

Bestelekkerst

JUNI
2022

inspirerend magazine voor de horeca

DE POPULAIRSTE
**COCKTAILS EN
MOCKTAILS**

BORRELKAART
**VAN DE
TOEKOMST**

ZOEKTOCHT NAAR
**CIRCULAIRE
ALTERNATIEVEN**

HOOGWAARDIGE
DESSERTS

HETE LUCHT
NEEMT EEN
HOGE VLUCHT

BESTELLEN EN BETALEN
VIA EEN APP



Horesca

'tlekkerst

inspirerend magazine voor de horeca



POSITIEVE BLIK VOORUIT

Als afgelopen twee coronajaren iets hebben bewezen, is het wel het aanpassingsvermogen van de horeca. Aanpassingen in de indeling van de zaak, gerechten die ook geschikt zijn voor bezorging en/of afhaal, ludieke initiatieven om thuis dezelfde ervaring te bieden en het werken in shifts door veranderende sluitings-tijden: meer dan ooit werd een beroep gedaan op het creatieve brein van de horecaondernemers.

Vanuit Horesca hebben we iedereen gesteund waar mogelijk. Ondanks de ongelofelijk zware tijd, vind ik het mooi om te zien hoe sterk wij samen met onze klanten staan. Gelukkig voelt het inmiddels weer meer dan vertrouwd om de terrassen gevuld te

zien. Vanaf nu kijken we heel graag weer vooruit en daar hoort een gloednieuwe 'tlekkerst bij.

Door de bijzondere marktomstandigheden op het gebied van prijsontwikkeling, beschikbaarheid, toekomstvooruitzichten en personeel komt de horeca nu voor hele andere uitdagingen te staan. Deze ontwikkelingen hebben grote impact op de prijs-zetting binnen de horeca. Het is daarom erg belangrijk om goede calculatiemodellen te gebruiken, de prijzen in de gaten te houden en waar nodig met dynamische menukaarten te werken.

Gelukkig zijn er ook positieve ontwikkelingen, waarop we in deze editie graag inspelen. Zo neemt verduurzaming een steeds grotere rol in. Van circulaire alternatieven voor single-use plastics tot de borrelkaart van de toekomst en plantaardige sauzen die niet van huisgemaakt zijn te onderscheiden. Ook spelen we in op ontzorgen, want met het huidige personeelstekort zijn goede, maar vooral snellere oplossingen meer dan welkom. Ontdek halffabrikaten waarmee het keukenteam in een hand-omdraai de lekkerste desserts maakt, oplossingen voor een snellere schone keuken en een app waardoor gasten nooit meer op de rekening hoeven te wachten.

We hopen met het magazine te inspireren voor een bruisende zomer.

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

BORRELKAART VAN
DE TOEKOMST

12



22

HOOGWAARDIGE DESSERTS



26

HERGEBRUIK
IS DE NORM

34

ONBEZORGD
GENIETEN

40

SUIKERVRIJE
CHOCOLADEHAAL HET
MAXIMALE UIT 'T
TERRASSEIZOEN

52

- 4 De populairste **cocktails en mocktails** van zomer 2022
- 8 200 jaar terug in de tijd voor de geschiedenis van **Pastel de Nata**
- 10 **Clean it** like you mean it
- 12 **De borrelkaart van de toekomst:** beestachtig lekkere vegetarische alternatieven
- 16 Een **(Zee)dijk** van een mayonaise
- 20 **Move-over mayonaise:** van Garlic Sriracha tot Chipotle
- 22 **Hoogwaardige desserts** in een handomdraai
- 26 **Hergebruik is de norm:** zoektocht naar circulaire alternatieven
- 30 **Liever kop-** dan meeloper
- 34 **Onbezorgd genieten** van de ijsijd
- 36 De meerwaarde van **kwaliteitskoffie** voor jouw horecazaak
- 40 **Zuivelvrije chocolade:** Callebaut is klaar voor de NXT generation
- 44 **Meer dan een trend:** zonder veganistische opties sla je de plank mis
- 46 Wordt bestellen en betalen via een app de **nieuwe norm?**
- 50 **Salades in de hoofdrol:** perfecte balans in smaak en juiste mondgevoel
- 52 Haal het maximale uit **'t terrasseizoen**
- 54 De **Rum Renaissance**
- 58 **Klassiekers in een nieuw jasje**
- 60 **Hete lucht** neemt een hoge vlucht
- 64 **Trendalert:** van plantaardige innovaties tot nieuwe sausvarianten

Why limit happy to an hour: cocktails verdienen een vaste plek op de drankkaart. Welke cocktails mogen er dit seizoen echt niet ontbreken? En welke mocktails zijn deze zomer hot? Om het je wat makkelijker te maken, hebben wij de acht dranken die dit seizoen niet op je kaart mogen missen op een rij gezet.

Het bereiden van een cocktail kan redelijk arbeidsintensief zijn, daar zijn wij ons van bewust. Maar met de juiste mise-en-place draai je zo het perfecte drankje voor een zwoele

zomeravond in elkaar. Bovendien heb je tegenwoordig een hoop tijdbesparende supplementen, zoals gedroogd fruit en half fabrikaten. En niet geheel onbelangrijk: de marges op cocktail liggen een stuk hoger dan op andere dranken.

Door het grotere glas (dat vaak veelal met ijs is gevuld) en de complexiteit van de drankjes, kun je hiervoor een hogere prijs vragen dan voor bijvoorbeeld een biertje. Met onderstaande acht varianten scoor je deze zomer.

DE POPULAIRSTE COCKTAILS EN MOCKTAILS VAN ZOMER 2022

ESPRESSO MARTINI Deze klassieke cocktail heeft afgelopen jaar een comeback gemaakt. De Espresso Martini is in het leven geroepen als after dinner cocktail, maar steeds vaker zie je hem ook op andere momenten van de dag besteld worden. Bij deze cocktail is iets meer behendigheid gewenst, omdat er echt krachtig geschud moet worden. Als je dat onder de knie hebt, is het in een mum van tijd gemaakt. Kopje verse espresso (30ml) mengen in een shaker met ijs, 30ml koffielikeur en 30ml wodka toevoegen en dan flink shaken tot de shaker koud is. Uitschenken zonder ijs in een Martiniglas en garneren met 3 koffieboontjes alvorens je hem uitserveert.

COCKTAILS

LIMONCELLO SPRITZ Misschien is dit wel dé cocktail van zomer 2022: de Limoncello Spritz. Het neefje van de nog steeds populaire Aperol Spritz is een stuk frisser. De cocktail heeft een zoetje en licht iets zuurs en is een keer iets heel anders om te drinken. Het beste nieuws: geen lange ingrediëntenlijst en een hufferproof bereiding, waardoor het gehele team hem kan bereiden. Crushed ijs in een glas, 50ml limoncello, 100ml prosecco en 25ml bruiswater toevoegen, aftoppen met een citroentje en je hebt de hit voor deze zomer in je hand.

PORNSTAR MARTINI De Pornstar Martini wordt gekenmerkt door de felle oranje kleur, de mooie schuimkraag en natuurlijk de gehalveerde passievrucht. Wanneer je het echt goed doet, serveer je de cocktail met een shotje bubbels (champagne of cava). Dan heb je gelijk een goed verhaal aan tafel: laat de gasten eerst de passievrucht uitlepelen, dan het shotje drinken en dan krijgen ze de cocktail als beloning. Voeg aan een shaker met ijs 2el eiwitten, 30ml vanille wodka, 45ml passievruchtsap en 5ml limoensap toe. Shake krachtig tot je een mooie schuimlaag krijgt, schenk de cocktail uit in een gekoeld martiniglas en decoreer met de halve passievrucht in het midden van het glas. Voila, je elegante cocktail is klaar.

MOCKTAILS



MOSCOW MULE Ruim 80 jaar geleden werd deze frisse, pittige cocktail bedacht. In de kenmerkende koperen cup zie je hem nu op veel terrassen weer voorbijkomen. Om de Moscow Mule te maken hoef je niet over allerlei ingewikkelde vaardigheden te beschikken, er komen geen moeilijke cocktailtechnieken aan te pas. Het enige dat je hoeft te doen is in een glas met ijs een halve eetlepel limoensap, 45ml wodka en 120ml gemberbier toe te voegen. Garneer de cocktail met een limoenschijfje voordat je hem opdiend.

NADA COLADA Het woordje 'nada' verklapt het al: dit is de non-alcoholische variant van de Pina Colada. De tropische mocktail oogt door de verse stukken ananas lekker zomers. Door de romige kokosmelk wordt de smaak van de Pina Colada nagebootst. Het alcoholvrije drankje maak je eenvoudig door in een shaker (of blender) ijsblokjes, 150ml ananassap en 45ml kokosmelk toe te voegen. Vervolgens shake (of blend) je dit net zolang tot er een frostlaagje ontstaat. Schenk de inhoud in een glas (het ijs kun je meeschikken) en versier met de verse stukjes ananas en cocktailkersjes.

NOJITO Karakteriserend voor deze frisse mocktail zijn de limoen en munt. Om de lekkerste smaak aan dit drankje te geven, is het belangrijk om de ingrediënten goed te stampen (muddlen). Voor dit stampen raden we aan om een glas met stevige onderkant te gebruiken. Plaats 4 limoenpartjes, 2tl rietsuiker en muntblaadjes in het glas en stamp dit aan. Voeg 30ml alcoholvrije witte rum toe en vul het glas aan met bruiswater en top af met crushed ice. Om je nojito af te maken, plaats je er wat muntblaadjes op. Tip: voor een extra muntsmaak smeer je de randen van het glas in met munt.

NOGRONI Geen cocktailbar in Italië waar de klassieke Negroni ontbreekt. Het alcoholvrije alternatief hiervoor maakt flinke opmars. Perfect als aperitief of in de zomer op een terras. Voor het recept heb je slechts vijf ingrediënten nodig: ijs, bloedsinaasappelsap (5cl), roze pompelmoessap (3cl), crodino (10cl) en een (gedroogde) sinaasappel. Vul het glas met ijs en schenk de sappen en crodino erover. Rasp wat schil van de sinaasappel eroverheen en voeg een schijfje (gedroogde) sinaasappel toe om de Nogroni af te maken.

SEEDLIP HERBAL GARDEN TONIC Seedlip bracht een aantal jaar geleden de allereerste alcoholvrije gin op de markt. Officieel mag dit niet deze naam dragen, omdat wettelijk is bepaald dat gin 37,5% alcohol moet bevatten. 's Werelds allereerste gedestilleerde niet-alcoholische drank is een kruidig drankje dat goed combineert met frisse komkommer en citroen. Om de Herbal garden Tonic te bereiden plaats je een komkommerlint langs de wand van een hoog glas. Vervolgens vul je het glas voor $\frac{3}{4}$ met ijsblokjes en schenk je hierover 40ml Seedlip Garden 108. Top deze mocktail af met 200ml tonic en een vers takje munt.

