



# Lekkerrijver

VAKBLAD VOOR ONDERNEMERS IN FOODSPECIALITEITEN

## Kaas automaat



## Omzetkansen met verkoopautomaat

### ASSORTIMENT

Aalshof Eierpasta  
Bussing Brood

### WINKELS

De Kaaskenner  
Landwaart Culinair





## Scan, spaar en ervaar

De CONO app is voor ondernemers die CONO kaas verkopen. Spaar punten door QR-codes of Rijksmerken te scannen en opdrachten uit te voeren. Wissel in voor producten of ervaringen! Neem contact op met jouw CONO contactpersoon voor een unieke actievatiecode.



*CONO app al geactiveerd?  
Scan en verdien 10 punten!*



Caring Dairy is het duurzaamheidsprogramma van CONO Kaasmakers voor hun melkveehouders en heeft als doel continue te verbeteren op de 4 domeinen:

- Dierenwelzijn
- Biodiversiteit
- Beter klimaat & milieu
- Boer & maatschappij

Deze domeinen zijn onderverdeelt in 18 indicatoren welke gemonitord worden. Na de start van Caring Dairy in 2008 zijn deze indicatoren het afgelopen jaar herijkt. Caring Dairy deelnemers maken jaarlijks een verbeterplan en volgen daarnaast 3 workshops per jaar. Deelnemers ontvangen een beloning voor hun duurzame resultaten.





## 30 Verkoopautomaten

Boeren kennen al jaren de mogelijkheden van verkoopautomaten. Ook voor foodspecialiteitenwinkels biedt zo'n *vending machine* kansen.



## 16 Assortiment

Eierpasta van Aalshof: voedzaam, onderscheidend en lekker.



## 22 Assortiment

Heerlijk brood van Bussing, makkelijke aanvulling voor de winkel.



## En verder

- 05 Columns**  
Rick Brantenaar (pag. 05), Betty Koster (07), Patricia Hoogstraaten (08) en Jurry Teunissen (13).
- 06 Kort nieuws**  
Geen voorjaarsbeurs Voets, wel voorjaarsbeurs De Kaasfabriek; nieuwe website voor het Kaasgilde, nieuwe datum Graskaas, en nog veel meer nieuws.
- 15 Vakcentrum Informatie**  
Het belang van duurzaamheid en cyberveiligheid.
- 46 Colofon**  
Onze eigen productinformatie.

## Cover

De verkoopautomaat: wat op het boerenerf kan, kan soms ook in een winkelstraat.





# Remijn en Route



Remijn en Route is gebaseerd op de rijdende supermarkt. Met een wagen boordevol buitenlandse kaas rijden onze verkopers tot aan uw voordeur. Ter plekke kunt u de mooiste kazen ruiken, proeven en proberen. Wat u aanspreekt laten we direct bij u achter.

Meld u aan via [info@remijnenroute.nl](mailto:info@remijnenroute.nl)

De mooiste

Buitenlandse kaas voor u

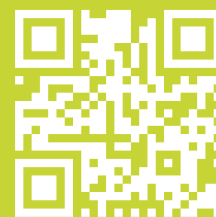
Binnen handbereik.



## Nieuw assortiment

De afgelopen tijd hebben we ons assortiment uitgebreid met veel nieuwe merken en producten. Kom langs in onze showroom om alle nieuwe items te ontdekken en volop inspiratie op te doen!

Scan voor onze nieuwe producten



[www.voetsspecialiteiten.nl](http://www.voetsspecialiteiten.nl)

T +31 (0)73 - 549 68 81  
E [info@voetsspecialiteiten.nl](mailto:info@voetsspecialiteiten.nl)

# Marktonderzoek foodspecialiteiten

Het Vakcentrum Foodspecialiteiten heeft in samenwerking met SEO Economisch Onderzoek en de brancheorganisaties KNS en VNV een uitgebreid marktonderzoek voor de foodspecialiteitenbranche opgezet. Dit onderzoek richt zich op de kansen en bedreigingen voor ondernemers met foodspecialiteiten en/of biologische winkels. Het hoofddoel is om inzicht te krijgen in de sector en de dynamiek die deze kenmerkt, én het verschaffen van handvatten voor jou als ondernemer.

Allereerst worden de ondernemers binnen deze niche in kaart gebracht. Wie zijn zij en welke bedrijfsactiviteiten voeren zij uit? Demografische en geografische kenmerken zijn hierbij cruciaal. Vervolgens wordt er gekeken naar de producten en diensten die worden aangeboden, wat een breed overzicht van de markt biedt.

De prestaties van verschillende groepen binnen de sector worden geanalyseerd. Wat zijn de succesfactoren? Kenmerken die koplopers onderscheiden van de rest worden in detail bestudeerd, inclusief typologie, financiële cijfers, locatie en managementaanpak.

Een belangrijk aspect van het onderzoek is het leren van de koplopers. Welke best practices en strategieën kunnen andere ondernemers toepassen om hun prestaties te verbeteren? Tevens worden de toekomstperspectieven voor foodspecialiteiten en biologische winkels in Nederland besproken, met aandacht voor verwachte trends en ontwikkelingen.

Om toekomstbestendig te blijven, moeten ondernemers strategische acties ondernemen. Het onderzoek zal handvatten bieden voor het ontwikkelen van scenario's en aanbevelingen ter ondersteuning van groei en succes. Het rapport zal dan ook verschillende toekomstscenario's schetsen en specifieke aanbevelingen doen.

Belangrijk is dat jij als ondernemer beseft dat je een hoofdrol speelt in dit onderzoek. Het onderzoek moet namelijk door en voor ondernemers worden gevuld. Wanneer je straks een verzoek ontvangt van SEO om mee te werken aan een korte enquête, doe dat dan alsjeblieft. Samen staan we sterker. Hoe meer input, hoe beter de uitkomst van het onderzoek. Maandag 2 juni zal het rapport worden gepresenteerd. Meer informatie en een uitnodiging hierover volgen later.

Rick Brantenaar  
Directeur Stichting Foodspecialiteiten Nederland



**'Besef dat jij een hoofdrol speelt  
in dit onderzoek! Werk mee aan  
de enquête!'**



### In Memoriam

#### Herman van Teylingen



Het overlijden van Herman van Teylingen, dé maestro cortador, op 7 december 2024 heeft een leegte achtergelaten in de wereld van de Spaanse delicatessen en charcuterie. Van Teylingen was niet zomaar een vakman; hij was een ware kunstenaar in het snijden van Iberico ham. Met zijn ongeëvenaarde techniek en oog voor detail, transformeerde hij

elke ham en worst tot een meesterwerk.

Herman van Teylingen was meer dan een vakidoot; hij was een mentor en een vriend voor velen. Zijn verhalen en zijn humor zullen in de harten van velen voortleven. Het verlies van deze maestro herinnert ons eraan hoe belangrijk vriendschap, vakmanschap en toewijding zijn in een snel veranderende foodspecialiteitenwereld. Herman was 70 jaar.

#### Sjef Brok



Sjef Brok was al sinds de vroege jaren lid van het Guilde des Maîtres Fromagers aux Pays-Bas. Hij miste zelden een van de vele bijeenkomsten, en zorgde altijd voor een vrolijke noot. Sjef heeft een brede carrière in kaas en delicatessen, en vooral in de horeca. Hij heeft zijn sporen nagelaten in de champignonteelt, heeft de buffelmelk mede gestimuleerd en was sterk betrokken bij de geitenhouders. Met het boek 'De Opmars van de Geit' bracht hij de consumptie van geitenlamsvlees onder de aandacht van een groter publiek. Voor deze uitgave zorgde hij dat vele krachten in de sector werden gebundeld. Nog niet zo lang geleden was Sjef actief met zijn Ediks azijnen. Sjef is overleden op 15 december 2024, op de leeftijd van 74 jaar.

met het boek 'De Opmars van de Geit' bracht hij de consumptie van geitenlamsvlees onder de aandacht van een groter publiek. Voor deze uitgave zorgde hij dat vele krachten in de sector werden gebundeld. Nog niet zo lang geleden was Sjef actief met zijn Ediks azijnen. Sjef is overleden op 15 december 2024, op de leeftijd van 74 jaar.

#### Aart Verburg



Op 21 december is Aart Verburg overleden. In zijn jonge leven wilde hij gaan werken op een boerderij, maar zocht uiteindelijk zijn eigen weg in de kaashandel. Een stap naar een nieuw werkveld waar kinderen en kleinkinderen nog steeds werkzaam in zijn. Hij was oprichter van Verburg Markthandel, een begrip op verschillende weekmarkten in

Zuid-Holland, Noord-Holland en vooral Utrecht. En oprichter van Zuiveland kaasspecialzaken, met veel aandacht voor boerenkaas, waar duidelijk zijn hart lag en waarover hij graag praatte met branchegeenoten. Zijn stelling was dat er tenminste voor 70 procent Hollandse kaas verkocht moest worden in een gezonde kaasspecialzaak. Veel nu nog werkzame ondernemers hebben het mooie vak van Aart Verburg geleerd. Naast zijn werk in de kaas en op de markt was hij vooral een familieman. Aart Verburg was 81 jaar.

#### Jan Dupont



Op 25 december is Jan Dupont overleden, oprichter van het Belgische bedrijf Kaasimport Dupont. Het latere Dupont Cheese werd onderdeel van coöperatie Milcobel. In 2012 nam Dupont het Nederlandse Sherlock Cheese over, een fusie die vier maanden daarvoor was ontstaan uit Verbakel & Seggelink en Ravoska. In 2019

werd Dupont Cheese Nederland afgestoten door Milcobel en overgenomen door Vandersterre. Lokaal werd Jan Dupont herinnerd als een man met een warm hart en een sterke betrokkenheid bij de gemeenschap in Brugge. Jan Dupont was 88 jaar.

## BKKC, agenda en website Kaasgilde



Het Guilde des Maîtres Fromagers aux Pays-Bas, kortweg het Kaasgilde, heeft een vernieuwde website. De site geeft een helder overzicht van alle activiteiten en de achtergronden ervan: [www.kaasgilde.nl](http://www.kaasgilde.nl).

Nu al handig om te noteren zijn de belangrijke data van dit jaar.

- 7 april: Buitenlands Kaas Keur Concours (BKKC) in Houten (foto). Meld u aan via de website van het Kaasgilde.
- 12 mei: Voorjaarsbijeenkomst
- 5 of 6 september: Vriendendag
- 20 oktober: Najaarsbijeenkomst.
- Speciale aandacht en dus een Save the Date voor een bijzonder Kaasfestijn op 23 mei in het centrum van Woerden.

## Thee en kaas

Zestien jaar geleden las ik een Amerikaans artikel over het 'pairen' van thee en kaas. Een fascinerende ontdekking! Al ben ik zelf dol op een mooi glas wijn of whisky, het zou toch mooi zijn als iedereen kon genieten van een mooi kaasplateau met een bijpassende drank. Nu is het drinken van thee uit een wijnglas een heel andere beleving dan het drinken van een kop thee. Met een wijnglas ga je de thee dan ook behandelen als een wijn; kijken naar de kleur, de helderheid, dan ruiken en dan nippen.

Thee wordt alleen helder wanneer je gebruik maakt van gefilterd water of bronwater. Daarnaast is de temperatuur bij het zetten van levensbelang. Groene thee gezet met water op 100 graden zal bitters geven. Een lichte oolong kun je eerst op 80, dan een tweede trek op 90 en de derde trek op 100 graden zetten. Voor witte thee gebruik je water van 80 graden en voor zwarte thee neem je water van 100 graden.

De tijd van het trekken is bij groen minimaal 3 minuten, oolong minimaal 4 minuten en zwarte thee minimaal 5 minuten. Ik gebruik 12 gram per liter, de thee mag best hoog op smaak zijn om de kazen aan te kunnen.

