



out of home
partners

SERVEERT

NIEUWS VOOR FASTSERVICE, CAFETERIA, EETCAFÉS, SPORTVERENIGINGEN EN STRANDHORECA



IN DEZE UITGAVE:

- Crisis in horeca en catering?
- Vlaams Friethuis De Meeuw
- Nederland circulair, elke verpakking telt!
- Energie besparen in cafetaria

**SMULLEN
MET HEERLIJKE
KAASRECEPTEN
VAN ZIJERVELD**

Kaas FONDUE

JUWEEL KAASFONDUE MET TRUFFEL

4 PERSONEN 10 MINUTEN

BEREIDINGSWIJZE:

- Verhit 50 ml droge witte wijn in een steelpan. Smelt hier 400 gram geraspte Juweel extra beleggen kaas in. Roer een theelepel maïzena door twee eetlepels droge witte wijn en giet dit bij de gesmolten kaas. Breng zachtjes aan de kook en laat twee minuten pruttelen onder constant roeren. Meng er tot slot een eetlepel truffelpuree door.
- Serveer de Juweel kaasfondue met gegrilde artisjokharten, gedroogde ham, radijsjes, blauwe druiven en knapperig desem brood.

Beste Horeca ondernemer,

Het jaar 2022 loopt op zijn einde. Wanneer we terugblikken dan zien we een jaar waarin goed en slecht nieuws elkaar snel afwisselden.

Corona hebben we volgens de geleerden zo goed als zeker onder controle gekregen. Op tijd de vaccinatie halen en goed blijven testen is het devies. De Corona periode waarin wereldwijd de productie zo goed als tot stilstand kwam en personeel naar huis werd gestuurd heeft nu wel tot gevolg dat er tekorten zijn ontstaan in heel veel grondstoffen en producten. Daar komt bij het voortdurende conflict tussen (gas leverancier) Rusland en Oekraïne, de graanschuur van Europa. Het is u niet ontgaan dat dit alles heeft geresulteerd tot een vloedgolf aan prijsmutaties binnen zowel Retail als Foodservice. Het mag duidelijk zijn dat we er alles aan doen om deze mutaties voor u waar mogelijk uit te stellen en te dempen. Dat doen we onder andere door optimaal gebruik te maken van onze inkooporganisatie SuperTrade (supertrade.nl).

In deze Nieuwsbrief laten we onder meer zien dat de huidige situatie ook weer nieuwe kansen biedt door juist nu te innoveren en in te spelen op de juiste doelgroep en groeimarkten.

Wij wensen u veel inspiratie, mooie feestdagen en alvast alle goeds voor 2023!



www.broekhuyzen.nl
T (0252) 70 02 00
E verkoop@broekhuyzen.nl



www.hgt-tilburg.nl
T (013) 571 17 90
E verkoop@hgt-tilburg.nl



www.marschee.nl
T (0492) 52 29 73
E verkoop@marschee.nl

ALLEMANSFRIET. MEXICAANSE STIJL



SCAN DE CODE
VOOR MEER
INFORMATIE



- ✓ Veelzijdig toepasbaar
- ✓ Aantrekkelijke marges
- ✓ Constant hoge McCain kwaliteit



Iedereen houdt van Allemansfriet! Zowel onze foodserviceklanten die er al jaren mee werken als hun gasten. Logisch. Als professional maak je er oneindig veel lekkere recepten mee, profiteer je van de beroemd hoge McCain kwaliteit én kun je aantrekkelijke marges tegemoetzien. En of je nu werkt met de koelverse Prime Chill' of de diepvroze Freez' Chill variant: met Allemansfriet ben je gegarandeerd de grootste vriend van al je gasten.

 **FOODSERVICE
SOLUTIONS**

Een terugblik op 2022

Ondanks de eerder genoemde prijsstijgingen en personeelstekorten staat de markt natuurlijk niet stil. Er gebeurde best veel. Onderstaand treft u een korte opsomming aan van een aantal belangrijke trends die in 2022 voorbij zijn gekomen.

