



out of home  
partners

# SERVEERT

NIEUWS VOOR FASTSERVICE, CAFETARIA, EETCAFÉS, SPORTVERENIGINGEN EN STRANDHORECA



## IN DEZE UITGAVE:

- Aanvragen TEK-vergoeding mkb
- Koffie als brandstof
- De Korte Keten; Kies voor regionale en lokale producten
- Mooie groeicijfers Foodservice in 2022
- Duurzaamheid is niet meer weg te denken

**GROOTSE  
MERKEN,  
GROOTSE  
MINI'S**

NIEUW!

De meest krokante frietjes ooit:

# REALLY

## Crunchy Fries



Met hun unieke look, luide crunch en superieure aardappelsmaak maken REALLY Crunchy Fries een verpletterende indruk! Dubbel zo crispy en crunchy in vergelijking met andere gecoate friet en wel een half uur krokant. Probeer ze nu!



**Your partner in potatoes**

[lambweston.eu](http://lambweston.eu)

**LambWeston®**

SEEING POSSIBILITIES IN POTATOES

## Beste lezer,

Hierbij ontvangt u de eerste uitgave van onze Nieuwsbrief Serveert in 2023.

We zijn het er denk allemaal over eens dat we een roerig jaar achter de rug hebben met heel veel onzekerheden en een bijzonder onrustige markt. De geleerden zijn het er over eens dat we het in deze mate nog niet eerder hebben meegemaakt. Flinkke inflatiecijfers, hogere rentes, de oorlog in Oekraïne, hoge energieprijzen, tekort aan personeel, oplopende geopolitieke spanningen en een afkoelende economie zorgden niet alleen voor hogere prijzen maar ook voor forse correcties op zowel de aandelen- als obligatiemarkten in 2022.

Zijn er dan helemaal geen lichtpuntjes? Ja natuurlijk wel. We hebben Corona achter ons gelaten, hoeven niet meer in verplichte isolatie en de lockdowns zijn verleden tijd. Mede door de coronacrisis heeft het gebruik van technologie de afgelopen drie jaar een enorme vlucht genomen. Onder andere e-commerce, digitaal betalen, bezorgdiensten, digitale communicatie en werken op afstand hebben ervoor gezorgd dat het leven na de heropening er op een aantal punten na er structureel anders uitziet dan voor de coronaperiode. Een goed voorbeeld hiervan is het vergaderen via Teams. Twee Jaar geleden had niemand gedacht dat dit “normaal” zou worden.

De energieprijzen inclusief brandstof lijken over het hoogtepunt heen, de transportkosten voor containers zijn terug op het oude niveau en we zien inmiddels ook dat een aantal grondstoffen wat in prijs daalt. Plantaardige oliën welke in veel voedingsproducten worden gebruikt zijn daar een voorbeeld van. Het is een utopie om te verwachten dat de prijzen zich volledig zullen herstellen naar het niveau 2020, 2021. Anderzijds zullen we er samen met onze inkooporganisatie SuperTrade er alles aan doen om waar mogelijk de prijzen naar beneden te corrigeren. Dat gaat niet zonder slag of stoot maar we zijn daar iedere dag mee bezig. Uiteindelijk gaat het erom dat we alles uit de kast moeten halen om de consumenten te verleiden om de bestedingen binnen Foodservice op peil te houden. Anders dan Retail kunnen we dit met regionale, lokale, innovatieve producten en een grote dosis gastvrijheid invullen tegen een eerlijke prijs. Niets is immers leuker dan een avondje uit eten of gezellig samen een terrasje pakken.

Samen op weg naar herstel!

Out of Home Partners



[www.broekhuizen.nl](http://www.broekhuizen.nl)  
T (0252) 70 02 00  
E [verkoop@broekhuizen.nl](mailto:verkoop@broekhuizen.nl)



[www.hgt-tilburg.nl](http://www.hgt-tilburg.nl)  
T (013) 571 17 90  
E [verkoop@hgt-tilburg.nl](mailto:verkoop@hgt-tilburg.nl)



[www.marschee.nl](http://www.marschee.nl)  
T (0492) 52 29 73  
E [verkoop@marschee.nl](mailto:verkoop@marschee.nl)

# Partners Choice

Onder het merk Partners Choice brengen we een geselecteerd aantal producten. Deze kenmerken zich door een uitstekende kwaliteit. Producten speciaal ontwikkeld voor u, onze partner.





## Satésaus

Onze Partners Choice Satésaus is 1 van de lekkerste pindasauzen van Nederland. De pindasaus bevat een hoog percentage pinda's, is vegetarisch en glutenvrij. De pindasaus hoeft alleen aangemaakt te worden met 1 deel water en 1 deel pasta. De pindasaus is volledig op smaak en direct te serveren. Overtuig uzelf van de kwaliteit!

### Pinda Satésaus instant

Emmer 5 kilo

### Pinda Satésaus instant

Emmer 10 kilo

## Zacht brood

Voor Out of Home Partners heeft Bakkerij Verhoeven een "klassiek assortiment" Horeca broodjes ontwikkeld; de kadet wit, de kadet sesam en een speciaal puntbroodje wit. De Horeca broodjes worden vervaardigd uit hoogwaardige grondstoffen en zijn rondom "los" gebakken voor een ambachtelijke en constante uitstraling.