Nu zijn er enorm veel overeenkomsten in geur en smaak tussen thee en kaas. Bloemig, fruitig, nootachtig, aards, boers zijn termen om thee te beschrijven en met een getraind pallet kun je de juiste vrucht of noot ook herkennen. Zo kan een Oolong thee tonen van abrikoos hebben, en zal een Sencha heel vegetaal ruiken en smaken. Dan zoek je vervolgens in je opgebouwde bibliotheek in je hoofd welke kaas past bij abrikoos of juist bij vegetale smaken als groene peper.

Je neemt dus eerst een slokje thee. Nu heb je een schoon pallet en de smaak van de thee ontvouwt zich. Het stukje kaas erna, zonder toast of brood, komt in een warm en schoon bed. Alle smaken zullen naar voren komen. Vervolgens neem je weer een slokje voor de tweede effecten van de pairing, en dan voel je direct hoe zacht de kaas wegsmeelt. De thee begint al met het afbreken van de vetten, waardoor het vooral licht verteerbaar voelt.

Toen ik begon met het schenken van thee bij proeverijen, wilden mijn gasten vaak toch liever wijn. Tegenwoordig is dat helemaal anders. Zeker internationaal, tijdens de lessen die ik geef in Sri Lanka, zijn de reacties overweldigend!

Betty Koster  
Ondernemer L'Amuse,  
IJmuiden en Amsterdam



Vlnr: Tjalling van Looy en Joost Lip (namens de branchevereniging), Anton Brouwer (directeur Gildepak), Marinka van Amerongen (voorzitter Verpakkingsunie Nederland), Kamerlid Cor Pierik, Rick en Gert-Jan Pennewaard (directie Jongeneel Verpakkingen), Koen Brinkman (voorzitter Gildepak) en Patrick Grevelingen (directeur Verpakkingsunie Nederland).

## Kamerlid bezoekt Jongeneel Verpakkingen

Op 10 februari bracht BBB-kamerlid Cor Pierik een bezoek aan Jongeneel Verpakkingen om te praten over de uitdagingen in de verpakkingsbranche. Door diverse wettelijke regelingen komt de branche voor enorme uitdagingen te staan. Het kamerlid kwam met de branche en met de directie van Jongeneel Verpakkingen informatie ophalen, voor een overleg op 13 februari met de Commissie Circulaire Economie van de Tweede Kamer. Dit moet de branche helpen om samen met de politiek te zorgen voor een circulaire economie.

Want zoals de plannen er nu liggen gaat het beleid van Staatssecretaris Jansen economische gevolgen hebben voor de branche, met een verlies van werkgelegenheid. Het is de bedoeling dat het huidige gedoogbeleid voor de eenmalige verpakkingen voor consumptie ter plaatse (de kartonnen koffiebeker) wordt omgezet in een beleidsmaatregel en dat de Nederlandse Verpakkingsbranche ook op Europees niveau een belangrijke speler kan blijven. In het overleg hebben de branche en Jongeneel Verpakkingen Pierik zo volledig mogelijk proberen te informeren.

## René Treur weg bij Treur Kaas

René Treur is vertrokken bij Treur Kaas. Na ruim dertig jaar werkzaam te zijn geweest, waarvan de laatste vijftien jaar als algemeen directeur, heeft René besloten het familiebedrijf te verlaten. Directie en managementteam hebben zijn taken overgenomen. Het eigendom komt bij Daan Treur en Eduard Treur te liggen.





## De winkel

Wat is een samenleving zonder winkels? De detailhandel speelt een cruciale rol: een dynamische sector die niet alleen bijdraagt aan banen en economische groei, maar ook aan de leefbaarheid in de wijken en kernen, en aan de gezondheid en veiligheid van consumenten.

De uitdaging van onze sector ligt in de transitie naar duurzaamheid, digitalisering en het verbeteren van vaardigheden. Deze veranderingen vragen om een gezamenlijke aanpak van werkgevers- en werknemersorganisaties.

Door als werkgevers en werknemers samen te werken, kunnen we de transitie efficiënt stimuleren en het concurrentievermogen van onze sector behouden. Dat kan niet zonder steun van de publieke sector. Een uitvoerbaar beleidskader en ondersteunde overheidsinitiatieven zijn noodzakelijk om de benodigde veranderingen in de detailhandel mogelijk te maken. Publiek-private samenwerking is nodig.

Die route moeten we dus gezamenlijk lopen. Onlangs zijn praktische 'ritten' gepresenteerd om mee te beginnen. Elke 'rit' kan een waardevolle bijdrage leveren aan de gezamenlijke realisatie van de transities. Daarnaast blijft het voor de winkeliers essentieel om het bewustzijn en begrip over de positieve impact van de retailsector te vergroten. De bijdrage van de detailhandel aan de economie van gemeenten en regio's wordt vaak onderschat, terwijl die cruciaal is voor welvaart en werkgelegenheid.

Tenslotte is het delen van kennis en best practices uit binnen- en buitenland van groot belang. Maar voorop staat dat we alleen door samenwerking de transitie naar een meer duurzame, digitale en vaardige retailsector kunnen versnellen en de noodzakelijke veranderingen soepel kunnen laten verlopen.

Nieuwsgierig? Kijk naar  
[www.vakcentrum.nl/retailtransitie](http://www.vakcentrum.nl/retailtransitie)

Werk aan de winkel!

mr. Patricia E.H.  
Hoogstraaten RAE  
Directeur Vakcentrum

# Patricia

## Cursus 'Kaas verkopen' in maart

In samenwerking met het Vakcentrum organiseert Cheese of Course volgende maand opnieuw de cursus 'Kaas verkopen'. De cursus wordt gegeven in Woerden bij het Vakcentrum en bestaat uit vier avonden van 19.00 uur tot 21:30 uur, op de woensdagen 5, 12, 19 en 26 maart. De prijs voor de cursus bedraagt €395,- per persoon voor leden van het Vakcentrum en €465,- voor niet-leden. Deze prijzen zijn exclusief btw maar inclusief cursusmateriaal. De cursus behandelt onderwerpen als bereidingswijze; vetgehalte en de gezondheidsaspecten; rijpen, affineren en chambereren van kaas; soorten kaas (zowel Hollandse als buitenlandse); snijwijze van alle soorten; presentatie; proeven; toepassingen; en HACCP-werkwijzen en kwaliteitsaspecten. Aanmelden kan via [info@foodspecialiteiten.nl](mailto:info@foodspecialiteiten.nl).



## Grote Grillworsttest

Vijftien slagers zijn doorgedrongen tot de finale van de Grote Grillworsttest van Koninklijke Nederlandse Slagers (KNS). Tijdens een keuring op 5 februari in Houten beoordeelde een deskundige jury de ingezonden producten op smaak, aanzien en structuur, en in twee categorieën: de traditionele 'grillworst naturel' van varkensvlees en de nieuwe categorie 'kipgrillworst naturel'. De toevoeging van deze laatste zorgde voor meer finalisten dan ooit.

De keuring vond plaats onder leiding van het Expertisecentrum voor het Slagersambacht. De juryleden beoordeelden de grillworsten op diverse componenten, zoals het aangezicht en snijvlak, de samenstelling, bewerking, consistentie en natuurlijk ook de geur en smaak. De grillworsten werden zowel koud als warm gekeurd. De prijsuitreiking vindt op 17 maart plaats bij Buitenplaats Kameryck in Kamerik. In het bijzijn van alle finalisten worden de winnaars van de beide categorieën bekendgemaakt.



# Delmo: verpakkingsadvies voor de kaasspecialist

Voor kaasspecialisten is efficiëntie, kwaliteit en uitstraling essentieel. Of het nu gaat om een boerderijwinkel of een kaasbar, Delmo biedt (maatwerk)oplossingen passend bij uw bedrijfsvoering.

**N**aast het leveren van verpakkingsmaterialen biedt Delmo deskundig advies dat past bij de unieke behoeften van de ondernemer. Delmo helpt u bij het selecteren van de juiste materialen en technieken voor het verpakken. Zoals de juiste vacuümverpakkingen die de versheid van uw kaas helpen behouden. Hierdoor blijft uw product langer houdbaar, vers en aantrekkelijk voor uw klanten.

## Uitgebreid advies

Persoonlijk verpakkingsadvies speelt een belangrijke rol. Uw bedrijfslogo op de verpakking vergroot de herkenbaarheid en versterkt de uitstraling van uw onderneming. Daarnaast verandert de wet- en regelgeving rondom voedselverpakkingen regelmatig. Dit wordt uiteraard meegenomen in het advies over de te ontwikkelen verpakkingen die aansluiten bij uw wensen en processen.

## Cadeauverpakkingen

Kaasspecialisten zoeken steeds naar stijlvolle cadeauverpakkingen. Delmo biedt luxe en mooie oplossingen, zoals houten giftboxen en bedrukte tassen. Deze verpakkingen maken uw producten



aantrekkelijk als geschenk en zorgen voor extra beleving. De eigenaren, Jochen en Edwin, van Kaasie Kaasie hebben zich laten adviseren voor cadeauverpakkingen. Jochen: "Ik vind de houten giftboxen heel handig. Het zijn mooie, stevige verpakkingen die ook nog eens gepersonaliseerd zijn. Zo geven we onze winkel nog meer bekendheid."

## Service en onderhoud

Naast een breed assortiment, specialistische kennis en oog voor kwaliteit ondersteunt Delmo u bij technische vraagstukken. Delmo biedt storingservice, (preventief) onderhoud en keuringen aan. Bij vervanging van machines kunt u rekenen op deskundig advies en de juiste oplossingen.

## Beurs bezoeken

Delmo ontvangt u graag op de Foodvoorjaarsbeurs op maandag 17 en dinsdag 18 maart in De Hall in Woerden.



delmo.nl  
088-8543800  
info@delmo.nl



# PROEF ONZE UNIEKE KAASSPECIALITEITEN

Probeer onze heerlijke  
smaakmakers, gemaakt van  
Mekkerstee kazen!



Mèkkertaler

## Mèkkertaler, een unieke geiten-gatenkaas

Door **pure vakmanschap** van onze kaasmakers is met **speciale receptuur** deze heerlijke geiten-gatenkaas met prachtige ronde ogen tot stand gekomen. Een kaas met een **perfect uitgebalanceerde smaak**, karakteristiek en met een licht zoetje, en dat gecombineerd met de milde smaak van onze geitenkaas.

Op Goeree-Overflakkee zeggen we dan:  
**Buutegeweun lekker!**



NIEUW!



NIEUW!

Mekkerstee Specials  
Smokey Goat



NIEUW!

Mekkerstee Specials  
Buffelkaas



**mekkerstee**

MET ZORG VOOR MENS, DIER & NATUUR

Hofdijksweg 34, 3253 KB Ouddorp [www.demekkerstee.nl](http://www.demekkerstee.nl)



## Noord Hollandse Kwaliteitskaas

*Meer weten?*

**Bezoek ons tijdens  
de Voorjaarsbeurs  
op 17 & 18 maart in  
De Hall Woerden**

Weydeland kaas is een Noord-Hollandse premium kwaliteitskaas. Wat deze kaas zo bijzonder maakt is haar onovertroffen smeugigheid en verfijnde smaak. Weydeland Kaas is bereid met vegetarisch stremsel en in **alle leeftijden lactosevrij**.

Het ingrediënt hiervoor is de verse melk van onze Hollandse koeien die de basis vormt voor de zachte en romige smaak van Weydeland. Op **ambachtelijke wijze** en volgens traditioneel recept wordt Weydeland Kaas gemaakt in een duurzame kaasmakerij gelegen in Noord Holland.