1. Supermarkt tussen restaurants

De supermarkt concurreert toenemend rechtstreeks met de cafetaria en de rest van de horeca. Dit doen ze niet alleen met hun winkels, maar ook op andere manieren. Zo groeit het aantal gemakswinkels (ook bij tankstations en op andere trafficlocaties) en is er online (opmars Picnic, flietsbezorgers) van alles loos. Steeds meer supermarkten zijn bovendien present op Thuisbezorgd.nl. Onder meer Marqt, AH to go, Plus en Albert Heijn startten pilots en hebben nu een webstek tussen de cafetaria's en restaurants op dit platform.

2. Eten en drinken op de deurmat

Ook andere online foodverkoop trekt de aandacht. Zo mengt Amazon.nl zich steeds nadrukkelijker op de levensmiddelenmarkt. Verder ging de Belgische bezorgkeukenformule Casper van start in ons land: Casper levert verschillende maaltijden van tien 'virtuele restaurants' in één bezorging aan huis. Ook gespecialiseerde online-winkels doen van zich spreken. ABN Amro investeerde in Wakuli, dat op abonnementsbasis koffiemelanges door de brievenbus levert. Groeiend is het bezorgconcept annex ontbijt-abonnement Oot Granola. Ook de online borrelsnackbox Sjieke Snacks debuteerde. Ondertussen verliet Deliveroo ons land, zodat Thuisbezorgd.nl en Uber Eats samen als enige maaltijdplatform/app van belang overblijven. Het aantal dark kitchens (delivery-only keukens) groeide in ons land naar circa 200.

3. Schaalvergroting in horeca zet door

Schaalvergroting in de horeca en foodservice zet door. In het voorjaar nam investeerder Antea een meerderheidsbelang in Kwalitaria. Restaurant Company Europe (RCE) opende nieuwe vestigingen van onder meer Loetje, Stan en Happy Italy en stevent af op een omzet van 225 miljoen euro dit jaar. Naast RCE, groeiden ook andere investeringsmaatschappijen, namen cateraars horecaconcepten over en openden concerns als EG Group (tankstations) nieuwe outlets en foodcourts. Franchising in de horeca blijft ondertussen gewoon doorgroeien. Nieuwe formulemerken in de horeca

doen van zich spreken. Enkele voorbeelden: Rozey (vega all you can eat), Wowcrab (seafood boil), Hot & Hot (hotpotten in bouillon), Wawburger (hamburgers) en FLFL (falafel wraps).

4. Steeds meer geautomatiseerde foodconcepten

Sterk in opkomst zijn 'geautomatiseerde' foodconcepten. Aldi nam in Utrecht zijn eerste 'app-only supermarkt' in gebruik. Op trafficlocaties én in bedrijven (catering) doen mini-markets (smartphone-bediende foodautomaten) en zogenaamde 'slimme koelkasten' op grote schaal hun intrede. Het zijn al lang niet meer alleen cateraars en automatenhandelaars die zich bemoeien met deze markt. Ook supermarktconcerns als Spar en Albert Heijn houden zich bezig met digitale selfservice-formules als mini-markets of zelfs (nog kleinere) micro-markets. Bij menig onbemand tankstation verrijzen eveneens verkoopautomaten en op enkele locaties zelfs volledig geautomatiseerde shops voor food en non-food.

5. Plantaardige alternatieven blijven komen

Hoewel de verkoop van nieuwe plantaardige snacks in het cafetariakanaal nog beperkt is, blijft het op dit gebied introducties regenen. 2022 was niet alleen het jaar dat McPlant definitief terugkeert bij McDonald's in ons land, maar kenmerkt zich door meer nieuwe producten. Zoals: plantaardige Chocomel en Yogho Yogho, de veggiebucket van KFC, een heel regiment plantaardige snacks en de geprinte vegabiefstuk van Loetje. Plantaardige zuivel (zoals vega 'koffiemelk') marcheert bovendien snel op in de foodservice, zo blijkt uit onderzoek van ProVeg. Ook met andere alternatieven werden grote stappen gezet: de Nederlandse bedrijven Mosa Meat en Meatable komen steeds dichterbij de introductie van varkens- en rundvlees dat in laboratoria is gekweekt. Ook gekweekte dierlijke vetten kunnen nu toegevoegd worden. In Duitsland introduceerde een bedrijf zijn eerste producten van vis uit stamcellen. Kweekkip is al langer voorhanden. Wel moet 'Europa' nog groen licht geven voor de marktintroductie.

