



25 JAAR ACTIFOOD

Event | 20 & 21 JANUARI
ontdekken | connecten | proeven | genieten



25 Jaar Event	03
Interview Evert & Koenraad	04
Tijdlijn	07
Alles voor een slimme zaak	08
VHC ActiFoodlab	10
Leveranciers 25 Jaar Event	11
Barry's ActiFood museum	12
Duurzaamheid	14
Lavazza (P)	16
Leveranciers 25 Jaar Event	17
Medewerkers aan het woord	18
FHC Formulebeheer (P)	20
Versafdelingen	21
Onze chauffeurs	27



29	Chapain (P)
30	Mescoo (P)
31	CoolBreak (P)
32	Leveranciers 25 Jaar Event
33	Ambacht Media (R)
35	Commerciële afdeling
37	Marketing afdeling
38	VHC Groep
39	Non-Food
40	Wine Experience Center
41	Leveranciers 25 Jaar Event
42	VHC WaddenFood
43	Studenten
45	Horecabeurzen
46	Beursuitingen
47	Chefs Gemak
48	Sterke merken
49	Leveranciers 25 Jaar Event
50	ICT afdeling
51	Werken bij ActiFood
52	Snackpoint (P)
53	Kerst & Relatiegeschenken
54	Rudolph van Veen
55	Brandmore (R)
56	Leveranciers 25 Jaar Event
57	Wefabric (R)
58	Schokker Producties (R)
59	Plattegrond
61	Podcast



Uitleg
P = Partner
R = Relatie

20 & 21
JANUARI

VAN
14.00 - 20.00
UUR

25 JAAR EVENT

25 jaar jong, dat vieren we samen!

Toen Bert Geuze, Evert Blaauw, Jan Veenstra en Koenraad Winter in 2000 de stoute schoenen aantrokken en besloten om 'voor zichzelf te beginnen', hadden ze niet kunnen vermoeden dat hun bedrijf in amper 25 jaar zou uitgroeien tot een toonaangevende horecagroothandel in de regio. Alle reden dus om dit jubileum extra groots te vieren. En dat doen we met het bruisende 25 jaar VHC ActiFood Event.

Noteer: 20 & 21 januari 2025

Op deze twee dagen pakken we spectaculair uit met een feestelijke beursdag op onze bedrijfslocatie. De ideale gelegenheid om bij te praten met je relaties en nieuwe contacten aan te knopen met essentiële spelers in de branche. Er zijn tientallen presentaties en proeverijen bij de vele stands van onze leveranciers en we brengen je up-to-date rondom de nieuwste foodtrends en productontwikkelingen. Het event wordt feestelijk afgerond met muziek, bites en drinks.

Inspirerende rondleidingen

Maak kennis met onze bevroren teams en onze innoverende concepten. Kijk je ogen uit in ons verscentrum met AGF, horecaslagerij en visafdeling, loop door de immense hal met kruidenierswaren en verken de expeditiehallen. Bekijk ons Training en Experience Center waar we kookdemo's, trainingen en SVH-opleidingen geven. Proef onze wijnen in het Wine Experience Center. Ontdek onze totaalconcepten voor ijs, brood & banket en koffie. En vraag ons gerust het hemd van 't lijf hoe we jou verder kunnen helpen met je zaak.

Alleen voor genodigden

Ons 25 jaar VHC ActiFood Event is alleen toegankelijk op uitnodiging. Intussen kun je in dit magazine meer lezen over hoe wij ons, als één grote familie van 350 medewerkers, elke dag weer enthousiast inzetten voor onze klanten.

25
ACTIFOOD
JAAR



Meer informatie over het 25 jaar Event?
Scan dan hier de QR-code

IN HET HART VAN DE ZAAK

IN GESPREK MET EVERT EN KOENRAAD, DIRECTEUREN VHC ACTIFOOD

We bestaan vijftientig jaar en dan mag een gesprek met de oprichters van het eerste uur, Evert Blaauw en Koenraad Winter, natuurlijk niet ontbreken. In een uitgebreid gesprek bliken ze terug op de beginperiode, successen en tegenslagen en de constante zoektocht naar verbetering en groei. Stof voor een spannend jongensboek.

Begin van een avontuur

Vandaag de dag is VHC ActiFood een gevestigde naam in Noord-Nederland met een uitgebreid en divers klantenbestand, ruim 350 medewerkers, 45 vrachtwagens en een bedrijfsterrein dat 15.000 m² beslaat. Niet slecht voor een bedrijf dat in het jaar 2000 werd opgericht door Bert Geuze, Evert Blaauw, Jan Veenstra en Koenraad Winter. Koenraad: "Evert en ik werkten bij een groothandel in Bakkeveen die werd verkocht aan Sligro. We gingen elders aan de slag. Waarna klanten regelmatig vroegen waarom we niet voor onszelf begonnen, gezien onze kennis en ervaring. Dit zette ons aan het denken en we besloten de sprong te wagen."

"We hadden drie vrachtwagens waar we twee weken lang de hele dag mee rondreden met niks erin, zodat het leek dat we veel klanten hadden."