### Puntje Wit

Doos 2 x 12 x 53 gram

### Kadet Wit

Doos 2 x 12 x 53 gram

### Kadet Sesam

Doos 2 x 12 x 53 gram



# BORRELMAATJES®

## Grootse mini mix



MINI  
KALFSCROQUET



MINI  
BAMI ORIENTAL



MINI  
FRIKANDEL



MINI  
CRISPY CHICK'N



MINI  
RUNDKROKET



MINI  
KAASSOUFFLÉ

# Grootse merken, Grootse mini's

# Aanvragen TEK-vergoeding mkb-bedrijven vanaf dinsdag 21 maart

Mkb-ondernemingen waarvan de energiekosten een relatief groot deel uitmaken van de totale omzet kunnen vanaf 21 maart de Tegemoetkoming Energiekosten (TEK) aanvragen. De TEK-regeling is een tijdelijke tegemoetkoming voor energie-intensieve mkb-bedrijven voor de gestegen gas- en elektriciteitskosten. De tegemoetkoming kan met terugwerkende kracht worden aangevraagd en loopt van 1 november 2022 tot en met 31 december 2023.

Met behulp van deze tegemoetkoming krijgen energie-intensieve mkb'ers meer adem om hun bedrijfsmodel toekomstbestendig te maken. Mkb-ondernemingen bij wie de energiekosten minimaal 7% van de omzet bedragen en die voldoen aan de overige voorwaarden van de regeling, ontvangen een vergoeding van maximaal €160.000. De compensatie bedraagt 50% van de energiekostenstijging boven een vastgestelde zogenoemde drempelprijs. Deze regeling moet voldoen aan Europese staatssteunregels en daarom goedgekeurd worden door de Europese Commissie. Bij akkoord van de Europese commissie kan de regeling opengesteld worden. De regeling is vandaag al gepubliceerd in de Staatscourant.

## Voorwaarden en werking van de regeling

De TEK-vergoeding is bedoeld voor energie-intensieve mkb-bedrijven die voldoen aan de mkb-definitie, met maximaal 249 medewerkers en hoogstens € 50 miljoen omzet en/of een balanstotaal van maximaal € 43 miljoen. Stichtingen, verenigingen en overige instellingen die voldoen aan de voorwaarden kunnen de regeling ook aanvragen. De verwachting is dat enkele tienduizenden bedrijven en organisaties in aanmerking komen.

De subsidie is gebaseerd op gemodelleerde verbruiks- en prijsgegevens en dus niet op het daadwerkelijke gebruik en de actuele prijs van energie. Hierdoor kunnen aanvragen sneller

worden behandeld. Het gas- en elektraverbruik wordt mede bepaald aan de hand van het gemiddeld historisch verbruik. Deze gegevens worden opgevraagd bij de netbeheerders. Het minimale deel dat bedrijven zelf betalen, de zogenoemde drempelprijs, is € 1,19 per m<sup>3</sup> voor gas en € 0,35 per kWh voor elektriciteit. Voor het berekenen van de subsidie wordt verder gewerkt met een maximale prijs voor gas (€ 3,19 per m<sup>3</sup>) en elektriciteit (€ 0,95 per kWh). Ondernemers die in aanmerking komen voor de TEK krijgen maximaal 50% van het verschil tussen de drempelprijs en de maximumprijs. Na een positief besluit ontvangen ondernemers binnen twee weken een voorschot. Ondernemers dienen uiterlijk 31 mei 2024 een vaststellingsverzoek in waarna de definitieve subsidie wordt bepaald.

## Informatie voor ondernemers

De Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) voert de TEK-regeling uit in opdracht van het ministerie van EZK. Op de website [rvo.nl](https://rvo.nl) kunnen aanvragen worden gedaan en is meer informatie te vinden. Voor informatie en persoonlijk advies kunnen ondernemers ook terecht bij het Energieloket van de Kamer van Koophandel op [kvk.nl/energieloket](https://kvk.nl/energieloket). Op genoemde websites is ook meer informatie te vinden over de subsidies en regelingen waarmee ondernemingen kunnen verduurzamen en energie kunnen besparen.

Aanvragen van TEK is mogelijk van 21 maart 2023 (09.00 uur) tot 2 oktober 2023 (17.00 uur).

ICE CREAM WIZARDS

**IL PRIMO**



SINCE 1938



## MET ÉÉN DRUKKNOP ITALIAANS PREMIUM IJS!

### FUTURE PROOF IJSCONCEPT

- BEDIENINGSGEMAK EN SNEL  
TE REINIGEN
- LAGE INVESTERING
- RUIME KEUZE AAN SMAKEN  
IN ROOMIJS, VEGAN SORBETS  
EN YOGHURTIJS
- ENERGIEZUINIG



**One  
Shot**

Maak gebruik van de unieke voordelen van  
het il Primo ijsconcept!