NIEUW LIPTON ICE TEA GREEN ZERO ZERO SUGAR, 100% TASTE

Lipton Ice Tea Green Zero (in horecafles) is de perfecte keuze voor de consument die op zoek is naar een heerlijke verfrissing op het terras die suikervrij en laag in calorieën is! Deze verfrissing is onderdeel van de nieuwe range Lipton Ice Tea Zero: Sparkling Zero (blik, rPET), Peach Zero (rPET) en Green Zero (horecafles, blik, rPET). Waarom de Green Zero op je terraskaart? Nou, 15% van de consumenten drinkt alleen maar zero sugar-frisdranken. Bovendien hebben we gezien dat Lipton-fans 33% meer Lipton Ice Tea drinken sinds de introductie van de nieuwe range!

MEER OMZET MET LIPTON ICE TEA ZERO

Door Lipton Ice Tea Green Zero aan je kaart toe te voegen kan jij als horecaondernemer een grote groep nieuwe consumenten aantrekken. Niet alleen de loyale zero drinker (15% van de consumenten) weet deze variant te vinden, ook de consumenten die eerder geen Ice Tea of andere frisdrank dronken, durven het aan met Ice Tea Zero. De rekensom is daarom simpel: meer nieuwe consumenten betekent meer rotatie van Lipton Ice Tea Zero, wat weer leidt tot meer omzet. Sla de bordjes 'gereserveerd' voor jouw terras maar vast in, want dit is een absolute win-win!

WORD JIJ HÉT LIPTON TERRAS VAN 2022?

Om de horeca te vieren, komt Lipton Ice Tea dit jaar met de landelijke activatie 'Hét Lipton Terras van 2022'. Een solidaire campagne waarbij jij, als horeca eigenaar, kans maakt op fantastische prijzen!

Zo zijn er twaalf provincie-winnaars die elk een bedrag van €10.000,- winnen. En alsof dat niet genoeg is, rollen er ook nog drie landelijke winnaars uit. Daarbij wint de nummer 1 een geldbedrag van maar liefst €100.000,-! Mooie bedragen om te investeren in jouw prachtige horeca-gelegenheid, toch?



Nieuwsgierig hoe jij kans maakt op deze fantastische prijzen? Kijk dan op www.unileverpartners.nl/stemopjefavoriet en doe je voordeel met de Tips & Tricks.



plekkerst

Tijd om **kritisch** naar je kaart te kijken

Dit is **hét moment** om de evolutie te omarmen

Maximale smaakbeleving, **minimale foodafdruk**

Het **ontzorgen** van de chefs

Constance kwaliteit, **minder voorbereidingstijd**

Kwaliteitskoffie als **visitekaartje**
voor jouw zaak

Dit zijn de **margemakers** voor op het terras

Heerlijk eten begint voor gasten in
een **schone keuken**



200 jaar terug in de tijd
voor de geschiedenis
van

Pastel de Nata



VROEGER MOEST JE ER MINIMAAL 2.000 KM VOOR AFLEGGEN, TEGENWOORDIG VIND JE DE BEROEMDE PORTUGESE LEKKERNIJ GELUKKIG OOK DICHTER BIJ HUIS. VAN HET LOKALE KOFFIETENTJE OM DE HOEK TOT BIJ DE GROTERE HOTELKETENS: DE PASTEL DE NATA IS OOK IN ONS LAND GELIEFD! BERGFOOD IS ALS SPECIALIST IN MEDITERRAAN FOOD EXCLUSIEVE IMPORTEUR IN NEDERLAND VAN NATA PURA.

RECEPT BLIJFT
GEHEIM



Voor de oorsprong van de Pastéis de Nata moeten we een flinke stap terug in de tijd. Zo'n 200 jaar geleden, in het begin van de 19^e eeuw, creëerden de monniken van het Jeronimos-klooster in Belém het originele recept van de Pastéis de Nata. Tijdens de liberale revolutie verkochten zij de zoetigheden aan toeristen die per stoomboot arriveerden om het klooster te bezoeken.

Door de revolutie moesten alle kloosters sluiten, maar van de opbrengst van de zoetwaren konden de monniken hun overleving verzekeren. Sterker nog: de custardtaartjes werden zo populair dat na het verdrijven van de religieuze ordes uit Portugal en de sluiting van het klooster (in 1834), de patissier van het klooster het originele recept verkocht. Dit werd gekocht door Domingos Rafael Alves, een Portugese zakenman uit Brazilië die ervoor zorgde dat het originele recept tot in de volgende eeuwen kon overleven. En dat is goed gelukt: 188 jaar later zijn de Pastéis de Nata uitgegroeid tot een van de bekendste zoetigheden uit de Portugese keuken.

Het geheim van de Oficina do Segredo

Alves startte de verkoop van de custardtaartjes in een suikerfabriek vlakbij het klooster tot hij banketbakkerij Antiga Confeitaria de Belém oprichtte in 1837. Dit leidde tot de winkel Pastéis de Belém die vandaag de dag nog zeer geliefd is bij zowel de lokale bevolking als toeristen. Tip: mocht je Lissabon bezoeken, breng dan zeker een bezoekje aan deze locatie. Hier maken ze namelijk de zoetigheden nog steeds als enige naar het originele, exclusieve recept: het geheim van de werkplaats.

Pastel de Nata betekent letterlijk pasteitje van room. De traditionele deegwaren delicatessen wordt bereid van luchtig en knapperig bladerdeeg en gevuld met gekarameliseerde room. De kleine custardtaartjes zijn in veel cafés en banketbakkerijen in Portugal te verkrijgen, maar het oorspronkelijke recept blijft geheim. Door het gebruik van ambachtelijk bereid bladerdeeg (50% boter, verse melk en eieren) onderscheidt Nata Pura zich. Ook bieden zij als enige fabrikant verschillende smaakvarianten aan, zoals zoute karamel en rood fruit. De Pastéis de Nata worden in handzame doosjes verpakt en in twee samenstellingen: 12 x 75 gram of 36 x 25 gram. De producten bevatten geen kunstmatige toevoegingen en bindmiddelen en smaken minimaal net zo lekker als in de Portugese hoofdstad. ■



Clean it like you
mean it

GLANZENDE GLAZEN EN BLINKEND BESTEK: JIJ KUNT JOUW GASTEN MET GOED FATSOEN ONTVANGEN. DE HELE AVOND ONTBRAK HET HEN AAN NIKS. HET KEUKENTEAM HEEFT ZICH URENLANG UITGESLOOFD IN DE KEUKEN EN DE BEDIENING HEEFT ERVOOR GEZORGD DAT DE AVOND TOT IN DE PUNTJES VERZORGD WAS. AAN HET EIND WILLEN DE GASTEN GRAAG DE CHEF BEDANKEN. ZE WERPEN EEN BLIK IN DE KEUKEN EN ZIJN HET ER UNANIEM OVER EENS: HIER ZIEN ZE ONS NIET MEER TERUG.

60% KOMT NOOIT MEER TERUG

Heerlijk eten begint voor gasten in een schone keuken. Sterker nog: gasten verwachten een hygiënisch schone keuken. De kwaliteit en voedselveiligheid spelen voor de consument een steeds belangrijkere rol. Zo zal 50% van de bezoekers klagen wanneer ze zien dat een restaurant niet schoon is en zelfs 60% besluiten om nooit meer terug te gaan, ongeacht hoe de rest van de avond is verlopen.

Kostenbesparend een schone keuken

Voor een sprankelend schone keuken is het vanzelfsprekend belangrijk om met de juiste producten te werken. Van een rvs-beschermer tot oven- en grillreiniger en van reiniging voor friteuses en afzuigkapfilters tot een diepvriesreiniger: voor verschillende materialen zijn verschillende schoonmaakmiddelen gewenst. Klinkt als een dure grap om allerlei verschillende producten aan te schaffen, maar door het samenstellen van het juiste pakket werkt het juiste kostenefficiënt voor de totale operatie. Denk hierbij aan arbeidskosten en kosten voor water- en energieverbruik. De Suma keukenhygiënekaart is een handig hulpmiddel om op een eenvoudige manier de keukenhygiëne op orde te houden door met de juiste producten te werken. Dit hulpmiddel is opgesteld door Diversey: een organisatie die wereldwijd bedrijven helpt op het gebied van reiniging en hygiëne. Zij hebben veel kennis en expertise in huis om de meest duurzame, veilige en efficiënte producten te ontwikkelen voor onder andere keukenhygiëne, vloeren, tafels, glazen, servies en sanitair.

De schoonmaakmiddelen van Diversey zijn duurzaam en voorzien van een EU ecolabel en/of C2C label. Bovendien zijn ze gemakkelijk in gebruik door schoonmaakprocessen, trainingen en ondersteunend materiaal, zoals de Suma keukenhygiënekaart. Deze geeft niet alleen de omschrijving van de producten, maar ook de dosering, hoe lang de producten dienen in te werken, of de producten nagespoeld dienen te worden en wat de juiste droogmethode is. ■

Vraag uw Horesca horeca-adviseur
naar de gratis Diversey keukenhygiënekaart.



De borrelkaart van de toekomst:
beestachtig lekkere
vegetarische alternatieven



HET IS HOOG TIJD OM EENS KRITISCH NAAR JE KAART TE KIJKEN. ZONDER VEGETARISCH AANBOD SLUIT JE NAMELIJK EEN STEEDS GROTER WORDENDE GROEP POTENTIËLE KLANTEN UIT. WIST JE DAT MEER DAN EEN DERDE VAN ALLE NEDERLANDSE CONSUMENTEN REGELMATIG VEGETARISCH EET?

Of de beweegredenen daarvoor nou gezondheid, bezorgdheid om het milieu of het welzijn van de dieren is, dit is hét moment om deze evolutie te omarmen.

Proeven, proeven, proeven

Gelukkig zijn er al enorm veel leveranciers die deze evolutie omarmen, waardoor je de keus hebt uit een breed aanbod. Belangrijk is dat je niet alleen een vegetarisch/veganistisch product aanbiedt omdat het 'de norm' is, maar dat je ook echt achter het product staat. Vergeet vooral niet te proeven en daag jezelf uit datgeen op de kaart te zetten dat niks afdoet aan de rest van jouw assortiment. "Aan de kwaliteit twijfel ik niet. Ik heb al een aantal keer mensen aan de lijn gehad die klaagden dat ze een vegetarische kroket hadden besteld, maar een draadjesvleeskroket hadden gekregen. Die heb ik kunnen garanderen dat de vegetarische draadjesvleesch kroket van Mora inderdaad niet van een draadjesvleeskroket te onderscheiden is", aldus Pascal Boeren. Als bedrijfsleider van Family Breda laat hij gasten kennismaken met de veelzijdigheid van de vegetarische opties.

WIN-WIN SITUATIE

Misschien is bovenstaande 'klacht' wel een van de grootste complimenten die je kunt krijgen als leverancier: consumenten die klagen dat ze de verkeerde producten krijgen, omdat de smaak niet van de 'echte variant' te onderscheiden is. Ook met de vegan bitterballen en croquettes van Cas&Kas krijgen horecaondernemers dit 'compliment' vaak te horen. "Het doel was om een bitterbal te ontwikkelen die nét zo smaakt als je gewend bent, maar dan helemaal vegan! Veel mensen geven aan het verschil niet te proeven", vertellen de heren. Maximale smaakbeleving, minimale foodafdruk. Een win-win situatie dus.

Let's veg!

