

Stiekkerst

DECEMBER
2022

inspirerend magazine voor de horeca

GEEF **KLEUR** AAN
HET SEIZOEN

STEEK JE ENERGIE
IN JE GASTEN

ALLEMANSFRIET
BIJZONDER
VOOR IEDEREEN

KNALLENDE DESSERTS
VOOR DE FEESTDAGEN

KOKEN MET DE
SEIZOENEN

DE HORECATIJGER
EEN UITSTERVEND RAS



Horesca

'tlekkerst

inspirerend magazine voor de horeca



SFEER, BELEVING EN KWALITEIT

Na drie jaar is het eindelijk zover: een winter zonder beperkingen. Nu de pandemie helemaal achter de rug is en Kerstmis weer in de horeca doorgebracht kan worden, pakken we deze maanden extra uit. De horecazaken hangen vol sfeervolle kerstverlichting en de ondernemers zijn klaar om hun gasten te ontvangen tijdens de feestdagen.

Als groothandel staan we in de startblokken om ervoor te zorgen dat het deze feestdagen aan niets ontbreekt. Niet alleen streven we ernaar bestellingen zo spoedig mogelijk te leveren, we hopen ook te inspireren met mooie kwaliteitsproducten.

Om te blijven verrassen zijn niet alleen sfeer en beleving van groot belang, maar speelt ook de kwaliteit van de gerechten een

grote rol. De hedendaagse horecagast verwacht dat de kwaliteit in lijn ligt met de prijsstelling. Met alle kostenstijgingen in de markt is belangrijker dan ooit. Op het gebied van prijsontwikkeling blijven we komende periode voor uitdagingen staan. Vanuit Horesca zullen we er alles aan doen om hier duidelijk over te blijven communiceren.

Communicatie is namelijk key. Dat hoeven we geen horeca-ondernemer meer te vertellen. In deze drukke tijden in de horeca kan de prioriteit hiervan soms naar de achtergrond verschuiven, terwijl communicatie juist zo belangrijk is. Door het aanbieden van een totaalpakket aan communicatie uitingen ontzorgen we horecaondernemers.

Natuurlijk denken we ook aan de rest van het team in deze editie. Met vliegenvlugge kwaliteitshamburgers, smaakvolle dressings, het geheim van finesse en knallende desserts voor de feestdagen hopen we de keukenbrigade te ontzorgen én inspireren. Verder zoomen we in op twee mooie familiebedrijven, waarbij traditie en ambacht centraal staan. Ontdek hoe je de marktuitdagingen kunt tackelen met direct toepasbare tips, wat het vijfde groenteseizoen is en welke groente- en fruittrends we in 2023 kunnen verwachten. Kortom, een magazine vol inspiratie voor komende periode.

Dank voor het vertrouwen afgelopen jaar. We wensen iedereen waanzinnige feestdagen toe en een succesvol 2023!

Jos van Laarhoven
Directeur Horesca Nederland



'tlekkerst is een uitgave van Horesca Nederland

Redactie Claire Tuns, Jos van Laarhoven, Rik Klanderman

Vormgeving en opmaak Bureau Xtens

Druk Drukmotief

Projectmanagement City Tiger

Contact redactie@horesca.nl

NUMMER
13



- 6** Steek je **energie** in je gasten
- 9** Horesca Private Label producten
Nog meer waar voor je geld
- 12** Kroketten van **slagerskwaliteit**
- 14** **Allemansfriet**
Bijzonder voor iedereen
- 16** Vliegensvlugge **kwaliteitshamburger**
- 20** Knallende **desserts** voor de feestdagen
- 24** **Café Ami**
Het geheim van finesse!
- 28** **De horecatijger**
Een uitstervend ras
- 32** Producten in de spotlight **zien doet verkopen**
- 34** De juiste **aankleding** voor ieder gerecht
- 38** **Koken met de seizoenen**
Kortere lijnen, duurzamer en smaakvoller
- 44** Communicatie is **key**



NIEUW

DE ENIGE ÈCHTE NU OOK PLANTAARDIG



De enige èchte



Stlekkerst

De Nederlandse snackbar is **cultureel erfgoed**

Snacklijn als **ode aan het verleden**

De grootste **energieslurpers** aanpakken

Nieuw dier ontdekt: **de horecawelp**

Weten wat voor vlees je in de kuip hebt

Inspiratie uit een verrassende hoek

Minimale handelingen, **maximaal niveau**

Introductie van een **vijfde seizoen**

Groenten spelen een grotere rol op het bord



**Steek je
energie
in je
gasten**



HET IS HÉT GESPREK VAN DE DAG: DE STIJGENDE ENERGIEKOSTEN. ALS HORECA-ONDERNEMER KUN JE JOUW ENERGIE WEL IN BELANGRIJKERE ZAKEN STEKEN, ZOALS GASTVRIJHEID. MET ONDERSTAANDE TIPS KUNNEN IN IEDERE HORECAZAAK DE GROOTSTE ENERGIESLUIPERS WORDEN AANGEPAKT.



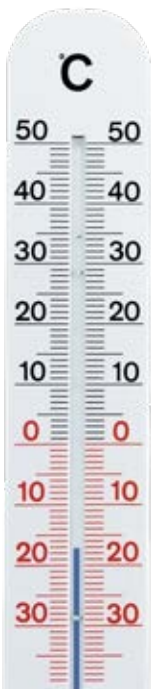
Verlichting vervangen

Mocht je dit nog niet hebben gedaan: vervang halogeenverlichting door LED. Niet alleen gaan deze lampen gemiddeld zo'n 25 keer langer mee, hiermee bespaar je bijna 80% stroomkosten! Het vervangen van oude TL-buizen verdient zich binnen een jaar terug en is dus ook een quick win. Hang een bewegingsmelder op in ruimtes waar vaak onnodig lang de verlichting aanstaat, zoals de toiletten.



Koeling controleren

Snel energie besparen? Zorg er dan voor dat de rubbers van de koeling in orde zijn. Door vieze en slecht sluitende rubbers ontstaat ijsvorming, waardoor je zeker 5% meer energie verbruikt. Ontdooi dus altijd direct de koeling als er ijs ontstaat. Wanneer je zorgt dat de condensor goed schoon is, bespaar je gemiddeld 15% energie (en voorkom je een hoop storingen). Ook wordt door het afdekken van koel- en vriesmeubels met anticondensfolie zo'n 30 tot 40% van de benodigde energie bespaard.



Intelligente inkoop

Wellicht niet de meest voor de hand liggende energiebesparing, maar koop slimmer in. Door het gebruik van halffabricaten hoeft het keukenteam minder handelingen te verrichten en kan de apparatuur dus later/minder lang aan. Bovendien loont het om kleinere voorraden aan te houden. Hierdoor hoeven de producten minder lang goed te blijven en kan de temperatuur van de koelkast iets hoger worden gezet.

De thermostaat omlaag

Voor de koelkast mag het dan lonen om hem iets hoger te zetten, de thermostaat mag een graadje omlaag. Zet niet pas bij het afsluiten van de zaak de verwarming lager, maar pas dit een uur voor sluitingstijd toe. In dat uur zal de temperatuur niet dusdanig afnemen dat gasten het koud krijgen. Zorg ervoor dat de verwarming alleen in ruimtes aanstaat waar het nodig is en dat radiatoren vrij worden gehouden om optimaal van de warmte te kunnen profiteren. Het loont om de terrasverwarming uit te zetten en te investeren in (elektrische) kussens en dekens. Hiermee bespaar je gemiddeld 90% van de benodigde energie.

Een open deur is verspilde energie

In horecazaken staat vaak de deur open, waarmee wordt gestookt voor de buitenwereld. Sluit deuren waar mogelijk of installeer een luchtgordijn om onnodig warmteverlies te voorkomen. Tevens loont het om naden en kieren te dichten met tochtstrips, tochtband en kit.

Vaat verzamelen

Sluit - indien mogelijk - de vaatwasser aan op een warmwatercircuit. Dit kan tot 15% in de kosten schelen. Zorg er bovendien voor dat de vaatwasser niet eerder dan nodig wordt aangezet en verzamel zoveel mogelijk afwas voor de daluren. Alle (kleine) beetjes helpen!

