

LEKKERRRS

www.lekkerrrs.nl

...UIT DE STREEK

De mini-supermarkt voor kleine dorpen

Eind oktober opende Lukas Lagerweij in het Gelderse Wilp zijn eerste onbemande minisupermarkt. Hij wil zijn concept, dat hij *Pantry* heeft gedoopt, graag uitbreiden naar andere supermarktloze dorpen. Diverse boeren en telers uit de omgeving, maar ook de lokale bakker brengen hun producten naar de nieuwe minisupermarkt midden in het dorp. Het winkeltje is ongeveer drie bij zeven meter groot en is vooral gevuld met versproducten uit de streek. Wie boodschappen wil doen, moet een app downloaden om de deur te kunnen openen. Het vervolg is simpel: de gewenste producten scannen, betalen via Ideal en met de boodschappen naar huis.

Het nieuwe initiatief is een mooie mogelijkheid voor producenten om hun producten lokaal af te zetten. Maar ook voor de 2400 inwoners van Wilp, die weer in het eigen dorp boodschappen kunnen doen. Van de verkochte producten gaat 80% van de prijs naar de boer of teler en 20% naar de *Pantry*. De leveranciers bepalen zelf de prijs waarvoor hun producten in de minisupermarkt verkocht worden.



Eind oktober werd de eerste, 21 m² grote minisupermarkt geopend *Pantry*



Dagblad trouw besteedde onlangs uitgebreid aandacht aan het nieuwe minisupermarktconcept in Wilp. Lees het artikel via de afgebeelde QR-code.

Zeeuwse snacks uit reststromen

Het Zeeuwse bedrijf Floor Trading gaat samen met CZAV en machinebouwer Famateq onderzoek doen naar de mogelijkheid om een productieproces te ontwikkelen om plantaardige snacks te maken uit reststromen die afkomstig zijn uit de Zeeuwse groente- en fruitsector. Doel is om deze laagwaardige reststromen tot

meerwaarde te brengen. De productie zal in de provincie plaatsvinden en de nieuw te ontwikkelen producten worden via korte ketens in Zeeland afgezet. Floor Trading is een handelsbedrijf in noten en snacks. De provincie heeft een subsidie van € 50.000 beschikbaar gesteld voor een haalbaarheidsonderzoek

Advertenties & Advertorials

Lekkerrrs... biedt een groot aantal mogelijkheden voor het plaatsen van een advertentie, variërend van 1/20 van een pagina tot een hele pagina

uw bedrijf? Een advertorial in de gedrukte editie van Lekkerrrs... uit de streek is hiervoor het ideale platform. Een advertorial bestaat uit tekst, afbeeldingen en uw logo en contactgegevens.

Kijk op www.lekkerrrs.nl/advertieren voor de mogelijkheden, prijzen en verschijningsdata

Advertorials

Een nieuw product of dienst? Uw bedrijf voorstellen aan uw potentiële klanten? Speciale aandacht vestigen op de activiteiten van



Verrassende fruitproducten voor uw boerderijwinkel

Greetje Betuwse producten
Fruitstroop, Fruitsecco
Fruitchocolade

www.fruitteeltshop.nl



Lekkerrrs.... uit de streek'

Lekkerrrs... uit de streek is de titel van een geheel nieuwe krant over ambachtelijke streekproducten. Deze krant wordt gratis per post verzonden naar boerderijwinkels, delicatessenzaken, kaasspecialzaken, groentespecialzaken en naar ambulante leveranciers van deze producten. Kortom; naar iedereen die ambachtelijke streekproducten in het assortiment heeft of zou kunnen hebben. Daarnaast is de krant ook online toegankelijk voor alle overige geïnteresseerden.

Adverteren in Lekkerrrs...?

Kijk voor meer info op www.lekkerrrs.nl/adverteren

LEKKERRRS



In dit nummer onder andere:

- ▶ Lokaal eten kopen als alternatief voor de supermarkt?
- ▶ Supergezonde rozenbottels vooral verkocht als verwerkt product
- ▶ Korte keten niet voor iedere boer of teler weggelegd
- ▶ Video's maken met je smartphone
- ▶ Crowdfunding als marketinginstrument
- ▶ Alleen nog streekproducten in boerderijwinkels
- ▶ Ambachtelijke streekproducten in de Fruitteeltshop
- ▶ Trek de aandacht met een deco-koek, reclamebord of vlag

Korte keten niet voor iedere boer of teler weggelegd

De COVID-crisis heeft de verkoop via korte ketens van producent naar consument een boost gegeven. Echter niet alle boerderijwinkels zijn een succes. Olivier Guiot van het Belgische Instituut voor Landbouw-, Visserij- en Voedingsonderzoek (ILVO) onderzocht welke factoren een korte keten tot een succes maken. Hoe komt het dat sommige ondernemers succesvol zijn en door-groeien tot economisch rendabele en veerkrachtige bedrijven en waarom lukt dat bij andere ondernemers niet?

Marketing is belangrijke factor voor succes

Marketing is volgens Guiot één van de cruciale elementen voor succes. Bedrijven die succesvol zijn in marketing, zijn volgens Guiot sterk in het verhalende aspect. "Een boer zei me: ik verkoop geen aardbeien, ik verkoop een verhaal waarbij de aardbei de hoofdrol heeft. Goeie marketing is nooit gewoon een foto van een appel of een peer delen en zeggen: koop mijn appel, koop mijn peer. Je deelt foto's van de pluk van de peer, van mensen die in de weer zijn op je bedrijf." Een heel effectief kanaal voor marketing is een nieuwsbrief. "Als je dat goed doet is dat bijna een dagboek, dat creëert een enorme connectie tussen de consument en het bedrijf." De vaardigheden voor het maken van een goede website, wellicht een webshop, social media berichten, een aantrekkelijke folder en andere marketingelementen zijn lang niet altijd op het bedrijf zelf aanwezig. Hier komt de tweede succesfactor in beeld: durf een beroep te doen op externe kennis,

vaardigheden en expertise; durf dingen uit handen te geven.