Bron Frituurwereld

Vlaams Friethuis De Meeuw **beste snackbar** van Zuid-Holland

‘Kwaliteit zit in eenvoud’

Door Willemien Timmers

PR-bureau Nobudget publiceerde half oktober een lijst met snackbars die de beste beoordelingen krijgen via Google reviews. In Zuid-Holland staat Vlaams Friethuis de Meeuw aan de Kanaaldijk in Katwijk bovenaan. De beste snackbar van onze provincie neemt ook landelijk een hoge, vijfde plaats in.

De hoge notering is een prachtige erkenning voor snackbareigenaar Hugo van Son (32) die pas een jaar aan het roer staat van de horecagelegenheid. Het geheim? “Goede kwaliteit, properheid, service en betaalbaarheid”, stelt Hugo, die trots is op de onverwachte titel, maar er zeker niet door naast zijn schoenen gaat lopen. “Ik ben dankbaar dat

ik dit bedrijf op deze manier op heb kunnen zetten. Voorafgaand aan deze uitdaging ben ik bij veel collega’s in de regio langs geweest om mij voor te stellen en te praten over tips en adviezen. Ik heb goed naar hen geluisterd, dus in zekere zin is deze eretitel ook een beetje voor hen,” lacht hij.





Rick de Heij van Broekhuizen Horecagroothandel, die Vlaams Friethuis De Meeuw vrijwel dagelijks voorziet van de beste producten, herkent zich in de passie die zijn klant Hugo heeft voor service en kwaliteit. “Dat is precies waar wij als groothandel ook voor staan.”

Geen wonder dus dat Hugo heeft gekozen voor Broekhuizen. “Zij voelen precies aan wat ik nodig heb. In het begin heb ik geprobeerd te werken met een grotere landelijke groothandel, maar daar was ik een nummer en kon ik niet op service rekenen als er iets met een bestelling fout was gegaan. Bij Broekhuizen is dat juist het tegenovergestelde.”

“Binnen een maand was alles rond en kon ik aan mijn nieuwe uitdaging beginnen.”

Ondernemersgenen

Hugo's' passie voor ondernemen zit diep in zijn genen, net als bij de familie Broekhuizen. “Mijn opa had een grote eierhandel, en is halverwege zijn leven van Noordwijkerhout naar Brabant vertrokken om daar de ruimte te vinden voor het bouwen van een grote fabriek. Hij was een succesvol zakenman en groeide uit tot Europees marktleider in eierproducten.” Dat het ondernemerschap ook bij Hugo door de aderen stroomde bleek al jong. “Op het vwo kon ik mijn plek niet vinden. Toen ik vijftien was gaf mijn oom, die werkte als chef-kok, de tip eens bij de Belgische hotelschool Ter Duinen in Koksijde te gaan kijken. Ik hield ervan om uit eten te gaan met mijn ouders en met mijn opa, en bij het eerste bezoek aan Koksijde voelde ik mij er helemaal thuis.”

Sterrenrestaurants

Aan werklust ontbrak het hem niet, en zo stond Hugo, via school, vanaf zijn vijftiende al in de keuken van een sterrenrestaurant. “Ik genoot van de interne opleiding. Het waren gouden jaren.” Na zijn scholing kookte Hugo in diverse high-end restaurants in Frankrijk, maar kreeg in de loop van de jaren genoeg van het chique wereldje.

Terug naar de roots

Na op verschillende plekken in de wereld gewoond en gewerkt te hebben, keerde hij in coronatijd terug naar de Duin- en Bollenstreek. “Ik reed langs deze snackbar en dacht: ‘Dit is het helemaal’. De locatie, de uitstraling... alles. In deze horecagelegenheid wilde ik mijn energie gaan steken.” En alhoewel er geen te koop bord op de gevel hing, werd hij toch de nieuwe eigenaar. “Binnen een maand was alles rond en kon ik aan mijn nieuwe uitdaging beginnen.”