Groentesnacks mogen niet overgeslagen worden. Dit gaat verder dan crudités. Op de borrelkaart van de toekomst hoeven vegetariërs geen genoeg meer te nemen met een paar snoep-tomaatjes en een stukje komkommer. Zo heeft Salomon FoodWorld de Green Heroes op de markt gebracht: gezonde veganistische groentesnacks met een volledige focus op groente en – zoals ze het zelf omschrijven – potentieel verslavende vegetarische snacks voor de verwenmomenten in het dagelijks leven. Salomon heeft als missie dat ondanks een duurzame en gezonde instelling, het leven ook een beetje vet moet zijn. Welke groentesnacks dan echt niet op je borrelplank mogen ontbreken? De vegan Cauli Wings zijn deze zomer dé nieuwe wing op je kaart. Gemaakt van bloemkool, omhuld door een knapperig bbq-jasje en te omschrijven als sappig, kruidig en crispy. Met de falafel in drie bonte variaties maak je een kleurrijk geheel van je borrelplank.

Dubbel inzetbaar

Maak er een uitdaging van om zelfs de doorgewinterde vleeseter een keer voor een vegetarische variant te laten kiezen. Wanneer je jouw vegetarische aanbod echt serieus neemt, zorg je niet alleen voor alternatieven maar ook voor volwaardige vegetarische gerechten. Tip: verwerk de vegetarische borrelsnacks in je gerechten en bied bijvoorbeeld een kleurrijke Bitterballen Bowl aan met Mora Vegetarische Draadjesvleesch bitterballen, frisse couscoussalade, gegrilde aubergine, avocado en hummus. Of wat dacht je van loaded fries met Van Dobben Vega croquetten en een originele topping van zuurkool, gefrituurde uitjes, bosui en mosterdmayonaise? De recepten van deze smaakexplosies vind je op de website van Van Geloven.

Show them what you got!

Geef je gerechten een aantrekkelijke naam, maar voorkom dat de consument hierdoor niet meer in de gaten heeft dat jouw zaak diverse vegetarische opties aanbiedt. Door een speciaal icoontje achter deze gerechten te plaatsen of ze in een aparte categorie uit te lichten, maak je in één oogopslag duidelijk wat het vegetarische assortiment is. En last but not least: verberg de gerechten niet onderaan het menu, maar laat ze overvloeien in de rest van je gerechten. ■

**SMAAK
EXPLOSIES**

**MINIMALE
FOOD-
AFDRUK**



Cas & Kas - Croquetten en Bitterballen



Salomon FoodWorld - Green Heroes Plant Nuggets



Mora - Frisse mini Bietenwraps met Nacho Cheese Bites



Salomon FoodWorld - Funky Falafel Ginger Beetroot



Van Dobben - Vega Croquet-frietje met mosterd en zuurkool



Salomon FoodWorld - Cauli Wings



Mora - Vega Bitterballen Bowl



Een
(Zee)dijk
van een mayonaise



HET NEDERLANDSE FAMILIEBEDRIJF OLIEHOORN IS EEN GEVESTIGDE NAAM IN FRITES-SAUS, CURRY, MAYONAISE EN KETCHUP. DE BASIS VAN HET BEDRIJF LIGT DAN OOK IN DE CAFETARIA- EN SNACKBARWERELD, WAAR DEZE SAUZEN OVER DE TOONBANK VLIEGEN.

Het bedrijf mocht afgelopen jaar 40 kaarsjes uitblazen en heeft zich de laatste jaren sterk ontwikkeld. Naast al hun nieuwe ontwikkelingen – zoals vegan mayonaise – is er sinds 2016 ook de ruimte om te voldoen aan de vraag van klanten naar speciale sauzen in kleinere series. Dit mondde uit in de productie van de Zeedijk Mayonaise in samenwerking met slagerij Vet: een uniek verhaal met onderscheidende smaak en beleving.

Een kijkje in de sauskeuken

In 2016 zag eigenaar Wim Dijk per toeval dat de voormalige biologische zuivelfabriek van Friesland Campina in Drachten leegstond. Er kon geen betere timing zijn: de vraag van klanten naar private label sauzen in kleinere series nam toe en in de bestaande fabriek in Zwaag kon dit niet onverstoorbaar geïntegreerd worden in het productieproces. Begin 2017 werd de fabriek in gebruik genomen voor het ontwikkelen van nieuwe sauzen, het testen van smaken en het doen van onderzoek naar het gebruik van meer natuurlijke grondstoffen. Sindsdien kunnen er voor diverse restaurants en cafetaria sauzen onder het eigen label worden ontwikkeld, naast de eigen sauzen die Oliehoorn voor horeca, cafetaria en retail ontwikkelt.

Het geheim van Mokum ontrafeld

Slagerij Vet is al generaties lang gevestigd op de Amsterdamse Zeedijk. Waar opa Vet in 1950 begon met de verkoop van mooie stukken vlees, gaat de vierde generatie mee met de tijd en speelt in op de behoefte om de kwaliteitsproducten ook meteen te kunnen proeven. Zo is het belegde broodje met Zeedijksaus ontstaan: een saus die het beste valt te omschrijven als een tongstrelende,

HET
GEHEIM
VAN
MOKUM

zoet-pittige kerriesaus. De slagerij heeft net zo lang met de ingrediënten gespeeld totdat een unieke smaakbeleving werd gevonden. In 20 jaar tijd is dit broodje uitgegroeid tot een waar fenomeen en is de Zeedijksaus zo populair geworden, dat Slagerij Vet de productie van hun eigen saus niet meer aankon en Oliehoorn verzocht om dit professioneler aan te pakken. Deze onderscheidende smaak en beleving spraken Oliehoorn uiteraard erg aan. Om het lokale succes van deze saus verder te laten groeien, is 'het geheim van Mokum' gedeeld met de sausmakers van Oliehoorn. Zij hebben de saus in productie genomen voor landelijke distributie, waardoor ook jij deze succesvolle saus nu op tafel kunt zetten.

De Zeedijk Mayonaise scoort niet alleen goed op belegde broodjes, maar is ook heerlijk op een hamburger, bij diverse vleesgerechten, op frietjes, snacks en bittergarnituur. ■



HET LEKKERSTE KAASPLANKJE VAN NEDERLAND!

GRATIS BIJ 3
VERPAKKINGEN



KaasTengels®

De originele ... met 't streepje



TREND ALERT!

van plantaardige innovaties tot
nieuwe sausvarianten



OP NAGENOEG IEDERE MENUKAART IS WEL EEN GERECHT TE VINDEN WAARIN MAYONAISE VERWERKT ZIT. VAN SMAAKMAKER OP JE TONIJNTARTAAR TOT EEN GOEDE TOEF OP JE FRIETJE.

Omdat écht iedereen van goede mayonaise moet kunnen genieten en om binnen de duurzaamheidstrends te blijven passen, heeft Remia diverse nieuwe producten ontwikkeld. Van nieuwe ei-, allergenen- en lactosevrije smaaksensaties tot smaakversterkers voor een van de populairste voorgerechten van Nederland: maak kennis met de nieuwe innovaties.

Bij een product dat zo alom geliefd is dat onze zuiderburen het zelfs al jarenlang op de Unesco Werelderfgoedlijst proberen te krijgen, is het een flinke uitdaging om een ingrediënt weg te laten zonder dat het iets afdoet aan de smaak. Maar Remia bewijst dat het kan en introduceert na het succes van de Like!Mayo nu ook de eerste ei-vrije, volledig plantaardige fritessaus. Door het weglaten van dierlijk eigeel wordt bovendien de fritessaus een stuk beter voor het milieu.

EERSTE
PLANTAARDIGE
FRITESSAUS



Net zo lekker als huisgemaakte saus

Dit is niet de eerste plantaardige innovatie, want in 2017 introduceerde het bedrijf al de Like!Mayo lijn met plantaardige mayonaise. Deze ei-, allergenen- en lactosevrije lijn is uitgebreid met twee nieuwe smaaksensaties: Chipotle en Truffel. Deze sauzen zijn perfect voor over je burger, loaded fries, sandwich of salade en spelen in op de toenemende vraag naar convenience producten als gevolg van het huidige personeelstekort. Door het aanbieden van plantaardige sauzen die qua smaak vergelijkbaar zijn met de homemade variant, wordt het personeel een stukje ontzorgd.

ONTZORGEN VAN CHEFS

Niet alleen met de Like!Mayo lijn speelt Remia in op het ontzorgen van de chefs. Van vlees tot vis, van tomaat tot oesterzwam en van los tot op een sandwich, wrap, Italiaanse bol of kroepoek: carpaccio heeft overduidelijk zijn plek veroverd als een van de populairste voorgerechten van Nederland. De Remia Legendary Real Taste Mayonnaises bieden een passende, maar vooral verrassende topping voor elke carpaccio. Varieer met de hartige en volle smaak van de Black Truffel of de pittige smaaksensatie van de Garlic Sriracha. Verrijk je jouw carpaccio liever met een romige en frisse smaak, probeer dan eens de Lemon Pepper of Green Pesto. ■

Hoogwaardige desserts



in een
hand
omdraai



BEN JIJ JE ERVAN BEWUST DAT EEN DESSERT HET LAATSTE IS WAT EEN GAST ZICH HERINNERT VAN EEN AVOND IN JOUW HORECAGELEGENHEID? MET HET DESSERT KUN JE DUS ECHT EEN BLIJVENDE INDRUK ACHTERLATEN. ECHTER, EEN GOED ÉN MOOI DESSERT MAKEN IS LASTIG: HET VERGT VEEL TIJD, VOORBEREIDING EN CREATIVITEIT.

Zeker met het huidige tekort aan goed opgeleid personeel en de stijgende arbeidskosten zorgt dit voor een complexe situatie. Heeft het keukenteam de hele avond de sterren van de hemel staan koken, laten ze het afweten bij het dessert door iets simpels te serveren. Dat kan anders. Met Debic Shapes serveer je op een handige en snelle manier hoogwaardige desserts en kan je altijd jouw eigen unieke touch toevoegen. Een win-win situatie: de gasten blij en het keukenteam wordt ontzorgd.

Consistente kwaliteit, minder voorbereidingstijd

Een moderne interpretatie van de bekende, klassieke dessertsmaken. Met Debic Shapes tover je in een mum van tijd prachtige desserts op tafel, waarmee je jouw gasten gegarandeerd imponeert. De hoogwaardige desserts passen goed bij deze tijd en spelen mooi in op de vraag naar kwalitatieve gemakproducten, het huidige personeelstekort en het hiermee ontzorgen van de witte brigade. Consistente kwaliteit met minder voorbereidingstijd klinkt als muziek in de oren, toch? Zo heb je geen prijzige siliconen bakvormen meer nodig om een indrukwekkende driedimensionale ring van panna cotta te maken, is geen extra voorbereidingstijd vereist voor een prachtige mascarponebalk en kan zelfs een beginnende chef perfecte quenelles van chocolademousse serveren. In de tijd die je bespaart, kun je jouw creativiteit de vrije loop laten om jouw eigen unieke touch toe te voegen aan het dessert.

Klaar om je gasten te verbluffen?