Meer weten over het One Shot ijsconcept?  
Kijk op [lavenezia.nl](http://lavenezia.nl) of bel +31 24 - 678 28 22  
[info@lavenezia.nl](mailto:info@lavenezia.nl)

ALL-IN CONCEPT  
**€ 1799,-**  
INCL. -14 °C VRIEZER +  
RECLAME PAKKET



assortiment



# Koffie als brandstof

## Old School

De perfecte espresso in de old school smaakt vol romig, met hints van chocolade, kruiden en noten. Het uiterlijk is belangrijk: de crema is hoog gewaardeerd en zeker als deze een tijgervelletje heeft (vlekjes donker gebrande caramel in lichtere crema). Er wordt naar gestreefd om met zo min mogelijk koffiedosering het maximale resultaat te behalen. Merken die floreren in deze benadering zijn de grotere Italiaanse koffiemarken als Segafredo, Lavaza, Illy, Kimbo, enz.

In de old school bereiding wordt per espresso maximaal 7 gram koffie gedoseerd om in 25 seconden door te lopen in de kop met een volume van 30 ml.

### **New school**

Midden jaren 2000, waarbij het ambacht en de karakteristieke smaken van kwaliteitskoffie belangrijker werden, is ook de benadering van de perfecte espresso veranderd. De smaakbenadering van de espresso veranderde drastisch: in de espresso dient een zekere mate van frisheid geproefd te worden. De espresso moet niet altijd een bepaalde smaak hebben maar mag iedere keer andere smaken naar voren brengen die het land van herkomst, de bodemgesteldheid en de verwerking benadrukken. Alle smaken en mondgevoelen zijn daarin toegestaan. In de new school bereiding wordt er veel meer gespeeld met de sterkte van de drank om zo bepaalde smaken meer of minder naar voren te halen.

Hoe sterker de drank bereid wordt, hoe meer de zuren te proeven zijn. Hoe milder de drank bereid wordt hoe zoeter en zachter de smaken van de espresso zijn.

### **Vastgestelde waardes**

De Specialty Coffee Association (SCA) omarmt de new school benadering en heeft nieuwe waardes vastgesteld waar de perfecte espresso aan moet voldoen.

Zo dient de doorlooptijd van de espresso altijd tussen de 20 en 30 seconden te zitten. En dient de inhoud in de kop (dit wordt in het jargon ook yield/opbrengst genoemd) tussen 15 en 25 gram te zijn voor een enkele espresso en natuurlijk 30-50 gram voor een dubbele.

In de new school benadering wordt uitsluitend gebruik gemaakt van arabica en is deze ook lichter gebrand dan in de old school benadering.



Het merendeel van de gasten in de horeca zal een voorkeur hebben voor de old school espresso. Maar laat je hierdoor niet tegenhouden: als ondernemer, bepaal jij welke koffie je gebruikt en hoe je de espresso's maakt. Zo laat je zien aan je gasten wat jij belangrijk vindt. Als je de overstap maakt, kost het voor (vaste) gasten een week of drie om aan de nieuwe smaken te wennen. En als ze eenmaal om zijn, willen de meesten nooit meer anders.

***“De crema is hoog  
gewaardeerd en  
zeker als deze een  
tjigervelletje heeft”***

Bron: Misset Horeca.

### **Zo zet je de perfecte espresso**

Of je nu volgens de 'oude' of de 'nieuwe' methode espresso bereidt, deze voorwaarden vormen de basis voor een goede espresso, wat mogelijk een perfecte espresso kan worden:

1. Schoon espressoapparaat
2. Schone koffiemolen
3. Juist en vers water (geen kraanwater, bij voorkeur mineraalwater)
4. Juiste en verse koffie
5. Toebehoren zoals een passende tamper, goed werkende weegschaal, schone doeken.
6. Espresso- of cappuccinokop met ronde bodem
7. Getrainde barista



# Cheese & Cider

Prikkelend het voorjaar in met deze perfecte match. Een smakelijke combinatie van zoete en zoute details. Serveer je cider met een schijfje appel, rookvlees en top het af met de Lutjewinkel1916 kaas. Een heerlijk knapperig, hapje waarmee je Pasen feestelijk aftrapt.



**16775 • LUTJEWINKEL1916 PITTIG & ROMIG 16 KG**

Nederland | Koemelk | Zachter in de mond dan oude kaas, pittiger dan extra belegen. Kaas vol complexe, krachtige aroma's waar de unieke combinatie van het ziltje, het zoetje en de romigheid volop behouden blijft.

# LENTEBOCKBIER BOEREN SEIZOENS KAAS

Een klassieke combinatie in een nieuwe jasje. Buitengewoon zalige kaas, gemaakt op de boerderij op een traditionele wijze. Deze Boeren seizoenskaas Lentebock past perfect bij het voorjaar en smaakt uitzonderlijk goed in combinatie met een licht bierkje.

## 182095 • BOERENSEIZOENS-KAAS LENTEBOCK 8 KG

Nederland | Koemelk (RM) Handgemaakte boerenkaas met voorjaarsbier. Door de relatief korte rijping komt de subtiele smaak van bier prima tot uiting.



# SPRAAK WATER

Bier en kaas zijn al jaren een prima combinatie en deze lente presenteren wij een speciale seizoenstopper.



# De Korte Keten; **Kies voor regionale en lokale producten**

De gast wordt steeds bewuster. Hij wil weten wat er in zijn eten zit; is het biologisch, lokaal, vegetarisch, veganistisch, gezond? Ook houden steeds meer gasten zich aan specifieke diëten en vragen zich af of het menu goed voor het milieu is.