Eenvoud

De jonge ondernemer wist wat hij wilde. “In de loop der jaren heb ik geleerd dat kwaliteit zit in eenvoud. Eenvoudige, goede, klassieke smaken, daar zijn de mensen naar op zoek. Dat klonk ook door in de adviezen die mijn collega's mij vooraf gaven. Klanten houden van oer-Nederlandse gerechten.” Hugo benadrukt dat we als Hollanders vaak niet stilstaan bij de onze cultuur. “Terwijl bijvoorbeeld toeristen juist graag iets komen eten dat écht Nederlands is. Daar zijn we bij De Meeuw dus op gericht. Ik ben constant op zoek naar de lekkerste Hollandse producten. Daarom ben ik ook zo blij met Broekhuizen. Dat zijn mensen die mij goed adviseren en echt verstand van zaken van hebben.”

Persoonlijk

Een groot pluspunt vindt hij ook de persoonlijke benadering waar hij bij Broekhuyzen op kan rekenen. “Als je belt krijg je geen antwoordapparaat met eindeloze doorkiesmenu’s. Nee, je krijgt direct iemand aan de telefoon die weet wie je bent. De klant is geen nummer bij Broekhuyzen. Ze weten precies wat je nodig hebt, leveren ná als dat nodig is, en zetten zelfs alles FIFO weg in de koeling. Geweldig.”

**“ Goede kwaliteit,
properheid, service
en betaalbaarheid. ”**

Hij vervolgt: “De producten van Broekhuyzen Horecagroothandel sluiten perfect aan bij mijn filosofie: kwaliteit door eenvoud. Ik vind het belangrijk om kwalitatief uitstekende en zoveel mogelijk Nederlandse producten in mijn snackbar te gebruiken en daar helpen zij mij bij. Zo komen de kroketten van een duurzaam

familiebedrijf uit de Achterhoek. Daarnaast haal ik de broodjes bij Bakkerij den Dulk uit Katwijk en het vlees voor ons befaamde patatje stoofvlees komt van de lokale keurslagerij Vooy's. Zo houden we alles zo streekgebonden mogelijk. En het leuke is dat mijn klanten, en zeker Katwijkers, dat waarderen. Geen poespas, gewoon echt goede Hollandse gerechten.”

Vlaams Friethuis De Meeuw

Kanaaldijk 3
2221 CG Katwijk aan Zee
(071) 785 4380
hugo@vlaamsfriethuisdemeeuw.nl

Broekhuyzen Horecagroothandel

Walserij 44
2211 SL Noordwijkerhout
(0252) 700 200
info@broekhuyzen.nl





THE BLUE BUTCHER NO MEAT TODAY



Enkco heeft een sterke positie in de Out of Home markt en bedienen klanten zoals horeca, cateraars en zorginstellingen. Daar zijn wij te vinden met onze merken Enkco en The Blue Butcher. Met ons assortiment geven we invulling aan jouw wensen. In welke markt je ook zit.

The Blue Butcher is een merk van No Meat Today Company. No Meat Today Company wil mensen helpen bij hun wens om minder vaak vlees te eten, door een lekker, betaalbaar, gezond en gevarieerd aanbod aan vleesvervangers te bieden. Zo maken we samen een positieve impact op gezondheid, klimaat en dierenwelzijn. De negatieve impact van de groeiende vleesconsumptie op mens, dier en milieu vraagt om goede alternatieven, en laat dat nou net onze passie zijn.

De keten van vleesvervangers kent producenten van grondstoffen, halffabricaten, huismerkproducten en A-merkproducten. In alle gevallen is een continue kwaliteit en beschikbaarheid cruciaal. Als onderdeel van Van Loon Group, maakt No Meat Today Company gebruik van alle ervaring en kennis op het gebied van R&D, technologie en productie. We kennen de keten, zowel van traditionele als vervangende vleesproducten en zijn daardoor de betrouwbare partner.