**TREUR KAAS**  
ieder zijn kracht

Treur Kaas | Woerden | 0348-688941 | [info@treurkaas.nl](mailto:info@treurkaas.nl) | [www.treurkaas.nl](http://www.treurkaas.nl)



## MAAZ Cheese breidt uit

Op vrijdag 13 december is de eerste hepaal de grond ingegaan voor de uitbouw van de bedrijfslocatie van MAAZ Cheese in Bodegraven. Het kaasdistributiecentrum breidt uit naar aanleiding van de groei die de afgelopen jaren is gerealiseerd.

In de uitbouw wordt op de eerste etage de verpakkingruimte voor Hollandse kaas gecreëerd, waardoor de verpakkingcapaciteit verdubbelt. Op de begane grond wordt de rijpingscapaciteit uitgebreid met veertig procent en hier komt ook de aanvullende expeditieruimte voor de Hollandse kaas. De huidige verpakkinglijnen van de tweede verdieping worden verplaatst naar de nieuwe verpakkingruimte in de uitbouw.

De uitbouw wordt gerealiseerd aan de achterzijde van het pand en levert zo'n 3.600 vierkante meter extra vloeroppervlak op. Dit gaat zorgen voor meer capaciteit en een betere routing. De aanbouw neemt in totaal ongeveer zeven maanden in beslag.



## Graskaas vanaf 14 juni

De Graskaascommissie, bestaande uit kaasproducenten, kaasboeren en kaashandelaren, heeft vastgesteld dat het seizoen van de vermaarde echte graskaas op zaterdag 14 juni 2025 zal beginnen. Dat is dus een week later dan in november werd gemeld in het artikel in *Lekkernijen*. Deze beslissing is gebaseerd op de seizoensgebonden trends en de natuurlijke cyclus van het weer en de koeien.

Rick Brantenaar, woordvoerder namens de graskaascommissie: "Het eerste gras van het seizoen bevat doorgaans meer eiwitten, vitamines, mineralen en suikers dan het gras dat later in het jaar groeit. Naarmate het seizoen vordert en het gras ouder en rijper wordt, neemt het gehalte aan deze voedingsstoffen vaak af, terwijl het vezelgehalte toeneemt. Dit maakt graskaas niet alleen een delicatessen, maar ook een product dat zijn voedingswaarde optimaal benut in de vroege maanden van het seizoen."

Van 14 juni tot en met augustus kunnen consumenten dit jaar deze seizoensgebonden echte graskaas kopen bij kaasspecialzaken, boerderijwinkels en op markten. Het beperkte aanbod maakt graskaas tot een exclusieve traktatie voor kaasliefhebbers.

[www.echtegraskaas.nl](http://www.echtegraskaas.nl)

## Authentiek worstenbroodje

Pruvé (Royal Smilde) introduceert een nieuw authentieke worstenbroodje. Gemaakt met smeug brooddeeg en een heerlijk Brabants kruidenpakket. Het worstenbroodje is ideaal voor locaties die op zoek zijn naar gemak zonder in te leveren op kwaliteit. Het is gemakkelijk klaar te maken en kan tot twee uur in een warmhoudkast bewaard worden zonder in te leveren op smaak of kwaliteit. Het broodje kruimelt niet, wat het aantrekkelijk maakt voor klanten die het mee willen nemen.

Informatie via Etiënne Smeenk: [e.smeenk@royalsmilde.com](mailto:e.smeenk@royalsmilde.com)



## OP ZOEK NAAR EEN NIEUWE UITDAGING?

Het Oude Zuivelhuis zoekt een **Assistent Bedrijfsleider**

Voor meer informatie: [www.hetoudezuivelhuis.nl](http://www.hetoudezuivelhuis.nl)  
Het Oude Zuivelhuis, Kleverparkweg 2 Haarlem



# Foodvoorjaarsbeurs in De Hall in Woerden



Op 17 en 18 maart 2025 opent de Foodvoorjaarsbeurs opnieuw haar deuren. Wat ooit begon als een kleinschalig event in 2016, is inmiddels uitgegroeid tot een jaarlijkse inspiratiebron voor speciaalzaken in Nederland. Vorig jaar kon de beurs nog terecht op het terrein van initiatiefnemer en organisator De Kaasfabriek. Dit keer vindt de beurs plaats in De Hall in Woerden. Zo'n 25 bedrijven nemen deel aan de voorjaarsbeurs. "Ik ben blij dat we met zoveel verschillende bedrijven ons voorjaarsassortiment kunnen laten zien en proeven aan ondernemers", zegt Erik van Dam, directeur van De Kaasfabriek. Naast levensmiddelen zijn er ook leve-

ranciers van verpakkingsmaterialen, machines en andere benodigdheden in de voedingsindustrie. Voor ondernemers die hun assortiment willen verrijken met verrassende en ambachtelijke producten, biedt de beurs een breed aanbod. Van verfijnde delicatessen tot innovatieve smaakcombinaties; bezoekers krijgen de mogelijkheid om het perfecte paas- en voorjaarsaanbod samen te stellen. "De Foodvoorjaarsbeurs is niet alleen een

bron van inspiratie, maar ook een gelegenheid om direct in contact te komen met leveranciers en producenten, om te netwerken en kennis en ervaring uit te wisselen met collega-ondernemers", zegt Jurre Beijneveld, senior accountmanager bij De Kaasfabriek. De Foodvoorjaarsbeurs is op 17 en 18 maart te bezoeken van 13.00 tot 22.00 uur. De toegang is gratis, maar ondernemers dienen zich wel aan te melden via [www.foodvoorjaarsbeurs.nl](http://www.foodvoorjaarsbeurs.nl).



# Voets: geen Fine Food Festival maar sample box



Om haar klanten te inspireren en te ondersteunen bij het samenstellen van hun assortiment komt Voets Specialiteiten met een nieuw initiatief. Met op maat gemaakte sampleboxen biedt de groothandel aan de afnemers de mogelijkheid om nieuwe producten te ontdekken en gebruik te maken van exclusieve acties en kortingen. Het initiatief is opgezet in samenwerking met alle leveranciers, als alternatief voor de traditionele voorjaarsbeurs, die Voets dit jaar overslaat. Met de sample box wil Voets het

klanten makkelijk maken om kennis te maken met het brede aanbod van Voets Specialiteiten. Alle klanten kregen de mogelijkheid zich aan te melden voor een box. Vanwege de grote belangstelling heeft de groothandel echter keuzes moeten maken welke klanten de box zouden ontvangen.

Eigenaar Bram Voets (foto): "Er is met groot enthousiasme gereageerd op het initiatief, zowel door onze klanten als leveranciers. Ik ben enorm positief verrast. We kijken uit naar de aflevering van de boxen en zijn benieuwd naar de reacties van onze klanten. We sturen vijfhonderd sampleboxen uit. Onze klanten kunnen de producten thuis of op de zaak uitproberen."

Aan de uitgifte van de boxen zijn speciale aanbiedingen verbonden. Sinds de start van week 9 zijn collega's van verschillende afdelingen op pad om de boxen persoonlijk bij de klanten af te leveren.

Met de uitgifte van de sampleboxen komt Voets de klanten tegemoet, omdat het bedrijf dit voorjaar geen Fine Food Festival organiseert, zoals de laatste jaren gebruikelijk was. Bram Voets: "Er zijn al heel veel beurzen, kijk maar naar

wat er allemaal te doen is. En als je een beurs organiseert moet je het ook goed doen. Dan kan het misschien beter eens in de twee jaar goed en groots, dan per se elk jaar. Liever zijn we dan een keer vernieuwend en pakken we wat groter uit, dan elk jaar hetzelfde doen. We zijn een groot bedrijf, dat maakt het kostbaar om iets van niveau neer te zetten. Om onze klanten toch te bereiken en iets moois te bieden hebben we deze op maat gemaakte boxen bedacht. Ze zijn speciaal samengesteld voor elke ondernemer en ze zijn allemaal anders, passend bij de winkel, de locatie en de ondernemer. Dat is behoorlijk tijdrovend en we hebben ook hierin de lat hoog gelegd."

De sample box biedt leveranciers van Voets de kans om hun producten onder de aandacht te brengen bij een bredere doelgroep. Omdat dit de eerste keer is dat Voets Specialiteiten een dergelijk project opzet, wordt rekening gehouden met mogelijke kinderziektes. "We leren van deze ervaring en gaan na afloop evalueren met zowel klanten als leveranciers. Daarna kijken we naar verbeteringen en eventuele toekomstplannen", aldus Bram.



# Klakkeloos

# Jurij

Getekend bij het kruisje had de ondernemer. Het was een mooi verhaal geweest. Charmante kerel ook. De man had de moeite genomen om na de telefonische uitleg nog eens speciaal bij hem langs te komen in de winkel. Het zou inderdaad handig kunnen zijn in zijn winkel. Als hij een handtekening wilde zetten, dan zou hij een contract toegezonden krijgen en kon hij gerust alles nog eens nalezen. Prima. Nu verder, want er was nog veel te doen. Een week of twee later was de drukte wat gaan liggen. Fijn. Toch eens kijken wat we van de man nog kregen. Aha, een emailbericht met een kopie van het velletje waar hij even zijn poot had onder gezet. Klakkeloos. Zijn maag speelde merkwaardig op, nog voordat hij verder las. Besef was al daar voordat hij de strekking van zijn onnozelheid begreep. Hij had een contract getekend voor een product met een daaraan gekoppelde dienst voor de duur van tien jaar. Een contract met zeer eenzijdige algemene voorwaarden die ruimte gaven om de prijs te verdubbelen en geen ruimte om te heroverwegen. Ja, hij had een annuleringstermijn van een week gekregen, maar die was inmiddels mooi voorbij. Hij rekende uit zijn verlies. Het was genoeg om een advocaat te bellen.

Klakkeloos stond ooit voor “zonder in iets tekort te schieten”. Nu staat het voor “te snel”, “zonder goed te beoordelen en vragen te stellen”. De advocaat zal hebben uitgelegd dat er bijzonder gemene mensen buiten rondlopen om argeloze ondernemers tijdens het drukste moment van de dag volstrekt scheve en veel te dure contracten te verkopen. Dat die groep bestaat bij gratie van het feit dat die ondernemers kunnen worden gehouden aan scheve contracten. Ze zijn namelijk ondernemers. En dan geldt in beginsel je handtekening als een bewijs van aanvaarding van alles dat boven je handtekening is opgeschreven. Het is vaak onredelijk en onbillijk, maar oneerlijk? Tja, was maar klakkeloos geweest in de oorspronkelijke betekenis. Had maar opgelet en de tijd genomen om eerst te lezen en te begrijpen. Soms, te weinig, is er nog wat te doen, maar ook dan geldt: voorkomen is beter dan genezen.

Ondernemers, onderteken geen document van een vreemde, dan nadat je (met iemand anders) een paar dagen de tijd hebt genomen om het te lezen en begrijpen. Sta het ook je personeel niet toe. Het gebeurt nog veel te vaak. Waardoor de groep van gemene mensen groeit. Waardoor het nog vaker gebeurt. Alleen u kunt het omdraaien.

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



## Oprichter verkoopt Willicroft na moeilijk jaar

Oprichter Brad Vanstone heeft op LinkedIn gemeld dat hij na een moeilijk jaar in 2024 zijn bedrijf Willicroft heeft verkocht. Willicroft, genoemd naar de zuivelboerderij van zijn ouders, was producent van plantaardige alternatieven voor kaas en boter. De producten van het bedrijf werden verkocht in retail, horeca en speciaalzaken. Het merk werd bekend door innovatieve recepten. Vanstone zegt: “Het blijft veel te moeilijk voor bedrijven, die een positieve verandering in de voedingsindustrie nastreven, om tot bloei te komen.”