In vijf simpele stappen tover je de Debic Shapes om in een hoogstaand dessert. Na het uit de vriezer halen en openen van de verpakking, haal je de shapes voorzichtig uit de doos en leg je deze op het dessertbord. Een tip is om hiervoor een paletmes te gebruiken, zodat de shapes niet

IN EEN MUM VAN TIJD

breken. Vervolgens dek je de borden af met plastic en laat je de shapes minimaal vier uur ontdooien in de koelkast. Na vier uur geef je jouw unieke draai aan het dessert door ze af te toppen met je favoriete ingrediënten.

Er zijn drie soorten waarmee je eindeloos kunt variëren: de panna cotta ring, de mascarpone balk en de chocolademousse quenelles. En met eindeloos variëren bedoelen we dan ook echt oneindig: snijd doormidden voor een speels effect, bestrooi met cacao-poeder of top af met tropisch fruit, chocolade of noten. Klaar om je gasten met een blijvende indruk naar huis te laten gaan? Wij geven je alvast wat inspiratie. ■

BLIJVENDE INDRUK



Panna Cotta ring met pinda en M&M's

INGREDIËNTEN voor 10 porties 10 Debic Shapes Panna Cotta Ring • 100 g Debic Bakken & Braden • 100 g suiker • 100 g eieren • 100 g bloem • 200 g pindanoten • 20 g zonnebloemolie • 2 g zout • 200 g M&M pinda

BEREIDING PANNA COTTA RING Haal de panna cotta ring uit de blister. Leg op een bord of plateau en dek af met plastic. Laat ontdooien in de koelkast. **WAFEL** Meng alle ingrediënten samen en cutter fijn in de blender. Breng over in een knijpfles. Verwarm het wafelijzer en bak de wafels. Bewaar ze in een goed afgesloten bak. **PINDAKAAS** Cutter de pindanoten met de zonnebloemolie en het zout tot een gladde pasta. Breng over in een spuitzak en koel terug tot keukentemperatuur.

OPBOUW Crunch de M&M's. Dresseer de wafels op de borden en leg de panna cotta ring erop. Vul het gat van de panna cotta met de pindakaas en versier met de M&M crunch. Leg er nog een wafel op en breek met een lepel.



Mascarpone balk met exotisch fruit

INGREDIËNTEN voor 10 porties 10 Debic Shapes Mascarpone Balk • 150 ml mangocoulis • 1 mango • 200 g ananas • 2 passievruchten • 10 physalis • 1 limoen, de zeste • 10 g witte chocolade

BEREIDING MASCARPONE BALK MET EXOTISCH FRUIT Haal de mascarpone balk uit de blister. Leg op een bord of plateau en dek af met plastic. Laat ontdooien in de koelkast. Snijd de tropische vruchten in gelijke delen.

AFWERKING Decoreer de mascarpone balk met de tropische vruchten, de chocolade en de limoenzeste. Werk af met de mangocoulis.

Je favoriete drankje nu ook suikervrij



© 2022 The Coca-Cola Company. Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Cherry Cola, Fanta, the Coca-Cola script logo and the design of the Coca-Cola contour bottle are registered trademarks of The Coca-Cola Company. Fuze Tea Green Tea Apple Kiwi No Sugar is een frisdrank op basis van groene thee extract, met kiwi- en appelsap uit concentraten. © 2022 DP Beverages. FUZE TEA is a registered trademark of DP Beverages. Meer informatie over de ingrediënten en voedingswaarde van onze producten, waaronder regionale verschillen in Europa, vind je op: <https://www.fanta.nl>

Consumenten zijn steeds vaker op zoek naar drankjes met weinig of zonder calorieën en ook naar meer smaakvariatie en beleving. Daarom introduceerde Coca-Cola dit voorjaar drie nieuwe suikervrije innovaties: Coca-Cola Zero Sugar Cherry, Fanta Orange No Sugar en Fuze Tea Geen Appel Kiwi No Sugar.

Hergebruik is de norm:
**zoektocht naar circulaire
alternatieven**





DE KEUZES VOOR PRODUCTEN IN DE HORECA WORDEN STEEDS DUURZAMER. NIET ALLEEN WORDT HIERBIJ GEKEKEN NAAR DE HERKOMST EN PRODUCTIE VAN INGREDIËNTEN, MAAR OOK DE DUURZAAMHEID VAN MATERIALEN SPEELT EEN STEEDS GROTERE ROL. HERGEBRUIK IS DE NORM.

Om dit kracht bij te zetten, gaat de regering de strijd aan met zwerfafval middels de SUP-wetgeving. De kans is groot dat deze nieuwe regels ook betrekking hebben op jouw horecazaak.

De ontmoediging van plastic disposables

Het jaarlijks toenemende plastic zwerfafval is niet alleen erg schadelijk voor het milieu, maar ook voor de voedselketen. Plastic bevat veel giftige stoffen die niet in de natuur worden afgebroken, maar per ongeluk worden gegeten door dieren. Niet alleen kunnen zij hier flink ziek van worden, maar op deze manier komt het ook terug in de voedselketen. Zo is de plasticsoep in de zee een groot milieuprobleem. Om het gebruik van wegwerpplastics te verminderen, heeft de overheid maatregelen overgenomen uit de Europese single-use plastic richtlijn (SUP-richtlijn). Hierbij wordt ingespeeld op de tien plastic producten die het meest worden gevonden op de Europese stranden. In 2021 is er al een verbod- en markeringsplicht op een aantal SUP-producten in Nederland ingegaan, waaronder plastic rietjes en bestek.

Vanaf 1 juli 2023 worden de huidige SUP-richtlijnen uitgebreid met een ontmoediging op het gratis verstrekken van plastic-bevattende wegwerpbekers en maaltijdverpakkingen voor consumptie onderweg, bij afhalen en bezorging. Het ontmoedigingsbeleid betekent dat de producten tegen bijbetaling wel nog verstrekt mogen worden, maar dat het verplicht is als bedrijf om de consument een herbruikbaar alternatief aan te bieden. Een half jaar later gaat er een verbod in voor

UITBREIDING RICHTLIJNEN



de single-use plastics voor consumptie ter plaatse, bijvoorbeeld in een horecagelegenheid. De enige uitzondering op dit verbod is wanneer er voldaan kan worden aan hoogwaardige recycling, wat momenteel alleen mogelijk is bij PET-producten.

Duurzame alternatieven voor jouw bedrijf

Vanuit de horeca is er al veel vraag naar duurzame, milieuvriendelijke en maatschappelijk verantwoorde alternatieven. Een van de principes waarmee hier mooi op wordt ingespeeld is het stimuleren van 'Bring Your Own'. Hierbij nemen consumenten hun eigen mok mee naar een koffie-to-go zaak of een eigen bakje voor een afhaalmaaltijd. Wil je de consument zelf graag een alternatief bieden, dan past het assortiment met reusable vorken, zero waste bekens en onbreekbare duurzame (bier)glazen van Paardekooper mooi in deze lijn.

De Koninklijke Paardekooper Group heeft als ambitie om verpakkingsproducten en -diensten te leveren die hun functie vervullen met een zo klein mogelijke impact op mens en planeet en hiermee de meest duurzame verpakkingspecialist van Europa te worden. ■

ZO
KLEIN
MOGELIJKE
IMPACT



HELLMANN'S

EST. 1913



EEN PALET AAN NIEUWE SMAKEN

GEEF KLEUR AAN SALADES



ONTDEK ONS ASSORTIMENT OP [UFS.COM/HELLMANN'S](https://www.ufs.com/hellmanns)



Unilever
Food
Solutions

Support. Inspire. Progress.



Liever kop- dan meeloper



WAT EEN REVOLUTIE LIJKT OP HET GEBIED VAN HORECACONCEPTEN VOOR EENMALIG GEBRUIK, IS VOOR DUNI GROUP PAS DE EERSTE STAP. IN GESPREK MET HEN OVER TOEKOMSTIGE ALTERNATIEVEN EN DUURZAME INNOVATIES. MARKETING-MANAGER BENELUX RUDY LEMMENS: “WE WILLEN NOG VEEL VERDER GAAN, WANT WE ZIJN LIEVER KOPLOPER DAN MEELOPER.”

VRAAG VANUIT DE HORECA

Servetten van citroenschillen en placemats van aardappelzetmeel

Duni Group is ambitieus. Voor de SUP-richtlijnen produceerde de Zweedse leverancier van tafelconcepten, verpakkingen en take-away oplossingen nogal wat plastics, zoals glazen en verpakkingen. Onlangs introduceerde de producent van innovatieve tafelaankleding en take-away oplossingen fossielvrije OK Home Compost Dunisoftservetten. De binder van de non woven-servetten is samengesteld uit citroenschillen en mais en de verpakkingen zijn volledig gemaakt van glycinepapier. Ook bracht het bedrijf placemats van aardappelzetmeel op de markt.

Lemmens vertelt hierover: “Hoewel de producten revolutionair aandoen, zijn ze slechts ‘een eerste stap’. We zijn de eerste in de markt die dit doet en daar zijn wij best trots op. Onze tafelaankleding was al FSC-gecertificeerd, maar we willen graag nog veel verder gaan naar 100% recyclebare producten.”

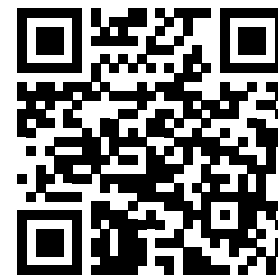
Circulaire alternatieven

Vanuit de horeca stijgt de vraag naar duurzame, milieuvriendelijke en maatschappelijk verantwoord geproduceerde producten voor eenmalig gebruik flink. “Vooral vanuit de hotellerie, fast casual en vega(n) restaurants is er veel vraag naar liefst volledig circulaire alternatieven. Dat is makkelijk gezegd, maar in de praktijk niet zo evident. Vooral bij het composteren en recyclen bij gespecialiseerde bedrijven op dat gebied lopen we nog tegen een hoop praktische problemen aan. Maar we blijven onverminderd doorgaan”, aldus Lemmens.

Duni Group wil met de innovaties hun impact op het milieu drastisch beperken. Naast het voldoen aan de SUP-regelgeving, streven ze er ook naar om in 2030 een volledig fossielvrije productie te hebben én klimaatneutraal te zijn.

Heb jij als horecaondernemer een hart voor onze planeet en ben je benieuwd geworden naar de duurzame servetten van citroenschillen en mais? Speciaal voor alle Horesca-leden is er een sample beschikbaar gesteld. ■

GOOD
FOOD
MOOD



Nieuwsgierig?
Vraag een
sample aan.



Shhhht... de Crizly ontwaakt! Met hun nieuwste campagne 'No fear, the Crizly is here' wil snackfabrikant Vanreusel de verkoop van de Crizly in frituren en cafetaria's in België en Nederland stimuleren. Durven jouw klanten 'm te bijten?

DE SNACK VOOR ÉCHTE AVONTURIERS

You better watch out, want de Crizly verbaast al je klanten, zelfs de grootste waaghalzen! De bad boy van Vanreusels snackfamilie is licht pikant, krakend krokant en gerankt met twee pepertjes binnen de HOT range van Vanreusel. "En exclusief voor de horeca natuurlijk, zoals al onze snacks", vertelt Sales Manager Sander ten Westeneind. Om de verkoop van de snack te stimuleren, stelde Vanreusel een stoer promopakket samen met toffe gadgets voor cafetaria-ondernemers en hun klanten.