Koenraad Winter



Na vele keukentafelsessies en een uitgewerkt businessplan, gaf de bank groen licht. Evert: "De bank was enthousiast mits we ook een plan maakten voor de inkoop en formules. Later sloten ook Jan en Bert zich bij ons aan. Met hun komst konden we onze plannen groter uitvoeren." De start verliep moeizaam. Koenraad: "We begonnen in een voormalig pand van Boots Frites, met drie vrachtwagens, één magazijn en in totaal 11 medewerkers, maar zónder klanten. Nul. Toen hebben we twee weken lang de hele dag rondgereden door heel Noord-Nederland, met niks erin, zodat mensen dachten dat we druk en succesvol waren."

Eerste groeistuipen

De eerste klant was een café in Bakkeveen, maar het ging nog niet snel. Koenraad: "Onze magazijnchef vroeg regelmatig aan de telefoniste of er al iemand gebeld had. We waren met z'n drieën onderweg en het werd een onderlinge strijd wie de meeste klanten kon binnenhalen." Evert vult aan: "Vandaar dat we in die tijd als cowboys werden gezien."

Een belangrijke boost kwam toen een concurrent verhuisde, wat veel logistieke problemen veroorzaakte. Evert: "De telefoon begon te rinkelen met verzoeken of wij konden helpen. Natuurlijk konden we dat. Het was wel improviseren: soms verkochten we producten die we niet eens op voorraad hadden en haalden die 's ochtends vroeg op bij collega-groothandels." Enkele maanden later haalde Jan themapark SixFlags (nu Walibi) binnen. "Elke nacht reden we met een vrachtwagen vol naar Biddinghuizen. Dit hebben we 3 maanden volgehouden totdat we het zo druk hadden dat onze collega's van VHC in Oostzaan de beleving hebben overgenomen."

Kracht van de VHC Groep

Kort na SixFlags werd RCN Nederland klant, met campings in heel Nederland. Koenraad: "Door de snelle groei werd de bank een beetje zenuwachtig, vanwege de stijgende voorraden en debiteuren. Dankzij onze samenwerking met VHC, die ons ook hielp met de inkoop en de formules, konden we overstappen naar een andere bank en doorgroeien."

Overnames en diversificatie

Ook strategische overnames zorgden voor groei. "We hebben slagerij De Vries in Sneek overgenomen, later gevolgd door Dijkstra Groenten en Fruit in Drachten, Culivers in Eelde en diverse andere bedrijven. Deze overnames hielpen ons niet alleen om ons assortiment uit te breiden, maar gaven ons ook de kans om nieuwe markten aan te boren. We zijn begonnen in de cafetariamarkeet en beleveren nu aan het hele horecapalet, van snackbar tot het betere restaurant en van sportkantines tot grote festivals. Zelf leveren we op de Waddeneilanden Ameland, Vlieland en via onze dochter VHC WaddenFood op Terschelling.

Tegenslagen

Vanaf medio 2014 moesten Evert en Koenraad de kar trekken zonder Bert en Jan, die hen vrij kort achter elkaar waren overleden. Evert: "Als ze nu konden zien wat er bereikt is, zou Jan Veenstra het meest trots zijn op de versafdeling, want Jan en vers waren onlosmakelijk aan elkaar verbonden. Bert zou apetrots zijn op de administratie en hoeveel mensen er nu werken. Wij noemden Bert altijd sociaal directeur, hij zou blij zijn dat we goed voor de mensen zorgen."

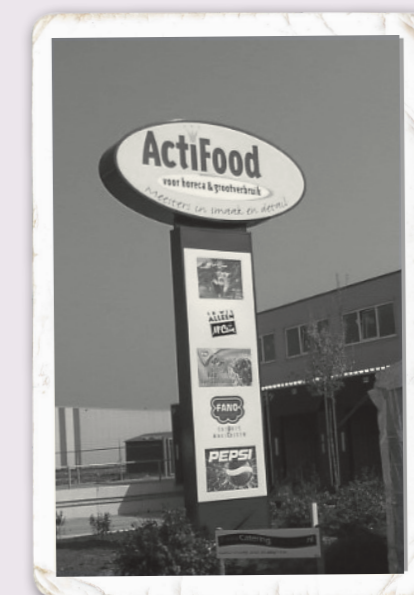


Covid-19, reflectie en innovatie

Een volgende tegenslag was Corona. De pandemie bracht onverwachte uitdagingen met zich mee. Koenraad: "Een klap die natuurlijk niemand zag aankomen. Onze omzet zakte naar ongeveer 20%. Gelukkig hadden we die binnen een paar maanden weer opgekrikt naar bijna 50%. Het was een tijd van onzekerheid, maar ook van strategische beslissingen, reflectie en evaluatie van onze bedrijfsvoering."

"Tijdens Corona hebben we onze marketingafdeling verdubbeld om onze klanten te bereiken en te helpen."