**DE KAASFABRIEK**



**BESTEL VIA DE WEBSHOP**  
**GEHEIM VAN GIENSBURG**  
 Vraag inlogcode via: [bestelling@dekaasfabriek.nl](mailto:bestelling@dekaasfabriek.nl)



aanwezig tijdens

**81% kans  
dat Ellen  
haar  
volgende  
verjaardag  
kan vieren**



**19% kans van niet**

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





## Duurzaamheid: sleutel tot een gezonde toekomst

Als ondernemer met een foodspecialiteitenwinkel staat u voor een cruciale uitdaging: het verduurzamen van uw bedrijf. Het Vakcentrum heeft hiervoor een belangrijke stap gezet met de introductie van een CO<sub>2</sub>-rekentool waarmee u de CO<sub>2</sub> uitstoot

van uw bedrijf kunt berekenen (gratis voor de eerste 25 aanmeldingen).

Deze tool is niet alleen een handige eerste stap, maar ook een signaal van de groeiende noodzaak om duurzaamheid serieus te nemen.

### **Waarom duurzaamheid onvermijdelijk is**

Grote bedrijven in Nederland stellen steeds strengere eisen aan hun toeleveranciers op het gebied van duurzaamheid. Dit betekent dat het verminderen van uw CO<sub>2</sub>-uitstoot niet langer een keuze is, maar een vereiste om in de toeleveringsketen relevant te blijven. Bovendien biedt een duurzame bedrijfsvoering tal van voordelen:

- Kostenbesparing door energiezuinige maatregelen
- Verbetering van uw bedrijfsimago
- Grotere veerkracht tegen toekomstige uitdagingen, zoals olieprijschommelingen

### **De rol van uw bedrijfspand en processen**

Ongeacht de staat van uw pand - of het nu oud, nieuw of ergens tussenin is - er zijn altijd mogelijkheden om de duurzaamheid te verbeteren. Denk aan:

- Overstappen op LED-verlichting
- Het gebruik van alternatieve energiebronnen
- Het verbeteren van de isolatie

### **Impact monitor**

De Vakcentrum Impact Monitor Duurzaamheid biedt een gestructureerde aanpak om uw duurzaamheidsgegevens te verzamelen, analyseren en rapporteren. Een concreet hulpmiddel om in kaart te brengen wat de impact van uw onderneming is op milieu en maatschappij. Dit sluit aan bij de wetgeving die aan de grote bedrijven in Nederland is opgelegd om hun gehele toeleveringsketen bewezen duurzaam te laten opereren.

Een bewijs dus voor bedrijven waar u mogelijk leverancier voor bent, dat u nog steeds de geschikte leverancier bent!

Meld u vandaag nog aan voor de CO<sub>2</sub>-Rekentool, of vraag de Vakcentrum Impact Monitor Duurzaamheid aan.  
[www.vakcentrum.nl/duurzaamondernemen](http://www.vakcentrum.nl/duurzaamondernemen)

## Cyberveiligheid: Onmisbaar

In deze digitale tijd is cyberveiligheid geen luxe meer, maar noodzakelijk voor elke ondernemer. Alleen de kennis hiervan is niet voor iedereen vanzelfsprekend, terwijl 98% van mkb-bedrijven hiermee te maken krijgt.

Het Vakcentrum biedt daarom ondersteuning in de vorm van expertise en praktische tools.

### **Cyberrisico**

Een bekend risico zijn hacks op social media-accounts. Als communicatiemiddel ideaal om ook digitaal uw bedrijf en product of dienst aan te prijzen. Echter kunnen uw bedrijfsaccounts op Facebook, LinkedIn, Instagram etc. gehackt worden. Naast dat dit van invloed kan zijn op uw reputatie, doordat hackers foutieve informatie delen, heeft dit regelmatig ook direct financiële gevolgen.

De accounts vragen voor marketing doeleinden uw bank- of creditcardgegevens. Wanneer deze opgeslagen zijn in het account heeft de cybercrimineel toegang.

### **Digitale bescherming**

Met deze tips bent u al een goede stap richting een cyberveilige onderneming:

- Sla nooit creditcardgegevens op websites op
- Gebruik sterke wachtwoorden en multifactorauthenticatie
- Vermijd online transacties op openbare wifi-netwerken

### **Vangnet via het Vakcentrum**

De verzekeringspartner van het Vakcentrum biedt een Cyber en Data Risks verzekering die u beschermt tegen de financiële gevolgen van hacks, datalekken en cyberaanvallen. Deze verzekering dekt niet alleen de schade, maar biedt ook 24/7 hulp van deskundigen bij een cyberincident.

### **Tijd voor Actie!**

Wacht niet tot het te laat is. Neem vandaag nog deze stappen:

- Evalueer uw huidige cyberveiligheidsmaatregelen
- Train uw personeel in het herkennen van cyberdreigingen
- Overweeg een cyberverzekering als extra bescherming

Bescherm uw bedrijf, uw klanten en uw toekomst. Maak ook van cyberveiligheid uw prioriteit!

Kijk voor meer informatie op [www.vakcentrum.nl/digitaalveilig](http://www.vakcentrum.nl/digitaalveilig)



# Ideale pasta's voor de speciaalzaak

Eierpasta van Aalshof is al jaren een succesnummer in het assortiment van Voets Specialiteiten. De pasta's zijn afkomstig van Conny van den Besselaar, die een historie heeft in de eierhandel en weet wat de voedzame waarde ervan is. "Veel lekkerder en voedzamer dan gewone pasta's."

**O**p De Aalshof is alles kip en ei. Het is een bescheiden boerderijwinkel met eieren van eigen kippen die op hun eigen afgesloten erf scharrelen. Buurtgenoten en toeristen halen hier hun verse eitjes, advocaat en vooral de pasta's van verse eieren. Naast wat andere levensmiddelen staat de winkel en de ontvangstzaal vol met figuurtjes van kippen in allerlei kleuren.

Tot 1992 is De Aalshof een fruitboerderij boordevol halfstam fruitbomen. Als dat jaar de boerderij te koop komt is Conny van den Besselaar een van de gegadigden. De boerderij gaat echter naar een schapenboer, die alle bomen verwijderd. Als vijf jaar later De Aalshof opnieuw in de verkoop gaat heeft Conny meer geluk. Met haar man (die zijn werk in de ICT heeft) verhuist ze naar Haps, waar de vraag zich aandient: wat gaan we doen met de boerderij? Conny van den Besselaar komt zelf uit de kippenbranche. Ze werkt ten tijde van de verhuizing bij een opfokbedrijf, waar





kippen de eerste vier maanden opgroeien voordat ze naar kippenboerderijen gaan. In het jaar van hun verhuizing wordt ook hun eerste kind geboren. Vooraf is Conny vast van plan na de geboorte direct weer terug te gaan naar haar baan. Maar als het eenmaal zover is, voelt het toch niet goed.

“Ik ga thuis iets doen”, besluit ze. Ze schaft kippen aan, een hond, een pony (“De hond was duurder dan het paard!”), en twintig schapen om al dat gras kort te houden. “Ik voelde me een beetje een boerinneke. De eieren gingen naar de burens, en op zaterdags stond ik op de Vrije Markt in Cuijk, met eieren, advocaat en vooral met eierpasta. Die eierpasta kende ik omdat ik vroeger bij alle eierboeren kwam. Vooral die eierpasta was enorm populair, terwijl het verder in Nederland nog niet zo bekend was.”

## Voordelen

De meeste pasta is gemaakt van meel en water; de pasta van Conny is van meel en eieren. Ei-pasta is voedzamer doordat er een groot aandeel ei in is verwerkt, dus eiwitten, en niet enkel koolhydraten. Conny verkoopt deze vers-ei pasta onder eigen label: ‘Aalshof’. “Het is een totaal ander product. Het gehalte eiwit ligt tussen de 15 en 29 procent. Het is smaakvoller, en het verzadigt meer dan andere pasta, waardoor je er minder van eet. Een voordeel is ook dat het niet echt kan mislukken; de pasta houdt altijd zijn bite, ook als je het iets langer kookt en het plakt veel minder. Het voordeel voor de horeca is dat je de gekookte pasta ook op een later tijdstip kunt verwerken in een gerecht, zonder verlies van smaak of kwaliteit.”

Het succes van de pasta op de markt brengt Conny op het idee om aan huis een boerderijwinkeltje te beginnen. Een afgesloten veranda aan het huis wordt een ontvangstruimte voor gasten, en voorzichtig komt er een eerste bus met ouderen die graag een bezoekje brengen aan een boerderij met beesten en dan liefst ook iets meenemen uit de boerderijwinkel. Bij de boerderij verrijst het Strohotel, een groepsaccommodatie voor de weekenden, en tussendoor ook een bed & breakfast. Conny maakt een foldertje voor dagtochtbedrijven, en ze staat op landbouwfairs, recreatiebeurzen en op de Huishoudbeurs. Op die laatste lukt het haar de folder ook onder de aandacht te brengen van een grote touringcar-operator. “Toen ging het echt lopen, een tsunami aan bussen kregen we op het erf. Vooral uit Nederland en België. De Duitse markt ligt ook dichtbij, maar dat is toch een stuk moeilijker. Net toen dat ook leek te lukken gooide corona roet in het eten. De verkoop aan bussenvol bezoekers viel stil, maar mensen gingen thuis koken en de pasta liep wel heel goed via de foodspeciaalzaken.”

De vogelgriep houdt haar momenteel bezig. Zeker nu er in Amerika een regering zit die alle gezondheidsafspraken maar onzin vindt. “De vogelpest slaat daar al over op runderen en mensen, er is al een mens aan overleden en er zijn al veel besmettingen. In Nederland betekent de vogelpest voorlopig een ophokplicht. De toeristen kunnen op De Aalshof de kippen nog wel bekijken in het hok, ze zien waar de eieren liggen, maar het is veel minder leuk dan wanneer ze over het erf scharrelen.”



Conny van den Besselaar.

## ‘Het gehalte eiwit ligt tussen de 15 en 29 procent’



Nieuw in het assortiment is de algenpasta: prachtig bij gerechten met vis.



Het Aalshof Strohotel.

Sinds 2012 (ongeveer) worden haar pasta's gedistribueerd door Voets Specialiteiten, uit de tijd dat Cor Voets zelf met zijn Mosterd Dille op de beurs stond. "Voor die tijd bracht ik het zelf naar de speciaalzaak. Met de Volvo, en een kind op de achterbank."

Aalshof heeft twintig soorten in het assortiment. Voets levert het in 32 verschillende verpakkingen.

De jongste ontwikkeling is Vers-ei pasta Algen. De zoutwater-algen worden gekweekt in tuinbouwkassen in Almere, de pasta wordt gemaakt bij een producent in Hengevelde. De andere pasta's worden gemaakt in Duitsland. "Als je de algenpasta kookt komt de lucht van de tuinbouwkassen weer direct boven, maar zodra het op je bord ligt is de lucht verdwenen. Het is een heerlijke pasta om te combineren met vis."