MET 'NO FEAR, THE CRIZLY IS HERE' WILLEN DE ÉCHTE AVONTURIERS IN DE CAFETARIA VERRASSEN!

UNIEKE CONSUMENTENWEBSITE

Niet alleen een stoere campagne, maar ook een unieke consumentenwebsite (snacks.vanreusel.eu) zal klanten warm maken voor de Crizly. "Klanten vinden op deze pagina alles wat ze altijd al wilden weten over onze snacks, toffe video's en inspiratie voor een volgend bezoek aan de cafetaria", aldus ten Westeneind.

YOU BETTER WATCH OUT! LICHT PIKANT EN KRAKEND KROKANT VERBAAST DE CRIZLY AL JE KLANTEN, ZELFS DE GROOTSTE WAAGHALZEN.

Wil jij de waaghalzen in je cafetaria verrassen? Bestel minimaal 5 dozen Crizly en krijg een speciaal promopakket met toffe gadgets. Plaats nu je bestelling via www.vanreusel.eu/nl/order-crizly...

ALS JE DURFT TENMINSTE!



Onbezorgd genieten van de **ijstijd**

ZODRA DE EERSTE ZONNESTRALLEN DOORKOMEN, VORMT ER EEN RIJ VOOR DE IJSZAAK. EEN TRAKTATIE IN DE VORM VAN SOFTIJS, ROOMIJS, SCHEPIJS, FROZEN YOGHURT, MILK-SHAKE OF EEN SMOOTHIE IS EEN AANGENAME VERKOELING OP EEN ZOMERSE DAG.

De hedendaagse consument wenst gemak, duurzaamheid en beleving en stelt genieten centraal. Een uitdaging om hier als ondernemer op in te spelen, maar wanneer je dit goed doet zal dit zeker lonend werken. Zo is het bij een duurzaam alternatief belangrijk om in acht te nemen of dit niks aan de smaak afdoet. Wanneer het materiaal bijvoorbeeld smaak of geur afgeeft, kan dit een negatief effect hebben op het product dat je erin serveert.

Het oog wil ook wat

2022 is het jaar waarin zowel ijs als milkshakes in kartonnen bekertjes worden verpakt. Zo heeft de Paardekooper Groep drie nieuwe aantrekkelijke productlijnen op de markt gebracht



100% BAMBOE PAPIER

voor de populaire verfrissingen. De Refresh en ICE is (N)ICE-lijnen zijn gemaakt van stevig karton met een watervaste coating. Door de smaakneutrale coating wordt voorkomen dat de smaak beïnvloed wordt. De verpakkingen zijn voorzien van een gezellige print die hoog scoort op de Instagrampagina's van jouw consumenten. Hierdoor zullen zij het ijsje sneller fotograferen en delen, wat natuurlijk een aangename vorm van free-publicity is. Naast ijs- en milkshakebekers zijn er ook diverse ijs- en sorbetlepeltes en milkshakerietjes.

Natuurlijke materialen

Absolute favoriet is de lijn gemaakt van 100% bamboepapier. De producten van deze snelgroeiende plant zijn hip en eigentijds en tegelijkertijd milieubewust. Hierdoor past de bamboe-lijn perfect in deze tijd van natuurlijke grondstoffen. Het papier met PE-coating voelt stevig aan, is uiteraard voedselveilig en geeft geen smaak of geur af. Producten gemaakt van bamboe kun je herkennen aan de tekst 'bamboo paper' en het kleine logo met de twee bamboestengels. Hierdoor ziet de consument ook direct dat je voor een verpakking hebt gekozen van natuurlijk materiaal. ■

PAPIER VOELT STEVIG AAN



De **meerwaarde** van kwaliteitskoffie voor jouw horecazaak





KOFFIE IS DE MEEST GEDRONKEN DRANK OP HET WERK, THUIS EN IN DE HORECA. ALS DE KOFFIE GEWAARDEERD WORDT, IS DE KANS GROOT DAT GASTEN TERUGKOMEN. HET SCHENKEN VAN EEN KOP KWALITEITSKOFFIE IS HIERDOOR EEN GOED VISITEKAARTJE VOOR JOUW ZAAK.

Het koffiemomentje van Douwe Egberts is al meer dan 260 jaar verankerd in het Nederlandse dagelijks leven. De toewijding voor al die miljoenen koffiemomenten is wat het merk bijzonder maakt. Hoe waardevol deze koffiemomenten kunnen zijn, beseften Egbert Douwes en zijn vrouw Akke Thysses al in 1753. In hun winkeltje – De Witte Os in Joure – legden zij het fundament van wat vandaag de dag Douwe Egberts is.

GASTEN
KOMEN
GRAAG
TERUG

(H)eerlijke koffiebonen

Voor een goede kop koffie komen gasten graag terug. “Gastvrijheid binnen de horeca, gecombineerd met een perfecte kop koffie maakt het verschil. Kwalitatief hoogwaardige producten garanderen steeds perfecte koffie, zodat zelfs de grootste fijnproever ervan onder de indruk is.” Dankzij de ruime ervaring weten ze bij Douwe Egberts wat goede koffie is. Met ‘goed’ wordt niet alleen lekkere koffie bedoeld, maar ook ‘eerlijkheid’ speelt een grote rol binnen het bedrijf.

Zorg voor kwaliteit, mens en milieu

Dat kwaliteit in de details zit, weten ze bij dit bedrijf maar al te goed. Het is de expertise van de koffiemeesters van Douwe Egberts om de koffiebonen van de beste kwaliteit te selecteren op basis van kwaliteit, geur en smaak.

De koffiebonen worden zorgvuldig geteeld in de vruchtbaarste gebieden van de wereld. Hierbij staat zorg voor kwaliteit, mens én milieu centraal. Door samen te werken met het onafhankelijke certificeringsprogramma UTZ Certified, kan Douwe Egberts garanderen dat de espressobonen voor 100% bestaan uit UTZ gecertificeerde Arabica bonen uit Centraal- en Zuid-Amerika. Na het telen

krijgen de bonen de karakteristieke branding, waardoor de Medium Roast Espresso een milde, ronde smaak met licht rins karakter heeft en de Dark Roast Espresso een uitgesproken, temperamentvolle smaak.

Barista Masterclass

Met alleen de juiste melange verbluf je nog niet de moderne consument. Presentatie speelt tegenwoordig een steeds grotere rol in het creëren van de beste koffie ervaring. Zo is de gemiddelde gast bereid tot 33% meer te betalen voor een kop koffie, wanneer deze er mooi uitziet. Een flinke extra marge die je hiermee kunt behalen dus.

Ben jij er klaar voor om jouw presentatie skills naar een hoger niveau te tillen en hiermee meer marge te kunnen pakken op dezelfde kop koffie? Douwe Egberts geeft zes keer een Barista Masterclass voor twee personen weg. Tijdens deze training leer je gedurende 60 minuten alles over het ontstaan van koffie, het maken van de perfecte espresso, hoe je latte art kunt toepassen op jouw koffie en krijg je een rondleiding door het Experience Centre van Douwe Egberts. ■

GASTEN BETALEN
GRAAG MEER VOOR
MOOIE KOFFIE



***Kans maken op een barista
masterclass?***

Geef je dan op bij je accountmanager vóór 1 augustus 2022.



Friesche
Vlag®

Nieuw Friesche Vlag Barista Haver



Friesche Vlag Barista Haver is, net als onze Latte Opschuimmelk, ontwikkeld in samenwerking met barista's en heeft de kwaliteit die je gewend bent van Friesche Vlag, maar dan plantaardig. Door de fijne, zijdezachte en stevige schuimkraag is dit product perfect geschikt voor het maken van de heerlijkste plantaardige cappuccino's en haver macchiato's.

Friesche Vlag, **de beste voor in je koffie**

Zuivelvrije chocolade:

Callebaut is klaar voor de NXT generation





CALLEBAUT PRODUCEERT AL MEER DAN 100 JAAR JAAR HEERLIJKE CHOCOLADE. NA DRIE JAAR ONTWIKKELEN BRENGEN ZIJ NXT ZUIVELVRIJE CHOCOLADE OP DE MARKT: GENOT ZONDER COMPROMIS, MAAR MET DE GARANTIE DAT ALLE INGREDIËNTEN 100% PLANTAARDIG ZIJN. ZONDER OOK MAAR EEN ENKEL SPOOR VAN ZUIVEL EN DAT IS FLINK UNIEK IN DE CHOCOLADEWERELD

VRAAG NAAR VEGAN GROEIT RAP

Plantaardig is booming

De volgende generaties worden steeds bewuster en maken keuzes die een positieve impact hebben op de planeet, de gemeenschap en ons welzijn. Ze willen goed doen en zich goed voelen, ook op het gebied van eten. Binnen deze bewuste opties is de smaak een van de belangrijkste beweegredenen om uiteindelijk voor een product te kiezen: ze willen plantaardige alternatieven die even rijk, romig en verrukkelijk smaken als de traditionele producten.

Gen Z – de nieuwe generatie van 18-25 jaar oud – staat met maar liefst 2 miljard man sterk op deze planeet. Hierdoor stijgt de vraag naar verantwoorde en vegan producten in rap tempo. Om chocolatiers, (banket)bakkers en chefs in deze groeiende vraag te ondersteunen, heeft Callebaut de NXT chocolade range ontwikkeld: een assortiment zuivel- en allergeenvrije chocolade die inspeelt op de consumentenbehoefte van nu en de NXT generation.

Zuivelvrije chocolade is uniek

Zuivelvrij is de hoogste en tevens striktste norm op de markt. Veganistische, als veganistisch gecertificeerde en plantaardige chocolade mag sporen van zuivel bevatten, maar NXT zuivelvrije chocolade garandeert absoluut geen waarneembare sporen van zuivel of melkeiwit. De chocolade wordt in een afgescheiden productieomgeving geproduceerd, waar geen ingrediënten die zuivel, noten, eieren of andere allergenen bevatten worden gebruikt. Hierdoor is de chocolade niet alleen een goed veganistisch alternatief, maar ook geschikt voor mensen met een zuivelintolerantie.

Chufa als melkvervanger

Na drie jaar ontwikkelen heeft het bedrijf de perfecte samenstelling gevonden om de NXT chocolade te verfijnen. Met de kenmerkende, uitgebalanceerde smaak en romigheid van Callebaut, maar dan zonder zuivel of van dieren afkomstige ingrediënten. Bovendien is zowel de donkere als de melkchocolade geheel noten-, soja-, zuivel- en glutenvrij. Waar de melkchocolade rijk is aan cacao en een romige smaak heeft, proef je in de uitgebalanceerde pure variant hinten van rode vruchten.

De melk is vervangen door chufa: een knolletje dat groeit tussen de wortels van een plant in het Middellandse Zeegebied. Deze knolletjes worden gewassen, gedroogd, gesteriliseerd en gemalen tot een fijn poeder. Dit poeder is niet alleen een romige melkvervanger, maar hierdoor mag het product ook chocolade worden genoemd. Chufa geeft van nature een zoet en romig mondgevoel, vergelijkbaar met kastanjes.