Een greep uit ons vegan assortiment:

The Blue Butcher Balletjes	1x1500 G
The Blue Butcher Gehakt	4x300 G
The Blue Butcher Schnitzel	20x100 G
The Blue Butcher Nuggets	1x1500 G
The Blue Butcher Hamburger	18x113 G

KNAPPERIGE JUWEEL AARDAPPEL BITTERBALLEN

CA. 18 STUKS 40 MINUTEN

BEREIDINGSWIJZE:

- Schil 600 gram kruimige aardappels. Je houdt ca. 500 gram over. Kook de aardappels gaar en laat ze goed uitstomen op laag vuur. Pureer ze fijn en roer er een theelepel zout, halve theelepel uienpoeder en halve theelepel gemalen peper door. Laat afkoelen.
- Zet twee diepe borden klaar, met in een bord drie losgeklopte eieren en in de ander ca. 100 gram paneermeel.
- Snijd 200 gram Juweel extra belegde kaas in achttien gelijke dobbelsteentjes.
- Rol met je handen van de aardappelpuree bolletjes van ca. 30 gram. Druk met je duim in het midden een holletje in de puree. Stop in elk gaatje een dobbelsteentje kaas.
- Rol de puree dicht rondom de kaas en herhaal dit tot de puree op is.
- Rol de bitterballen eerste door de paneermeel, dan door het ei en vervolgens weer door het paneermeel. Herhaal dit met alle bitterballen.
- Verhit 1 liter maisolie in een pan tot 180°C.
- Frituur de bitterballen goudbruin en knapperig in ca. 3-4 minuten. Serveer meteen.

TIP:
LEKKER MET EEN
LIK MOSTERD
OF PICCALILLY-
MAYONAISE

Juweel
BIJ DE BORREL

Crisis of kansen binnen Foodservice

Krijgen we crisis in horeca en catering door de stijgende kosten en lagere bestedingen? Of zijn er juist kansen? FSIN (Foodservice Instituut Nederland) presenteerde onlangs een hoopvol en realistisch scenario.

Eenzijds stagneert de economische groei en staat het besteedbaar inkomen van consumenten zwaar onder druk. Anderzijds zien we de behoefte aan gemak en tijdwinst, die vooral heel sterk is bij de millennials en Generation Z. Nu al bestaat veertig procent van de grootste wereldmarkten uit Gen Z jongeren. Geboren met een spreekwoordelijke smartphone in de hand, zijn ze de eerste ware digital natives. Naast hun eigen (groeïende) koopkracht hebben ze invloed op hun ouders' uitgaven. Zo vormt deze jonge generatie nu al een belangrijke groep voor adverteerders en marketeers. De stress en gejaagdheid in de samenleving biedt een kans voor foodservice. Ook de zucht naar genieten is onverminderd groot.

Kansen;

Door de toenemende onzekerheid en inflatie zullen er ongetwijfeld consumenten zijn die een stuk minder gaan besteden in horeca of catering. Door goed in te spelen op deze nieuwe werkelijkheid ontstaan er echter ook volop kansen.

- Richt je vooral op segmenten die het goed zullen blijven doen; Of misschien wel nog beter. We denken dan vooral aan fastservice (QSR restaurants), cafetaria's en snackbars en fast casual dining. Ook onderscheidende casual dining concepten, vaak met vaste menuprijzen, kunnen de aankomende tijd het goed doen.
- Ontwikkel concepten of producten die helpen om foodservice betaalbaar te houden. Horeca die gasten willen blijven trekken, zullen wellicht wat kleinere gerechten gaan aanbieden en de menukaart wat simpeler maken.
- Blijf aandacht geven aan maaltijdbezorging. Het afhalen of laten bezorgen van maaltijden is een alternatief voor uit eten gaan, zeker voor gen Z en millennials. Het is belangrijk om daar geschikte producten voor in huis te hebben en deze via social media goed onder de aandacht te brengen. Er is enorm veel ontwikkeling in het bezorgaanbod.
- Communiceer duidelijk naar je klanten. Een wat minder uitgebreide menukaart en wat kleinere gerechten? Aan tafel bestellen via een app? De klant begrijpt het echt wel. Zo houd je het betaalbaar en de gezelligheid van het samen uit eten gaan maakt veel goed. Wel belangrijk om de klanten goed te informeren over deze nieuwe werkwijze.
- Zie de toekomst zonnig in! De lange termijnverwachtingen zijn goed. Iedere crisis gaat weer een keer over. De manier waarop jongere consumenten in het leven staan, zorgt voor een zonnige toekomst in horeca en catering.