Extra aandacht voor apparatuur

In horecakeukens wordt vanzelfsprekend veel energie verbruikt door alle apparatuur. Let bij aanschaf van nieuwe apparatuur voortaan extra op het verbruik. Reduceer het verbruik van de huidige keukenapparatuur door deze niet onnodig aan te laten staan. Draai de kraan direct na gebruik dicht, zet de afzuiging tijds uit en draai gaspitten (overstappen naar inductie scheelt sowieso aanzienlijk) die niet worden gebruikt uit. Een aansteekbrander verbruikt per jaar 200 m³ gas en de overige pitten 0,5 m³ per pit per uur. Wanneer je vier pitten twee uur per dag laat aanstaan zonder dat dit nodig is, kost dit al snel 1.200 m³. Hierdoor gaat zo'n € 500,- in rook op. Geen overbodige luxe om die te besparen, toch? ■



SLUIT VAATWASSER AAN OP
WARMTECIRCUIT

HORESCA PRIVATE LABEL PRODUCTEN

Nog meer
Waar
voor je geld



P

UNIEKE HORESCA-PRODUCTEN MET ONDERSCHIEDEND VERMOGEN

Uitgangspunt voor de Private Labelproducten van Horesca is dat we voor elk type horecabedrijf de juiste kwaliteitsproducten kunnen bieden. Zo hebben de labels zeker meerwaarde binnen jouw assortiment. Probeer 't maar!

Oliën, vetten en frites

Voor elke toepassing
een passend product.



Snacks en vleesproducten

Wij bieden je een compleet assortiment hoogwaardige kwaliteitssnacks waarmee je altijd aan de wensen van jouww gasten kunt voldoen.



Dessertmints

Verfrissende verrassing
voor na het eten.



Sauzen

Een goede saus is essentieel.
De smaak moet prima zijn.
Dan weet je zeker dat
je altijd goed zit!



Boter, kaas en eieren

Zuivel, zoals zuivel hoort
te smaken.





IJs

Je hebt de keuze uit een zeer uitgebreid assortiment sorbet- en scheproomijs van uitstekende kwaliteit. Ons roomijs met een melkvetpercentage van 10,2% is ambachtelijk bereid en kenmerkt zich door bijzondere receptuur en eersteklas ingrediënten.

Kiest je liever bewust? Kies dan voor ons ijs op basis van plantaardig vet. Dit ijs sluit perfect aan op de huidige trend van minder en gezonder eten. Uiteraard is ook dit ijs verkrijgbaar in diverse smaken.



Zuurwaren

Vers van het land in de pot verwerkt. Zo serveert u het hele jaar door topkwaliteit!



Bouillons, kruiden en specerijen

Dankzij een zorgvuldig ontwikkeld procedé behouden onze kruiden langer dan ooit hun krachtige smaak. De doordachte verpakking voegt daar nog extra goede conservering en gebruiksgemak aan toe. Met ons brede assortiment maakt u gegarandeerd de juiste keuze voor een geslaagd eindresultaat.



Non-food

Wij leveren een uitgebreid assortiment, zoals poetspapier, toiletpapier, verpakkingen, nitrile en latex handschoenen etc. Uiteraard alles van A-merkkwaliteit, maar wel tegen zeer aantrekkelijke condities.

Noten en zuidvruchten



De hoogwaardige kunststof A-petbakken zorgen voor een optimale bescherming van de inhoud en zijn middels een transparante topsealfolie 100% luchtdicht. Hierdoor blijven onze noten en zuidvruchten zo lang mogelijk vers!

KROKETTEN van **slagers** kwaliteit





HET FAMILIEBEDRIJF JONG FOOD HEEFT EEN RIJKE GESCHIEDENIS. IN 1927 START HET VERHAAL VAN DE ONDERNEMERS-FAMILIE MET DE OPRICHTING VAN EEN SLAGERIJ IN TILBURG.

Hier verkoopt H.A. de Jong – overgrootvader van de huidige directie – vlees en enkele huisgemaakte worstsoorten. 95 jaar later voorziet Jong Food wekelijks ruim 200 horecagroothandels van hun producten in binnen- en buitenland.

Opa August de Jong neemt in 1938 de goedlopende slagerij van zijn vader over samen met zijn vrouw Riet. In de 'kijkwijstoonbank' hadden zij toentertijd al ambachtelijke kroketten liggen blijkt uit historisch fotomateriaal. Het rundvlees voor deze kroketten was afkomstig van runderen uit 'eigen' weide. In 1975 neemt vader Guus het familiebedrijf over. Zijn grootse denken resulteerde in de opening van nog twee slagerijen en een productiebedrijf. Na een aantal jaar nauw samengewerkt te hebben met zijn zonen Koen en Bart, vertrouwt hij in 2004 een productiebedrijf in soepen en sauzen aan hen toe.

Traditie en ambacht

De vierde generatie De Jong is trots op de lange ondernemerschap geschiedenis van hun familie. In 2012 starten ze een eigen snacklijn als een ode aan het verleden: De Jong Kracht van Ambacht. Hiermee brengen ze de ouderwetse kroket, die je vroeger bij de beste cafetaria in de wijk kon eten, terug. De kroketten worden bereid met ambachtelijke smeug draadjes rundvleesragout op basis van een getrokken bouillon en gezette roux. Het rundvlees is nog steeds afkomstig van de Tilburgse slachterij en bestaat voor ruim 85% uit Nederlands rund. De veelbesproken De Jong Rundvleeskroketten en -bitterballen ROBUUST hebben ook de bekende rundvlees salpicon, maar zijn voorzien van paneermeel met een grovere korrel. Perfect voor degene die houden van net wat meer bite.

Ondanks het uitdagende jaar is er nooit sprake geweest van manco's. Samen met de constante kwaliteit maakt het dit product erg aantrekkelijk voor horecaondernemers. Hierdoor heeft het product afgelopen jaren een enorme groei gekend. Jong Food heeft met recht het predicaat van slagerskwaliteit. ■

85%
NEDERLANDS
RUND



ALLEMANSFRIET

Bijzonder voor iedereen

DE NEDERLANDSE SNACKBAR IS CULTUREEL ERFGOED, MAAR STAAT TEGELIJKERTIJD ONDER DRUK. ZO IS ER DE LAATSTE JAREN VEEL CONCURRENTIE BIJGEKOMEN, ONDER ANDERE DOOR DE ENORME STIJGING VAN HET AANTAL HORECAFORMULES.

Denk hierbij aan alle sushi-, pizza- en hamburgerketens. Tel daarbij de stijgende kosten voor inkoop, gas en elektra én de krappe arbeidsmarkt op en het pakket aan uitdagingen is compleet.

GEPERSONALISEERDE COMMUNICATIEMIDDELEN

Om zelfstandige cafetaria ondernemers te helpen zich zowel te onderscheiden als te profileren, introduceert McCain het gloednieuwe concept Allemansfriet. Zoals het een echte allemansvriend betaamt: door iedereen geliefd en kent geen vijanden. Beschouw Allemansfriet gerust als een creatieve, omzetterichte communicatie- en inspiratieturbo voor de McCain frites Freez' Chill' en Prime Chill. Het kenmerk van Allemansfriet is dat het beide fritessoorten bijzonder maakt voor iedereen: de snackprofessional die ermee werkt en de consument die ervan geniet.