Succesfactor 3: financieel bewust zijn

Net als iedere ondernemer moet ook een boerderijwinkel de opbrengsten en kosten goed in beeld hebben. "Als je bijvoorbeeld ziet dat je op zaterdag een derde van je omzet realiseert en op vrijdag tweederde, dan moet je durven concluderen dat je eigenlijk beter af bent om op zaterdag te sluiten." Een ander aspect is je prijsstrategie: "Ik ken bedrijven met 100.000 euro omzet of met 3 miljoen omzet, maar van alle succesvolle korteketenboeren die ik ken is er geen enkele die de prijs fundamenteel als een promotiemiddel ziet." Succesvolle bedrijven hebben ook met elkaar gemeen dat ze op financieel gebied grotendeels onafhankelijk zijn van de bank. Succesvolle bedrijven willen hun eigen zaakjes graag regelen en niet afhankelijk zijn van bijvoorbeeld subsidies of contracten met leveranciers,



Er zijn supermarkten die lokale producten als klantenlokker zien en waar de leverancier de prijs mag bepalen. FruitMedia



Een goede marketingmix is een van de belangrijkste succesfactoren bij de afzet in korte ketens

Pixabay

Alleen nog streekproducten in Gemertse boerderijwinkels

Boerderijwinkels in de Brabantse gemeente Gemert-Bakel mogen op last van de gemeente alleen nog maar producten uit de eigen streek verkopen. De gemeente is op de vingers getikt door zowel de Raad van State als de gemeentelijke bezwarencommissie omdat er in de winkels tegen de regels in producten van buiten de regio en zelfs van buiten Nederland en Europa werden verkocht.

Boerderijwinkels mogen volgens de plaatselijke regelgeving streekproducten verkopen, maar de gemeente heeft nagelaten te omschrijven wat ze precies met streekproducten bedoelen. Ook ging de gemeente er van uit dat het door de boerderijwinkels aangeboden assortiment beperkt bleef tot producten uit de streek, zonder daar op toe te zien. De gemeente heeft nu de regels aan-

gepast. Boerderijwinkels mogen voortaan alleen nog streekproducten verkopen die gemaakt zijn in Gemert-Bakel en de andere gemeenten in de Peel. Zo simpel en duidelijk is het voortaan", zegt verantwoordelijk wethouder Willeke van Zeeland in het Eindhovens Dagblad.

Keuzes maken

Guiot heeft nog wel een waarschuwing voor agrariërs die overwegen een boerderijwinkel te openen. "Veel bedrijven komen ook op gegeven moment op een kruispunt waar ze moeten kiezen tussen bijvoorbeeld investeren in een melkrobot of verbreden. Als ze dan voor dat tweede kiezen, dan betekent dat wel vaak dat ze de maximale productie-efficiëntie loslaten. Bedrijven die alles willen, brengen zichzelf dikwijls in de problemen".

Stapsgewijs en gestructureerd

Guiot kent uiteraard ook bedrijven waar het opzetten van een korte ketenverkoop niet is gelukt. De oorzaak is vaak een gebrek aan een stapsgewijze benadering. Guiot noemt als voorbeeld een melkveehouder die grond bijkoopt, meer koeien wil houden en tegelijk start met eigen verwerking. "Dit is te veel en te snel. Dan krijg je een burn-out of conflicten in de familie". Succesvolle bedrijven daarentegen zijn zeer goed georganiseerd met een zeer goede en duidelijke taakverdeling en een stapsgewijze aanpak. Wat doet de boer, wat doet de boerin, wat doen de kinderen? Duidelijke taakverdelingen nemen conflict weg. Structureel overleg is zeer belangrijk, niet alleen voor de efficiëntie maar ook voor mentaal welzijn. "Zorg ervoor dat de zaken besproken worden tijdens die momenten en creëer zo ruimte voor je privéleven, want je bedrijf mag niet van 's morgens vroeg tot 's avonds laat je gedachten domineren", adviseert Guiot.

Bescheiden differentiatie

Guiot ziet een, zoals hij het noemt bescheiden differentiatie van bedrijven als ideaal. Niet alleen een winkel of horeca dus, maar twee of drie dingen doen waar je écht goed in bent en zorgen voor meerdere afzetkanalen. Nog een belangrijke succesfactor is volgens Guiot kunnen netwerken en partnerships sluiten. Korte ketenboeren beschouwen elkaar niet als concurrent; de succesvolle gaan op zoek naar partnerships en betrekken andere boeren bij de opbouw van het eigen assortiment en de logistiek. Afzet via een supermarktketen zal niet bij iedereen hoog op de wensenlijst staan. Het gaat bij levering aan retail immers vaak om de prijs en dat is nu juist iets waar korte-ketenondernemers van weg willen blijven. Er zijn echter voorbeelden van supermarkten die lokale producten juist als klantenlokker zien en waar de leverancier de prijs mag bepalen.

Supergezonde rozenbottels vooral verkocht als verwerkt product

Rozenbottels zijn door een hoog gehalte aan vitamine C en andere inhoudsstoffen supergezond. Rozenbotteltuin De Put in Wijk bij Duurstede teelt als zo'n beetje de enige in Nederland op wat grotere schaal rozenbottels en verwerkt ze tot een reeks interessante producten.

