koffie en thee, zoetwaren en Twentse streekproducten. Als Gastrovino is er een bovengemiddeld goed aanbod in wijn, het is ook een liefhebberij van Michiel. Niet veel collega's hebben een Jéroboam in de zaak. De brasserie met horecaverunning heeft een eigen functie. Vooral met de eigen evenementen zijn de stoelen bezet. Er is een professionele keuken, er zijn veel wijnsavonden met een kok die een vijf gangendiner verzorgt met bijpassende wijnen of bieren, er zijn wijnmasterclasses, bierproeverijen en af en toe een pubquiz. Die avonden zijn populair en een reclame voor de winkel. Vader Jos komt nog wel eens in de winkel. Af en toe wat meewerken vindt hij heerlijk. En hij is supertrots op de wereldzaak die het is geworden.

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



Hof van Heusden Heusden

Ook in 2023 bereikte Hof van Heusden de finale om Nederlands Beste Foodspecialiteitenwinkel te worden.

De forse winkel van 280 m2 heeft een ruim en breed assortiment, met AGF, kaas, zuivel, vlees, vleeswaren, maaltijden, salades, hapjes, tapas, olijven en tal van kruidenierswaren en delicatessen. Na de 2e plaats in 2023 hebben Theo en Petri de winkel nóg verder geprofessionaliseerd. "We hebben een enorme verbouwing achter de rug. Al het meubilair is vernieuwd. De indeling is aangepast om meer winkelvloer te krijgen en extra schapruimte te creëren." Stilstaan is achteruitgaan, meent Theo. Klanten kunnen bij Hof van Heusden terecht voor nagenoeg alle dagelijkse boodschappen. Stuk voor stuk van uitzonderlijke kwaliteit. "We hebben zo'n 7500 artikelen in de zaak. 500 zonder verhaal, maar 7000 mét een verhaal. Juist dát verhaal willen we overbrengen." Achter in de zaak is een prachtige wand met een enorm aanbod chocolade, noten en Zuidvruchten, met - heel leuk - het logo van de certificering op elk bakje. Ook op andere items, en zelfs op de bedrijfskleding komt het logo terug. De grootste groep is kaas. Dit aanbod is aanzienlijk toegenomen. Hollandse kaas kent nu een lijn Erfgoedstelling boerenkaas, een lijn Weydeland kaas en een lijn van de lokale boerderij 't Hoefhuys uit Genderen. In buitenlandse kaas zijn er zo'n honderd soorten. Bijzonder is het nieuwe tapsysteem voor speciale likeuren, azijnen, crema's en dressings in mooie apothekersflesjes. Er is keuze uit zo'n zestig smaken! Gebleven is het forse aanbod in Turks fruit van LaCoum, dat in deze winkel al jaren een groot succes is. Mooi, bijzonder en uniek is het rek met wenskaarten. Ze worden gemaakt door oudste dochter Anna-Louise, die ondanks het feit dat ze meervoudig gehandicapt is deze prachtige kaarten ontwerpt met haar ogen! Met behulp van haar oogbesturingscomputer ontwerpt ze de ene na de andere prachtige kaart.

Hof van Heusden

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



KAASBoutique Hoogvliet Rotterdam

Ron en Ank van Beek komen uit de Rotterdamse horeca. Na corona sloegen ze een nieuwe weg in met hun KAASBoutique.

"Lekker" zeggen klanten, "nooit meer 's avonds werken." Maar zo is het niet. Horeca lijkt zwaar werk voor wie nog nooit in een kaaswinkel heeft gestaan, vindt Ank. Kaas is het belangrijkste product, maar ook de noten hebben een belangrijke plek, direct bij de ingang, met een vorstelijke uitstraling. Twee jaar geleden stonden ze ook al in de finale. Toen als finalist noten, dit jaar voor noten én als finalist Foodspecialiteitenwinkel 2025. De winkel lijkt nog dezelfde als twee jaar geleden, maar veel producten krijgen regelmatig een andere plaats. Dat maakt dat de klanten goed moeten kijken en dus meer van de winkel zien. "Ook het assortiment is gewijzigd. Steeds meer boerenkaas, maar ook meer magere kaas, omdat er vraag naar is", zegt Ron. Ank: "De allergrootste omslag zit in producten die een verdieping in gerechten zijn. De mooie producten uit de horeca hebben we nu in de winkel. Bijvoorbeeld alles voor de originele pasta carbonara, zoals guanciale (wangspek), pecorino, parmezaan, eieren, maar ook de allermooie pasta uit Italië. Alles met recept. Klanten koken thuis en sturen ons trots de foto's."