Toekomstgericht

Het nieuwe Allemansfrietconcept wordt door McCain Foodservice Solutions breed geïntroduceerd bij cafetaria professionals. Veel ondernemers zullen zich herkennen in het feit dat het runnen van een cafetaria een stuk uitdagender is geworden dan voorheen. Door de vele uren op de werkvloer blijft er weinig tijd over om aan marketing en social media te besteden. Het concept omvat onder meer een steeds vernieuwend pakket POS materialen, inspiratie voor professionals en consumenten en moderne marketingondersteuning, zoals animatie voor narrowcasting en een kant-en-klare social media toolkit. Allemansfriet is daarmee een platform dat inspiratie geeft, kennis deelt en specifieke marketing- en communicatieondersteuning biedt aan ondernemers die klaar willen zijn voor de toekomst. ■

FRIS EN
TIJDLOOS
KLEURGEBRUIK



ALLEMANSFRIET

- Ontzorgt ondernemers met opvallende communicatie met als doel het bereiken van consumenten en hen overtuigen om vaker frites specials te bestellen;
- Helpt ondernemers nieuwe doelgroepen aan te trekken en een kansrijk en gezond businessmodel te behouden;
- Verrast consumenten met nieuwe recepten en uitbundige smaken.



Receptinspiratie opdoen
of marketingmiddelen
bekijken?
Scan de QR-code.

Vliegensvlugge kwaliteits hamburger





DAT VOOR EEN GOEDE HAMBURGER MENSEN KILOMETERS OMRIJDEN, HOEF JE HET TEAM VAN ENKCO NIET MEER TE VERTELLEN. MET RUIM 55 JAAR ERVARING IN DE BRANCHE, IS HET BEDRIJF INMIDDELS MARKTLEIDER IN HAMBURGERS GEWORDEN.

“Van Piet Friet op de hoek tot de bistro in de stad: iedereen kan van onze hamburgers een heerlijk gerecht maken.” Het uitgebreide assortiment vleesproduct wordt direct na productie ingevroren. Hierdoor treedt er geen kwaliteitsverlies op en blijft de structuur behouden. Zo garanderen zij een perfecte basis om eindeloos mee te variëren. Met Enkco weet je namelijk precies wat voor vlees je in de kuip hebt.

WIN-WIN SITUATIE

Van boer tot bord

De productie en herkomst is transparant en iedere stap in de keten is volledig inzichtelijk gemaakt. Duurzaamheid en dierenwelzijn zijn hierbij twee grote aspecten. Niet alleen produceert het bedrijf klassiekers zoals burgers en ballen, ze pakken ook flink door met trends. Zo is afgelopen jaren ingespeeld op het ontzorgen van de keukenbrigade met het ‘Vlugklaar’ concept: voorgebraden producten waardoor de bereidingstijd een stuk korter is. Dit bespaart een hoop energie: zowel voor het personeel als stroom. Doordat er minder handelingen nodig zijn in de keuken wordt niet alleen ingespeeld op het huidige personeelstekort, maar zal het gebruik van de keukenapparatuur ook minder lang nodig zijn. Hiermee kan het stroomverbruik aanzienlijk worden gereduceerd. Een win-win situatie dus!

Hamburger in een handomdraai

Een mooi voorbeeld van de Vlugklaarproducten is de à la minute hamburger. Een hamburger van eersteklas varkens- en rundvlees, fijne specerijen en gedroogde groenten. Hiermee maak je in een handomdraai het allerlekkerste broodje hamburger. Staat deze binnenkort bij jou op de menukaart? ■

INGREDIËNTEN VOOR ÉÉN BROODJE HAMBURGER:

- Hamburger bun
- Hamburger à la minute
- Cheddar cheeseplakken
- Crispy bacon 55% uitgebakken
- Gekarameliseerde uitjes (verkrijgbaar per pot en emmer)
- Inca tomaten mix plak 4 mm
- Romeinse sla gesneden
- Augurkenschijfjes
- Hamburgersaus



BEREIDINGSWIJZE:

- 1) Ontdooi langzaam de hamburger en de crispy bacon.
- 2) Grill de hamburger bun in een voorverwarmde oven zo'n 4-6 minuten. Let op: bereidingstijd is wisselend per bun. Raadpleeg hiervoor de verpakking.
- 3) Bak de ontdooide hamburger in een koekenpan circa 4 minuten om-en-om op halfhoog vuur. Het product dient verhit te worden tot minimaal 74°C in de kern. Leg de laatste minuut de cheddarplak op de burger en laat de kaas over de burger smelten met de deksel op de pan.
- 4) Snijd de bun open en beleg met de hamburgersaus, plakken sla en tomaat. Plaats hierop de hamburger met de gesmolten cheddar en top af met de plakken augurk, bacon en gekarameliseerde ui. Plaats de bovenkant van de bun op de burger en doe hierin een prikker, zodat je zeker weet dat de presentatie aan tafel er nog hetzelfde uitziet.

TIP:

zet zowel een enkele als dubbele variant op de menukaart.



VERNIEUWEND! VEGAN BROODSALADES & ROOMKAAS



Met deze 100% plantaardige broodsalades en roomkaas blijf je oneindig combineren en variëren. Heerlijk op een broodje, sandwich of wrap.



Kijk voor meer inspiratie op www.fano.nl



Verras je gasten met jouw creativiteit en onze lekkerste salades en sauzen.

FANO al sinds 1960 het favoriete merk van foodprofessionals.

Knallende **desserts** voor de feestdagen





NA TALLOZE CREATIEVE OPLOSSINGEN TIJDENS DE (VERVROEGDE) HORECASLUITING IN DE CORONAPERIODE, WORDT ER NOG STEEDS VEEL VAN HET AANPASSINGSVERMOGEN VAN HORECAONDERNEMERS GEVRAAGD.

Personeelstekort, stijgende prijzen en het gebrek aan tijd in de keuken zijn hét gesprek van de dag. In gesprek met culinair adviseur André van Dongen van Debic over inspiratie uit onverwachte hoek, kwaliteitsproducten en het ontzorgen van chefs.

Dat de horeca al een ruime tijd voor een hoop uitdagingen staat, is een gegeven. Het team van Debic denkt graag mee met de chef door het bieden van de juiste oplossing. Naast ondersteuning met tijdbesparende (basis)producten, geven ze chefs inspiratie om hieraan een creatieve touch te geven en het dessert zo eigen te maken. Het dessert is immers het laatste wat gasten zich herinneren in een restaurant, dus een mooie kans om echt mee uit te pakken als chef.

Klassiek, eenvoudig en uniek

Debic Shapes zijn verschillende bevroren desserts waarmee je op een eenvoudige manier hoogwaardige desserts serveert. Hierdoor is een groot gedeelte van de mise-en-place niet meer nodig in het restaurant en wordt ingespeeld op het personeelstekort. Het zijn kwalitatieve desserts waarop blindelings kan worden vertrouwd en bij uitstek perfect voor chefs die extra handjes nodig hebben.

INSPIRATIE- PLATFORM VOOR CHEFS

Voor de final touch van de Shapes heeft Debic een inspiratieplatform voor chefs, waarbij wordt ingespeeld op drie niveaus: klassiek, eenvoudig en uniek. "Klassiek omdat het basisproducten zijn. Panna cotta is echt klassiek met rood fruit, chocolademousse met tropische vruchten en mascarpone met koffie doet denken aan tiramisu", licht André toe. Bij het tweede concept – eenvoudig – draait het om nét dat stapje meer. "Mensen moeten hierbij net wat meer tijd overhebben voor de mise-en-place om zelf iets te creëren. Net een extra zelfgemaakt koekje erbij, net één of twee handelingen meer." Bij uniek wordt nog meer ingezet op smaakcombinaties en technieken. "Meer umami-achtige smaken combineren met desserts, bijvoorbeeld miso met karamel. Of je laten inspireren door kunst, zoals de kleuren van Mondriaan. De techniek erachter is dan het coaten van de mascarponebar met gekleurde chocolade. Een stapje verder, maar nog steeds haalbaar. Inspiratie is het allerbelangrijkste: chefs willen geïnspireerd worden en halen eruit wat voor

hen belangrijk is. Als hij (een deel van) de handelingen over kan nemen, is onze missie geslaagd”, vertelt André. Met zijn team reist hij de hele wereld over om inspiratie op te doen voor de chefs. Zo bezoekt hij culinaire congressen, zoals Madrid Fusion, en vertaalt dit door naar de Nederlandse markt.