## **De korte keten**

In het Nederlandse dieet komt momenteel ongeveer 39 procent van de eiwitten uit plantaardige bronnen en dus 61 procent vanuit dierlijke bronnen. Dierlijke bronnen leggen vaak een grote en milieubelastende afstand af voordat het op je bord ligt. Met het oog op de korte ketens zal lokaal vlees & vis in hogere kwaliteit en in lagere kwantiteit gegeten worden.

Een manier om de milieubelasting van vis en vlees terug te brengen, is immers om producten met een zo kort mogelijke keten te gebruiken. Hoewel korte ketens niet alleen

voor vlees- en visproducten belangrijk en impactvol zijn, is het vaker een punt van aandacht voor chefs, omdat dierlijke producten vaak de meeste milieu-impact hebben. Daarin milieubewuste keuzes maken, heeft dus een groter netto-effect dan voor producten als groenten en fruit. Deze zou je meer in het seizoen moeten kopen. Zowel gasten als ondernemers hechten in toenemende mate belang aan duurzaamheid, dus het bewust omgaan met de keten die voorafgaat aan je gerechten is belangrijk. Los van dit alles is het natuurlijk bijzonder leuk om producten uit je eigen regio, stad of dorp aan te prijzen en toe te lichten.



# Mooie groeicijfers Foodservice in 2022

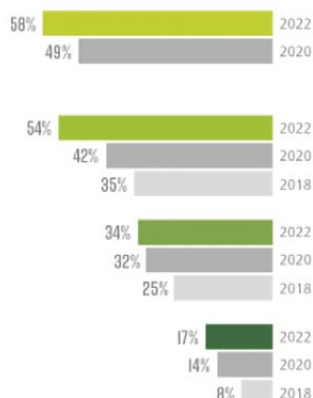
**De Nederlandse foodservicesector liet prachtige  
groeicijfers zien in 2022. Consumenten willen graag buiten  
de deur eten en zoeken naar gemak- en genietmomenten.**

De Nederlandse consument besteedt nog steeds graag en veel geld buiten de deur. Elk jaar neemt het aantal mensen dat regelmatig geen zin of tijd heeft om te koken flink toe (zie figuur hiernaast). Daarnaast hebben

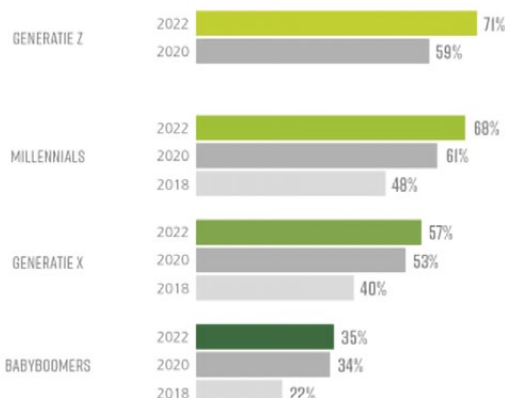
consumenten te dealen met gejaagdheid en beslissen ze steeds later wat ze willen eten. Stuk voor stuk zijn dat groeibevorderende factoren voor Foodservice.

## CONSUMENTEN HEBBEN STEEDS MINDER ZIN EN TIJD OM TE KOKEN

Hoe vaak komt het voor dat je **geen tijd** hebt om avondeten klaar te maken, ongeacht hoe uitgebreid je kookt?



Hoe vaak komt het voor dat je **geen zin** hebt om avondeten klaar te maken, ongeacht hoe uitgebreid je kookt?



© FoodService Instituut Nederland

Figuur 53. Antwoorden 'elke dag', 'meerdere keren per week' en '1x per week' samengevoegd. In 2018 werd Generatie Z nog niet gemonitord, daarom zijn er van die generatie geen gegevens over 2018.

Bron: TFRC / FSIN, Foodshopperonderzoek 2022

## Ondernemersvertrouwen in Foodservice

De positieve houding van de consument staat haaks op het gevoel van Foodservice-ondernemers (horeca, catering en gemak). Vooral in de horeca zijn de zorgen groot. In de novemberpeiling (2022) van het CBS verwachtte slechts 52% van de horecaondernemers nog minstens een jaar te bestaan, een flinke daling ten opzichte van mei 2022, toen 59% van de ondernemers dit nog aangaf.

Horecaondernemers hebben van alle bedrijfstakken het minst vertrouwen dat ze over een jaar nog bestaan, meldt het CBS. De daling ten opzichte van een aantal maanden eerder was bij

horecaondernemers ook het sterkst. Ruim 1 op de 3 ondernemers zegt dat prijsstijgingen de doorslaggevende factor zijn in hun verwachting voor de toekomst.

Geen wonder, als je kijkt hoe horecaondernemers het afgelopen jaar ervaren hebben. In een onderzoek van het FSIN en GROUP7 onder Foodservice-ondernemers komen twee thema's voor ondernemers duidelijk naar voren: margedruk en personeelstekort.

## 1. MARGE STAAT ONDER DRUK

- De omzet stijgt, maar de marge niet.
- 73% van de ondernemers zegt dat ze de hogere kosten van energie en voeding niet volledig kunnen doorbelasten aan hun gasten.
- Ondernemers geven aan dat inkooprijzen gemiddeld 5-7,5 procentpunt harder stijgen dan hun verkoopprijzen.