De KAASBoutique bevindt zich in winkelcentrum Zalmpiaat, waar bezoekers alleen voor boodschappen komen. Ank en Ron doen samen de hele winkel, op zaterdag hebben ze hulp van Gwen. Natuurlijk is De Rotterdamsche Oude aanwezig. Deze winkel heeft er een aparte stelling voor ingeruimd, met allerlei afgeleide producten met hetzelfde merk: bier, wijn, port, prosecco, mosterd, allemaal met het groene etiket van de kaas. In de koeling ligt een bescheiden aanbod buitenlandse kaas, salades, en vleeswaren. Het houdbaar assortiment biedt ook verrassingen zoals de fraaie risotto's, porcini en pasta. Opvallend is ook advocaat van de Eekhoeve, en de lokale honing uit Hoogvliet.

KAASBoutique

Ron en Ank van Beek
In de Fuik 15
3192 HD Hoogvliet Rotterdam
www.kaasboutique.nl



Met zorg gerijpt,
met trots geleverd



Scan & bekijk onze website



noix
NOTENATELIER

We hebben niet stil gezeten!
Laat u verrassen door onze nieuwste innovatieve producten. Kom langs en proef het zelf. We praten u graag bij en kijken ernaar uit u te ontmoeten!

Stroopwafelrots
ambachtelijk melk
PLU 106050

Rozemarijn caramel mix
PLU 101025

Pistache Creme
noix
PLU 308008

Pecan Goodies
PLU 107021

Molensteijn 3B, 3454PT De Meern | Info@NOIX.nl | 085 400 9669

MAAZ
cheese

DÉ BUITENLANDSE KAAS
IMPORTEUR VAN NEDERLAND
ASSORTIMENT VAN RUIM 180 PRODUCENTEN OP VOORRAAD

MAAZ CHEESE TOTAALLEVERANCIER VAN EUROPESE KAZEN
+31 (0)172 55 3000 | info@maazcheese.nl | maazcheese.nl

Finalist Foodspecialiteitenwinkel 2025

Palet van Smaken Terneuzen

Net voorbij winkelcentrum Zuidpolder in Terneuzen staat Palet van Smaken, de foodspecialiteitenwinkel van Polien Melchers.

De winkel zit in hetzelfde pand als drankensuper Kolijn. Ze vullen elkaar mooi aan en verkopen niet dezelfde producten. Er is een ruime parkeerplaats voor de deur, wat de winkels makkelijk bereikbaar maakt na een bezoek aan het winkelcentrum. Palet van Smaken is 85 vierkante meter groot, met erachter een keuken van 25 meter. Drieënhalf jaar geleden kwam de winkelruimte te huur. Tot die tijd was Polien bedrijfsleider in een modezaak, maar dit was een veel leukere uitdaging. Uit het restaurant van haar ouders heeft ze al het gevoel voor food meegekregen. Voor ze opengaat bekijkt ze 85 winkels, volgt cursussen, trainingen van het Vakcentrum, loopt stage bij 't Kaashuys Breda en Kaasmeester Richard, volgt lessen aan de Cortador Academy in België en meldt zich zelfs aan voor het ambassadeurschap voor de Zwitserse kaas. Kaas is de grootste omzetmaker, naast noten, vleeswaren, wijnen en thee van een lokale melangeur. De buitenlandse kaas wisselt voortdurend om de klant te blijven boeien. Geen standaard kaasjes en geen overlap met collega's. Kwaliteit is een voorwaarde. Achter in de winkel, voor de wand waarachter de keuken is, is de Hollandse kaaswand. Rechts staan de koelingen. In het midden een eiland met noten, veel extra assortiment en het afrekenpunt. Links voor de ramen is houdbaar assortiment en non-food ondergebracht. Leuk voor zo'n jonge winkel is het eigen label 'Oud Terneuzen', dat in samenwerking met Jurre Beijneveld van de Kaasfabriek bij De Graafstroom is ontwikkeld. Een romige, zilte oude kaas. Een specialiteit zijn de lokale vleeswaren van Van d'noek. Prachtig zijn de Saucisson Sec, met Olives Vertes et Tomates séchées, of met Comté.