Rozenbotteltuin De Put in Wijk bij Duurstede kent een lange geschiedenis. In 1951 startte op een voormalig gronddepot voor het graven van het Amsterdam-Rijnkanaal de nog jonge fruitteiler Hans Moerkoert en zijn vrouw Topy uit Jutphaas met het telen van rozenbottels. Na de Tweede Wereldoorlog startte familie Zwaardemaker, die in Maassen een jamfabriek hadden, met de verwerking van rozenbottels. Zwaardemaker verwerkte rozenbottels onder andere tot de beroemde Karvan Cevitam siroop. Hans en Topy Moerkoert gingen vervolgens rozenbottels telen voor Zwaardemaker.



Rozenbottels zijn rijk aan vitamine C

Pixabay

Biologisch geteeld

In de loop van de jaren is de teelt van rozenbottels voor verwerking in Nederland vrijwel verdwenen. Rozenbotteltuin De Put ging echter door op een kleinere oppervlakte van bijna twee hectare. Inmiddels telen al sinds de tachtiger jaren dochter Emmelie Moerkoert samen met haar man Eric Hees nog steeds rozenbottels. Ze doen dat sinds hun intrede in het bedrijf al biologisch en gericht op kleinschalige afzet in de korte keten. De verwerking gebeurde in de eerste jaren door biologische verwerkers als firma Gaiapolis, Aquarius en Natufood. In de negentiger jaren kwam de productie van vruchtenwijn op

basis van rozenbottels op gang. Tegenwoordig verwerkt de bekende jammaker Van Woerkom hun rozenbottels tot jam, chutney en rozenbottelcoulis (een vruchtenpuree).

Vitaminetekort als drive voor inplant

Rozenbottels zijn supergezond en staan bekend als zeer rijk aan vitamine C. Een groot tekort aan vitamine C in het dagelijkse voedselpakket in ons land in de jaren '40 en daarna was de grote stimulans om de teelt en verwerking van rozenbottels na de Tweede Wereldoorlog op grote schaal te

stimuleren. Ooit kende De Put een oppervlakte van 20 hectare rozenbottels en werden er alleen al voor Zwaardemaker op ongeveer 80 hectare op diverse locaties in Nederland rozenbottels geteeld. Door een veranderd voedselpakket waarin vitamine C een veel minder probleem werd en de verplaatsing van de teelt naar laaglooslanden vanwege de arbeidsintensieve pluk ging het vanaf de 70-'er jaren bergafwaarts met de rozenbottelteelt.

Afzet

De afzet van de bottels gebeurt bijna geheel als verwerkt product waarbij De Put samenwerkt samen met diverse partners. Jammakerij Van Woerkom maakt er conservenproducten van. De Lindenhoff in Baambrugge is al meer dan 10 jaar actief als distributeur van de rozenbottelcoulis naar toonaangevende restaurants in Nederland. Daarnaast zijn er nog een reeks van kleinere bedrijven die hun producten distribueren en verkopen. Maar afnemers kunnen ook rechtstreeks bij De Put kopen. Emmelie Moerkoert en Eric Hees zijn erg trots op dat De Put is aangesloten is bij Slow Food Nederland

Hees en Moerkoert zien een groeiende belangstelling voor producten op basis van rozenbottels. Steeds meer mensen uit de met name de culinaire wereld hebben interesse in dit niet alledaagse producten. Daarbij speelt zeker ook het gezondheidsaspect een grote rol want inmiddels is aangetoond dat rozenbottels niet alleen vol vitamine C zitten maar ook heel veel andere gezonde inhoudsstoffen hebben.



Eric Hees en Emmelie Moerkoert

Rozenbotteltuin De Put



Coulis is een puree van rozenbottels zonder toevoegingen

Rozenbotteltuin De Put



Coulis, chutney en confituur van de Put

WTE Fruitadvies

Coulis, chutney en confituur

De rozenbottels worden vooral verwerkt tot coulis, chutney en confituur. De confituur bevat naast rozenbottels ook appel en beperkt suiker en honing. De chutney is iets pittig en bevat ook pruimen, appel en kruiden. De rozenbot-

telcoulis is de ietwat zure, puur gepureerde rozenbottel. Daarmee kan iedereen aan het werk in de keuken, om bijvoorbeeld ijs, saus of een pizza te maken, of vlees te marinieren. Rozenbotteltuin De Put heeft ook een receptenboekje uitgebracht. (Wouter van Teeffelen, WTE Fruitadvies)

Bedrijfsgegevens;

- Rozenbotteltuin De Put, Broekweg 10 in Wijk bij Duurstede
- Ondernemers: Emmelie Moerkoert en Eric Hees. Zij combineren deze kwekerij met een baan als werkcoach bij Werkzaam Rivierenland en als adviseur bij CLM Onderzoek en Advies.
- Teelt: 2 hectare rozenbottels van de flesvormige soorten *Rosa alpina* en *Rosa blanda*.
- Afzet: bijna alles wordt als verwerkt product in de korte ketens en naar horeca verkocht. De verwerking en distributie verloopt in samenwerking met een reeks van partners.
- Website: www.rozenbotteltuindeput.nl

De Put bij BinnensteBuiten

Culinair expert Alain Caron ging in 2018 voor het TV-programma BinnensteBuiten op bezoek bij rozenbotteltuin de Put van Eric en Emmelie. Alain maakt met de rozenbotteljam een heerlijk taartje. De uitzending is te bekijken via de link <https://binnenstebuiten.kro-ncrv.nl/pas->

[sie-voor-eten/video/rozenbottels-wijk-bij-duurstede](https://binnenstebuiten.kro-ncrv.nl/pas-sie-voor-eten/video/rozenbottels-wijk-bij-duurstede) of via de afgebeelde QR-code



Lokaal eten kopen als alternatief voor de supermarkt?

Lokaal eten kopen wint aan populariteit. Je eten rechtstreeks kopen bij de boer, tuinder of verwerker in de buurt is natuurlijk heel idyllisch en idealistisch en mag op een warme belangstelling rekenen van een deel van de consument. Is lokaal voedsel kopen een alternatief voor boodschappen doen bij de supermarkt? Hiervoor is het aanbod vaak niet compleet genoeg, hoewel ook daar weer oplossingen voor zijn.