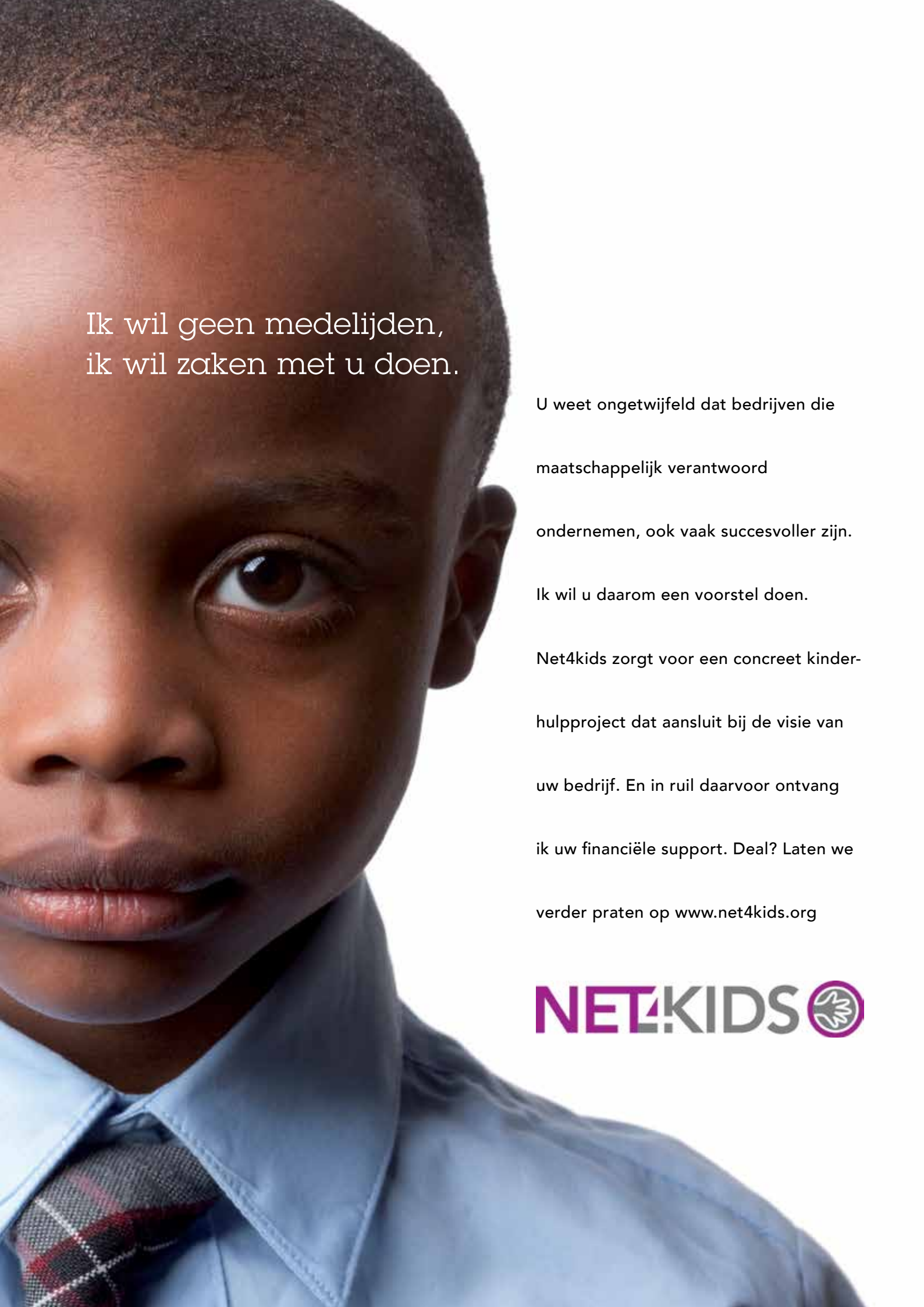


**‘Het is een heel makkelijk product voor in de speciaalzaak’**

"De eierpasta is een heel makkelijk product voor in je speciaalzaak. Het is houdbaar en je hoeft alleen de voordelen van de pasta te benoemen. Dat het lekkerder is ontdekken de klanten zelf wel. Zo doe ik het al jaren op beurzen. Het is zo goed dat er geen verlies is van smaak of kwaliteit, ook niet als je het gebruikt in dikke sauzen of in de soep. Soms krijgen wij bij Hello Fresh wel eens een gerecht waar pasta bij zit. Dat is dan jammer, want dat eten we niet meer. Als je dit geproefd hebt wil je niet anders meer." ◀

*Aalshof Pasta met verse scharreleieren wordt geleverd door Voets Specialiteiten.*





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

U weet ongetwijfeld dat bedrijven die  
maatschappelijk verantwoord  
ondernemen, ook vaak succesvoller zijn.

Ik wil u daarom een voorstel doen.

Net4kids zorgt voor een concreet kinder-  
hulpproject dat aansluit bij de visie van  
uw bedrijf. En in ruil daarvoor ontvang  
ik uw financiële support. Deal? Laten we  
verder praten op [www.net4kids.org](http://www.net4kids.org)

**NET4KIDS** 

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





**VERKRIJGBAAR VANAF 22 MAART**

**DE BESTE KAAS EN ZUIVEL  
VAN NEDERLAND**

**AMBACHTELIJK GEMAAKT  
OP DE BOERDERIJ**

**DOOR KEURMEESTERS  
GEKOZEN**

# CUM LAUDE

**EXCELLENTE KAAS & ZUIVEL, GEMAAKT OP DE BOERDERIJ**

Op 13 maart strijden boeren en boerinnen uit het hele land – die zelf hun melk verwerken tot kaas, zachte kaas of zuivel – om de felbegeerde Den Besten Cum Laude Awards, ofwel de ‘Gouden melkbus met de grote oren’. Op die dag op Fort Wierickerschans te Bodegraven weten we ook wie een platina, gouden, zilveren of bronzen medaille hebben behaald en vanaf 22 maart verkrijgbaar zijn als excellente kaas, zachte kaas en zuivel, gemaakt op de boerderij.

**HOOFDSPONSORS CUM LAUDE AWARDS**

**DE PRODUCENT  
DSM-FIRMENICH  
VERBURG KAAS  
KAASHANDEL REMIJN  
GEA DAIRY CENTER WEST**

**SPONSORS CUM LAUDE AWARDS**

**RABOBANK FOOD & AGRI • VELDER • EUROFLEX • GEBR. RADEMAKER • ZUIVELCOÖPERATIE ZUCO  
C. VAN 'T RIET ZUIVELTECHNOLOGIE • VANDERSTERRE HOLLAND • IN2FOOD**

**DEELSPONSORS CUM LAUDE AWARDS**

**TREUR KAAS • ALFA ACCOUNTANTS & ADVISEURS • OLIP • ABZ DIERVOEDING • DE KAASFABRIEK  
ALBERT HEIJN • MAAZ CHEESE • DE HEUS VOEDERS • ALPURA BREEDING**

**BOERDERIJZUIVEL.NL**



# Rustiek brood voor bij de borrelplank

**Bussing Brood, Hofleverancier, levert rustieke broden die makkelijk af te bakken zijn met een kleine oven. Een ideale versterking aan een delicatessenassortiment. Bussing rijdt de broden niet zelf door het land, maar Foodimpuls brengt het diepgevroren aan uw deur.**

**V**oorstraat 22 in Numansdorp. Daar is het allemaal begonnen, en daar gebeurt het nog steeds. In 1899 startte Aart Bussing hier met het bakken van brood. Van dorpsbakker groeide het bedrijf langzaam uit tot een grootbakker met drie eigen zaken en een grote bakkerij op het industrieterrein verderop. Bussing is inmiddels Hofleverancier. Achterkleinzoon Jan Bussing is nu de vierde generatie, die nog steeds met aandacht en vakmanschap voortreffelijk brood bakt. Het brood wordt niet alleen in de eigen broodwinkels verkocht, maar is ook zeer populair onder horecazaken, als tafelbrood bij de maaltijd en bij een borrelmoment.

Speerpunt in het assortiment zijn de Bussing B'rustiek broden. Zoals ze het in het bedrijf zelf omschrijven: een traditioneel familie-recept in een eigentijdse jas. Gemaakt met geduld, de juiste grondstoffen en aandacht op het goede moment. Die grondstof is de bloemsoort 'Farine Tradition Française'. Met water, zeezout en gist wordt het gekneet tot een soepel deeg. Daarna mag het 48 uur rijzen. Juist die lange rijstijd geeft heel veel smaakontwikkeling, het brood blijft na afbakken lang lekker en het krijgt een veel mooiere korst. Een korte rijstijd maakt het brood goedkoper, minder lekker, minder lang lekker, en ook de korst is niet te vergelijken. Het resultaat van B'rustiek is een authentiek en 100% natuurlijk brood met een spekkige, onregelmatige open kruim en een kenmerkende karamelkleurige korst. "Een echte allrounder die overal bij smaakt en de hele dag vers blijft wanneer deze al in de ochtend wordt afgebakken", aldus Bussing zelf.



Enkele van de broden uit het Bussing-aanbod zijn zeer geschikt voor verkoop in een foodspecialiteitenwinkel. Hoe u dat aanpakt kunt u in Numansdorp bij Bussing zelf zien.

Wacht. Gaat Bussing u nu vertellen hoe u uw foodspecialiteiten moet verkopen? Leuk dat u dat vraagt! Want Bussing heeft naast twee broodwinkels ook een eigen foodspecialiteitenwinkel: Gastrovino Verleiding in Numansdorp, aan de Voorstraat 22. Inderdaad, de locatie waar de bakkerij ooit begon! Nu is het een fraaie winkel met noten, charcuterie, wijn, bonbons, verse koeken, gebak, veel brood en een lunchroom met uitzicht op de broodoven. Naast deze grote oven, waarin de bakker grote broden bakt, staat een kleine oven, niet groter dan een oven in de keuken van een woonhuis, waarmee u zelf krakend vers het brood van Bussing kan afbakken, in 12 minuten tijd. Voor veel foodspecialiteitenwinkels is dit een mogelijkheid om een ultieme vers-sensatie toe te voegen aan het aanbod.

Christa Batenburg is adviseur bij Bussing. Zij onderhoudt de contacten met klanten die het Bussing-brood gebruiken in hun horecazaak, en met winkeliers die de broden verkopen in hun delicatessenzaak.

Christa: "Veel ondernemers willen wel iets met brood gaan doen, maar bedenken dan dat ze er eigenlijk geen plek voor hebben. En professionele horeca-ovens zijn ook nog eens heel erg duur. Maar dat is ook niet nodig. Op beurzen staan mijn collega Joyce en ik het brood te presenteren met een ▶

## ‘Met een simpel oventje kun je prachtige flutes afbakken’



Vanuit de lunchroom heeft de gast zicht op de activiteiten van de bakker en de maaltijdencounter.



# Assortiment



simpel oventje met één stand: hete lucht. Niks bijzonders. Daarmee kun je in je winkel prachtige flutes afbakken, wat een enorme versbeleving geeft.”

“Een flute vraagt 12 minuten op 200 graden. Onze flute is een prachtig product om te presenteren in een mandje op je toonbank. Daar gaat een goede impulswerking van uit. Klanten die mooie kaas, mooie vleeswaren of olijfolie komen kopen, kunnen dat fijn combineren met zo'n rustiek brood. Onze flutes zijn per stuk verpakt in dozen van tien stuks. Je kunt er bijvoorbeeld vier in de koeling leggen en zes in de diepvries houden. In de koeling blijft het nog steeds goed. Je kunt de broden dan ook uit de koeling of uit de vriezer verkopen, bij klanten die tegen sluitingstijd nog voor hun

delicatessen komen. De klant kan het dan zelf makkelijk thuis afbakken. Alle ingrediënten en de afbaktijd staan op de verpakking vermeld. Heb je een koeling waar klanten zelf uit kunnen pakken, dan kun je ze ook daar leggen.”



Voorstraat 22, waar ooit de eerste Bussing-bakkerij begon, is nu een Gastrovino-speciaalzaak.

De B'rustiek Flute is een brood van 400 gram. Zeer geschikt voor bij de borrelplank. Bussing verkoopt ook grootbrood, maar, zegt Christa Batenburg, dat is niet voor elke winkel geschikt. Grootbrood is meer brood voor alledag, wat de klant normaal bij een bakker zou kopen. De flute is juist zo goed omdat je veel korst hebt, en daar heerlijk mee kunt dippen in olie of breken bij je glas wijn. “Zo'n brood ga je niet verkopen als in je dorp of wijk ook een bakker zit.”