Palet van Smaken
Polien Melchers
Alvarezlaan 145 B
4536 BC Terneuzen
www.paletvansmaken.nl



Zuivelhoeve by Kaashuis Tromp Amsterdam

Zuivelhoeve by Kaashuis Tromp was sinds 2001 jarenlang de zaak van Peter en Birgit de Koning. Elf jaar geleden startte zoon Tim zijn eigen kaaswinkel in Buitenveldert.

Vier jaar geleden nam hij ook deze winkel in de Maasstraat over. Nog steeds een op en top kaaswinkel, met daarnaast wijn, olijven en tapas, noten, vleeswaren en andere delicatessen. Tim is echt specialist in Hollandse en Buitenlandse kaas, met veel kleinschalige producenten, mooie rauwmelkse soorten en een stuk eigen inkoop en import, als aanvulling op het Zuivelhoeve-aanbod. Bij binnenkomst valt vooral het rijke aanbod op. Overal is kaas, met elke soort zijn eigen plek, waartussen het overig assortiment is uitgestald. Geen enkele plek is onbenut, en toch is alles zeer gestructureerd. Links is de verkoopbalie waar rond alle boeren- en boerderijkaas is gepresenteerd. Wie gewoon voor kaas komt, wordt verleid om eerst eens een boerenkaas te proberen. Op de hoek van de balie ligt de blikvanger: Boeren Karakter XL, een gethermiseerde joekel van 60 kilo, van boer Langeveld uit Steggerda; 18 maanden gerijpt en romig als een belegen. Natuurlijk mag de Boeren Goudse Opleg niet ontbreken in dit specialisme: "De mooiste oude kaas die we op dit moment maken in Nederland. Met een heel goed verhaal". Achterin drie koelingen: een met bergkazen, een voor de witkorst, verse kazen en Spaanse, Italiaanse en Engelse kazen. De laatste koeling bevat de gewassenkorstkazen, geit en schape en de blauwaders. Rechts bij binnenkomst liggen de BOB-kazen uit Noord-Holland en andere gepasteuriseerde kazen. Maasstraat is een echte speciaalzaak, met persoonlijke aandacht voor de klant, service, goede kwaliteit, productkennis en een mooi, divers assortiment: met meer dan 25 soorten boeren- en boerderijkaas. Belangrijk daarbij is een aanbod uit heel Nederland, goed uitleggen en laten proeven aan de klant waar de smaakverschillen zitten tussen de soorten.

Zuivelhoeve by Kaashuis Tromp

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



Kaasboer Niek Schoorl

Dat Niek Reijne weet hoe je met kaas van de boerderij moet omgaan, bleek al in 2016 en 2018, toen hij ook de finale behaalde.

Niek komt dan ook uit een kaasfamilie. Zijn vader had een kaaszaak in Haarlem, zijn moeder werkte bij Neerlandia en zelf werkte Niek ooit bij Waaijer. Dit jaar is zijn finaleplaats te danken aan twee grote troeven: de standaardlijn jong, jong belegen, belegen, extra belegen is geen fabriekskaas, maar kaas van boerderij Berkhout in Hoogwoud. "Ten eerste is dat veel authentiekter dan gewone kaas, en ten tweede komt het rechtstreeks van deze lokale boer naar mijn winkel en gaat het niet eerst via Bodegraven." Een gewoon stukje belegen is bij Niek dus altijd al kaas van de boerderij. "Het is wel een rigoureuze keuze geweest; wij hebben de klanten moeten uitleggen waarom ze geen Lutjewinkel meer kregen als gewoon stukje belegen kaas. Maar ze snappen het wel, en ze vinden deze kaas van de boerderij geweldig." Het assortiment boerenkaas en kaas van de boerderij is in deze winkel groter dan het aanbod uit kaasfabrieken. De tweede grote troef is Mel Noordhuis (op de foto naast Niek). Deze finale plaats heeft de winkel aan haar te danken. Een beschadiging aan de wervelkolom maakt dat Niek niet altijd meer in de winkel staat. Mel (van Melissa) is tweeënhalve jaar geleden gestart als bedrijfsleider en heeft de winkel op zich genomen. Een op en top kaaswinkel (80 procent is kaas, de rest is eieren, noten, wijn en worstjes). Sterk punt van de winkel is - naast de - de aandacht voor de klant. Voor iedereen wordt de tijd genomen. De trots is voor Niek de hele winkel. "Ik word er blij van, ik heb hem zelf opgezet en ontwikkeld, en hij staat er nu geweldig bij."