NXT creatie-, educatie- en inspiratieplatform

Mouleren, omhullen, mengen of op smaak brengen: de NXT chocolade kun je niet alleen goed los eten, maar ook de mooiste veganistische gerechten van maken. Het kan voor traditionele chefs een uitdaging zijn om geheel veganistische recepten te bereiden. Speciaal daarvoor heeft Callebaut een gloednieuw platform opgezet. Voor de ontwikkeling hiervan is samengewerkt met diverse chefs en patissiers. Op dit digitale NXT platform kunnen chefs informatie en recepten vinden voor het creëren van producten met de NXT chocolade. ■

ZOET EN
ROMIG
MOND-
GEVOEL

Recepten en
informatie





CALLEBAUT®

BELGIUM 1911

OUR NXT ICONIC TASTE IS BORN



DARK

MILK
MADE WITH CHUFA

**OUR NXT GENERATION OF CHOCOLATES:
100% DAIRY-FREE & PLANT-BASED**

for all your vegan, plant-based, lactose-free
& dairy-free chocolate delights!

www.callebaut.com/NXT/dairyfree

Meer dan een trend:

zonder
veganistische
opties
sla je de
plank mis



DIEGO BUIK DENKT, DROOMT EN ADEMT HAMBURGERS. VANUIT ZIJN GELIJKNAMIGE BURGER-RESTAURANT IN ROTTERDAM EN DE FOODHALL IN SCHEVENINGEN LAAT HIJ MENSEN KENNISMAKEN MET 'THE FLAVOR OF THE CITY': KLEURRIJKE EN ONGEKENDE COMBINATIES.

Ook buiten de landsgrenzen blijft dit niet onopgemerkt. In 2015 won Diego de prijs 'Beste Burger van Rotterdam, twee jaar later bereikte hij het Guinness Book of World Records met de duurste hamburger ter wereld. De burger – met een waarde van € 2.050,- was gemaakt van Japanse dry aged wagyu, witte truffel, kaviaar, kaas, Oosterschelde kreeft, foie gras en Japanse fruit tomaat, afgetopt met een saus van kreeft, Jamaicaan Blue Mountain koffie en ruim dertig jaar oude sojasaus op een broodje afgewerkt met saffraan en bladgoud.

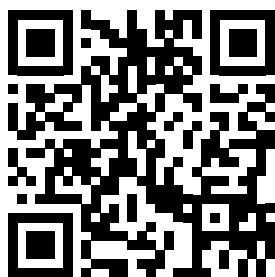
ULTIEME KAASERVARING

MAAR DAN PLANTBASED

De duurste hamburger ter wereld mag dan alleen voor the happy few bereikbaar zijn, Diego vindt het juist belangrijk dat iedereen van zijn burgers moet kunnen genieten. Jong, oud, doorgewinterde carnivoor, vegan, de alleseter en degene met intoleranties. In samenwerking met Violife heeft hij de Change Burgers gecreëerd: vegan burgers die in niets onderdoen voor vleesburgers. "Ik vind het een groot compliment wanneer vleeseters pas na afloop beseffen dat ze een veganistische burger ophebben, omdat het niks afdoet aan de smaak. Bovendien is het als horecaondernemer slim om ook vegan opties aan te bieden. Wanneer niet-vleeseters geen lekkere optie hebben, zal een gezelschap niet reserveren. Ook niet als maar één persoon van het gezelschap geen vlees eet, je wilt immers dat iedereen het naar zijn zin heeft. Daarom vinden wij het heel belangrijk om daar minimaal dezelfde aandacht aan te besteden", aldus Diego.

Ontdek Diego's Change Burgers met Violife vegan kaas

De Change Burger is de veganistische variant van de cheeseburger. Diego heeft 3 verschillende Change Burger recepten ontwikkeld. De kazen die voor deze burger worden gebruikt zijn de Violife Cheddar en Gouda slices. Dit plantaardige alternatief voor kaas is niet alleen geschikt voor vega(n), maar ook voor lactose-intoleranties. Bovendien heeft het product een 50% lagere CO2 uitstoot in vergelijking met dierlijke kazen. "Het mooie aan Violife is dat we het kunnen laten smelten als echte kaas om onze gasten de ultieme kaaservaring te geven, maar dan plantbased", vertelt Diego. Omdat steeds meer mensen bewust kiezen is dit kaasalternatief niet alleen goed voor de planeet, maar ook voor je horecazaak om als veganistische optie aan te bieden. De recepten van de Change Burgers met Violife zijn te vinden via de QR-code onderaan dit artikel.



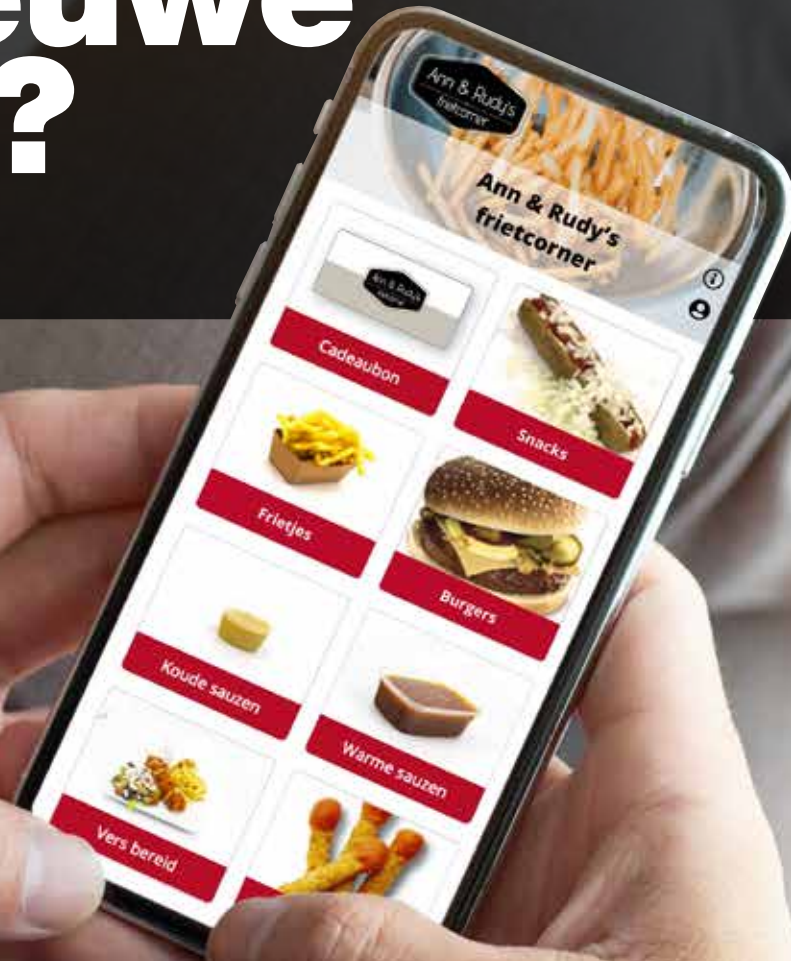
High Slider

Wil je jouw gasten op een toegankelijke manier kennis laten maken met het vega(n) assortiment? Dan heeft Diego nog een goede tip: "Sinds kort hebben wij de High Slider geïntroduceerd: hét alternatief voor de ouderwetse high tea. Tijdens de High Slider serveren wij champagne en een trio van sliders [een mini variant van de burgers, red.]. Een van deze drie sliders is vegan met Violife kaas, waardoor wij ook de vleeseters kennis laten maken met de smaak hiervan. Dit wordt enorm positief ontvangen." ■



Recepten en bereidingswijzen
van deze burgers.

Wordt bestellen en betalen via een app de **nieuwe norm**?





ALS DE PANDEMIE IETS HEEFT AANGETOOND, IS HET WEL DE VEERKRACHT VAN DE HORECASECTOR. VEEL HORECABEDRIJVEN MOESTEN HUN BEDRIJFSMODEL VAN DE ENE OP DE ANDERE DAG AANPASSEN EN STAPTEN OVER OP BEZORGING EN AFHAAL. SNELLE, HANDIGE EN EFFICIËNTE (ONLINE)BESTELMOGELIJKHEDEN WERDEN DE NIEUWE NORM.

De horeca loopt voorop in foodtrends, maar blijft op het gebied van technologie nog vaak achter. Na de coronasluiting zijn veel bedrijven weer gestopt met delivery, mede doordat zij dit niet weten te combineren met de dagelijkse werkzaamheden. Het huidige personeelstekort speelt hierbij ook een grote rol.

De hedendaagse consument heeft behoefte aan gemak, veiligheid en gezondheid. One2three wil hierop inspelen door de horecasector efficiënt te digitaliseren. Het bedrijf gelooft erin dat mobiele besteltechnologie de nieuwe standaard wordt voor de restaurantsector. Het bedrijf positioneert zichzelf als digitale partner en biedt een geïntegreerd platform aan met QR-codes, een online menu, bestelkiosken, informatieschermen en een reservatiesysteem.

EFFICIËNT DIGITALISEREN

Bekijken, bestellen en betalen via een QR-code

Wanneer je (nog) niet van plan bent om delivery op te zetten, omdat je met de huidige bezetting de drukte op de vloer al nauwelijks aankunt, biedt one2three ook een goede oplossing. Om het horecapersoneel ter plekke te ontzorgen, hebben zij een module ontwikkeld waarmee de gast het menu kan bekijken en indien gewenst ook kan bestellen en/of betalen. Deze module kan worden gekoppeld aan het kassasysteem, waardoor het geen extra administratie oplevert. De consument opent de omgeving door een QR-code te scannen.

Wellicht vind je dat het bestellen en betalen via de online omgeving iets afdoet aan de gastvrijheid van jouw bedrijf, maar het levert juist vaak extra tevreden klanten op. Doordat zij de menukaart

of rekening precies in handen hebben wanneer gewenst en niet meer op het personeel hoeven te wachten tijdens drukke piekmomenten. Vanzelfsprekend kun je gasten ook nog bij het team laten bestellen of betalen, waardoor je voor elke klant de beste optie aanbiedt.

Wisselt het menu nog weleens en daardoor bang dat dit veel extra rompslomp oplevert? In de duidelijke backend (de 'achterkant' van de module) kun je eenvoudig producten toevoegen of op tijdelijk niet leverbaar zetten. Tip: voeg ook foto's van de gerechten bij het menu toe, zodat de gast geïnspireerd wordt om het product te bestellen en precies weet wat diegene kan verwachten.

Digitale partner

Wel de mogelijkheid om een extra inkomstenstroom genereren? Tuig dan takeaway en/of delivery (weer) op. Ook hierbij wordt de website gekoppeld aan het kassasysteem. One2three wordt niet voor niets de digitale partner genoemd: wanneer je het lastig vindt om deze omgeving zelf in te richten, nemen zij dit graag voor je uit handen.