Inspiratie uit onverwachte hoek

Naast de vele reizen – zowel zakelijk als privé – waar Van Dongen zijn inspiratie vandaan haalt, komt een groot deel van de ideeën uit een verrassende hoek: zijn jeugd. “Ik haal heel veel inspiratie uit mijn jeugd, de jaren '90. Creativiteit ontstaat doordat ik het link aan iets van vroeger. Denk aan de Nintendo speelcomputer met Mario Kart Donkey Kong die schiet met bananen, zo kan je al iets bedenken met banaan. Op smaak helemaal: het Sinterklaasdessert zijn de aroma's die mij doen denken aan Sinterklaas vroeger. Chocolate, amandel, mandarijn en spijs. Ik weet nog goed wat ik in mijn schoen kreeg en door deze smaken te combineren krijg je een bijzonder dessert”, aldus André.

Ook in de natuur doet hij een hoop inspiratie op door de rust die daar in je hoofd ontstaat. Vanuit daar wordt gekeken hoe verbindingen kunnen worden gelegd en welke technieken hiervoor nodig zijn.

INSPIRATIE VANUIT DE HELE WERELD





Wil jij je gasten verrassen met dit kerstdessert?
Scan de code voor het recept.

Dessert als spektakelstuk

Wanneer Van Dongen wordt gevraagd waarom desserts zo belangrijk zijn, antwoordt hij: "Het maakt het menu compleet. Ik ga graag uit eten en dan eet ik wel minimaal drie gangen, dan wil ik ook wel het gevoel hebben dat ik een menu heb gegeten waar de chef zijn ziel en zaligheid in heeft gelegd. Je herkent een goede chef aan het dessert."

In Nederland is het dessert altijd een beetje het ondergeschoven kindje geweest, veel gasten gaan snel over op koffie. Dit komt volgens André doordat er vaak hele machtige desserts op de kaart staan, zoals een dame blanche. Zijn gouden tip? "Als de desserts kleiner worden gemaakt en gecompliceerder, zullen ze veel meer worden besteld. Meer smaken toevoegen, meer inzetten op smaakcombinaties. Als je iets met passie kan aanbevelen, dan verkoop je het."

ALS JE IETS MET PASSIE KAN AANBEVELEN DAN VERKOOP JE HET

De kracht van eenvoud

Speciaal voor de feestdagen heeft André een dessert samengesteld met de Debic Shapes Mascarpone balk als basis, afgetopt met pistache en een knapperige Puff Pastry Christmas Tree. "Het kerstdessert heeft een kerstboompje van bladerdeeg. Super eenvoudig. Er wordt vaak veel te moeilijk gedacht, met de kracht van eenvoud kan je als een kerstdessert maken. Het bladerdeegplankje hebben we tussen het stroopwafelijzer gehouden." In vier hele eenvoudige stappen verbluf jij deze feestdagen met dit dessert. ■

Café Ami

Het geheim van finesse!



KOFFIE KUNNEN MENSEN OVERAL KRIJGEN. MAAR CAFÉ AMI, DAT IS ANDERE KOEK, PARDON, ANDERE KOFFIE. DAT MERK JE AL AAN HET AROMA ALS DE BONENMELANGE OF INSTANTKOFFIE BINNENGEBRACHT WORDT. OP DAT MOMENT BEGINT HET GENIETEN EIGENLIJK AL VOOR JE MEDEWERKERS. KUN JE NAGAAN WAT HET MET JOUW GASTEN DOET!

Café Ami is trouwens veel meer dan alleen koffie. Want ook thee, cacao en alles wat je nodig hebt voor een (h)eerlijk pauzemomentje bij jouw gasten. Dat is wel zo makkelijk; alles in één keer van hetzelfde merk en met dezelfde uitstraling presenteren.



(Milieu)vriendelijke nasmaak

Wist je dat dit koffieconcept op bijna alle fronten een prettige nasmaak geeft? Want de boeren die en de koffie- en cacao-bonen verbouwen, gebruiken bijvoorbeeld minder bestrijdingsmiddelen. En zorgen voor goede werkomstandigheden voor hun arbeiders. Daarom draagt Café Ami het UTZ-keurmerk dat hiervoor garant staat. Een (h)eerlijke keus dus.

Roodmerk Alleen de meest krachtige Robusta-bonen zitten in deze verfijnde melange. Resultaat? Een heerlijk volle, pittige koffie. Die geurt ook nog eens zalig, dankzij de toegevoegde aromatische bonen uit Centraal - en Zuid-Amerika. Kies voor snelfilter- of standaardmaling. **Instant** Heerlijk aroma dankzij een mix van Arabica- en Robusta-koffiebonen.

Espresso Krachtig & Espresso Forte Verrukkelijke melanges van de allerbeste koffiebonen. De Arabica-bonen geven een volle, milde smaak, in balans met het rijke aroma. En dankzij de lang en diep gebrande Robusta-koffieboon ontstaat daarnaast het herkenbare, pittige karakter van deze melanges. **Espresso Mild** Enkel en alleen de Arabica-bonen van grote hoogte vindt u in deze melange. De bonen komen van hooggelegen plantages in Guatemala en Costa Rica. Dat zorgt voor de bijzonder goede kwaliteit van deze koffie. De volle body, zijn geurige aroma, het milde karakter en de rinse nasmaak door lang en diep branden van de bonen maken 'm helemaal af.



Lekker bij de koffie

Café Ami Petitfours

De Petitfours van Café Ami zijn heerlijk, ambachtelijk en gemaakt van pure ingrediënten. Prima geschikt voor bij de koffie, als onderdeel van een grand dessert of tijdens een high tea. Bijzonder aan de Petitfours van Café Ami is dat ze een jaar lang buiten de koeling houdbaar zijn. Dit komt omdat in de Petitfours alleen gebruik wordt gemaakt van hoogwaardige, zuivere grondstoffen. Geen additieven of conserveringsmiddelen. De puurheid van de ingrediënten zorgt ervoor dat de Petitfours zo lang houdbaar zijn. Echte chocolade heeft van nature een lange houdbaarheid en hetzelfde geldt voor de zuivere amandelmarsepein die gebruikt wordt. De kern van de Petitfours bestaat uit een hazelnoot of frambozenvulling en een amaretinekoekje. De afwerking van gebeurt volledig met de hand.

Er zijn drie assortimenten: Vierkante chocolade Petitfours, Ronde chocolade Petitfours en Hartvormige chocolade Petitfours (bijzonder geschikt voor bruiloftslocaties).

Mokkaboontjes melk en puur Lekker voor bij de koffie, thee, of bij het dessert. Serveer de boontjes bijvoorbeeld samen met de suiker en melk in een schaalte op tafel. De mokkaboontjes zijn verkrijgbaar in smaken melk en puur.

Kersenbonbons en Hazelnootbonbons Met de heerlijke bonbons van Café Ami doet u uw gasten zeker een plezier. Wie houdt er niet van chocolade? De bonbons zijn per stuk verpakt, wat zorgt voor een feestelijke uitstraling. Café Ami biedt u de keuze uit kersenbonbons en bonbons met hazelnootsmaak.

Café Ami Luxe Ambachtelijke bonbons Ambachtelijk, heerlijk en gemaakt van pure ingrediënten. De bonbons zijn gemaakt van eerlijke chocolade met vullingen van hoogwaardige grondstoffen. De bonbons worden grotendeels met de hand gemaakt. Zo wordt de praline handmatig vermalen en de karamel zelf gekookt. Dat proef je! Met de kwaliteit van deze bonbons kunnen horecagelegenheden zich echt onderscheiden.



Koffiekoekjes Bij een heerlijk kopje koffie hoort een smaakvol koffiekoekje. Café Ami koffiekoekjes zijn van een hoge kwaliteit, hebben een heerlijke smaak en zijn per stuk verpakt, wat zorgt voor een vers en krokant koekje.

Koekjesmix De koekjesmix van Café Ami bestaat uit een gevarieerde mix van heerlijke koekjes. Er is keuze uit zes echte klassiekers. Zo kunt je jouw gasten altijd verrassen met hun persoonlijke favoriet. **Roomboterkoekjes** Een kop koffie of thee is niet compleet zonder koekje erbij. Vooral niet wanneer het gaat om één van de drie koekjes uit het roomboterkoekjesassortiment van Café Ami. Doordat de koekjes worden geleverd in een hersluitbare kunststof box wordt de versheid van de roomboterkoekjes gegarandeerd.