Kaasboer Niek

Niek Reijne
Heereweg 23
1871 EB Schoorl
06 - 40 91 74 92
www.kaasboerniek.nl



BOER'N TROTS

Hooibloem kaas



BESTEL NU !
TEL. 0172 606 111

WWW.BOERNTROTS.NL

Een heerlijke romige kaas met een hartige smaak welke wordt gemaakt op Landgoed Kaamps. De kaas heeft een bijzondere uitstraling, doordat de korst van de kaas is bedekt met de Honing Klaver bloem en de geur is heerlijk kruidig! De Boer'n Trots Hooibloem is een unieke toevoeging aan uw assortiment. **Bestel hem nu!**

Finalist Foodspecialist Kaas van de Boer 2025

De Veursche Kaasboetiek Voorschoten

Bijna negen jaar zit Bert van Leeuwen nu met zijn winkel in Voorschoten. Hij kreeg het vak mee uit de zuivelwinkel van zijn vader.

Zelf had hij al eerder winkels in Delft, Den Haag en Kijkduin. De Veursche Kaasboetiek heeft 45 meter winkeloppervlak. Daarachter is er ruimte voor koeling, opslag, een keuken en een kleine productieruimte. De ondernemersstrategie van Bert is het bieden van topkwaliteit voor een aanvaardbare prijs. Tegelijk zorgt hij door een goede samenwerking met enkele boeren en opleggers dat hij topkazen kan bieden met een optimale smaakbeleving!

Bijzonder is zijn samenwerking met vijf lokale kinderdagverblijven. Bert laat speciaal jonge kaas van de boerderij met heel weinig zout maken bij bevriende boerin Ina. Die kaas gaat naar de allerkleinsten. Voor de kindjes vanaf vijf jaar is er een mild belegde boerenkaas van Verburg, 'ietsje' rijker van smaak. Samen meer dan dertig kilo tweewekelijks.

Midden in de winkel staat een stevige tafel met een gerijpte boerderij Polderkaas van Jaap en Rianne van bijna dertig kilo, minimaal 52 weken gerijpt. Op en top smeuïg en geweldig van smaak. Bert koopt ze per tien tegelijk in. "Het is de lekkerste boerderijkaas van Voorschoten." Klanten komen ervoor van verre.

Bert is zeer scherp op het onderscheid tussen boerenkaas en kaas van de boerderij. Hij brengt vaak zelf de banderol aan met eigen logo waar de soort duidelijk op staat vermeld. De wand met kaas is er nauwkeurig op ingedeeld: boerenkaas, kaas van de boerderij en kaas van gepasteuriseerde melk. Cum Laude-kaas heeft een eigen plek, en tussen de boerenkazen ontbreekt ook de Boeren Leidse niet; je moet je afkomst niet verloochenen, vindt Bert, dus liggen er drie leeftijden. Ook mooi: zijn eigengemaakte port-gelei.

De Veursche Kaasboetiek

Bert van Leeuwen
Van Beethovenlaan 9
2253 BD Voorschoten
<https://www.facebook.com/Kaasboetiek/>



Kaas van Daan en meer Alkmaar

Drie jaar geleden werd Kaas van Daan en meer uitgeroepen tot Beste Kaasspecialzaak van Nederland. Die prijs pakken ze Daan en Jolanda Blankendaal niet meer af.

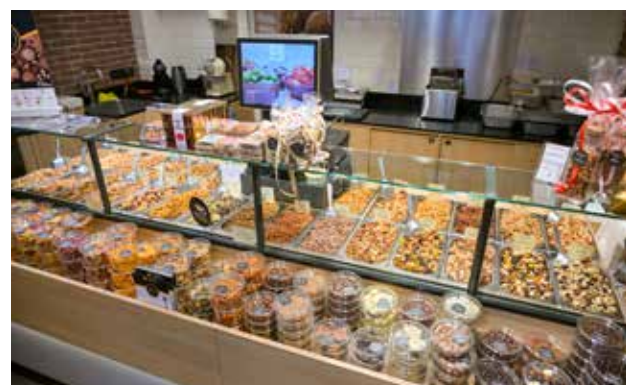
Maar er is meer, zegt de naam op de winkel. Naast voor- treffelijke binnen- en buitenlandse kaas vormen noten de tweede belangrijke productgroep. En dit jaar weten ze daarmee tot in de finale door te dringen. Dus ook hun aanpak van de notenverkoop is top. Ruim 20 procent van de omzet komt van de notenbar. Verder biedt de winkel wijn, bier en aanvullend assortiment.