Rechtstreeks bij de boer kopen wint aan populariteit.

Shutterstock

Een van die charmante initiatieven is Boeren en Buren. Dit initiatief is in 2016 vanuit Frankrijk naar Nederland over komen waaien. Op dit moment zijn er behalve in Frankrijk 'Buurderijen' in Spanje, Italië, Duitsland, Zwitserland, België en dus ook Nederland. In Duitsland en Zwitserland heten de Buurderijen overigens 'Schwärmereien', in Frankrijk 'Ruches' en in Groot-Brittannië 'Food assemblies'. In Frankrijk, waar het netwerk in 2011 van start ging, is het volgens de website van Boeren en Buren een groot succes en zijn er meer dan een miljoen leden. In Nederland zijn er volgens het kaartje op de website 28 Buurderijen en in België 130. Een aantal hiervan zijn echter nog in

opbouw en nog niet operationeel. In heel Europa zouden er al 1500 Buurderijen zijn.

Sociaal aspect belangrijk

De werkwijze is in principe vrij simpel. Een consument bestelt via een online platform producten bij producenten bij een van de boeren of telers in zijn of haar omgeving. Eén keer per week is er een afhaalmoment bij de Buurderij. Boeren en Buren streeft naar een maximale afstand tussen Buurderij en producent van 20 kilometer maar om het assortiment aan te vullen is een paar kilometer meer ook acceptabel. Bij de aankoop wordt vermeld waar de producten vandaan komen en hoeveel kilometer de producten hebben afgelegd

voor ze in de boodschappentas van de klant zitten.

Een Buurderij heeft ook een sociaal aspect in die zin dat de klanten en de leveranciers elkaar tijdens het wekelijkse afhaalmoment ontmoeten. Op deze manier weten de klanten precies welk gezicht er achter hun groente, vlees, brood of zuivel zit.

Buurtmarkt vervangt supermarkt

Een andere vorm van een korte keten voedselvoorziening is de voedselcoöperatie. Dit is een samenwerkingsvorm tussen minimaal 15 huishoudens en een groep boeren en tuinders. De huishoudens bestellen via een bestelplatform of bestel-app de



In België bestaan de voedselteams al meer dan 25 jaar

Screenshot voedselteams

producten van lokale producenten en halen hun bestelling op een vast moment in de week af bij de 'buurtmarkt'. Dit is niet meer dan een schuur of garagebox met een tafel en een weegschaal. De 'marktmeester van dienst' rijdt voor het afhaalmoment een rondje om de bestelde producten bij de producenten op te halen en brengt deze naar de buurtmarkt. Een andere mogelijkheid is dat de leveranciers voor het afgesproken tijdstip de bestelde producten komen afleveren bij de buurtmarkt. De marktmeester van dienst herverdeelt de geleverde producten, weegt ze af en legt ze in de krat voor het huishouden wat de producten heeft besteld. Ieder van de deelnemende huishoudens is bij toerbeurt marktmeester van dienst. Net als bij Boeren en Buren is het sociale aspect belangrijk. De kopers komen op een vast moment in de week bij elkaar, maken met elkaar kennis, praten met elkaar en wisselen ideeën uit.

Om de deelnemende consumenten een zo compleet mogelijk assortiment te bieden en te voorkomen dat ze alsnog naar de supermarkt moeten, worden

producten als granen, rijst, bonen, tomatensaus bij een groothandel ingekocht en door de buurtmarkt afgewogen en in kleinere hoeveelheden verdeelt. Het doel is dat een buurtmarkt de supermarkt volledige kan vervangen.

Voedselteams

In België bestaat het fenomeen voedselcoöperaties al zo'n 25 jaar en heten daar 'voedselteams'. Op dit moment zijn er in Vlaanderen 130 voedselteams met 180 deelnemende producenten. Nederlandse voedselcoöperaties profiteren via het CSA netwerk, een organisatie die groepen burgers ondersteunt bij het opzetten van voedselcoöperaties, van de in België opgebouwde expertise en bijvoorbeeld ook het betaalsysteem. Consumenten bestellen hun boodschappen via een bestelplatform en betalen met Ideal. Het geld gaat echter niet meteen naar de leverancier maar tijdelijk in een eigen digitale portemonnee van de koper. De marktmeester of leverancier kan de bestelling nog corrigeren. Het gecorrigeerde bedrag gaat vervolgens naar de leverancier.

Deze week, leggen de producten die je in de Buurderij vindt gemiddeld slechts **14 km** af voor ze in je boodschappentas terecht komen! Via de groothandel en supermarkt, komen ze meestal van duizenden kilometers ver.



Boeren en Buren vermeld bij iedere bestelling van hoe ver de bestelde producten afkomstig zijn.

Screenshot website



Bij zowel Boeren en Buren als voedselcoöperaties is het sociale aspect erg belangrijk.

Shutterstock

Kosten

Bij Boeren en Buren gaat 80% van de verkoopprijs naar de boer, tuinder of verwerker. 10% gaat naar de buurderij-verantwoordelijke en 10% naar de Boeren en Buren organisatie. Bij de voedselcoöperatie geldt een opslag van 9%. Hiervan is 3% bestemd als dekking van de kosten van het betaalsysteem, 5% voor de ontwikkeling van het platform en 1% bijdrage aan het CSA netwerk. Op de producten die bij de groothandel worden ingekocht kan een buurtmarkt ook nog een percentage van bijvoorbeeld 4% zetten, waardoor de totale opslag uitkomt op 13%.