Toebehoren

Koffiemelkcups Café Ami heeft de koffiemelk handig verpakt in kleine porties die de versheid van de koffiemelk garanderen. Het cupje is bijzonder door zijn unieke, ergonomische vorm. Hierdoor kan het cupje dicht tegen het kopje aan worden gelegd. Door deze vorm kun je doseren zonder dat er maar één druppel geknoeid of verspild wordt. Een echte aanrader dus!

Suiker- en Creamersticks Voor veel mensen is koffie pas compleet wanneer u er suiker en creamer bij serveert. Natuurlijk vind je in het uitgebreide assortiment van Café Ami dan ook suiker- en creamersticks. De sticks worden geleverd in een handige dispenserdoos.

Canderelsticks Laat je gasten zelf kiezen hoe zij hun koffie of thee willen zoeten en serveer hen naast de gewone suikersticks Canderel zoetstofsticks. Canderel zoetstof is een verantwoord en heerlijk alternatief voor suiker. De Canderel sticks worden geleverd in een handige dispenserdoos.

RECEPT

Stroopwafel Latte

INGREDIËNTEN:

- stroopwafel
- 10 ml karamelsiroop
- snufje speculaaskruiden
- kopje espresso
- volle melk
- karamelsaus
- slagroom (optioneel)



BEREIDING:

Schenk de karamelsiroop onderin een latte-glas. Doe de speculaaskruiden in de melk en schuim deze op. Giet de melk voorzichtig op de karamelsiroop. Zet een kopje espresso en schenk deze rustig in de melk zodat het tussen het schuim en de melk terecht komt. Garneer met slagroom, karamelsaus en stukjes stroopwafel.

Algemene tips

Vers water Water is een belangrijk ingrediënt van koffie. Zorg er daarom voor dat je vers water gebruikt.

Geen kokend water Wanneer je kokend water gebruikt voor de koffie, gaan de smaak en het aroma verloren. De beste opschenktemperatuur is tussen de 85 en 95 graden. Laat het water na het koken daarom eerst een halve minuut afkoelen.

Koffie bewaren Bewaar een geopende verpakking gemalen koffie nooit langer dan twee weken. Koffiebonen gaan langer mee, namelijk een paar maanden. Bewaar koffiebonen voor een optimale smaak in de vriezer of op een andere plaats met een constante, lage temperatuur. ■



DE HORECATIJGER: **een** **uitstervend ras**

VACATURE UITSTAAN VOOR HORECAPERSONEEL MET MINIMAAL TIEN JAAR ERVA-
RING, EEN SCHAT AAN KENNIS EN VERWACHT JE EEN VERBLUFFENDE MOTIVATIEBRIEF?
DAN KUN JE ACHTERAAN DE RIJ GAAN STAAN. EEN HELE LANGE RIJ, WANT MET 79
VACATURES PER 1.000 BANEN HEEFT DE HORECA EEN BOVENGEMIDDELDE VACATURE-
GRAAD. HOOG TIJD OM HET ANDERS AAN TE PAKKEN!

***Maak een pakkende video** waarin het huidige personeel laat zien hoe leuk het is om hier te werken en plaats deze prominent op de homepage van je website. Vergeet dit ook niet te delen op je social mediakanalen.*

Dat horeca over gastvrijheid en mensen gaat, hoeven we niemand meer te vertellen. Toch wordt gekscherend genoeg bij het werven van personeel gekeken naar wat iemand al kan in plaats van wie iemand is. Niet echt gastvrij als je erover nadenkt, om iemand gelijk te beoordelen nog voordat hij of zij zichzelf heeft kunnen bewijzen.

Nieuw dier ontdekt: de horecawelp

De horeca is een ongelofelijk creatieve sector, totdat het op het aannemen van mensen aankomt. En dus is het tijd om het over een compleet andere boeg te gooien. Geen focus meer op horeca-tijgers, maar een zoektocht naar welpen. Welpjes mogen dan met hun ogen dicht geboren worden, dat betekent niet dat ze niet snel willen leren. Als ze de kans er maar voor krijgen en daarbij een beetje vrijheid. Ze leven nou eenmaal graag in het wild.


De nieuwe generatie benadert het werkende leven compleet anders dan hun voorgangers. Het is dus belangrijk om hierop in te spelen. Zo is het niet meer van deze tijd om te denken dat iemand zomaar twee uur langer wil doorwerken dan ingeroosterd, zeker niet als hier geen duidelijke communicatie over is geweest.

**SNEL
WILLEN
LEREN**

Gebruik je pand als reclamezuil en plaats de vacature prominent op raamposters, bedrukte placemats, krijt- of stoepborden.

Zet referral recruitment in: betrek het huidige personeel bij de werving en beloon hen wanneer ze iemand aanbrengen. Bovendien vergroot samenwerken met vrienden het werkplezier.

Geef gastcolleges bij vakopleidingen om zo potentiële kandidaten aan te spreken en te tonen hoe het eraan toe gaat binnen jouw bedrijf.



Gebruik het wagenpark als rijdende reclame. Van bedrijfswagens tot de bakfiets waarmee bestellingen worden rondgebracht: plaats hierop dat je personeel zoekt voor een breed bereik.

Meer dan geld

Een goede werksfeer is essentieel voor het behoud van het personeel. Biedt (toekomstig) horecapersoneel dan ook meer dan 'geld en een baan'. Beloon loyaliteit en vier successen. Geef werknemerskortingen, waarmee je het personeel gelijk ambassadeur maakt van je zaak. Er is immers geen betere reclame dan personeel dat buiten werkuren om ook nog tijd doorbrengen in jouw zaak. Verzin creatieve secundaire arbeidsvoorwaarden, zoals elk kwartaal naar de kapper op kosten van de zaak of een sportschoolabonnement. Van fitte medewerkers pluk jij bovendien ook de vruchten, die zijn namelijk minder vaak ziek en hebben meer energie. Door het aanbieden van doorgroeimogelijkheden en verantwoordelijkheid zullen werknemers een grotere bereidheid hebben om trainingen te volgen, die zowel voor de werknemer zelf als de horecazaak van grote waarde kunnen zijn.

Voor het aantrekken van nieuw personeel loont het om niet een te lastige sollicitatieprocedure op te zetten. Het aanleveren van een CV met alle werkervaring en een uitgebreide motivatiebrief kunnen voor een flinke drempel zorgen. Spreek ze aan via social media (de meesten zijn immers vergroeid met hun telefoon) en vraag of ze je simpelweg een privé berichtje willen sturen. De echte motivatie blijkt wel wanneer ze langskomen. ■

BELOON LOYALITEIT

Benader vaste klanten of zij een goede kandidaat weten. Zij hebben immers al een duidelijk beeld van het bedrijf en weten dus goed wie er bij het team passen.

Vergeet de vacature niet op de **online vacaturebanken** te plaatsen, zoals Indeed en Werkenindehoreca.nl. Zorg ervoor dat jij door bovenstaande tips je weet te onderscheiden binnen het grote aanbod vacatures.



BESPAAR MISE-EN-PLACE TIJD

In goede handen
met Debic Desserts



Geen tijd voor je dessert mise-en-place? Of heb je te weinig personeel in de keuken? Met de dessertbasissen van Debic bespaar je heel wat tijd, waardoor jij je kunt concentreren op je eigen creativiteit. Of kies voor een nóg kortere weg naar succes met Debic Shapes, kant-en-klare bevroren dessertvormen met oneindig veel mogelijkheden. Het resultaat? Een heerlijk en kwalitatief dessert. Voeg er je eigen, unieke touch aan toe en maak het verschil.

Wat je ook kiest, met Debic Desserts ga je steeds voor kwaliteit!

Debic. Gemaakt voor professionele handen.



Scan & ontdek

PRODUCTEN
IN DE
SPOTLIGHT:

zien doet verkopen

Smullen maar!