Van productie tot verkoop

• Zo lokaal en duurzaam mogelijk produceren

- Duurzaam watermanagement in onze fabriek & investeren in lokaal waterproject
- Onze suikerbieten komen uit Nederland
- 48% van de drankjes die we verkopen bevatten weinig tot geen suiker

• Op weg naar een CO₂-neutrale fabriek

- Door elektrificatie
- Met zon- en windenergie uit de buurt



**COCA-COLA
IN NEDERLAND
KLIMAAT
NEUTRAAL
2040**



300m



3,5km



• Recyclen en hergebruiken

Doel: 100% inzameling van verpakkingen

- Onze glazen horecafllesjes gebruiken we gemiddeld 27x
- Onze PET-flesjes worden gemaakt van 100% gerecycled plastic (42% minder CO₂-uitstoot)*



• Biobrandstof voor het vervoer van alle drankjes in Nederland

- Netto tot 90% CO₂-besparing vs fossiele brandstof

Coca-Cola
in Nederland



afvalfonds
verpakkingen



Nederland circulair, elke verpakking telt!



Beste lezer,

Stichting Afvalfonds Verpakkingen zet zich samen met alle partijen in de recycleketen dagelijks in om de cirkel - van verpakking naar grondstof, naar nieuwe verpakking - verder te sluiten.

Met resultaten waar we met elkaar in Nederland trots op kunnen zijn.

In onze publicatie 'Nederland circulair, elke verpakking telt!' geven we u een overzicht van de resultaten die we samen hebben geboekt bij het inzamelen en recyclen van verpakkingen. In 2021 werd in totaal 80% van alle verpakkingen gerecycled en hergebruikt. Nederland behoort daarmee tot de top in Europa.

Wij zien het als onze taak om ervoor te zorgen dat nog meer verpakkingsafval zo goed mogelijk gerecycled wordt tot grondstof voor nieuwe producten en verpakkingen.

Hierin kan nog veel worden verbeterd. Niet alleen de techniek in sortering en recycling, ook kunnen verpakkingen nog beter recyclebaar worden gemaakt en kan de inzameling nog makkelijker en efficiënter worden georganiseerd. En daar waar mogelijk verpakkingen weglaten of hervulbaar maken.

Duidelijk is dat we alleen door goed samen te werken de verpakkingsketen echt kunnen sluiten.

Hoe meer verpakkingen terugkomen als grondstof, hoe beter dat is voor ons milieu en voor de maatschappelijke kosten. Het helpt klimaatverandering tegengaan omdat het zorgt voor minder CO₂-uitstoot én het helpt tegen de heersende grondstoffenschaarste.







Belangrijk is dat we het met elkaar makkelijk maken: makkelijk recyclebare verpakkingen, makkelijk inzamelen en makkelijk bruikbaar gerecycled materiaal.

Met vriendelijke groet,

Hester Klein Lankhorst

Algemeen Directeur

Recyclingresultaten 2021

	Wettelijke doelstelling incl. circulaire verpakkingen NL 2021	Recycling incl. circulaire verpakkingen 2021	Wettelijke doelstelling recycling EU 2025
 Glas	86%	89%	EU 70%
 Papier/karton	85%	90%	EU 75%
 Plastic	40%	49%	EU 50%
 Ferrometaal	94%	95%	EU 70%
 Aluminium	73%	74%	EU 50%
 Hout	55%	66%	EU 25%
Totaal	71%	80%	EU 65%



Wij presenteren drie smaaksensaties



*Met zwarte
zomertruffel*

*Heerlijk bij
Ieesgerechten*

*Met verse
stukjes dille*

Barbecuesaus

Een zoete, kruidige barbecuesaus met een licht rokerige smaak.

Truffel Mayonaise

Een volle, romige mayonaise met zichtbare stukjes zwarte zomertruffel.

Mosterd-Dillesaus

Deze overheerlijke mosterd-dillesaus is lichtzoet van smaak en verrijkt met verse dilletopjes.