Wel enkele andere broodjes van Bussing zijn mooi voor de foodspecialiteitenwinkel. Zoals verschillende lunchbroodjes, zeker als je ook belegde broodjes wilt verkopen is dit interessant. Of het breekbrood met twaalf blokjes, mooi om in een zak mee te verkopen bij een klant die voor het weekend een grote kaasplank bestelt. De klant kan het dan een uur voor zijn gasten komen zelf afbakken. En heel mooi: het Amandel-Vijgenbrood, een 100% volkorenbrood met amandelen en vijgen, desembrood gebakken in de steenoven. Smaakvol door





B'rustiek Flute bruin



B'rustiek Flute wit

de vijgen, een mooie combinatie met vleeswaren en kaas. Dit brood bakt af in 8 minuten.

Nieuw is het BriLJantje, een tafelbroodje van 190 gram voor de horeca, maar ook voor de delicatessenwinkel heel geschikt. In bruin, rozemarijn en wit, en ook weer gemaakt van B'rustiek-deeg.

De broden van Bussing worden voorgebakken in de steenoven. Daarna gaan ze direct door de koeltoren, worden ingepakt en direct ingevroren. Het resultaat is een supervers brood.

### Diepgevroren

De broden van Bussing worden diepgevroren geleverd en zijn lang houdbaar in de vriezer.

Advies: de avond voor afbakken uit de vriezer halen en laten ontdooien. Eenmaal ontdooid nog zes dagen houdbaar in de koeling. Afbakken in 8 tot 12 minuten, op minimaal 200 graden (220 mag ook). ◀

*Foodspecialiteitenwinkels kunnen de broden van Bussing bestellen bij Foodimpuls (Heerenveen en Ede), bij De Waal Vers in Hendrik Ido Ambacht, en bij Delicatezza d'Italia (Den Haag) die het allemaal diepgevroren leveren.*

*Ondernemers kunnen meer informatie opvragen bij BussingBrood, Christa Batenburg of Joyce Ouwens.*

## ‘Grootbrood ga je niet verkopen als in je dorp of wijk ook een bakker zit’



Het meeste brood bakt Bussing tegenwoordig in de grote bakkerij op het industrieterrein van Numansdorp.



# Landwaart Culinaire: 'Het kan altijd beter'

Landwaart Culinaire is een geweldige specialiteitenwinkel, met een enorme eigen productie. Het verhaal erachter is een constante zoektocht naar topkwaliteit en unieke producten, en inspringen op de kansen in de markt.

**L**andwaart Culinaire begint eigenlijk al in 1987, als Wim Landwaart besluit in Maartensdijk een speciaalzaak in groenten en fruit te starten. Het ondernemerschap in levensmiddelen krijgt hij van huis uit mee: zijn vader heeft een Enkabé supermarkt. Wim doet de COL, de Centrale Opleiding Levensmiddelenbranche, en leert het vak in andere winkels. Hij is zestien als zijn vader ziek wordt en hem zegt naar huis te komen om te helpen in de winkel.

Wanneer zijn vader een vijf jaar later overlijdt, gaat Wim met zijn broer verder met de winkel. In 1985 wil Wim's broer verder met de formule van Albert Heijn, en op dat moment kiest Wim een andere weg. In Naarden neemt hij een winkel over in versproducten, maar die plek is niet wat hij wil. In 1987 stapt hij – tegen de adviezen van zijn omgeving in – in het groentewinkeltje in Maartensdijk en dat draait gelijk goed, want de omzet is veel beter dan voorspeld.

### Specialiseren

In 1994 ziet hij dat groenten alleen in de toekomst niet genoeg zal zijn. In België bezoekt hij allerlei speciaalzaakjes. Bij een van de winkels vraagt hij of hij een dag mag meedraaien, twee



weken voor kerst. Thuis koopt hij cakeblikken waarin hij een visterrine maakt, die hij in plakken verkoopt als voorgerecht voor het kerstdiner. "Dat was zo'n groot succes dat ik dacht: hier moet ik in verder."

In 1996 verhuist hij met andere versspecialisten naar het winkelcentrum. Maar in het supermarktgeweld stopt de een na de andere specialist. Zelf heeft Wim flink last van de Lidl, die forse kortingen geeft op groenten en fruit.

"Toen wist ik: nu moet ik gaan specialiseren. Ik ben overal gaan kijken, meewerken en leren in winkels die eigen maaltijden verkochten, vooral veel bij traiteurs in België. Eerst ging dat moeilijk, want Belgen zijn daar niet zo open in. Maar we zijn toch geen concurrenten? Nu gaat het fantastisch en vragen ze zelfs wanneer ik weer kom. Ze kijken ook bij mij achter de schermen, we delen onze ideeën en maken producten voor elkaar."

Denk niet dat het makkelijk was om met maaltijden te beginnen. "Het was drie jaar dikke armoe. Ik gooide meer weg dan dat ik verkocht. En zo'n keuken met steamer en terugkoeler is een forse investering."

## Maaltijden

In de herfst van 1999 lukt het eindelijk. Een grote, opvallende advertentie waarin hij zijn maaltijden voor de halve prijs aanbiedt, haalt klanten naar de winkel. Allemaal concluderen ze dat het bijzonder lekker is. De jaren erna breidt de winkel uit met cateringactiviteiten. In 2007 vraagt een cateringklant om een dessert van appeltaart met een bolletje kaneel. Wim zet zijn vaste kok Tineke aan het werk om een topkwiteit appeltaart te ontwikkelen. Het resultaat is zo goed dat de gasten van de cateringmaaltijd naar de winkel komen met de vraag of de appeltaart ook in kleinere formaten te koop is. "Jazeker", bluft Wim, "vanaf volgende week." Dat weekend wordt er keihard gewerkt, en het is nu nog steeds het meest verkochte product van Landwaart Culinair.

De appeltaart is ook een toonbeeld voor het ondernemerschap van Wim Landwaart: kansen zien en grijpen, hoe klein ze ook zijn, altijd voor de allerbeste kwaliteit gaan en producten verkopen die anderen niet hebben. "Als klanten zeggen dat ik duur ben, dan zeg ik: Maar waarmee vergelijkt u ons? Met Jumbo? U gaat toch geen appels met peren vergelijken?"



Wim Landwaart



## 'Ik ben overal gaan kijken, meewerken en leren in winkels'

## Productie

In 2008 vertrekt de Lidl uit het winkelcentrum. Van het pand neemt Landwaart 500 meter in gebruik voor zijn winkel. Negen jaar later volgt de uitbreiding als hij de rest van het voormalige Lidl-pand bij zijn winkel voegt. Van de huidige 900 meter is 320 meter ingericht voor de winkel zelf, en 580 meter is productieruimte. Nu staan tien medewerkers in de bediening in de winkel. Vijftig collega's werken achter de schermen in de keukens.

Terwijl hij zijn geschiedenis vertelt onderbreekt Wim Landwaart zichzelf steeds met de opmerking dat hij geen succesverhaal wil opdissen. Immers: hij heeft heel veel tegenslagen gekend. Het is vallen en opstaan, en niets is vanzelfsprekend. En toch: de prijzenkast bevestigt zijn gelijk. Landwaart wordt Biltse Ondernemer van het Jaar, Beste Groenteboer van Nederland, Beste banketbakker van Nederland. ▶▶





# Out of the box



Het begin van de coronatijd brengt weer een voorbeeld van kansen grijpen. Als de Nederlandse horeca moet sluiten gaat Landwaart met de eigenaar van sterrenrestaurant De Nederlander direct aan de slag. Een halve week later liggen er sterrenmaaltijden in de winkel. Het eerste weekend verkopen ze heel veel gerechten en krijgen ze ruime publiciteit. Veel horecagasten komen vervolgens naar de winkel, en veel van hen blijven ook klant. Als na maanden de horeca weer opent verdwijnen die maaltijden niet; Landwaart maakt ze nu zelf.

"Inmiddels hebben we weer het tij mee. Tijdens corona mochten mensen niet uiteten, dat was een impuls voor de speciaalzaak. Inmiddels is uiteten gaan zo duur, dat de winkel opnieuw een goed alternatief is."

## Unieke producten

Klanten komen overal vandaan. Landwaart heeft zelfs klanten uit Leuven, die hier boodschappen komen doen, omdat de winkel zo veel bijzondere producten heeft. "Onze kracht is ons assortiment. We hebben er de ruimte voor."

Dat assortiment kent vele unieke producten. De inspiratie daarvoor haalt Landwaart bij producenten en horeca uit heel Europa. De Nederlandse vanille van Koppert Cress zet hem weer op het spoor van een gefermenteerde vinaigre (condiment) met vanille, een waarlijk uniek product. Via via zoekt Landwaart de producent op, bestelt flink wat flesjes azijn die zeer snel uitverkocht zijn.

Een inspiratiebron is ook zijn goede vriend Tom Heidman. Heidman is voormalig directeur van C1000 en is al jaren eigenaar van een wijnbedrijf in Toscane waar hij kolossale Chianti maakt, Renzo Marinai, en onder hetzelfde label de





beste olijfolie van de wereld - volgens Landwaart, en hij kan uitleggen hoe dat komt. Natuurlijk staan beide producten in de winkel. Met Heidman gaat hij regelmatig samen op inspiratiereis.

Wanneer een producent aan Wim Landwaart zijn pizza's laat proeven, weet hij dat dit iets heel bijzonder is. "Het zijn pizza's met een gefermenteerde bodem, veel luchtiger dan andere pizza's in Nederland. Gemaakt van deeg dat 72 uur mag fermenteren. Goed voor je darmen." Niet alleen liggen ze nu in de winkel, Landwaart heeft ook een belang genomen in de bakkerij.

"Inmiddels maken we ook een brood van hetzelfde deeg. De platte broden liggen in folie in de winkel, om thuis af te bakken. In de broodfabriek wordt volop getest, met bierbostel en wei, om broden te maken met veel meer eiwit. Al dat soort dingen maken onze producten uniek. Die productie kost tijd, en die tijd hebben de grote fabrikanten niet."

"Deze pizza's heb ik gepresenteerd op een avond voor ondernemers. Heerlijk vonden ze het. Maar niemand die vraagt of hij ook deze pizza's mag verkopen. Wel een jonge ondernemster uit Lunteren, met haar speciaalzaak Heerlijk. Zij komt bij mij, neemt hier de diepvries bodems af, en ik leg uit hoe ze ze bereidt. In haar eerste week verkoopt ze honderd pizza's, voor 12,50 per stuk. Dat is dus 1200 euro bij haar weekomzet, alleen omdat ze haar nek uitsteekt. Dat ondernemerschap mis ik vaak bij collega's hoor."

## Verkoop door derden

Voor Nederlandse foodspecialiteitenwinkels kan Landwaart een interessante leverancier zijn. Zijn appeltaart wordt verkocht in België en Duitsland, en ook Nederlandse foodspecialisten verkopen hem, en hebben hem op de kaart in hun horeca. "Maar ik moet wel weten wie hem verkoopt. Als mijn taart bij jouw winkel oud staat te worden, dan is dat mijn naam die eraan gaat." Ook heeft hij heel veel unieke producten. Ook de pizza's en de broden ziet hij als een goede optie voor verkoop door derden.

Hoe bescheiden Landwaart ook probeert te zijn, zijn winkel is een juweeltje, een eldorado voor liefhebbers van verfijnde smaken en topkwaliteit. Kan er nog iets beter?

"Het kan altijd beter. Echt. Mijn kaas is bijvoorbeeld veel te beperkt. Ik heb maar tien bijzondere soorten in het assortiment, ik heb gewoon geen ruimte om het breder neer te leggen." ◀◀

## Landwaart Culinair

Wim Landwaart  
Maertensplein 21a  
3738 GM Maartensdijk  
[www.landwaartculinair.nl](http://www.landwaartculinair.nl)





## Omzetkansen met een verkoopautomaat

Op honderden boerderijen worden met succes levensmiddelen aangeboden in automaten. Onbemand en met ruime openingstijden. Wat zijn de mogelijkheden voor de speciaalzaak in een winkelstraat?