Supertje
Catamaran



Broodje
Kipburger



Schnitzel
Schotel



Supertje
Back in
Town



VOOR DE STANDAARD SNACKS WETEN ZE JOUW CAFETARIA GOED TE VINDEN. MAAR HOE BRENG JE DIE LOADED FRIES, ITALIAANSE BOL OF PULLED PORK SCHOTEL AAN DE MAN?

Communicatie in de zaak is van uiterst belang, ook in de cafetaria- en snackbarsector. Zeker als je een keer wat anders wilt verkopen dan friet met een kroket. Horesca biedt hiervoor een kant-en-klare oplossing: een scala aan promotiematerialen dat als service wordt aangeboden om het assortiment breed onder de aandacht te brengen.

Een beeld zegt meer dan duizend woorden

Uit een aanbod van honderden gerechten kun je samen met de verkoopadviseur van Horesca het promotiepakket samenstellen. Er is een grote databank met mooie beelden van al deze gerechten, waar jaarlijks nieuwe foto's aan worden toegevoegd om het levendig te houden. Bovendien kun je zo gelijk inspiratie opdoen voor nieuwe gerechten op het menu. Wat dacht je van het presenteren van de saté (uiteraard zonder stokjes) op een bol met geroosterde uitjes, gehakte pinda's, een paar stukjes kroepoek en een beetje atjar? Of een compleet nieuwe burger door enkel te experimenteren met een andere saus? Vanzelfsprekend zijn er ook voor vega-snacks en allergene vrije producten promotiemiddelen beschikbaar.

Maatwerk

Voor de promotie kan worden gekozen uit zes verschillende ontwerpen. Door het toepassen van de eigen huisstijl, prijsstelling en het logo kunnen deze uitingen helemaal persoonlijk worden gemaakt. Jaarlijks worden de materialen vernieuwd om eventuele prijs- en assortiment wijzigingen door te voeren. Zo heb je zo min mogelijk omkijken naar de promotie van je zaak.

Extra maandelijks acties

Helemaal ontzorgd worden op het gebied van reclame? Kies er dan voor om maandelijks gratis nieuwe promotiemiddelen te ontvangen. Deze maandelijks acties worden voor alle deelnemers gezamenlijk geproduceerd, maar gepersonaliseerd met het eigen logo, NAW-gegevens, openingstijden en social mediakanalen.

Bovendien kun je er ook voor kiezen om van deze acties een maandelijks folder te ontvangen. Het gaat hierbij om een pakket van 1.000 folders die worden verspreid in de wijk en 50 losse folders voor in de zaak. De maandelijks kosten hiervan zijn € 25,-. ■

- **Instore** product- en actieposters
- **Instore** infoposters en tafelstandaards
- Actiepresentatie **online/socials**
- Actiefilmpjes voor **instore/online/socials**
- **Huis-aan-huis** actiefolderspreiding

Meer info?
Scan de QR-code en
bezoek onze website.



De juiste

aankleding

**voor ieder
gerecht**



OVER DE SALADE, DOOR EEN BOWL, OP EEN WRAP OF BROODJE: EEN GOEDE DRESSING MAAKT EEN GERECHT AF. DRESSING BETEKENT DAN OOK LETTERLIJK 'AANKLEDING' EN KAN IETS SIMPELS IN IETS SPECIAALS VERANDEREN.

EINDELOOS VARIËREN

Minimale handeling, maximale toevoeging

Een smaakmaker die zich uitstekend leent voor zowel een luxe salade tijdens de feestdagen als een gezonde maaltijdsalade in de januarimaand. De dressings van Hela zijn verkrijgbaar in verschillende smaakvarianten, waardoor je er eindeloos mee kunt variëren. Bovendien zijn ze geschikt voor meerdere toepassingen en is het dé finishing touch die een broodje, wrap of salade naar een nét hoger niveau tilt. En dat met minimale handelingen: de dressings zitten in een handige knijpfles.

Brede toepasbaarheid

De dressings zijn niet alleen geschikt voor diverse gerechten, ze kunnen ook hetzelfde gerecht een totaal andere twist geven. Zo ontstaat een compleet andere smaakbeleving bij dezelfde rijstbowl door toevoeging van Hela Kerrie-Ananas of de Cranberry-Peper Dressing. Het gehele assortiment (met uitzondering van de Yoghurt-Fijne Kruiden Dressing) is lactosevrij, waardoor een groot publiek kan worden bediend. Bovendien is een deel van de dressings glutenvrij en vegan, waarmee wordt ingespeeld op de steeds groter groeiende vraag naar producten in deze range.

Spicy Christmas

Carpaccio is al jarenlang een geliefd voorgerecht in de horeca. Geef deze feestdagen een twist aan het klassieke gerecht met onderstaand spicy recept. Eenvoudig om te maken voor de keuken en succes gegarandeerd aan tafel! ■

Spicy carpaccio salade



INGREDIËNTEN VOOR TWEË PERSONEN

- 160 g rundercarpaccio
- 4 el Hela Spicy Mosterd-Dille Dressing
- Ingelegde rode ui
- 50 g Parmezaanse kaas
- 50 g hazelnoten
- 1 rode Rawit peper
- 30 g rucola
- 1 tl sumak
- ½ tl grof gemalen zwarte peper

BEREIDINGSWIJZE

1. Schaaf de Parmezaanse kaas in krullen met een dunschiller. Hak de hazelnoten grof en snijd de Rawit peper in ringen.
2. Verdeel de rundercarpaccio over de borden en leg de rucola in het midden. Verspreid de ingelegde uien, Parmezaanse kaas, hazelnoten, Rawit peper, sumak en zwarte peper over de carpaccio. Maak het gerecht af met de Hela Spicy Mosterd-Dille Dressing.



TIP:

te pittig? Gebruik dan slechts de helft van de Rawit peper.

SINCE 1838
Knorr

Zet soep op de kaart

Als chef kiest u met welke kwalitatieve basisproducten u tijd kunt winnen. Met Knorr Professional serveer je in een handomdraai een heerlijke soep. Eenvoudig te bereiden en direct te serveren, maar als slimme basis ook geschikt om te verrijken met je eigen signatuur.

**Welke soep past bij jouw menukaart?
Ontdek nu alle Knorr Professional soepen.**



Unilever
Food
Solutions

Support. Inspire. Progress.

**KOKEN
MET DE
SEIZOENEN:**

kortere lijnen,
duurzamer en
smaakvoller



ELK SEIZOEN WORDT GEKENMERKT DOOR UNIEKE PRODUCTEN. SEIZOENS-
GEBONDEN ETEN IS NIET ALLEEN EEN STUK VERSER, MAAR OOK GOEDKOPER.
RUNGIS OMARMT HET KOKEN MET DE SEIZOENEN EN GAAT HIERIN ZELFS NOG
EEN STAPJE VERDER.

De groente- en fruitspecialist voor foodprofessionals denkt niet in de standaard vier seizoenen, maar introduceert er een extra. Rungis claimt dat er vijf seizoenen zijn met aardappelen, groente, fruit en kruiden die authentiek zijn voor dat jaargetijde, namelijk: lente, voorzomer, zomer, herfst en winter. "De seizoenen zijn voor ons erg belangrijk, omdat je daarmee echt het verschil kunt maken", vertelt Niels van den Berg. Als SVH Meesterkok weet hij precies waarnaar chefs op zoek zijn. Die kennis past hij toe binnen zijn huidige functie als manager communicatie & trends bij Rungis.

Niels: "Het is belangrijk om te adviseren langs de vijf seizoenen. Seizoensgebonden groente en fruit is dichterbij, verser, smaakvoller, de lijnen zijn korter en daarmee duurzamer. Bij sommige producten is het heel duidelijk bij welk seizoen ze horen, zoals witte asperges. Dat is echt iets waar gasten naar uitkijken en speciaal voor naar het restaurant gaan. Een aardbei wil je in de winter bijvoorbeeld echt niet op een kaart voorbij zien komen, die komen van ver en zijn daarmee ook niet lekker en duur." De groente- en fruitspecialist werkt met heel veel verschillende toeleveranciers om het juiste product op het juiste moment te kunnen garanderen. Dat is wat kwaliteit betekent voor hen.