## 2. PERSONEELS-TEKORT

- Ondernemers dealen met een gigantisch personeelstekort en zijn daarmee veel omzet misgelopen.
- Een derde van de ondernemers is een dag per week minder opengegaan of heeft de openingstijden verkort.
- De gemiddelde omzetzerving door personeelstekort bedraagt 12%.
- Om de gaten in de roosters te dichten, maken ondernemers zelf fors meer uren. Gemiddeld zijn ondernemers 13 uur per week méér gaan werken om het personeelstekort op te vangen - ruim anderhalve dag. Gemiddeld werkt een horecaondernemer nu 56 uur per week, het meest van alle ondernemers in Foodservice.
- Niet zo vreemd dat ruim 69% (horeca: 73%) van de ondernemers vindt dat de werkdruk die ze zelf ervaren door het personeelstekort, te groot geworden is.

### Consumenten blijven veel geld uitgeven

De consument blijft ondanks de huidige economische situatie nog flink veel geld uitgeven aan gemak oplossingen en buitenshuis eten en drinken. Ondernemers zouden vertrouwen moeten kunnen halen uit de groeiende behoefte van consumenten om buiten de deur te eten. De vraag is echter of de ondernemer in het huidige krachtenveld in die behoefte wil blijven voorzien. De combinatie van het verslechterde bedrijfseconomische plaatje, de mentale vermoeidheid na zeer intensieve coronajaren én een roerig 2022 waarin veel druk kwam te staan op

ondernemers door het personeelstekort, maakt dat ondernemers met minder vertrouwen naar hun toekomst in de foodsector kijken.

Uit het onderzoek van het FSIN en GROUP7 blijkt dat ondernemers enorm loyaal zijn aan hun grossiers. Slechts 12% van de horecaondernemers zegt de komende maanden te switchen van grossier als gevolg van de gestegen prijzen, ondanks het feit dat de helft van hen actief op zoek is naar goedkopere leveranciers. De relatie tussen ondernemer en grossier blijkt een veel hechtere dan die tussen consument en supermarkt.



## Meedenken met Foodservice-ondernemers

Foodservice-ondernemers verwachten van de grossiers vooral dat er ‘meegedacht’ wordt (zie figuur hieronder). Hoe kan een ondernemer zo goed mogelijk door deze roerige periode heen navigeren? Wat kan een grossier doen om hem hierin te ondersteunen? Bijvoorbeeld door een optimaal productaanbod, kwalitatieve halffabricaten, slimme prijsstellingen, acties en aandacht te leveren. Maar ook door mee te denken over grote thema’s waar ondernemers in de sector iets mee moeten, zoals duurzaamheid. Gezien de hoeveelheid extra tijd die de gemiddelde horecaondernemer in 2022 in zijn zaak heeft gestoken, is het voor de toekomst van de sector van groot belang als zij maximaal ondersteund worden met slimme oplossingen die het werk leuk én draagbaar houden. Want uiteindelijk willen we allemaal blijven genieten van een lekker hapje eten of een goed glas wijn in de horeca! Dan is het van groot belang dat we de ondernemers nu niet vergeten, maar blijven ondersteunen.

Bron: FSIN en GROUP7.

**“Consumenten willen graag buiten de deur eten en zoeken naar gemak- en genietmomenten.”**



## Wat verwacht je van je groothandel in het kader van prijsstijgingen?



# PLUS STOKBROOD

TOPKWALITEIT IN  
5 MINUTEN!



## DE PLUSSEN VAN PLUS STOKBRODEN

- + 4 - 6 keer sneller afbakken
- + Tijd- en energiebesparing
- + Anti-verspilling: alleen afbakken wat je nodig hebt
- + Lekker breed: royale topping blijft goed liggen

DIT RECEPT MAKEN OF INSPIRATIE OPDOEN? [myfoodspot.eu/nl-be/recipes](https://myfoodspot.eu/nl-be/recipes)

PLUS STOKBRODEN  
ENERGIECALCULATOR



**Half PLUS Frans  
stokbrood wit**

165 g 27 cm

223282



**Half PLUS Frans  
stokbrood wit  
bebloemd**

165 g 27 cm

223283



**PLUS Frans  
stokbrood wit**

310 g 57 cm

223285



**PLUS Frans  
stokbrood wit  
bebloemd**

310 g 57 cm

223284



**PASTRIDOR**  
SIMPLY GOOD.

# Duurzaamheid is niet meer weg te denken

Consumenten zijn zich steeds meer en meer bewust van hoe, waar en wat ze consumeren. Vooral bij **millennials** - de generatie die momenteel **23%** van de wereldbevolking uitmaakt en bovendien over de grootste koopkracht beschikt - is deze horeca trend voor 2023 het meest op te merken.

Voordat deze consument bij jou komt eten of drinken, willen ze weten wat de figuurlijke én letterlijke pot schaft. Er is niets mis met vegetarische of veganistische gerechten op te nemen in je menu, maar vandaag de dag gaat duurzaamheid een stuk verder.

Werken volgens de principes van de korte keten, koken met producten van lokale of biologische oorsprong, maar ook een weloverwogen of zelfs **no-waste afvalbeleid**, een upcycled interieur, meer functioneel dan decoratief groen, verticaal tuinieren, het digitaliseren van je administratie en rekeningen, spaarzame vaatwassers, ledlampen en energiezuinige inductievuuren, ... de mogelijkheden zijn legio.