**Gratis
proeven!**

Vraag een sample
aan via

[oliehoorn.nl/
proefpakket](http://oliehoorn.nl/proefpakket)

*Oliehoorn maakt
het lekkerder!*



Vol karakter DE ROTTERDAMSCH E OUDE

ROTTERDAMSCH E OUDE MET ELSTAR, ROODLOF, PISTACHE- NOTEN EN MOSTERD- NOTEN VINAIGRETTE

🕒 4 PERSONEN 🕒 15 MINUTEN

BEREIDINGSWIJZE:

- Maak eerst de vinaigrette. Meng in een ruime kom een halve theelepel dijon mosterd, 7 el dragonazijn, 4 eetlepels notenolie, 1 eetlepel maple syrup, peper en zout goed door elkaar. Zet aan de kant.
- Was twee Elstar appels. Snij in dunne plakken en steek het klokhuis er met een sterren stekertje uit. Leg de plakken in de vinaigrette en hussel ze voorzichtig om.
- Snij 200 gram De Rotterdamse Oude in puntjes. Was en droog de blaadjes van een roodlof. Hak 2 eetlepels pistachenoten grof.
- Verdeel de appelplakjes over vier borden. Leg de kaaspuntjes erop en gaarneer deze met de roodlof en noten. Schep de rest van de vinaigrette over de salade, gaarneer het met extra cress.



Onze **private labels**

Overtuig uzelf van de kwaliteit van onze Private Labels! A-merk kwaliteit tegen zeer aantrekkelijke condities. Bij het ontwikkelen van onze Private Labels staan u als afnemer en uw klanten centraal. Een Private Label moet een optimale mix vormen tussen prijs en kwaliteit. Om de kwaliteit te garanderen laten we onze producten regelmatig testen door onafhankelijke instanties en smaakpanels. Wij zijn er dan ook van overtuigd dat onze Private Labels een meerwaarde bieden binnen uw assortiment. Informeer geheel vrijblijvend bij uw Out of Home Partners groothandel voor een prijsvergelijk en overtuig uzelf van de kwaliteit!

Energie besparen in cafetaria: **Investeren in een hogere opbrengst!**

Bespaartips voor bakwanden zijn zeer welkom, nu door de stijgende energieprijzen bij cafetariaondernemers de vraag rijst of de transitie van gas naar elektrisch haalbaar is. Ook vetbesparing speelt een rol. Hoe kun je besparingen aanpakken?

Tip 1: Kies voor elektriciteit

De transitie van gas naar elektrisch leeft bij horecaondernemers. 'De vraag naar elektrische frituurinstallaties stijgt. Met de snel toenemende kosten zien we ook dat ondernemers heel gericht op zoek zijn naar besparende, duurzame oplossingen.'

Niemand heeft een glazen bol, maar de verwachting is de prijs van gas meer stijgt dan die van elektriciteit. Dit is een trend die al een aantal jaren bezig is en we verwachten dan ook dat deze tendens zal voortzetten. De Nederlandse overheid wil Nederland immers in 2050 gasvrij hebben.

Het algemene advies is dan ook om over te schakelen naar elektrische bakwanden. Keukenproducent Rosval heeft ervoor gekozen om geen gasbakwand op de markt te brengen. In plaats daarvan hebben ze een elektrische bakwand ontwikkeld van een hoogwaardige kwaliteit met een hoge bakcapaciteit en veel gebruiksgemak'.

'De Rosval Fryer is onderdeel van deze bakwand. Deze is voorzien van een volledig geautomatiseerd oliefiltersysteem. De olie

gaat door de hoge filterkwaliteit langer mee en dat is gunstig voor de ondernemer.'

Een andere noviteit is de Rosval inductiebakplaat. 'Deze is een stuk energiezuiniger dan een normale bakplaat en zorgt voor een serieuze besparing'.

Fiscaal aantrekkelijk

Investeren in elektrische bakwanden is een trend, weet ook Peter Maters, accountmanager en assist-salesmanager export van Ducate Woerden. 'Dit zorgt voor 100 procent rendement en is momenteel fiscaal erg aantrekkelijk. Een elektrische bakwand vergt weinig onderhoud en heeft heel veel power. Wil je nog niet overstappen? Kies dan in ieder geval voor een energiezuinige bakwand om energie te besparen.'

'Paar euro per dag aan stroom'

De overstap van gas naar elektrisch is de laatste tijd natuurlijk een heet hangijzer, benadrukt Boumans, eigenaar



van 't Smulhuis in Brunssum. 'De energietransitie is in volle gang. Soms hoor ik horecaondernemers klagen over de dure aansluitingen, maar zo'n investering is eenmalig.'