Adder onder het gras

Voor het starten van een buurtmarkt of buurderij is in principe geen vergunning nodig. De juridische structuur is een inkoopvereniging. Wél moeten initiatiefnemers en deelnemers er voor waken door de fiscus niet te worden aangezien als bedrijf, maar als collectief van consumenten. "Dit kan door als besloten groep te opereren en ervoor te zorgen dat geen gezamenlijke aankopen worden gedaan, maar iedereen zelf de kosten draagt voor z'n eigen boodschappen", zo vertelde ervaringsdeskundige Estella Franssen dit voorjaar tijdens een online symposium over dit onderwerp.

Ambachtelijke streekproducten in de Fruitteeltshop

De Fruitteeltshop levert een assortiment exclusieve ambachtelijke streek- en fruitproducten aan boerderijwinkels, delicatessenwinkels en versspecialisten.

Zoals de naam al doet vermoeden ligt de oorsprong van de Fruitteeltshop in de fruitsector. De Fruitteeltshop is de exclusieve verdelers van een aantal mooie, lekkere, vaak ambachtelijk gemaakte (fruit)producten. In de webshop zijn echter ook deco-koeien, deco-asperges en deco-fruit te vinden, evenals bedrukte vlaggen, spandoeken en borden.

Greetje ambachtelijke streekproducten

Kent u Greetje al? Greetje is de naam voor een assortiment ambachtelijk gemaakte streekproducten. Greetje gebruikt hiervoor de beste grondstoffen en voegt indien mogelijk geen kunstmatige geur-, kleur- en smaakstoffen of conserveermiddelen toe. Dat maakt Greetje zo lekker en zo puur...

Greetje mayonaise- en mosterd-dillesauzen

Greetje gebruikt voor de mayonaise- en mosterd-dillesauzen hoogwaardige ingrediënten. Greetje gebruikt zo weinig mogelijk kunstmatige additieven om de producten mooier, lekkerder en/of langer houdbaar te maken.

Greetje Betuwse fruitproducten

Alle fruitproducten van Greetje zijn gemaakt van fruit van de fruittelers uit de Betuwe. Greetje voegt geen kunstmatige geur-, kleur- en smaakstoffen toe.

Meer Info

Greetje
De échte smaak

Kijk voor meer info op de website www.vangreetje.nl. De producten van Greetje zijn te koop via de Fruitteeltshop: www.fruittteeltshop.nl

NIEUW: Greetje pruimenstroop

Na de Betuwse kersenstroop, -appelstroop en -perenstroop heeft Greetje nu ook pruimenstroop laten maken van Betuwse pruimen.



Greetje fruitproducten van de telers uit de Betuwe

Fruittteeltshop



Ambachtelijk gemaakte mosterd-dillesaus en mayonaisesauzen van Greetje

Fruittteeltshop



Greetje Betuwse pruimenstroop

Fruittteeltshop

Leuk én lekker - chocolade met fruit

Leuk en lekker: Fruitchocolade, onder andere gevriesdroogde aardbeien, frambozen, kersen of bessen omhuld met de lekkerste Belgische chocola van Callebaut.... Fruitchocolade is een echte hardloper in boerderijwinkels en delicatessenzaken. Leuk en lekker tegelijk en echt iets om je mee te onderscheiden van de gangbare chocolade.

Leverbaar in 10+ smaken in dozen van 4 of 5 kg om zelf te verpakken in zakjes van bijvoorbeeld 150, 175 of 200 gram of voorverpakt in zakjes van 200 gram met neutraal etiket. Verpakkingsmateriaal

(blokkodemzakjes en etiketten) is ook los te koop in de webshop.

Kijk voor meer info op www.fruittteeltshop.nl/product-categorie/fruitchocolade/



Gevriesdroogd fruit omhult met de lekkerste chocolade

Fruittteeltshop

Geen prosecco maar fruitsecco

Fruitsecco's worden op dezelfde manier gemaakt als wijn, namelijk door het vergisten van fruit. In dit geval echter geen druiven, maar aardbeien, appels, frambozen of kersen. Voordat de secco in de fles gaat wordt er koolzuurgas aan toegevoegd. De toevoeging van koolzuurgas maakt de vruchtenwijn lekker fris en sprankelend. Koolzuurgas-houdende wijnen, secco's en ciders winnen aan populariteit. Fruitsecco's zijn een leuk alternatief voor de populaire prosecco.

Fruitsecco's zijn in Nederland te koop in flessen van 0,75 liter of piccolo flesjes van 200 ml. via de Fruitteeltshop: (www.fruittteeltshop.nl/product-categorie/fruitwijn-en-secco)



Fruitsecco; hét fruitage alternatief voor de bekende prosecco.

Fruittteeltshop

Fruittteeltshop en de Betuwse Fruitshop

Fruittteeltshop / Betuwse Fruitshop BV
Marktplein 4
4191 AC Geldermalsen
Nederland
Telefoon: +31 (0)345 525624
E-mail: info@fruiteeltshop.nl
Website: www.fruittteeltshop.nl



FRUITTEELTSHOP

De Fruittteeltshop is een onderdeel van de Betuwse Fruitshop BV. De Betuwse Fruitshop is tevens de naam van een winkel in fruit- en streekproducten op het Marktplein in Geldermalsen. Alle producten uit de Fruittteeltshop zijn daar ook te bekijken, proeven en te koop.

Loonse stroop



Noem een fruitsoort en de familie Bleus van de Loonse stroopfabriek in het Belgische Wellen maakt er de lekkerste stroop van. Twee jaar geleden is de productie verhuisd van de oude stoomstroopfabriek in Borgloon naar een nieuw pand even verderop in het dorpje Wellen. De stroop wordt echter nog steeds op de oude vertrouwde, ambachtelijke, manier gemaakt. Naast de bekende appel- en perenstroop leveren we via de Fruittteeltshop ook enkele bijzondere smaken zoals aardbeien-, bramen-, frambozen-, kersen-, kruisbessen-, rode bessen- en kiwibessenstroop. Alles in hersluitbare kuipjes met een inhoud van 300 gram.