In de online omgeving kun je ook promoties toevoegen, bijvoorbeeld wanneer je een overschot hebt van een bepaald product of wanneer je op een bepaalde tijd wilt stimuleren dat mensen bestellen. Ook creëert het systeem automatisch suggesties op basis van voorgaande bestellingen van andere consumenten. Hierdoor is de kans groot dat er nog iets extra's aan de bestelling wordt toegevoegd. Tip: geef consumenten de kans om op voorhand al bestellingen te plaatsen. Verkoop jij broodjes voor de lunch, laat dan bedrijven al een dag van tevoren de bestelling doorgeven. Zo weet je precies welke capaciteit en producten je de volgende dag nodig hebt. ■

DIGITALE PARTNER





BRENG HET BESTE NAAR BOVEN

VERNIEUWDE DRESSINGS VOOR
KLASSIEKE EN MODERNE SALADES



ONTDEK ONS ASSORTIMENT OP [UFS.COM/HELLMANN'S](https://www.ufs.com/hellmanns)



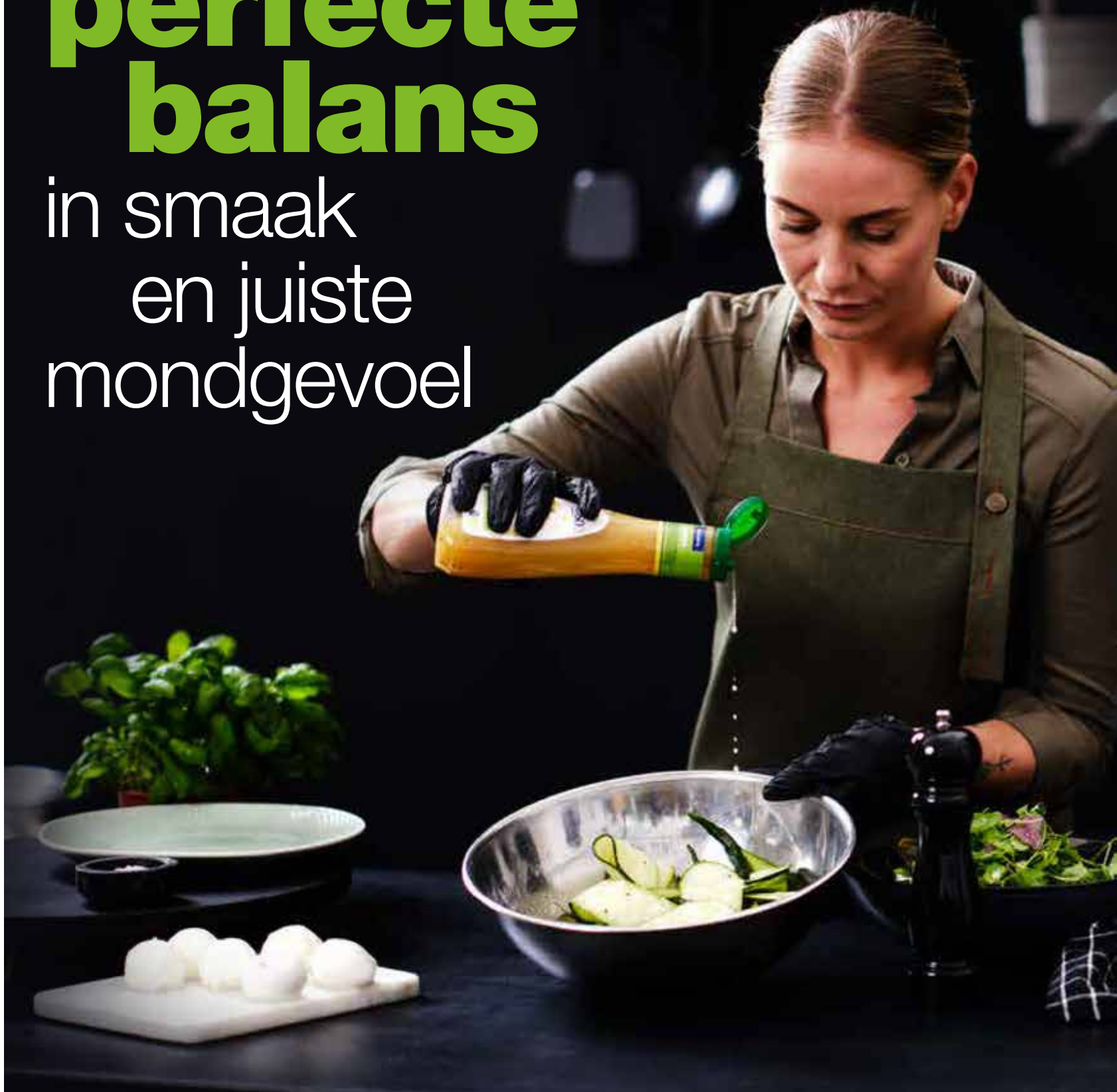
Unilever
Food
Solutions

Support. Inspire. Progress.

SALADES IN DE HOOFDROL:

perfecte balans

in smaak
en juiste
mondgevoel



DE TIJD DAT ER ALLEEN EEN GEITENKAASSALADE TUSSEN DE GEZONDERE, VEGETARISCHE OPTIES STOND, LIGT BIJ DE MEESTE RESTAURANTS VER ACHTER ONS. EN DAT IS MAAR GOED OOK, WANT CONSUMENTEN ZIJN ANNO 2022 BEWUSTER DAN OOIT.

Wanneer je denkt dat gezonde voeding en de bewuste keuze van consumenten een trend is, dan heb je het mis. Sterker nog: het is eerder de standaard geworden. Met het zomerseizoen in aantocht een mooi moment om nog eens kritisch naar je menukaart te kijken.

Koken volgens de seizoenen

Ieder seizoen brengt uiteraard zijn eigen specialiteiten mee. De zomer vraagt om lichtere, frisse gerechten. Met het oog op de bewustere keuze van de consument en de steeds belangrijker wordende totaalbeleving in restaurants, kies je voor gezonde, Instagramwaardige gerechten. Van kleurrijk voorgerecht tot maaltijdbegeleider of compleet gerecht: deze zomer zet je creatieve saladecombinaties op de menukaart.

Salades hebben niet alleen een goede marge, ze zijn ook relatief eenvoudig te bereiden zonder veel handelingen. Met het huidige personeelstekort een perfect gerecht dus om te bereiden voor het keukenteam. Het probleem: het vinden van de perfecte balans in smaak en het juiste mondgevoel. Wist je dat ruim 97% van de chefs een dressing gebruikt om het verschil te maken?

Doordat het Risso assortiment wordt geproduceerd met primair plantaardige ingrediënten, is het voor een breed publiek toegankelijk. Zo zijn zowel de vinaigrette balsamico als Thai soy en de dressing bieslook veganistisch. De Risso 2-fasen vinaigrettes zijn niet alleen heerlijk om een salade mee af te toppen, maar ook om te gebruiken als marinade of voor het afblussen van een gerecht. Doordat de producten intens zijn van smaak, heb je minder van het product nodig. Het grootste voordeel: de vinaigrettes zijn zowel koud als warm te gebruiken. De Risso romige dressings hebben een volle smaak en binden goed met de salade. Het assortiment loopt uiteen van klassiekers als Caesar-dressing tot spannende combinaties als yoghurt-paprika. De producten zijn speciaal voor de horeca samengesteld en passen precies in de koellade. Het team hoeft niet meer aan de slag voor een goede smaakmaker en de kwaliteit is constant. ■

97%
VAN DE CHEFS
GEBRUIKT
EEN DRESSING

Ben jij benieuwd of de Risso dressings en vinaigrettes ook goed bij jou als smaakmaker in de keuken passen?

Vraag dan een proefpakket salade aan via jouw Horesca-vertegenwoordiger.



Haal het maximale



uit 't terrasseizoen

MISSCHIEN WEL HÉT MOMENT WAAR WE HET MEEST NAAR HEBBEN UITGEKEKEN TIJDENS DE LOCKDOWN: EEN BORREL OP HET TERRAS. BORRELEN IS WEER EEN MOMENT VAN ONTMOETEN EN SAMENZIJN, MET HET TERRAS ALS ONTMOETINGSPLEK VOOR DEZE GEZELLIGHEID. DE PERFECTE GELEGENHEID VOOR HORECA OM EXTRA OMZET TE GENEREREN.

Het seizoen is in volle gang. Op een zonnige dag bruist het weer als vanouds op de terrassen. Geen gedoe meer met restricties, maar goedgevulde tafels en vrolijke mensen. Zeker nadat je hen een smaakvolle beleving hebt meegegeven. Haal het maximale uit het terrasseizoen door een aparte borrelkaart aan te bieden.

IEDEREEN MOET GELUKKIG WORDEN VAN HET BORRELMOMENT

De borrelbites van het seizoen

Door de borrelhappen prominent in beeld te brengen, zullen gasten eerder hiervoor kiezen. Op het terras komt iedereen samen: vleeseters, flexitariërs en vegetariërs. Zorg ervoor dat jij geen doelgroep uitsluit door een assortiment borrelhappen aan te bieden waarin iedereen zich kan vinden. Van gezond zondigen tot een vette hap: iedereen moet gelukkig worden van het borrelmoment.

Met de vlees-, kaas- en vega appetizers van McCain kun je eindeloos variëren. Alle producten zijn grondig getest en geselecteerd op basis van vier criteria: knapperigheid, textuur vanbinnen, smaak intensiteit en behoud van warmte. Hierdoor is een origineel assortiment PICKERS ontstaan: lekker om los te eten, maar ook goed te combineren op een borrelplank. Serveer bijvoorbeeld de camembert bites en smeuijge beer-battered mozzarella sticks voor echte kaasfanaten op een borrelplank met spicy chicken wings voor de vleeseters en veggie pepper rings voor de vegetariërs. Doordat de producten een korte en eenvoudige bereiding hebben, kun jij de gasten de snelle service bieden die ze graag willen.

Margemakers

De PICKERS zijn een goed margeproduct voor jouw horecabedrijf door de snelle bereidingstijd en de veelzijdige inzetbaarheid. Naast de borrelplank kun je de kleine hapjes namelijk ook inzetten als bijgerecht of als toevoeging op bestaande gerechten, zoals de mini onion rings als topping op je hamburger. Bovendien kun je de appetizers ook goed inzetten voor bezorging en afhaal, omdat ze zeker 20 minuten warm en knapperig blijven. Hierdoor kun je garanderen dat de gast thuis dezelfde smaakervaring heeft. ■

De Rum Renaissance





EEN EEUWENOUDE DRANK IN EEN MODERN JASJE. BIJ BEACHCLUB SOOMERS AAN HET ZWARTE PAD IN SCHEVENINGEN WETEN ZE HIER GOED RAAD MEE. EIGENAREN EDWIN DE JONG EN DYLAN REIJERS HEBBEN RUM EEN PROMINENTE PLEK OP DE KAART GEGEVEN. TIJD OM DEZE DRANK TE HERONTDEKKEN.

VERFIJNDE SMAKEN

Meer dan een trend

Dat gin-tonic zijn plaats op de drankkaart heeft heroverd, hoeven wij niemand meer uit te leggen. Bijna tien jaar geleden was de drank opeens terug van weggeweest en popten nieuwe gin-varianten als paddenstoelen uit de grond. Vandaag de dag is deze drankcombinatie nog steeds erg hot. Zo serveert Beachclub Soomers nog zeven verschillende gin-tonics in samenwerking met Fever-Tree.