**B**oerderijwinkels hebben de verkoopautomaat jaren geleden helemaal ontdekt. Eigen producten als aardappelen en eieren kunnen zo makkelijk worden aangeboden zonder bemanning. Steeds meer boerderijen hebben meerdere automaten naast elkaar, vaak met andere producten van collega's uit de buurt, wat een bezoek voor de consument steeds aantrekkelijker maakt. De website [Lekkerder.nl/boerderijautomaten](https://www.lekkerder.nl/boerderijautomaten) geeft een prachtig overzicht van wat er allemaal al in bedrijf is. Een voorbeeld is Boerderijautomaat Maassen in Homoet (zie foto). Maassen is een kippenboerderij, maar de ruime hal met automaten biedt naast verse eieren ook zuivel van IJsseloord, aardappels en uien van

een boer uit de omgeving, sappen van Schulp, kaas van De Graafstroom, dipjes van Boer'n dip, noten van de Notenwinkel in Zeist en vers vlees van Tante Door.

De boerderij heeft het voordeel van het eigen erf, waar vaak ruimte is voor een eenvoudig, afsluitbaar huisje of overkapping waar de kostbare automaat redelijk veilig en beschermt kan staan. Maar wat zijn de mogelijkheden voor de speciaalzaak in een winkelstraat, in de bebouwde kom, waar die meters er niet meer zijn?

### **Kaasautomaat Bon Fromage**

Een van de eerste foodspecialiteitenwinkels met een verkoopautomaat in een winkelstraat is Bon Fromage in Heesch. Eind 2023 hebben ondernemers Ton en Elly Bens het aanliggende winkelpand huren en bij hun eigen winkel kunnen trekken. De winkel kreeg zo meer ruimte voor assortiment en een groter magazijn. Bijkomstigheid was dat de winkelgevel hierdoor twee deuren naar de straat kreeg.





De kaasautomaat in de gevel van Bon Fromage in Heesch.

In februari 2024 hebben Ton en Elly een verkoopautomaat laten installeren in de deuropening van het belendende pand. Tussen de etalageruiten van hun winkel staat nu een automaat voor kaas, noten, chocolade, cadeaus en streekproducten zoals honing.

Elly Bens: "In het verleden hebben wij een gezamenlijke winkel gehad met De Bakkers Lamers in Oss. Zij hadden een verkoopautomaat, waar ze erg tevreden over waren, omdat ze hiermee zeven dagen per week hun klanten konden bedienen. Toen wij onze winkel in Heesch uitbreidden, bleek dat zo'n machine perfect zou passen in de tweede voordeur. De machine is stevig verankerd in de gevel. Voor ons is de machine een service naar de klant, die nu ook na sluitingstijd, maar ook op zon- en feestdagen nog producten bij ons kan kopen. Het is een verlengstuk van de winkel."

De automaat is voorzien van een display, waarop de producten worden getoond en beschreven, waarop de allergenen staan vermeld en waarop ook extra advies kan worden gegeven. De klant maakt zijn keuze, betaalt met zijn pinpas of smartphone en het product wordt naar het uithaalluik gebracht.

"De groep klanten die er gebruik van maakt is divers: van jongeren die na het stappen een zakje nootjes of chocolade



kopen, tot mensen die 's avonds of op zondag op bezoek gaan en een cadeautje of bonbons willen meenemen en toeristen die er een souvenirkje uit halen. Maar ook veel mensen die 's morgens vroeg of 's avonds ineens merken dat de kaas op is. Soms als het druk is in de winkel horen we de automaat in werking; dat zijn dan mensen die snel iets willen kopen en niet willen wachten."

De automaat in Heesch is een succes, maar, waarschuwen de ondernemers, het is geen makkelijke goudmijn. Elly: "Je moet er allereerst de ruimte voor hebben. Het vergt extra zorg en aandacht en je moet maatregelen nemen om vandalisme te voorkomen. Dat betekent ook een extra verzekering. Maar voor ons is het een mooie uitbreiding en een prima oplossing voor de tweede ingang. Als het doorloopt zoals het nu gaat, halen we onze investering er goed uit."

## Kosten

De automaat van Bon Fromage komt - na oriëntatie bij meerdere leveranciers - van een Belgische producent. De machine is geheel op maat gemaakt. Er is gekozen voor een elektronisch display, de machine bevat een lift die de producten uit het schap naar het uitgiftepunt brengt, en er is een koeling aanwezig. De kosten liggen daardoor tussen de vijftien- en twintigduizend euro. Daarnaast zijn er kosten voor het pinnen, zo'n 20 tot 25 cent per transactie. De machine werkt niet met contant geld, om inbraak te voorkomen.

## Maatregelen

Een verkoopautomaat wordt zonder toezicht door derden gebruikt. Dat zou storingen kunnen opleveren. Elly: "Mocht er een storing zijn, dan wordt het geld direct teruggestort op de rekening van de klant. Er is een directe link met je computer waardoor storingen direct worden doorgegeven. Natuurlijk is er altijd wel iemand die eens uitprobeert wat zo'n apparaat kan hebben. Maar we hebben camera's die het verkeer kunnen monitoren, dat is ook een vereiste vanuit de verzekering. En ons pand zit onder appartementen en we zijn volop in beeld in de winkelstraat, dus enige sociale controle is er wel." "De automaat draait nu een jaar. We zijn er heel blij mee. Je moet hem bijhouden, zorgen dat hij goed gevuld blijft en er netjes uitziet. Het is geen vervanging van je winkel en het succes zal per plaats verschillen. Maar bij ons is het een succes." ►►

## Tips van Ton en Elly:

- Doe goed research en zorg dat je weet wat je wilt.
- Kijk goed welke ruimte je ervoor hebt. Wij hadden die extra deur over, maar De Bakkers Lamers hebben een automaat in een van de ramen aangebracht.
- Onze automaat is licht gekoeld. Eerst op 15 graden, maar dat is niet fijn voor chocolade. Nu koelt hij op 19 graden; vacuüm verpakte kaas kan dat goed hebben.
- Denk vooraf goed na over de maten van producten.
- Wij hadden de naam "Kaas automaat" op de machine gezet. Maar er zit veel meer in en klanten wezen ons daarop. We gaan een andere sticker aanbrengen met de tekst: "Lekker & Ambachtelijk - onder andere: kazen, bonbons, noten, cadeaus..."



## 't Kaasmeisje

Bianca Vlooswijk heeft een kaasspecialzaak in Oudewater en voert op twee dagen in de week de boerderijwinkel op de boerderij van haar broer in Montfoort, waar de roodkorstkaas Le Petit Doruvel wordt gemaakt.

"Voor de boerderijwinkel hebben we vijf jaar geleden met corona een automaat ingezet (foto boven). Die winkel is maar twee dagen open, en de automaat is daar een goede aanvulling. De automaat staat op het erf, aan de weg, onder een kleine overkapping. Naast onze kaasjes zitten er nootjes in, en eieren en soms taartjes of jam."

Dit jaar is Bianca gevraagd mee te doen aan een pilot in winkelcentrum City Plaza in Nieuwegein. "Een leegstaande winkel is verkleind tot units. In een daarvan staan twee automaten, een met kaas en een met streekproducten en noten. Het idee is dat lokale leveranciers hier hun producten kunnen verkopen; agrarische producten, of bijvoorbeeld stroopwafels of andere eigen producten. De pilot is net gestart, en in de unit is plek voor minstens vijf automaten." (Foto rechts)

"Voor ons is het een extra verkooppunt, in een druk winkelcentrum. Er zijn vrijwilligers die mij helpen met schoonhouden en een oogje in het zeil houden. Op afstand kan ik zien hoeveel producten worden verkocht en zo weet ik wanneer ik er weer langs moet om de automaten bij te vullen. Voor de eigenaar van het winkelcentrum is het een manier om de aantrekkingskracht te vergroten."

"Dit weekend ga ik bij de automaten staan om kaas te promoten. Want in Montfoort en Oudewater kent iedereen 't Kaasmeisje en onze Doruvel-kaas, maar niet in Nieuwegein. Het nadeel van een contactloze winkel is dat je de verhalen niet kunt vertellen. Bovendien hebben de automaten voor sommige mensen wel een gebruiksaanwijzing; je moet het een keer gedaan hebben en dan weet je het. Als ik erbij ben in Nieuwegein, dan loopt de omzet wel goed. Op de boerderij kent iedereen die automaat. Dat gaat prima."

## 'Het is niet zo dat je hem neerzet en de rest vanzelf gaat'

### Winkelcentrum valt niet mee

De automaten in het winkelcentrum zijn eigendom van de exploitant van het winkelcentrum, en zijn in bruikleen. Op de boerderij heeft Bianca gekozen voor een tweedehands ("refurbished") exemplaar. Daarvoor is een fundering gelegd, een huisje gemaakt, wifi en stroom aangelegd en een systeem om hem op afstand af te kunnen sluiten (op de boerderij is de automaat geopend van 7.00 tot 22.00 uur). In totaal bedragen die investeringen zo'n 15.000 euro.

"De automaat op de boerderij heb ik binnen de tijd die ik daarvoor had begroot terugverdiend. Voor boerderijen is zo'n automaat echt een goede zet. Ook voor de klant is het fijn dat ze ook buiten de winkeltijden terecht kunnen. Maar de inzet van de automaten in het winkelcentrum vallen me tot nu toe nog niet mee. Als ik daar als ondernemer vier- of vijfhonderd euro in de maand voor een plek zou moeten betalen, of 10 procent van de omzet, dan zou ik het nog niet weten. Je moet er steeds naartoe om te vullen en te onderhouden, dat kost veel tijd. Het is niet zo dat je hem neerzet en de rest vanzelf gaat. Maar de tijd zal het leren, of de klant in het winkelcentrum zijn weg naar de automaat weet te vinden"





## De Bakkers Lamers

De Bakkers Lamers is een familiebedrijf van Bart, Harm en Lizzy Lamers, met brood- en banketwinkels in Heesch, Oss en Grave. Op een bedrijventerrein in Heesch staat hun grote bakkerij waar alle ovens staan voor brood en halffabrikaten. In de winkels wordt alleen gebak en dergelijke afgewerkt.

Bart Lamers: "Uit België kenden wij het gebruik van automaten voor brood. Daar is er veel ervaring mee. Tijdens corona besloten we te investeren in een automaat, omdat mensen niet graag winkels bezochten. In maart 2021 zijn we gestart met een automaat voor onze grote bakkerij: twee automaten onder een afdak aan de weg, één gekoeld voor onze 'Osse Bollen', gebak en worstenbroodjes, de ander voor brood. Die draaien al vier jaar zonder problemen."

## Aanzienlijke bijdrage omzet

"In Oss zit onze winkel in een winkelcentrum. Twee jaar geleden hebben we daar in de buitenmuur dezelfde twee automaten geplaatst. En op 6 februari van dit jaar hebben we een stand-alone neergezet in Nuland, met dezelfde opzet. In Nuland was de lokale bakker net gestopt, en ons werd gevraagd of we het dorp met een automaat niet van brood konden voorzien. Bij de lokale fietswinkel hebben we de benodigde ruimte gevonden om de automaten te plaatsen. Want een pand ervoor huren maakt het veel te duur."

Alle automaten van Lamers zijn 24/7 bereikbaar. De gemeenschap in Nuland heeft zeer positief gereageerd op de automaten, net als de bevolking in Heesch, vier jaar geleden. Bijvullen is geen probleem: op een app op de telefoon kan Lamers de verkoop constant volgen. De opstelling in Nuland

(twee automaten, huisje en elektra/wifi kostte zo'n 20.000 euro). "We zijn er heel blij mee. Het succes van de eerste automaat heeft ons doen besluiten het verder te ontwikkelen. Het is een aanzienlijke bijdrage in onze omzet."