Training professionele video's maken met je smartphone

Geertje Algera (Geertje Algera Media) en Wouter van Teeffelen (WTE Support/WTE Fruitadvies) organiseren samen speciaal voor mensen met een (boerderij)winkel een training professionele video's maken met je eigen smartphone.

Deze workshop onder leiding van professioneel videomaker en trainer Geertje Algera vindt plaats op maandag 17 januari 2022 (9.30 – 16.30 uur) op een nader te bepalen locatie in Midden-Nederland. Juist voor boerderijwinkels en andere agrarische directvermarkters zijn eigen video's een manier om onder andere op social media op te blijven vallen. Met wat handigheidjes kan iedereen met een smartphone op een vlotte ma-

nier leuke video's leren maken en monteren.

Als bonus kunnen de deelnemers in een speciale WhatsApp-groep een maand lang hun eigen gemaakte video's laten beoordelen.

Professionele video's maken

Zelf video's maken is tegenwoordig een belangrijke basisvaardigheid voor iedereen. Een video op website of sociale media is een be-

Over de trainer

Journalist en antropoloog (en boerendochter) Geertje Algera maakte 14 jaar programma's voor KRO-NCRV. In 2014 ontdekte ze dat ze met haar iPhone reportages voor televisie kon maken, en al snel werd ze de eerste MoJo (mobiele verslaggever) van de publieke omroep in Hilversum. In 2016 startte ze als ondernemer met Geertje Algera Media, helemaal gespecialiseerd in smartphone filmen en monteren. Al meer dan 3000 mensen volgden haar training, zowel online als offline. Geertje is te volgen op Twitter (@missgeertje), Facebook/Instagram @geertjealgeramedia en op LinkedIn.

langrijk communicatiemiddel voor vrijwel iedere winkel. Hierbij geldt: de beste camera is de camera die je ieder moment van de dag bij je hebt! Je smartphone dus. Daarom leren de deelnemers de basis van video's maken op hun smartphone. De deelnemers leren professionele opnames te maken met een goede geluidskwaliteit, de juiste camerapositie en de best mogelijke lichtkwaliteit. Ook wordt verteld hoe, door middel van de juiste (gratis) app ook video's zijn te monteren, compleet met ondertiteling en rechtenvrije muziek.



Geertje Algera en Wouter van Teeffelen organiseren op 17 januari 2022 een training professionele video's maken met je eigen smartphone.
Geertje Algera Media

Gewicht voorverpakte voedingsmiddelen vaak onjuist

De Belgische federale overheidsdienst (FOD) Economie heeft vorig jaar controles uitgeoefend op de gewichtsaanduiding van voorverpakte voedingswaren. Daaruit blijkt dat in bijna de helft van de gevallen (45%) de aanduiding niet klopt. De voedingswaren wogen minder dan aangegeven.

De controles hadden betrekking op producten waarvan het gewicht varieert en de prijs gerelateerd is aan de inhoud, zoals bij vlees en vleeswaren, maar ook bij bijvoorbeeld fruit en groenten, vis, en zuivelproducten.

De FOD controleerde winkels die zelf ter plaatse verse voedingswaren in variabele hoeveelheden voorverpakken, alsook inpakbedrijven die voorverpakte voedingswaren leveren aan winkels. De controles gebeurden onaan- kondigd, via steekproeven. In

totaal werden 605 producten gecontroleerd in 136 winkels.

De meeste inbreuken werden aangetroffen bij de kleinere winkels. De door de verpakkingbedrijven

geleverde producten bleken beter in orde. (bron: vilt.be)



De gewichtsaanduiding op voorverpakte levensmiddelen is niet altijd juist.
Pixabay

Leerdoelen:

- Je bent op de hoogte van het belang van video in de huidige maatschappij
- Je weet de technische basics van filmen met je smartphone
- Je kunt een eenvoudige montage maken van 30 seconden tot 1 minuut, inclusief ondertiteling en rechtenvrije muziek

Nodig voor deze workshop:

- Smartphone liefst een model niet ouder dan 3 jaar (iPhone of Android)
- Je headset van de smartphone
- Voorkennis over video's maken is niet nodig
- Enthousiasme en een open instelling
- Eventueel een selfiestick of statief als je dit in huis hebt

De training bestaat uit:

- Voorbereidende email
- 1-daagse training filmen en monteren met de smartphone
- Hand-out met de belangrijkste tips, tricks & apps via de mail
- 1 maand feedback op je eerste video's via WhatsApp

Opgave & kosten:

Deze training kost 225 euro exclusief BTW die vooraf in rekening gebracht wordt door WTE Support. Minimaal deelnemers is 10 personen en maximum is 15 personen. Training is inclusief koffie/thee en een eenvoudige lunch. Opgave kan uiterlijk tot 1 januari 2022 en liefst zo snel mogelijk (vol is vol). U kunt zich aanmelden door een mailtje met naam en contactgegevens te mailen naar wte@fruitadvies.nl. Een bevestigingsmail volgt later.

De ervaring van Nienke Verbeek van Fruittuin Verbeek in Oldenbroek

"Afgelopen voorjaar heb ik een online training gevolgd bij Geertje Algera. Met ons bedrijf zijn wij al volop actief op social media, en weten we hoe we een mooie foto moeten maken. Echter een filmpje maken en monteren is hele andere koek. Gelukkig was daar de training van Geertje. Ze geeft een hele leerzame training. Waarbij je al meteen actief aan de slag gaat met het filmen van je smartphone. Tijdens de training leer je al

een filmpje te maken, waar je op moet letten en ook hoe je het filmpje via je smartphone kan monteren. Op al je vragen heeft Geertje wel een antwoord, en veder geeft ze ook hele fijne feedback waar je echt wat aan hebt!