De gevolgen van problemen in de **internationale bevoorradingketen** heeft ook veel horecazaken hun focus doen verleggen naar leveranciers dichterbij huis. Local-to-local business en buy

local initiatieven hebben daardoor ook aan terrein gewonnen, wat voor minder problemen in de supply chain zorgt en de lokale economie alleen maar bij gebaat is.

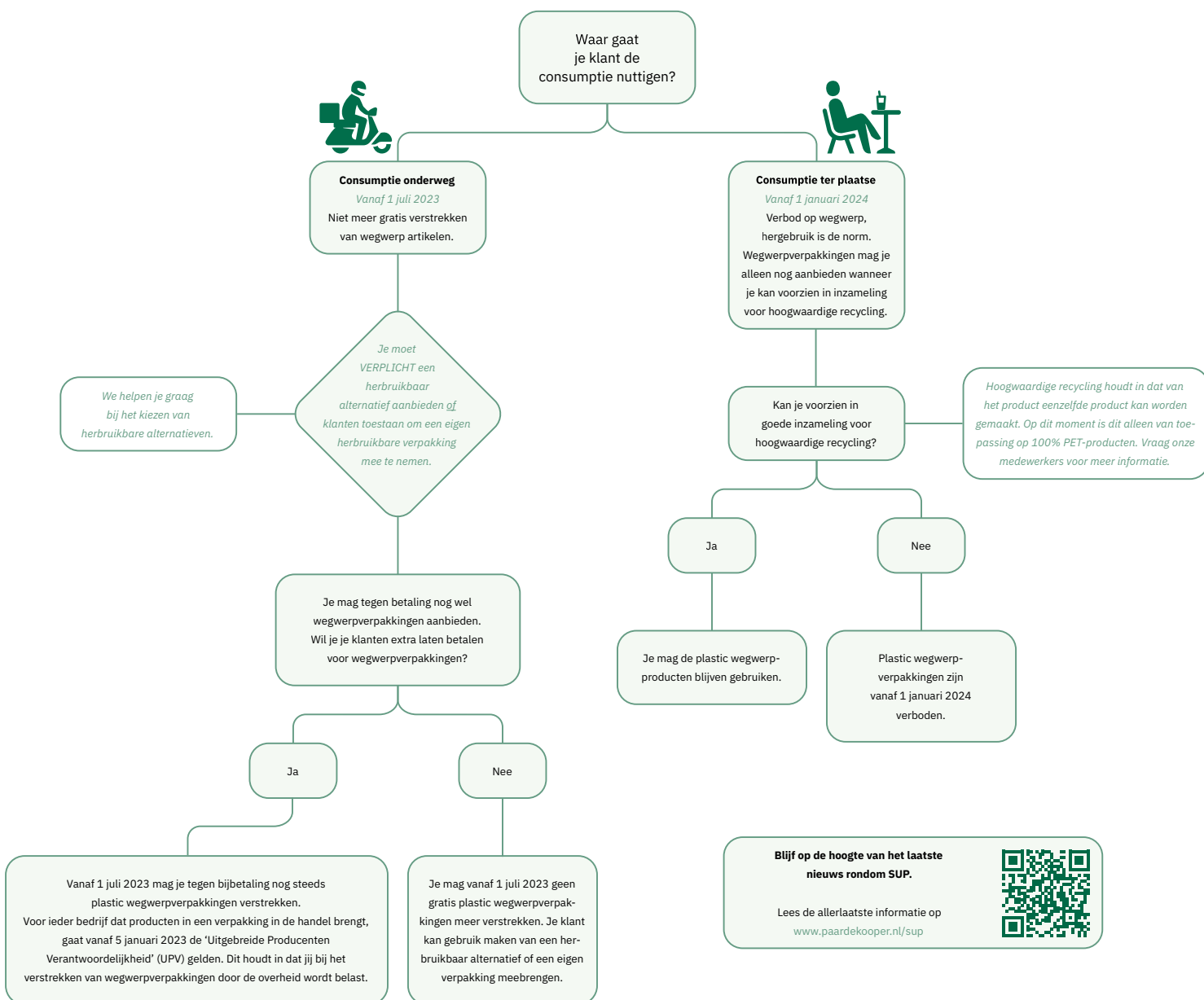
Een duurzame horecazaak runnen is niet alleen een interessant uithangbord voor gasten die daar bewust mee omgaan. Veel van de bovenvermelde opties zijn ook bedoeld om het jezelf financieel interessanter te maken, en geld uit te sparen.

# SUP- wetgeving

## Ontmoedigings- beleid



### Wat betekent de SUP-ontmoediging voor mij?



De hoogte van de bijbetaling door de klant is niet wettelijk vastgesteld, wel zijn er richtbedragen opgenomen in de wetgeving: € 0,25 voor een beker, € 0,50 voor een maaltijdverpakking en € 0,05 cent voor portieverpakkingen. De vergoeding wordt vastgesteld door de minister en is gebaseerd op de gemaakte kosten voor het opruimen van het zwerfafval, evenals de samenstelling van het afval. Om de hoogte van de verschuldigde vergoeding vast te kunnen stellen, moet je verplicht jaarlijks opgeven hoeveel plastic wegwerpproducten je hebt verkocht/verstrekt.