Daan Blankendaal: "Onze winkel onderscheidt zich door kwaliteit, vers, een vriendelijk woord, duidelijkheid naar de klant. We zijn zeer consument gericht, we zetten in op al die dingen die bij een specialzaak horen. Natuurlijk hebben we ons altijd gepresenteerd als kaasspecialist, maar vanaf het begin gaan we zeer serieus om met onze noten. De notenbar is een van de blikvangers in de winkel, naast de wand met Hollandse kaas en de counter met buitenlands. De noten zijn ook een trekker. We bakken de hele dag, iedere dag. Consumenten reageren altijd direct op de heerlijke geur van de vers gebakken noten. Tegelijk moet je voorzichtig zijn met die geur, zeker bij kruidenmixen."

Op het krijtbord voor de winkel staat naast kaas altijd iets vermeld over noten. Om het vocht van de kaas weg te houden van de noten zijn die laatste achter in de winkel geplaatst achter glas, staat de deur meestal open en doet een goede airco de rest. Het specialisme van de notenverkoop zit hem in het goed bakken, de uitstraling en de kwaliteit van de noten en de oogst. "Elke oogst is anders. Bij elke nieuwe oogst moet je ontdekken hoe en hoe lang je ze moet bakken. En dagelijks vers is het ultieme criterium."

Kaas van Daan en meer

Daan en Jolanda Blankendaal
N.G. Piersonstraat 45
1814 VB Alkmaar
www.kaasvandaan.nl



KAASBoutique Hoogvliet Rotterdam

Bij de KAASBoutique is kaas natuurlijk het belangrijkste product, maar ook de noten hebben een belangrijke plek, direct bij de ingang, met een vorstelijke uitstraling.

Ron en Ank kiezen niet voor roestvrijstaal, maar voor houten kommen, waarin de verschillende mixen worden gepresenteerd. "We denken nu eenmaal anders, en het moet er mooi uitzien."

De omzet in noten is flink gegroeid sinds de vorige finale- plaats in 2023. Ook hierin hebben Ron en Ank duidelijke keuzes gemaakt in de kwaliteit. Die topkwaliteit kost geld en dat moet je de klant ook durven vragen. Hoogvliet heeft 38 duizend inwoners, en dit is de enige kaas-en notenboer. Een voorbeeld: in 2023 had de winkel grote cashewnoten in het assortiment. Nu zijn die vervangen door nóg grotere. Toen was het 240, nu is het de hogere kwaliteit 180. De beste kwaliteit. Tegelijk zijn het ook cashews uit duurzame teelt, die bij de boeren in Tanzania gepeld worden (en niet in Azië), waardoor de boeren een veel betere prijs krijgen. Bovendien wordt alle 'afval' nuttig verwerkt.

Daarnaast is het assortiment uitgebreid met meer natuur- lijk aanbod, ongezoeten en ongebrand, zodat de klant meer keus heeft. Ook is er een tweede bakoven gekomen; in de ene bakoven gaan alleen de cashew en de maca- damia, de andere noten en pinda's worden in de andere bakoven gedaan. Zo houden we de olie langer goed en de smaak van de cashew en de macadamia is mooier als ze niet in de olie van andere noten worden gebrand. De notenmixen variëren ook met de jaren. De Roffa- mix is verdwenen, nu is er de Rauwdouwer, een stoere Rotterdamse naam voor een stevige rauwe mix. Belangrijk detail bij de mixen: om ze de hoogste smaak te geven wordt elk bestanddeel van de mix direct na het branden gekruid, niet pas als de mix al klaar is.