Dus als je bezig wilt met filmpjes maken voor je social media kanalen maar weet je niet hoe je dit moet aanpakken? Dan kan ik eenieder de training van Geertje aanbevelen!"



Nienke Verbeek

WTE Advies

Trek de aandacht met een deco-koe, reclamebord of vlag

Hoe trek je de aandacht van voorbijgangers? Met een levensgrote koe, aardbei, bundel asperges of een kip, of met een opvallend reclamebord, een vlag of spandoek?

In de Fruitteeltshop (www.fruiteeltshop.nl) is een grote diversiteit aan deco-fruit en deco-asperges te bestellen, maar ook deco-koeien en -kippen zijn op aanvraag leverbaar.

Beachvlaggen, borden & spandoeken

Trek de aandacht van voorbijgangers met een opvallend(e) (beach) vlag, reclamebord of spandoek. Kies uit een van de vele standaard ontwerpen.

Kijk voor een overzicht op www.fruiteeltshop.nl

Reclameborden



Kies uit een van de standaard ontwerpen en kies het juiste materiaal voor binnen of buiten. Komt u er niet uit of heeft u aanvullende vragen? Bel dan met 0345-525624 (Fruiteeltshop / Betuwse Fruitshop).

Vlaggen

Beachvlaggen zijn leverbaar in 2 maten en met of zonder mast en grondpin.



Trek de aandacht met levensgrote deco-stukken, opvallende vlaggen of spandoeken
FruitMedia

Tip: Koop 1 vlag met mast en grondpin en een of meer losse vlaggen om gedurende het seizoen te wisselen.

Bekijk het aanbod beachvlaggen en mastvlaggen op www.fruiteeltshop.nl

Spandoeken

Kies uit een van de standaard ontwerpen. Bijpassende buizenframes en elastieken zijn apart te bestellen.

Standaard aanbod varieert van diverse fruitsoorten tot asperges, eieren, aardappelen en boerenkaas



Fruiteeltshop / Betuwse Fruitshop BV
Marktplein 4
4191 AC Geldermalsen
Nederland
Telefoon: +31 (0)345 525624
E-mail: info@fruiteeltshop.nl
Website: www.fruiteeltshop.nl



Kijk voor het aanbod deco-stukken, vlaggen, spandoeken en reclameborden op www.fruiteeltshop.nl. of neem telefonisch of per mail contact met ons op.

Deco-fruit, -koeien of -asperges van levensecht tot menshoog !

De perfecte publiekstrekker: Val op met bijvoorbeeld een supergrote koe, kip, varken, tomaat, asperge, appel, peer, aardbei, kers, framboos of braam voor in uw winkel of aan de straat. De deco-stukken zijn gemaakt van hoogwaardig kunststof en zodanig afgewerkt dat de kleur extra lang mooi blijft.



Op zoek naar iets speciaals?

Onze importeur heeft het grootste assortiment deco-beelden van heel Europa!

De perfecte aandachtstrekkers voor restaurants, ijssalons, lunchrooms, bakkerijen, viswinkels, slagerijen en nog veel meer.

Interesse? Mail naar info@fruiteeltshop.nl.

Crowdfunding als marketing-instrument

Crowdfunding zowel financierings- als marketinginstrument

Crowdfunding is in de eerste plaats bekend als financierings-instrument. Een bijkomend effect is echter het vergroten van de bekendheid, zo ervaren bedrijven die hun nieuwe projecten via crowdfunding financieren. Crowdfunding als marketing instrument dus. Bij een gewone bankfinanciering is dit nevenvoordeel niet aanwezig. Een mooi voorbeeld hiervan is dat van een bedrijf dat producten op de markt wilde gaan brengen gemaakt van insectenmeel. "Het verhaal van een broer en zus

die geld zochten voor het opzetten van een krekkelverwerkingsbedrijf werd goed opgepikt door de media. We hadden binnen no time een naam opgebouwd en dat helpt natuurlijk als je je businessmodel verder wil ontwikkelen", vertelt hij op Vilt.be.

Een ander voordeel is dat een aanvraag voor een crowdfunding de ondernemer ook inzicht geeft hoe anderen over zijn of haar plan denken. Als niet voldoende geld bijeen wordt gebracht kan dit een teken zijn dat het businessplan niet haalbaar is.

Verpakkingsmateriaal van oud brood

Een team van studenten (bio)chemie van de Belgische Hogeschool Gent heeft een biologisch afbreekbaar verpakkingsmateriaal ontwikkeld uit oude broodreststromen. Het betreft opvulschuimpjes die worden gebruikt als los opvul- en dempingsmateriaal om schade aan breekbare voorwerpen tijdens het vervoer te voorkomen. Op dit moment worden deze zo genoemde 'packing peanuts', gemaakt uit fossiele brandstoffen. Door de toename van on-

line shoppen is ook het gebruik van deze packing peanuts enorm toegenomen.

Het mes snijdt aan twee kanten. Enerzijds worden broodresten tot waarde gebracht en anderzijds wordt een vervuilend verpakkingsproduct vervangen door een biologisch afbreekbaar en duurzaam product.

De studenten willen nu een startup oprichten om hun idee te commercialiseren.



Studenten van de HOGENT ontwikkelden een biologisch afbreekbaar alternatief voor 'packing peanuts' op basis van broodresten.

Leveranciers stellen zichzelf en hun producten voor...

Op deze pagina bieden we leveranciers de mogelijkheid om zichzelf of hun nieuwe (streek)producten kort voor te stellen. Maak je mooie producten en lever je die ook aan andere winkels? Vertel dan hier in het kort wat over jezelf en/of je producten.