# Nieuwe regels voor plastic wegwerpbekers en -bakjes

**Heeft u een horecabedrijf, bedrijfsrestaurant, stand(s) op een festival of een verkooppunt (zoals een winkel) met een koffiehoeek? Dan krijgt u te maken met nieuwe regels voor plastic wegwerpbekers en -voedselverpakkingen:**

- Vanaf 1 juli 2023: Klanten moeten gaan betalen voor plastic wegwerpbekers en -voedselverpakkingen als zij eten of drinken afhalen of laten bezorgen. En u moet een alternatief aanbieden dat opnieuw gebruikt kan worden.
- Vanaf 1 januari 2024: Als uw klanten eten en drinken bij uw locatie mag u geen plastic wegwerpbekers en -voedselverpakkingen gebruiken.

Voor welke producten gelden deze regels?

- Bekers: De regels gelden voor alle kunststof bekers die bedoeld zijn om maar één keer te gebruiken. Ook bekers die maar voor een deel uit kunststof bestaan vallen hieronder. Bijvoorbeeld kartonnen koffiebekers met een coating van kunststof.
- Voedselverpakkingen: Bij voedselverpakkingen gaat het om verpakkingen

waaruit direct kan worden gegeten zonder verdere bereiding van het eten.

De verpakking bestaat helemaal of voor een deel uit kunststof én is bedoeld om maar één keer te gebruiken. Bijvoorbeeld een plastic frietbakje, bakjes voor maaltijdsalades en bakjes voor portieverpakkingen zoals noten, groente en zuivelproducten. Zakjes en wikkels vallen hier niet onder. Zoals een frietzak of een wikkel om een broodje.

- Bioplastics: De nieuwe regels gelden ook voor wegwerpbekers en -voedselverpakkingen van bioplastics (biologisch afbreekbaar plastic of plastic van hernieuwbare grondstoffen). Bioplastics zijn in het milieu namelijk net zo schadelijk als andere plastics.

***“Vanaf 1 januari 2024 mag u geen plastic wegwerpbekers en -voedselverpakkingen meer aanbieden op plekken waar klanten deze direct gebruiken.”***

### **Afhalen en bezorgen: klant betaalt voor wegwerpplastic**

Vanaf 1 juli 2023 mag u kunststof bekercs en -voedselverpakkingen voor eenmalig gebruik niet meer gratis meegeven aan uw klant. Ook moet u een herbruikbaar alternatief bieden aan uw klant. Zoals een zelf meegebrachte beker of verpakking. Of een beker of verpakking die klanten terug kunnen brengen met statiegeld of een ander retoursysteem. Verkoopt u via een supermarkt eten en drinken in plastic wegwerpbekers en -voedselverpakkingen en kan uw klant het onderweg direct eten of drinken? Dan moeten klanten ook betalen voor de beker of voedselverpakking. Deze regels gelden niet als uw klant het eten eerst moet opwarmen, koken of braden. Als hij het moet schillen of wassen, kan dit onderweg en gelden de regels wel.

### **Waarom betaalt de klant?**

Sinds 2016 geldt een verbod op gratis plastic tassen. Sindsdien is het aantal plastic draagtassen dat in Nederland in het zwerfafval terechtkomt met 70% afgenomen.





## **Consumptie op locatie: plastic wegwerpbekers - en voedselcontainers verboden**

Vanaf 1 januari 2024 mag u geen plastic wegwerpbekers en -voedselverpakkingen meer aanbieden op plekken waar klanten deze direct gebruiken. Bijvoorbeeld in uw kantine, op kantoor, in uw restaurant of snackbar of op een festival. Herbruikbare drinkbekers en voedselverpakkingen worden standaard.

### **Uitzonderingen**

#### **U zamelt de materialen weer in voor hoogwaardige recycling**

Er geldt een uitzondering voor producten die weer te recyclen zijn tot bekercs of voedselverpakkingen. Dit geldt op dit moment alleen voor bekercs of voedselverpakking die van PET (polyethyleentereftalaat) zijn gemaakt. Om van deze uitzondering gebruik te maken moet u zich aanmelden bij de Inspectie Leefomgeving en Transport. Ook moet u het materiaal zelf inzamelen en aanbieden voor hoogwaardige recycling. Het percentage dat u minimaal moet inzamelen loopt jaarlijks op (van 75% naar 90%).

#### **Zorginstellingen en gesloten inrichtingen**

Zorginstellingen en gesloten inrichtingen mogen nog wel plastic wegwerpbekers en -voedselverpakkingen gebruiken vanwege veiligheids- en hygiënevoorschriften.

### **U verkoopt voor consumptie op locatie én afhaal of bezorging**

Dan moet u aan uw klant vragen of het is voor meenemen of op locatie consumeren:

- Als de klant op locatie wil eten of drinken, gebruikt u herbruikbare bekercs, borden of bakjes.
- Als de klant onderweg wil eten en drinken, moet u een herbruikbaar alternatief aanbieden. De klant kan dan kiezen tussen een herbruikbaar alternatief, of extra betalen voor de plastic wegwerpbeker of -voedselcontainer.

Bron: KVK | Ministerie van Infrastructuur  
en Waterstaat



Nic.