## Vandalisme

Twee dagen staat de automaat in Nuland als vandalen op zaterdagavond het uitgifteluis in trappen om enkele (koude) worstenbroodjes te pikken. Bart plaatst een bericht op Facebook dat een beetje escaleert: het wordt vol verontwaardiging vele malen gedeeld, en bereikt kranten en omroepen. Zoiets is ook eens in Oss gebeurd, maar sinds er extra verlichting is en camera's is het daar weer rustig. Bart: "Bij de bakkerij heeft ooit iemand Osse Bollen gekocht en daarna de automaat ermee bekogeld. Maar die heeft er dan wel voor betaald. Verder hebben we daar nooit problemen, in vier jaar tijd." ◀

## Tips van De Bakkers Lamers:

- Werk niet met cash; cash geld leidt eerder tot een kraak.
- De plek is bepalend of iets werkt. Je moet vlakbij kunnen parkeren.
- Camera's en verlichting verlagen de kans op vandalisme aanzienlijk.
- Verkoop kwaliteit, niet de restjes van de dag.
- De koper moet vinden wat hij verwacht: de reguliere hardlopers, dus niet wat die dag toevallig over is.



De automaten bij de bakkerij op het bedrijventerrein.



De automaten bij het winkelcentrum in Oss.



De stand-alone bij de fietswinkel in Nuland.



Links gekoeld met veel gebak; rechts de automaat voor brood.

De Kaaskenner, Venray:

# Geen moment spijt van de overname



**Net na haar studie een winkel overnemen vond Pleun Dassen een mooie uitdaging, maar ook spannend. Met haar gedegen vakopleiding, studie bedrijfskunde, tien jaar ervaring in de winkel en de hulp die ze kreeg, was haar fundering goed gelegd en de spanning snel verdwenen. De Kaaskenner is een mooie winkel, met een ambitieuze ondernemster.**

**B**egin 2023 neemt Pleun Dassen kaasspecialzaak De Kaaskenner over. Ze is dan 25 jaar. Sinds haar zestiende werkt ze in een bijbaantje naast haar studie als weekendkracht in de winkel. In Eindhoven volgt ze de opleiding Horeca-ondernemer/manager, in Nijmegen doet ze daarna HBO Bedrijfskunde. Pleun: "In het derde jaar van mijn opleiding Bedrijfskunde vroeg de vorige eigenaar, Ric de Louw, of deze winkel iets voor mij zou zijn. Op dat moment was mijn studie nog niet afgerond en wist ik nog niet precies wat ik daarna wilde doen. Maar deze kans kon ik niet laten liggen: uitdagend werk én een eigen winkel!"

Na een jaar van samenwerken met de vorige eigenaar neemt Pleun op 1 januari 2023 de winkel volledig over. In de eerste periode heeft ze veel hulp van Hans Koelemij, ondernemer van 't Keesheukske in Roermond. Met zijn ervaring fungeert Hans als een vraagbaken voor Pleun. "Ik heb iemand om op terug te vallen voor sommige vragen, dat voelde fijn", zegt Pleun. "De hulp van Hans, familie en vrienden heeft ervoor gezorgd dat ik nog meer het vertrouwen voelde dat de overname een succes zou worden."

In januari 2023 begint Pleun met twee weekendkrachten en krijgt ze hulp van familie en vrienden. Dit zorgt voor een goede start. "Na een maand begon ik personeel te werven en na twee maanden was mijn hele team compleet. Ons team bestaat nu uit zeven personen."





## ‘Eén van die tips was om veel meer kaas voor te snijden’



Pleun Dassen

“Naast het werven van een team was mijn belangrijkste taak in januari 2023: zorgen dat de winkel lekker vol kwam te liggen. Ik wilde dat iedereen wist dat de winkel openbleef en werd voortgezet. Het ging vooral om het overbrengen van nieuwe, frisse energie. Het winkelconcept is erg sterk. Dat zorgde ervoor dat ik weinig aan de winkel heb hoeven veranderen.” Grote aanpassingen waren daarom niet nodig. Ook de naam ‘De Kaaskenner’ is gebleven.

“Hans is een aantal keer langsgelopen om mij te voorzien van waardevolle tips. Eén daarvan was om veel meer kaas voor te snijden. Onze koeling lag vol met buitenlandse kazen, maar niet met voorgesneden stukken. Klanten moesten daardoor regelmatig wachten tot een stukje werd afgesneden, dit kostte niet alleen tijd, maar hield ze ook tegen in een aankoop.”

“We hebben meteen doorgepakt. Waar eerst meerdere snijplanken nodig waren, redden we het nu met twee. Nu is alles

- ◆ Hét Noord-Hollandse meesterwerk
- ◆ Bereid door de kaasmakers van Lutjewinkel
- ◆ Vakkundig op allerbeste smaak rijpt



Meer informatie over Lutjewinkel1916?

Telefoon: (0172) 630 100

E-mail: info@velder.com

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

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



**JA! IK WIL  
GRAAG EEN  
PROEFPAKKET**



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



## 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

**ZOETERMEER - ROKKEVEEN  
ROTTERDAM - KEIZERSWAARD**

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



# Winkel



voorbereid op het moment dat we opengaan. Dat betekent wel dat we eerder moeten beginnen om het nodige voorwerk te verrichten. Onze werkdag start nu eerder. Alles om ervoor te zorgen dat de winkel er perfect uitziet zodra de deuren opengaan!”

“Na twee jaar kijk ik terug op een heel leuke en leerzame tijd. Soms is het veel, maar het is altijd leuk. Het team is geweldig en we hebben een groot en gezellig klantenbestand, dat is gebleven.”

Pleun belevert ook de Venrayse horeca, goed voor zo'n 40 procent van de omzet en daarnaast direct goed voor reclame! De winkel is open van woensdag tot en met zaterdag; de dinsdag wordt gebruikt voor bestellingen en voorbereidende werkzaamheden. In de toekomst hoopt Pleun ook op de dinsdag voor de consument open te kunnen.

Venray heeft een weekmarkt met een kaasboer, en enkele supermarkten, maar Pleun ziet dat niet als concurrentie. “Soms willen mensen op dinsdag kaas hebben, dan gaan ze naar de supermarkt. Maar dan komen ze gauw weer terug met de woorden: Je proeft het wel!”

De winkelvloer is ongeveer 60 vierkante meter, erachter ligt 25 vierkante meter aan magazijn en keuken. Opvallend in de winkel zijn de twee pilaren, waaromheen presentatietafels staan met onder andere bergkazen, een slimme oplossing. De kaasplanken tegen de achterwand zijn open, waardoor er



**‘Soms is het veel, maar het is altijd leuk. Het team is geweldig’**



MAANDAG 17 MAART  
&  
DINSDAG 18 MAART  
VANAF 13 TOT 22 UUR



*Ruim 25 deelnemers  
Locatie: De Hall - Woerden*

**GRATIS TOEGANG VIA**  
**WWW.FOODVOORJAARSBEURS.NL**



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

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

## Colofon

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

**Hoofdredactie**  
Rick Brantenaar, Stichting Foodspecialiteiten Nederland

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

Medewerkers aan dit nummer:  
Rick Brantenaar, Saskia Brattinga, 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, Duiven

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.





## ‘Het sterke is dat je winkel op al die punten wordt gecheckt’

een luchtige doorgang is naar de keuken/personeelsruimte erachter. Een mooie opzet. Fraai zijn ook de roestvrijstalen rails waarop de twee verplaatsbare snijplanken steunen. Bij binnenkomst zie je vooral kaas. Links de koelingen met zacht buitenlands, rechtsvoor de notenbalie en daartussen vooral de Hollandse kazen. Kaas is goed voor zo'n 70 procent van de winkelomzet, noten ongeveer 25 procent, de rest komt van wijn, olijven, worst en toast. De noten worden vers gebrand en vers geschept.

De Kaaskenner. Door Pleun Dassen en haar team behouden voor de klant. Een gemotiveerde ondernemster en een aanwinst voor Venray. ◀

**De Kaaskenner**  
Pleun Dassen  
Schoolstraat 3A  
5801 BN Venray  
www.dekaaskenner.nl



### Certificering

**Naam:** De Kaaskenner

**Foodspecialist sinds:** "2023"

**Gecertificeerd sinds:** "Juni 2024"

**Waarom gecertificeerd:** "Omdat ik er veel van wilde leren. Het proces dat aan de certificering voorafgaat is belangrijk. Ik wilde dat andere mensen naar mijn winkel kwamen kijken. Puur om ervan te leren. Ik heb ook aan de wedstrijd meegedaan, niet om te winnen, maar om de feedback."

**Sterk punt van de certificering:** "Het sterke is dat je winkel op al die punten wordt gecheckt. Dat alles even binnenstebuiten wordt gekeerd."

**Kan de certificering nog beter:** "Dat kan ik echt nog niet zeggen. Dat is lastig beoordelen na één keer meedoen."

**Moet iedere foodspecialist certificeren:** "Ja, dat denk ik wel. Iedereen kan nog leren."

**Kan het kroontje van de certificering een keurmerk worden?** "Ik denk het wel."



# TÊTE DE MOINE



FROMAGE DE BELLELAY

## Tête de Moine AOP: Zwitserse kaas, perfect in elk roosje

Deze halfharde kaas werd voor het eerst gemaakt in 1192 door monniken in de abdij van Bellelay, gelegen in het Juragebergte. De naam Tête de Moine, letterlijk «monnikshoofd», verwijst naar de kale kruin op het hoofd van de monniken.

In minder dan tien dorpskaasmakerijen wordt Tête de Moine AOP geproduceerd volgens strenge voorschriften. Tête de Moine AOP wordt traditioneel gerijpt op sparrenhouten planken. Tijdens dit rijpingsproces, dat minimaal 75 dagen duurt, ontwikkelen de kazen hun unieke aroma's en smaakprofiel. De naam waarborgt dat de kaas in het gebied van oorsprong wordt geproduceerd, verwerkt en verfijnd.

De rijke, rauwe koemelk geeft de kaas een heerlijk vol-romig mondgevoel, kruidige tonen, een subtiel scherpe smaak met een vleugje zoet, en een smelt-op-de-tong textuur. Door het schrapen komt er een groter oppervlak in contact met de lucht, wat de structuur van het zuivel verandert en de rijke aroma's vrijmaakt.

Vroeger werd de kaas geschraapt met een mes. Tegenwoordig gebeurt dit met een kaaskruller, zoals de Girolle®, die in de jaren '80 werd bedacht. Je plaatst de kaas op de spies, bevestigt het mes, en draait aan het handvat. Het mes schraapt de kaas tot elegante roosjes, die het aroma en de smaak optimaal laten uitkomen.

Roosjes Tête de Moine doen het uitstekend op een kaasplank of in combinatie met pikante vleeswaren. Ze zijn ook prachtig om hartige taarten, salades, soepen of hapjes mee af te werken. De elegante roosjes trekken altijd de aandacht, zowel door hun smaak als hun uiterlijk.

**Tip:** Schrapen gaat het makkelijkst als de Tête de Moine AOP net uit de koelkast komt.



### Inspiratie

Aubergine balletjes  
met dadels en verse  
kruiden, roosjes  
Tête de Moine AOP



Frietjes van  
geroosterde  
groenten en roosjes  
Tête de Moine AOP



Pesto van  
doperwtjes  
en roosjes  
Tête de Moine AOP



Caesarsalade  
met roosjes  
Tête de Moine AOP



Zwitsers. Natuurlijk.



Kaas uit Zwitserland.

[www.kaasuitzwitserland.nl](http://www.kaasuitzwitserland.nl)