KAASBoutique

Ron en Ank van Beek
In de Fuik 15
3192 HD Hoogvliet Rotterdam
www.kaasboutique.nl



Acties om blij
van te worden

Toffe premiums voor
Weydeland verkooppunten

WEYDELAND KAAS

is een Noord-Hollandse premium kwaliteitskaas. Je ontvangt regelmatig leuke weggeefacties met al het bijbehorende promotie materiaal, als je deze kaas verkoopt in jouw verkooppunt! Zoals koeltasjes, pannenkoekenmeel & een frisbee. Perfect voor een picknick of een zonnige middag in het park.

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

TREUR KAAS
ieder zijn kracht

GEHEIME KAASDIP van Giessenburg

NIEUW

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, Silvia van Schaik, Jurry Teunissen.

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



Vormgeving
Dock35 Marketing

Druk
Print2Pack, Ede

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



© 2025. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze publicatie mag in enige vorm of op enigerlei wijze worden vermenigvuldigd of vastgelegd zonder voorafgaande toestemming van de uitgever. Uitgever, redactie en auteurs verklaren dat deze uitgave op zorgvuldige wijze en naar beste weten is samengesteld, maar kunnen niet instaan voor de juistheid of volledigheid van de informatie. Uitgever en auteurs aanvaarden geen enkele aansprakelijkheid voor schade van welke aard ook, die het gevolg is van handelingen en/of beslissingen op grond van deze informatie.

Finalist Foodspecialist Noten 2025

Notenbar Utrecht

Lodewijk Dirven heeft het ondernemerschap van zijn ouders. Lange tijd voerden zij een delicatessenwinkel in Etten-Leur.

Lodewijk stapte in het vak in 1990 en breidde de zaak steeds verder uit tot zes notenwinkels onder verschillende formules. In 2017 doet hij alles van de hand en begint in 2018 in Leidsche Rijn opnieuw met deze Notenbar. Het 'Keurkost' in het logo en de website verwijst nog naar het bedrijf van zijn ouders. De winkel oogt nog gloednieuw, net als heel Leidsche Rijn. De Utrechtse wijk telt nu 95.000 inwoners, maar zal nog doorgroeien tot 130.000. "Ik ben weer terug naar één winkel, met aandacht voor mijn gasten", stelt Lodewijk. "Dat je kwaliteit top is, vind ik vanzelfsprekend. Het gaat om de dienstverlening, de menselijke maat, het contact." Deze Notenbar heeft 107 meter winkelvloer, met nog eens 50 meter magazijn. Noten staan absoluut centraal. Achterin vallen het atelier op en de branderij, beide deels afgeschermd met glazen wanden, waardoor de productie goed zichtbaar is voor de gasten, en de medewerkers zicht hebben op de winkel. In het atelier worden de eigen producten gemaakt, vooral veel chocolade, en worden soms workshops verzorgd. In de branderij worden dagelijks de noten gebrand. De omzet komt voor 70 procent van noten. De grote Notenbar heeft het aanbod onderverdeeld in gebrand gezouten, ongezoeten en rauw. Cadeaupakketten (ruim 15 procent) en chocolade (10 procent) zijn de andere belangrijke groepen. De wijnen in de winkel zijn vooral bedoeld voor in de pakketten, hoewel er ook een fijne champagne tussen staat. Langzaam verschuift het assortiment steeds meer naar zelfgemaakte producten, zoals chocolade, notenpasta's, gekarameliseerde noten. Dat is het onderscheid van de speciaalzaak. Ook de koffie is een eigen melange, zelf samengesteld bij de brander. De winkel is fraai, strak en aantrekkelijk. Maar de grootste trots van Lodewijk is het team van zeven mensen. Die maken de winkel.

Notenbar
Lodewijk Dirven
Parijsboulevard 38
3541 CX Utrecht
www.keurkost.nl





ARBEQUINA

2017
Blok 3 (4)

NAMAQUA OLIJFOLIE & BALSAMICO

Het jonge ondernemerstel
Bennie & Charmaine Avenant bezitten
in Vredendal aan de Westkust van Zuid-Afrika
zo'n 6.000 olijfbomen: Frantoio, Coratina,
Mission, Arbequina, Picqual,
Koroneiki, FS17 Medium.

Perfekte groeiomstandigheden onder de
zonnige Afrikaanse lichten en deze mix
van verschillende soorten olijfbomen
zorgt voor een uitgebalanceerde smaak
Extra Virgin olijfolie van grote intensiteit.

De beste olijfolie uit Zuid-Afrika,
bekroond met GOLD SA Olive Award!