DELIVERING  
DELIGHTS  
TOGETHER

## MAAK KENNIS MET PREMIUM DIP

Nic Nederland biedt ondernemers alles wat nodig is om succesvol softijs te verkopen. Met een mooi assortiment aan producten, maar ook door blijvend te inspireren.

Met de nieuwe Premium Dip van Nic laat u de harten van klanten sneller kloppen. De nieuwe 'dip-lijn' is uniek in de markt en levert je, behalve veel omzet, ook veel gemak op. Verkrijgbaar in drie heerlijke smaken. Voor een bijzonder softijsje mét een krokant jasje en meerwaarde.

**Meer weten? Kijk dan snel op [www.nicice.nl](http://www.nicice.nl)**

Nic. | DELIVERING  
*Delights*  
TOGETHER



# Generatie-Z als medewerker



Er komt een nieuwe generatie medewerkers aan, de Gen-Z'ers, die wat uitdaging met zich meebrengt. De grote druk in de huidige markt zorgt voor enorm veel werkgelegenheid voor deze jongste werkende generatie, Generatie Z, geboren tussen 1996 en 2015. Dit maakt het voor ondernemers lastig om de Gen-Z'ers te behouden, zeker omdat ze echt andere instellingen, waarden en normen hebben dan de generatie voor hen.

Gen-Z is voor ondernemers soms lastig te begrijpen. Opgegroeid met het internet en in een wereld zonder tegenslagen, hebben ze vaak nog niet geleerd hoe je hard moet werken en dat je verantwoordelijkheid moet nemen. Dit maakt het voor ondernemers vaak lastig om zich te verplaatsen in de belevingswereld van deze generatie.

De belangrijkste kenmerken van Generatie Z:

- Ze vinden stabiliteit belangrijk
- Ze zijn ondernemend
- Ze leven met en op technologie en kunnen niet zonder
- Ze vinden sociale contacten cruciaal
- Ze zijn zeer competitief

- Ze staan open voor verandering
- Ze vinden diversiteit vanzelfsprekend
- Ze geven de voorkeur aan onafhankelijkheid
- Ze hebben een sterke financiële focus. Een vast inkomen en goede arbeidsvoorwaarden zijn cruciaal voor Gen-Z.

Werkgevers die snappen hoe ze de behoeften van Generatie Z kunnen inzetten om wederzijdse doelen te behalen, kunnen zeer succesvolle samenwerkingen aangaan met de Gen-Z'ers. Praat met ze. Samen kom je waarschijnlijk tot betere inzichten en zorg je ervoor dat je deze generatie niet alleen kan werven en binden, maar dat je ook het maximale uit de samenwerking haalt.

***“De grote druk in de huidige markt zorgt voor enorm veel werkgelegenheid.”***



# DÉ HYGIËNE EXPERT

**DIPP**  
PROFESSIONAL

## INHOUD VAN HET PAKKET:

### DIPP N°02 KEUKEN ONTVETTER VASTZITTEND VET:

Een sterk geconcentreerde  
ontvetter en dieptereiniger.  
Lost alle ingebakken vetten,  
oliën en vuilresten op.

### DIPP N°31 KEUKEN REINIGER:

Een gebruiksklare,  
krachtige keuken reiniger.  
Geschikt voor alle oppervlakken  
in de keuken.

### DIPP N°79 TAFELS EN MULTI- OPPERVLAKKEN REINIGER:

Reinigt efficiënt en krachtig.  
Garandeert een zuiver, streeploos  
en glanzend resultaat.

VRAAG UW  
**GRATIS\***  
STALENPAKKET  
NU AAN



DIT KAN VIA DE  
VERTEGENWOORDIGER  
VAN UW GROOTHANDEL

\*Wees er snel bij want op = op!



DIPP N° 02



DIPP N° 24



DIPP N° 12



DIPP N° 06



DIPP N° 31



DIPP N° 79

Ontdek het gamma DIPP Professional op [dipp.eu](http://dipp.eu)

**DIPP**  
PROFESSIONAL

# IEDEREEN HOUDT VAN ALLEMANSFRIET

LEES ALLES OVER  
ALLEMANSFRIET OP  
[MCCAIN-FOODSERVICE.NL](https://mccain-foodservice.nl)  
OF SCAN DE QR-CODE



- ✓ Mét verkoop- en communicatie-ondersteuning
- ✓ Breed toepasbaar
- ✓ Bijzonder gezonde marges



Prime Chill



Freez'Chill

Zowel onze fastservice klanten als hun gasten houden van Allemansfriet. Logisch! Als professional kun je er alle kanten mee op, profiteer je van de beroemde hoge McCain kwaliteit én behaal je er lekkere marges mee. Met Allemansfriet ben je gegarandeerd de grootste vriend van al je klanten.





Polluxstraat 6  
5047 RB Tilburg

Aangesloten bij out of home partners:



[www.broekhuyzen.nl](http://www.broekhuyzen.nl)  
T 0252 70 02 00  
E [verkoop@broekhuyzen.nl](mailto:verkoop@broekhuyzen.nl)



[www.hgt-tilburg.nl](http://www.hgt-tilburg.nl)  
T (013) 571 17 90  
E [verkoop@hgt-tilburg.nl](mailto:verkoop@hgt-tilburg.nl)



[www.marschee.nl](http://www.marschee.nl)  
T 0492 52 29 73  
E [verkoop@marschee.nl](mailto:verkoop@marschee.nl)