Het vijfde seizoen

Voor de beste beleving van producten, hebben ze de voorzomer geïntroduceerd. "We zien een groot verschil tussen de voorzomer met haar peultjes, doperwtten en dat soort vroege moestuinproducten en de zomer met producten als artisjok. Het verschil is zo groot, dat we het klassieke seizoen in tweeën hebben opgedeeld", licht Niels toe.

Winterse kost

Naast het aanbieden van hoge kwaliteit seizoensgebonden producten, geeft de groente- en fruitspecialist ook graag inspiratie aan chefs voor de bereiding. Welke productgroep deze winter echt niet op het bord mag ontbreken? Kool. Niels: "Nu heb je heel mooi de kolen uit de Hollandse polder, zoals Hollandse spruiten. Klinkt als een saai product en wellicht vraag je je af of je daar nou voor uit eten gaat, maar laat daar eens een bereiding op los zoals op vis of vlees. Plaats de hele stam in de oven en snijd aan tafel mooi als gebrad eraf. Hierdoor geef je de ervaring mee van de bereiding en heb je grote invloed op de beleving van de gast. Chef-koks hebben er zelf ook vaak een idee bij, wij geven graag richting. Bij sommige relatief nieuwe productgroepen is dat zeer welkom, zoals de zeevieren uit de Oosterschelde."

Vertrouwen op kwaliteit

Het onderscheidend vermogen van Rungis is het unieke assortiment gecombineerd met het advies wat je ermee kunt doen. "Het voorsnijden, wassen en verpakken doen we in een goed gekoelde ruimte. De producten zijn van goede kwaliteit en je weet precies wat je binnenkrijgt. Je hoeft niet te gokken wat je ervan overhoudt en de bedrijfsvoering van de ondernemer wordt schaalbaar: je kunt erop vertrouwen dat het deel dat binnenkomt in orde is en hiervoor geen mensen in de keuken extra nodig zijn. De klant kan bij Horesca het hele assortiment bestellen en dit de volgende dag uitgeleverd krijgen, inclusief alle gesneden en voorbereide producten", vertelt Niels.

Groente- en fruittrends voor 2023

Wanneer we Niels vragen naar de trends voor 2023 op het gebied van groente en fruit, antwoordt hij: "De rode draad die er al jaren is en steeds actueler wordt, is dat groenten een steeds grotere rol gaan spelen op het bord. Het wordt steeds meer het hoofdelement in plaats van een garnituur. Zowel gasten als chefs geven hier steeds vaker de voorkeur aan." Deze trend is een mooie uitdaging voor het keukenteam. Een bord vol gekookte bloemkool is vanzelfsprekend geen oplossing. "Wanneer je het mooi roostert, zoals je ook een kip zou braden, gaat de bloemkool meer leven: andere smaak, structuur en veel aantrekkelijker. Het gaat niet alleen om het toevoegen van meer groenten, maar vooral wat je ermee gaat doen. Hier zien we veel interesse in en vraag naar en experimenteren graag mee. We zien mooie dingen om ons heen gebeuren van bedrijven die daarin hun weg vinden."

Ook op het gebied van kleur is er een mooie ontwikkeling gaande. "Op het gebied van appels en peren bijvoorbeeld ontwikkelen de kleuren en smaken. De nieuwe appelsoort red love appel is knalrood vanbinnen. Dit gaat in een rap tempo. De producten zijn net even anders dan in de supermarkt, waardoor je de gast op een leuke manier kunt verrassen zonder dat het heel ingewikkeld of kostbaar hoeft te worden. Ook bij rettich heb je allemaal kleuren en smaken die een hele mooie basis zijn voor een carpaccio of als garnering van een broodje. Een leuk en betaalbaar product dat een goed alternatief kan zijn", sluit Niels af.

GAST OP
LEUKE MANIER
VERRASSEN



JUISTE
PRODUCT
OP HET
JUISTE
MOMENT



'Smakelijk in het seizoen'

Dat de winter in volle gang is, is ook terug te zien aan het assortiment met echte winterproducten. Met fantastische koolsoorten, heerlijke wortelgroenten, smaakvolle knollen en citrus dat nu op zijn lekkerst is, is jouw menukaart helemaal klaar voor dit seizoen.



KOOL IS COOL

De echte winterkost als boeren-, rode en witte kool fleuren de boel al op, maar wat dacht je van cavolo nero, ook wel palmkool genoemd. Cavolo nero heeft geen krop maar stengels die aan de onderkant met elkaar verbonden zijn. Donkergroene stevige bladeren die na garen niet meer nodig hebben dan een beetje zout en peper, een waanzinnig winterproduct! Deze smaken geven de Hollandse pot een verrassende en vooral lekkere twist.



CITRUSFRUIT OP ZIJN BEST

Wist je dat de winter hét seizoen voor citrusfruit is? Neem de eerste bloodsinaasappelen van het seizoen. In het begin van het seizoen kan de kleur per sinaasappel nog wat verschillen, maar de smaak is er zeker niet minder om. De bloodsinaasappel is krachtig, aangenaam en friszuur van smaak. Heerlijk om te gebruiken in desserts of bij hartige gerechten die wel wat fris kunnen gebruiken.



BIJZONDERE APPELS EN PEREN VAN HOLLANDSE BODEM

Rungis trekt samen op met haar telers en daar komen mooie smaken en producten uit. Een voorbeeld hiervan zijn de Karmozijn de Sonnaville stoofperen: een kruising tussen Conference, het bloedpeertje, en de kreeftpeer. Het vruchtvlees is roodkleurig en licht zuur. De peer kookt prachtig Karmozijnrood en is ook geschikt bij het eten van wild of voor het maken van perenjam. De red love appels hebben niet alleen een vuurrode schil, ook het vruchtvlees is rood. Deze appel is de perfecte kruising tussen zuur en zoet en zit boordevol smaak. En dat allemaal uit Nederland!



Samen
zetten we iets
bijzonders
op tafel



**Onweerstaanbare
beleving**

Schoon brandgedrag
Geurvrij



**Maatschappelijk
verantwoord**

Afkomstig uit Europa
0% dierlijke vetten



Groene missie

Bevat plantaardige wax
Vrij van palmolie



bolsiusprofessional.com

bolsius
professional

Communicatie is

key



DE VELE MARKTUITDAGINGEN LIEPEN AFGELOPEN JAAR ALS EEN RODE DRAAD DOOR DE FOODSERVICEBRANCHE HEEN. VAN STERK FLUCTUERENDE PRIJZEN TOT BESCHIKBAARHEIDSPROBLEMEN: IN GESPREK MET DAVE VEGT OVER DE UITDAGINGEN VAN DEZE MARKT.

Binding met onze klanten is onmisbaar. Dave heeft in januari 2019 de dagelijkse leiding bij Horesca Horecavo van zijn vader overgenomen. Het familiebedrijf opgericht in 1982 in Voorhout is onder leiding van Vegt senior uitgegroeid tot een horecagroothandel die met zo'n 80 medewerker en 16 vrachtwagens dagelijks een breed en mooi totaalassortiment biedt. Het geheim van het succes wordt vandaag de dag nog altijd nageleefd. Biedt de horeca de hoogst mogelijke service, wees flexibel in alle opzichten en misschien nog wel de belangrijkste: het succes van de klant staat centraal! Doordat Dave al sinds zijn zesde met zijn vader op de wagen meereed, kent hij veel afnemers al van jongs af aan en weet hij samen met zijn team van ervaren en kundige mensen passende oplossingen te bieden in deze uitdagende markt.