'Het grote voordeel van stroom ten opzichte van gas is dat gas in een heel hoog belastingtarief valt, terwijl de energiebelasting bij stroom in stappen gaat. Daardoor is stroom in verhouding heel goedkoop. Ik zie alleen maar voordelen. Wij verbruiken nu een paar euro per dag aan stroom, terwijl het gas ons veel meer zou kosten.'

Tip 2: Bespaar op energie

Qbtec richt zich op energiebesparing in de ruimste zin van het woord. Ze bieden bijvoorbeeld elektrische frituurinstallaties met uitneembare elementen. Dit bespaart dus niet alleen aan de kostenkant, maar ook aan de kant van de tijd die nodig is voor de schoonmaak.'

Ook op het gebruik van de oven kan in veel gevallen worden bespaard. Is het

bijvoorbeeld wel nodig om alle ketels aan te hebben tijdens daluren? Datzelfde geldt voor het moment van aan- en uitzetten van randapparatuur zoals bain-marie, bakplaat en uitschepbak. Het is belangrijk om ook deze apparatuur goed in de gaten te houden.'

EMS - energiemanagementsysteem

Het bedrijf heeft een energiemanagementsysteem (EMS) ontwikkeld voor locaties waar het vermogen wat binnenkomt niet groot genoeg is. 'Hierbij communiceren de pannen onderling met elkaar'. 'Je stelt het maximaal beschikbare vermogen in op het EMS-systeem en deze verdeelt het vermogen zo optimaal mogelijk tussen de pannen, zonder dat de bakcapaciteit zal verminderen. Zo kun je zelfs met een kleinere aansluiting een optimaal vermogen creëren.'

Energiezuinige transferoven

Rosval noemt energiezuinige afzuiging



en inductiebakplaten als mogelijkheden voor energiebesparing, terwijl Ducate vooral aan een transferketel denkt. 'Hiermee kunnen grote hoeveelheden verse friet in een keer automatisch voorgebakken worden. Dit scheelt veel energie, arbeid en levert constante kwaliteit.'

Boumans heeft zijn grote transferoven op gas voor het bakken van frites een aantal jaar geleden vervangen door een elektrische. 'We gebruikten in het weekend altijd dubbele ovens om ervoor te zorgen dat we voldoende voorgebakken friet hebben. Maar nu hebben we nog maar één oven nodig. Dat heeft geresulteerd in 70 procent energiebesparing. De oven is veel sneller en heeft ook nog betere resultaten. Zo wordt één plus één drie.'

Tip 3: Let op je vetverbruik

Ondernemers moeten niet alleen hun best doen om het hoofd boven water te houden vanwege de stijgende gasprijzen, maar ze moeten ook zuinig zijn met olie vanwege de oorlog in Oekraïne. 'Natuurlijk zorgt de stijging van olieprijzen voor een probleem bij ondernemers. Maar er zijn veel andere soorten olie, en daarmee voldoende goede alternatieven om mee te frituren. Bovendien kun je met een geautomatiseerd oliefiltersysteem tot 70 procent besparen op frituurolie.'

Gasketels met aangepast olieconsumptie

Qbtec heeft zijn gasketels aangepast zodat er 10 procent olie wordt verbruikt. Ondernemers die voor een elektrische oven kiezen, kunnen nog meer op hun olieconsumptie besparen. Dit komt omdat de



“De vraag naar elektrische frituurinstallaties stijgt”

olie-inhoud van de elektrische ketels nóg kleiner is, zonder verlies van bakcapaciteit.

'Bij een gasoven zit de brander onder de bodem. Daardoor wordt deze heet en zal het kruim dat naar beneden valt sneller verbranden. Een elektrische oven heeft een andere constructie. De warmte-elementen van een elektrische oven zitten in de olie waardoor het kruim langs de elementen valt en dus niet zal verbranden.

Daardoor wordt de bodem veel minder warm. Het kruim verbrandt niet en de olie gaat langer mee.'



Aangesloten bij out of home partners:



Polluxstraat 6
5047 RB Tilburg



www.broekhuyzen.nl
T 0252 70 02 00
E verkoop@broekhuyzen.nl



www.hgt-tilburg.nl
T (013) 571 17 90
E verkoop@hgt-tilburg.nl



www.marschee.nl
T 0492 52 29 73
E verkoop@marschee.nl