Stuur een korte tekst (max. 150 woorden) + foto naar info@lekkerrrs.nl. De redactie beoordeelt het bericht en besluit om het al dan niet te plaatsen. Hou er bij

het schrijven rekening mee dat de doelgroep bestaat uit wederverkopers (winkels) en niet uit consumenten.

Kaas uit de Betuwe



Van onze eigen melk van de koeien maken we heerlijke kaas van de boerderij. Van jonge kaas tot zeer oude kaas.....en daarnaast 11 soorten kruidenkaas. Verder verkopen we veel streekproducten vanuit de Betuwe.

Meer info:
Kaasboerderij Van Leeuwen van Doesburg
Hamseweg 4, 4101 NT Culemborg
mail: kaasboerderijculemborg@gmail.com
Website: www.kaasboerderijculemborg.nl/

Elmare-wijnen uit Zeeland

Bij de wijnkeuring van de lage Landen in september 2021 heeft De Catharinahoeve uit het Zeeuwse Waterlandkerkje weer een keurzegel toegekend gekregen voor de Wolke 2020 (roséwijn). Deze wijn is op de 4^e plaats geëindigd. Een mooie opsteker want vorig jaar kregen de Zonne 2019 (witte wijn) en de Wolke 2019 ook een keurzegel. De Elmare wijnen en andere Elmare pro-

ducten worden al op diverse plaatsen in Zeeland verkocht. Wilt u de Elmare wijnen eens proeven? Ga dan naar de boerderij De Catharinahoeve op de Oranjedijk 1 in Waterlandkerkje. Daar is een proeverij gevestigd. Meer info:
ELMARE / VERS&LEKKER
LANDGOED DE CATHARINAHOEVE
Mail: info@elmare.eu
Website: www.elmare.eu



Bloesemkriek kersenbier

De Bink brouwerij in het Belgische Kerkom brouwt een friszoet en fruitig, amberkleurig kriekenbier met 4,5% alcohol. Het bier is gemaakt van 100% puur kriekensap en is op natuurlijke wijze gezoet. Het bier heeft een mooie dikke schuimkraag en een volle, aromatische kersensmaak. Bloesemkriek wordt in Nederland gedistribueerd door de Fruitteeltshop: www.fruitteeltshop.nl



Bloesemkriek kersenbier

Fruitteeltshop

De Smaak van Hier

Een samenwerking tussen gepassioneerde lokale boeren, die zelf de beste zuivelproducten als yoghurt en kwark produceren, met melk van de eigen melkveehouderij. Dat is De Smaak van Hier. Dit zorgt voor een zeer compleet en verrassend assortiment verse zuivel. Met een eerlijke prijs voor de boer en aandacht voor de dieren, natuur en landschap.

We gaan ons weer opmaken voor de kerstperiode. Kerst is natuurlijk niet compleet zonder een heerlijk dessert, en daarvoor moet je bij de specialist zijn. De Smaak van Hier heeft een heerlijke bavarois in de collectie in de smaken chocolade, stoofpeer, appel kaneel, aardbei en bosvruchten. De bavarois is het ideale product voor de feestdagen. Met simpele handelingen tover je in een handomdraai de mooiste desserts op tafel. Gebruik een ijsschep, slagroomspruit, taartdecoratie en wat koek. Presenteer het op een mooi servies of in een gezellig weckpotje en je toetje is in een mum van tijd klaar!

Meer info:

De Smaak van Hier
Rowena de Weert | Smaakmaker
Hoog-Heukelom 11, 5059 AD Heukelom
Mail: rowena@desmaakvanhier.nl
Website: www.desmaakvanhier.nl



Producten voor boerderijwinkels, versspecialisten en delicatessenwinkels



FRUITTEELTSHOP

In de Fruitteeltshop vindt u:

- 10+ varianten fruitchocolade
- Appelchips
- Greetje Fruitbeleg, -stroop en -saus van de telers uit de Betuwe
- Greetje Mayonaise en mosterd-dillesauzen
- Betuws Kaatje van Greetje

- Bijzondere fruitstropen
 - Fruitsecco's & -wijn
 - Bloesemkriek - Belgisch kersenbier
 - Fruitsnoep gemaakt van fruitsap
- Kijk op www.fruitteeltshop.nl voor het volledige aanbod.

Kakelvers uit Vreeland

Vreeland eieren is een pluimvee bedrijf in Het Groene Hart met twee legstallen. Vreeland eieren onderscheidt zich door de altijd verse en glimmende eitjes! Vandaag gelegd, Morgen in het doosje van 10 of 6 st. Dit in tegenstelling tot de eieren in de winkel die vaak 14

dagen oud zijn. Hoe kun je dan nog praten over vers? Dat kan natuurlijk niet, dus kies voor het kakelverse ei uit het Hoekerland in Vreeland. Meer info: Vreeland eieren
Nigtevechtseweg 47
3633 XR Vreeland
E-mail: hoekerland@klikSAFE.nl



COLOFON

Website:
www.lekkerrrs.nl

Uitgever:
FruitMedia BV
Roimond 23
4197 BS Buurmalsen / Nederland

Vormgeving:
Multikolor / Mariusz Bibik

Redactie:
FruitMedia bv / Gerard Poldervaart
Roimond 23
4197 BS Buurmalsen - Nederland
info@fruitmedia.info
tel: +31(0)618054231

Verspreiding:
Lekkerrrs... uit de streek wordt gratis verstuurd aan boerderijwinkels, delicatessenzaken, kaasspecialzaken, groentespecialzaken en naar ambulante leveranciers van deze producten

Oplage: 2.500 stuks

De inhoud van Lekkerrrs... uit de streek is door de auteurs en de uitgever zorgvuldig samengesteld. De uitgever aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor schade van welke aard ook als gevolg van handelingen van lezers die gebaseerd zijn op de inhoud van deze uitgave.