Marktuitedagingen

Een van die uitdagingen is het slim omgaan met de fluctuerende prijzen in de markt. "Wij zitten met ons bedrijf aan de kust en hebben daardoor veel ervaring met het bedienen van seizoenbedrijven, zoals bijvoorbeeld strandpaviljoens. Een seizoenbedrijf maakt vaak één menukaart in maart en draait hiermee tot september. Door de prijzen vast te zetten, geven we de ondernemer zekerheid. Dit hebben we jaren zo kunnen doen, echter afgelopen jaar waren de prijsschommelingen nog extremer. Soms ontkom je er niet aan om daar dan anders mee om te gaan. We hebben vaak dagelijks contact met elkaar. Door continu te monitoren wanneer de prijzen omlaaggaan, kunnen we dat snel aan de ondernemer laten weten. We zitten nog korter op de klant en kennen hen goed, soms pakken we als groothandel tijdelijk het verlies en helpen we daarmee de ondernemer erdoorheen. Alleen ben je sneller, samen kom je verder. Het is uitdagend, maar je kan niet anders dan elkaar goed blijven opzoeken", vertelt Dave.

ALLEEN BEN JE SNELLER **SAMEN KOM JE VERDER**

Een stapje verder

Dit opzoeken gaat verder dan de 'standaard groothandel-klantrelatie'. "Wanneer klanten met vraagstukken zitten waarvan ze niet goed weten hoe ermee om te gaan, kunnen wij hierbij helpen. Naast onze zeer ervaren horeca adviseurs, hebben we hiervoor ook een extern commercieel adviseur die niet bij ons in dienst is en veel ervaring heeft in diverse horeca: Willem Devilee. Willem kan geheel onafhankelijk meekijken waar de pijn zit voor de ondernemer en meedenken in oplossingen, dit kan zeer verhelderend zijn: van de inkoop tot derving en personeelskosten." Ook op het gebied van conceptontwikkeling is Willem in staat om een leuke en verrassende invulling te geven.

Zelf voert de groothandel producttesten uit bij horecazaken om hen zo met een ander perspectief naar producten en kosten te laten kijken. "Stel je hebt altijd friet A, dan laten wij op locatie meerdere producten proeven waarbij ook friet A getest wordt. Kijken of je het verschil ziet en proeft. Dit doen we bij veel verschillende horecabedrijven en (sport)verenigingen. Zo kan je bijvoorbeeld ook op goedkopere inkoop komen. Het mes snijdt aan twee kanten: een beter product en betere inkoop. Deze test doen we dan met bijvoorbeeld vrijwilligers van de vereniging en kan worden doorgetrokken naar een gezonde(re) kantine", vertelt Dave.

Eetcultuur van klasse

Als partner van De Tuin van Holland gelooft Horesca Horecavo erin dat een regionaal georiënteerd voedselsysteem de samenleving en planeet duurzaam gezonder maakt. De Tuin van Holland droomt van een Nederlandse eetcultuur van wereldklasse. "De Groene Cirkel brengt allerlei bedrijven uit verschillende hoeken bij elkaar om dit project te laten slagen, denk aan het LUMC, een professor, diëtisten, wij als groothandel, de boer en teler. Het doel is om producten uit de regio op de kaart te zetten die gezond en duurzaam zijn. De eerste stap is hiervoor gemaakt", licht Dave toe.

Vroeger was de omgeving van Noordwijk erg rijk aan kruiden en groenten. Zo heeft De Keukenhof zijn naam te danken aan de vroegere functie als hof van de keuken. Dit wordt met dit project weer naar voren gebracht. Dave: "De Tuin van Holland zegt dat we in de toekomst meer zouden moeten focussen op groenten. De 80-20 regel is nu vaak dat 20% van het gerecht bestaat uit groenten als garnituur, maar dit zouden we moeten willen omdraaien. Voor de gezondheid, planeet en ook nog eens handig voor de kost. De beste groenten zijn nooit zo duur als het slechtste stukje vlees."

Met de halffabricaten van bijvoorbeeld groentespecialist Rungis wordt hier al mooi op ingespeeld. "Naast professioneel gesneden verse groenten leveren zij ook een assortiment van gegaarde en gerijpte producten, zoals bijvoorbeeld dry aged biet. Dit oogt als een stukje vlees, maar dan van groenten. De biet is 21 dagen in zeezout gerijpt waardoor wanneer je deze aansnijdt, het net ossenhaas lijkt. De kwaliteit is echt geweldig en geeft een hele mooie smaakbeleving."

Foodwaste reduceren

Op het gebied van duurzaamheid biedt Horesca Horecavo haar klanten ook de mogelijkheid om aan het eind van het seizoen de producten die over zijn – mits het gaat om niet gekoelde producten en data nog goed zijn – te retourneren. Doordat ze ongeveer 30km rondom Leiden dagelijks bezorgen, is dit iedere dag mogelijk. "Hierdoor kan de klant scherper bestellen en is er minder derving. De prijzen zijn dan wel gestegen, maar door minder overschotten hopen we de pijn te verzachten", aldus Dave.

Bij de levering kwam er afgelopen jaar wel een ander probleem om de hoek: de fluctuerende beschikbaarheid van producten in de foodservicebranche. Ondanks dat er met man en macht wordt geprobeerd alle producten beschikbaar te hebben, zijn sommige artikelen door productieproblemen ruim een half jaar niet leverbaar. In de gloednieuwe webshop wordt - indien het product niet voorradig is - aan de klant een goed alternatief getoond of de datum waarop het product weer beschikbaar is. Hierdoor kan de klant zelf bepalen voor welke keuze hij gaat. In de nieuw ontwikkelde chauffeursapp kan de afnemer 'live' zien hoe laat de levering plaatsvindt, door welke chauffeur en de eventuele afwijking in bezorgtijd. "Zowel het digitale als persoonlijke contact met onze afnemer is en blijft voor ons leuk en enorm belangrijk. Op naar een gezonde en energieke toekomst met elkaar!", sluit Dave af. ■



Knorr
PROFESSIONAL

EEN *authentieke* BASIS
DIE SMAAKT ZOALS
ZELFGEMAAKT

KNORR PROFESSIONAL AUTHENTIEKE DEMI-GLACE & FONDS

- De kwalitatieve basis, voor al jouw sauzen
- Vrij van te declareren allergenen*
- Kant-en-klaar (1 L)
- Gemaakt met natuurlijke ingrediënten:
 - Demi-Glace gemaakt met 900g rund & runderbotten
 - Kippenfond gemaakt met 1000g kip
 - Kalfsfond gemaakt met 480g kalf

BEKIJK HET HELE ASSORTIMENT OP [UFS.COM/AUTHENTIEK](https://www.ufs.com/authentiek)

*In de receptuur worden geen wettelijk verplicht te declareren allergenen gebruikt, volgens Verordening (EU) Nr. 1169/2011 (Bijlage II).



Unilever
Food
Solutions

Support. Inspire. Progress.

tlekkerst kiezen' tlekkerst
durven' tlekkerst proeven
'tlekkerst kiezen' tlekker
'tlekkerst zien' tlekkerst ru
durven' tlekkerst proeve
ruiken' tlekkerst ervaren' tle
'tlekkerst zien' tlekkers
'tlekkerst zelf maken' tlekke
ruiken' tlekkerst ervaren
'tlekkerst zelf maken' tle
kiezen



Horesca

Meer informatie?
Kijk op horesca.nl

GEPU VOOR HORECA Utrecht - www.gepu.nl **FOODPARTNERS BV** Woerden - www.foodpartners.nl
BROUWER HORECA Kampen - www.brouwerhoreca.nl **COMBIGRO HELMINK FOODSERVICE** Zutphen - combigro.nl
HORESCA LIEFERINK Twello / Zeist / Raamsdonksveer - www.lieferink.nl **HAGU BV** Best - www.hagu.nl
JANSEN FOODSERVICE Doetinchem / Lochem - www.jansenfoodservice.nl **HORESCA SMULDERS** Goirle - www.horescasmulders.nl
LEIJTENS BV Reusel - www.leijtensgvb.nl **HORESCA MEPPEL** Meppel - www.horesca-meppel.nl
HORESCA HORECAVO Leiderdorp - www.horesca-horecavo.nl **VELDBOER EENHOORN** Hoorn - veldboereenhoorn.nl
DIJKGRAAF REINDERS Apeldoorn - dijkgraafreinders.nl **SCHIAVA** Groningen - www.schiava.nl