Toch is er een gedegen concurrentie op de markt gekomen. Sterker nog: sinds deze drank ook op de drankkaart van de beachclub te vinden is, is de verhouding bestellingen tussen gin-tonic en de overige cocktails zelfs bijna 50:50 geworden. Het Amsterdamse bedrijf Spirited Union Botanical Rum Distillery heeft succesvol ingespeeld op de gin-hype en voert verschillende rums. Verwacht geen rokerige, zware rum, maar verfijnde smaken die perfect zijn om cocktails mee te maken. De onafhankelijke rum distilleerderij onderscheidt zich van de concurrentie door op zoek te gaan naar botanische ingrediënten in plaats van kunstmatige toevoegingen en aroma's. Zo snijden, schillen en persen zij zelf het fruit dat wordt verwerkt in de rum.

Botanical rum

Op enkele cocktails op de kaart na, wordt de rum van Union in alle cocktails verwerkt van Beachclub Soomers. "Het wordt heel goed ontvangen en veel mensen zijn verbaasd dat ze rum zitten te drinken. Ze verwachten een romige cocktail door de rum, maar het zijn juist heldere longdrinks. Het verschil zit hem erin dat je geen schuim- of crèmelaag op je cocktail krijgt. We krijgen veel

toffe reacties en de feedback dat mensen het uniek vinden”, vertelt Edwin. De cocktails worden geserveerd met gedroogd fruit. Edwin vertelt: “Dat is echt helemaal hot nu en scoort goed bij alle cocktails.” Zo wordt de Queen Pineapple & Spice rum geserveerd met Fever-Tree ginger beer, gedroogde ananas en munt en de Spice & Sea Salt variant met echt zeezout, Fever-Tree ginger beer, gedroogde limoen en munt. Een cocktail die we vooral in de gaten moeten houden, is de ‘Think Pink’: een tegenhanger van de Gordon’s Pink gin. De beachclub serveert deze populaire cocktail met grapefruit en Fever-Tree Raspberry & Rhubarb. “Het leuke is dat je echt een verhaal aan tafel hebt voor je gasten over de herkomst van de cocktails”, aldus Edwin. Overige hardlopers op de cocktailkaart zijn de Espresso Martini, limoncello-tonic en Mojito.





GEZELLIGHEID BIJ BEACHCLUB SOOMERS

GROTE KWALITEITS VERBETERING

Alcoholvrije dranken

Er is in Nederland een verschuiving gaande naar alcoholvrije- of ultra-low alcoholhoudende dranken, de zogeheten No & Low Alcohol. Consumenten maken steeds vaker gezondere en bewustere keuzes, zonder dat ze daarbij hoeven in te leveren op de kwaliteit van hun sociale momenten. Bij Beachclub Soomers verkopen ze dan ook diverse alcoholvrije alternatieven. "Vooral bij de bieren zie je veel 0%, zo hebben we een alcoholvrije Leffe, maltbierje en weizen. Ook verkopen we een alcoholvrije Mojito en gin-tonic. Mensen merken nauwelijks het verschil met echte gin-tonic en bieren. Hierin heeft de afgelopen jaren echt een grote kwaliteitsverbetering plaatsgevonden", sluit Edwin af. ■



Klassiekers in een

NIEUW JASJE



HELA KENT EEN RIJKE GESCHIEDENIS IN KRUIDEN EN SPECERIJEN. IN MEI 1905 NEEMT DE JONGE HANDELAAR OTTO HERMANN LAUE EEN NAAMLOZE VENNOOTSCHAP OVER. EEN JAAR LATER VERANDERT HIJ DE BEDRIJFSNAAM IN HERMANN LAUE, AFGEKORT: HELA.

Sindsdien is Hela een onderneming die handelt in kruiden en specerijen. Bijna 120 jaar later worden hun producten veelvuldig gebruikt door zowel professionele – als hobbychefs.

Het was in 1967 dat Harry Thissen de basis legde voor Hela Thissen B.V. in Nederland en in 1993 opent het bedrijf een eigen afdeling productontwikkeling in Venlo, de locatie waar zij vandaag de dag nog steeds gevestigd zijn. Deze afdeling werkt dagelijks aan de ontwikkeling van nieuwe producten in de proefkeuken. Een van de grootste successen die hieruit is voortgekomen, is de Hela Salad & Sandwich-lijn. Deze productlijn is in 2006 op de markt gebracht en sindsdien niet meer uit de keukens weg te denken. De absolute hardloper is de Hela Mosterd-Dille dressing.



NIEUWE SMAAK VARIANTEN

Spice it up!

De afgelopen maanden hebben ze niet stilgezeten bij Hela. Zo zijn alle dressings voorzien van een fris en kleurrijk nieuw design en wordt er niet meer gesproken van Hela Salad & Sandwich maar Hela Dressing. Door de mooie foto's van gerechten die hierop staan afgebeeld, hopen ze chefs te inspireren met de brede toepasbaarheid ervan. Als finish touch over de salade, op een wrap, als topping op een broodje of door een hippe bowl.

Bij productontwikkeling wordt nog steeds uitgebreid getest met nieuwe smaakcombinaties. Door de toenemende vraag naar pittige smaken zijn hier drie mooie nieuwe varianten uitgerold: Spicy Honing-Mosterd Dressing, Spicy Mosterd-Dille Dressing, en Cranberry-Peper Dressing. De twee laatstgenoemde dressings zijn niet alleen vegan, maar ook lactose- en glutenvrij. Hierdoor zijn ze inzetbaar voor een breed publiek. De dressings geven een speciale twist aan je gerecht met minimale toevoegingen.

Duurzame missie

Niet alleen met de nieuwe vegan varianten speelt het bedrijf in op duurzaamheid. Openheid, eerlijkheid en duurzaam denken met betrekking tot komende generaties vormen essentieel onderdeel van de bedrijfscultuur. Het bedrijf gaat al twee generaties mee en hoopt dit nog minimaal te verdubbelen. Zo worden economische doelen gecombineerd met sociale en ecologische verantwoordelijkheid voor mens en natuur. Geen greenwashing, maar een transparant bedrijf dat rekening houdt met de consument van morgen. ■



Hete lucht



neemt een hoge vlucht

JULES PAQUAY OPENDE AFGELOPEN JANUARI DE FRIETAIRE: DE ALLEREERSTE FRIETZAAK IN NEDERLAND DIE VOLLEDIG OP HETE LUCHT DRAAIT. EEN VOLLEDIG VERNIEUWEND CONCEPT, WAARBIJ ALLES IN DE ZAAK REFEREERT NAAR HETE LUCHT – A JOURNEY WITH HOT AIR FRY.

Zo is het interieur geïnspireerd op een luchtballon met de counter in de vorm van een ballon en de balie als mandje. Het gebruikmaken van airfryers in plaats van frituur heeft niet alleen veel voordelen voor de horecaondernemer, maar ook voor de consument.

Minder calorieën en beter voor het milieu

“We zijn de eerste in Nederland die het op deze manier doet. De frietzakenmarkt is volledig verzadigd. Als je nu een frietzaak opent, moet je anders zijn dan de anderen”, begint Jules. Midden in de lockdown opende hij het gloednieuwe concept op de Nieuwe Emmasingel in Eindhoven. Het sloeg gelijk goed aan, omdat er een groot voordeel aan zit voor de consument: snacks zonder te zondigen. Jules: “Friet en snacks uit de HiFri zijn een stuk minder vet. Het scheelt 40% calorieën en is daardoor een stuk gezonder.”

GEEN
VETPUT
NODIG

Ook voor de frietzaak brengt het de nodige pluspunten met zich mee. “Je bent vernieuwend, ook in de kosten. We hebben niet met de schaarste in olie te maken. Ook is het milieubewuster. We hebben we geen vetput nodig om het vet af te voeren. De ‘airfryers’ hebben een eigen schoonmaakprogramma, er zit een soort ingebouwde vaatwasser in waar wij alleen twee vaatwastabletten aan toe hoeven te voegen. Je kunt je voorstellen wat een voordeel het is dat we niet alles hoeven schoon te maken”, vertelt Jules.

Kwaliteit garantie

De Frietaire heeft vier HiFri's: twee de friet en twee voor het afbakken van snacks. Het verschil tussen een consumenten airfryer en de HiFri's? “De superkracht. Deze werken met krachtstroom. De hete lucht wordt onder hele hoge druk in de cabine gespoten. Er is een roterende mand, een soort wasmachine, waardoor je de kroktheid kan waarborgen en ervoor kan zorgen dat food

overall even gaar wordt. De capaciteit en snelheid zijn veel groter dan bij een huisapparaat", vertelt Jules ons. Zo heb je in vijf minuutjes 2,5 kilo friet. Het verbruik is goedkoper dan met traditionele bakwanden die op gas functioneren, zeker met de hedendaagse torenhoge gasprijzen.

In de consumenten airfryer loop je nog weleens het risico dat snacks kapot geblazen worden, maar het assortiment van De Frietaire is speciaal voor deze airfryers en uitgebreid getest. Bovendien weet de machine feilloos de bereidingstijd van elk product. "Doordat wij werken met gesloten cabines, kunnen wij altijd dezelfde kwaliteit garanderen. De kwaliteit is niet afhankelijk van wanneer het personeel het frituurvet verschoont of de snacks uit het vet haalt. We hebben een voorgeprogrammeerde tablet en op het moment dat je er bijvoorbeeld frikandellen ingooit, druk je op de knop van de bijbehorende snack. Het apparaat gaat pas open als het product klaar is."

UITGEBREID GETEST



In de toekomst verwacht Jules dat andere horecazaken een professionele airfryer zullen aanschaffen. Niet alleen om friet in te bereiden, maar ook steeds vaker voor andere producten.

Het totaalplaatje

Hardlopers op de menukaart zijn de loaded frikandellen en loaded fries. De luxe aangeklede frieten worden in drie varianten geserveerd: met kip piri piri, rendang en Belgische stoof. Bij aanblijvend succes is er de ambitie om op nog meer plekken in Nederland dit concept op te zetten.

Jules sluit af met een tip voor andere ondernemers: "Bij een concept moet het hele totaalplaatje kloppen. We hebben nu de keuze gemaakt om als eerste van Nederland met hete lucht te werken. Het hele interieur is hierop aangepast. Zo refereert de counter in de vorm van een heteluchtballon naar het concept en is het ontwerp van de lampen en krukken hierop aangepast. Je kan veel ideeën hebben, maar uiteindelijk moet het totaalplaatje kloppen. Anders is het op voorhand al mislukt." ■

LUXE AANGEKLEDE FRIETEN

Broodsnack twisters

in 4 heerlijke smaken.
Easy on the go

Vinschgauer
19761

Lente-ui &
parmezaanse kaas
19782

Chocolade abrikoos
19759

Curry, wortel
& rozijnen
19760

Délifrance
LIVE EVERYDAY DELICIOUS

‘tiekkerst kiezen’ tiekkerst
durven’ tiekkerst proeven
‘tiekkerst kiezen’ tiekker
‘tiekkerst zien’ tiekkerst ru
durven’ tiekkerst proeve
ruiken’ tiekkerst ervaren’ tie
‘tiekkerst zien’ tiekkers
‘tiekkerst zelf maken’ tiekke
ruiken’ tiekkerst ervaren
‘tiekkerst zelf maken’ tie
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