Koenraad Winter



Never waste a good crisis

Evert geeft een paar voorbeelden: "We hebben direct tegen onze vertegenwoordigers gezegd: zoek contact met de klanten en kijk hoe we ze kunnen helpen. Ook hebben we toen de bezetting van onze marketingafdeling verdubbeld om onze klanten te bereiken. Dat resulteerde in tal van creatieve oplossingen, zoals hygiëneplannen en dagelijks op social media delen van ideeën en nieuwe gerechten afgestemd op bezorgen en take-away."

Walkthrough restaurant

Een bijzonder creatief idee was Everts initiatief, om van een leegstaand restaurant een walkthrough restaurant te maken. "Mensen konden voor € 10,- binnenkomen, hun maaltijd meenemen en met die 1,5 meter afstand bleef iedereen veilig," legt hij uit. "Dit soort initiatieven hielpen niet alleen onze klanten, maar versterkte ook onze onderlinge band. Tijdens de pandemie hebben we ons verder gericht op de zorgsector en maaltijdverstrekkers, waardoor we veel versproducten konden blijven verkopen. Dit voorkwam voedselverspilling."

Dienstverlening op peil

Een belangrijke pijler tijdens de Covidcrisis was dat klanten konden rekenen op de gebruikelijke dienstverlening. “We hanteerden geen minimale ordergrootte. Ook twee doosjes bitterballen werden bezorgd. Terwijl andere bedrijven hun service aanpasten om kosten te besparen, kozen wij ervoor om alles te laten zoals het was. Dat kostte ons geld, maar het leverde ook veel goodwill op,” aldus Koenraad. Deze keuze bleek waardevol. “Toen de lockdown werd opgeheven, zagen we een explosie aan nieuwe klanten.”

Meedenken en service

Persoonlijk contact, echte betrokkenheid met de klant, en een hoge servicegraad zijn altijd de pijlers van VHC ActiFood geweest. Koenraad: “daarom zijn we meer dan alleen een groothandel. We willen de sector vooruit helpen. Met een horecavakschool, workshops, demo-keuken, Wine Experience Center, succesvolle horecaformules en eigen horecaconcepten voor brood & banket, koffie en ijs. Alles om kwaliteit en winstgevendheid van onze klanten te optimaliseren. Vandaar ons motto: alles voor een slimme zaak.”

“Het persoonlijke contact, echte betrokkenheid en doen wat we beloven, zorgen ervoor dat klanten niet snel elders gaan kijken.”

Evert Blaauw

Innovatie en duurzaamheid

Koenraad: “Om concurrerend te blijven moet je blijven innoveren en daar is het verduurzamen van onze bedrijfsprocessen een essentieel onderdeel van. En dan heb ik het niet alleen over 1500 stuks aan zonnepanelen op onze daken, maar ook over minder plastic en meer composteerbare verpakkingen, energiezuinige vries- en koelinstallaties en natuurlijk de verdere elektrificatie van het wagenpark.”

De volgende 25 jaar

Beide heren zien een mooie toekomst voor VHC ActiFood. “De horeca- en out-of-home-markt groeien nog steeds en veranderen continu. Wij luisteren naar de markt en veranderen en groeien mee. We denken dus dat dit bedrijf zal blijven groeien. Ook lang na ons pensioen gaat dit avontuur verder, want we doen het met z'n allen, als één grote familie,” concludeert Evert met een trotse blik.



UIT HET ARCHIEF

Droom komt uit met groothandel ActiFood



TOEN...

ActiFood, nieuwe start van een nieuw bedrijf

OOSTERWOLDE. Oosterwolde is sinds maandag een nieuwe onderneming rijker. Aan de Waardeel 8, in het voormalige pand van de Gastronom, is sinds kort ActiFood gevestigd, een bedrijf dat zich bezighoudt met het horeca- en grootverbruik. Burgemeester mr. Hans Lesterhuis knipte het lint door, waarna een serie fonkelnieuwe bedrijfswagens van het al even nieuwe bedrijf met veel kabaal de zaak kwam uitrijden.

ActiFood haar winst boeken. „We hebben korte lijnen binnen de organisatie en we staan voor een zeer persoonlijke aandacht. Daar kunnen we ook op afgerekend worden,” verzekerde Blaauw.

Alle elf medewerkers hebben dus een veelal ruime ervaring in gelijksoortige groothandels. „We weten dus hoe het moet, maar we weten vooral ook hoe het niet moet,” maakte Evert Blaauw duidelijk. Aan interesse ontbrak het zeker op de openingsdag niet bij ActiFood.

Blaauw: „Ik schat dat we al met al 20 'n negenhonderd mensen binnen gehad hebben. En we hebben meteen ook de nodige orders kunnen noteren. En daar draait het toch allemaal om, zeker voor ons als nieuw bedrijf”.

ERVARING
Naast dat viertal wordt er begonnen met zeven medewerkers, allemaal mensen die via de Sligro over het algemeen jarenlange ervaring hebben in een vergelijkbare onderneming.

Burgemeester Lesterhuis toonde zich bijzonder ingenomen met de keuze van ActiFood voor Ooststellingwerf hoofdplaats. Oosterwolde heeft al enigszins de naam specialist te zijn voor bedrijven in de voedingssector en ActiFood sluit daarbij heel aardig aan. Onder verwijzing naar de drie musketiers en recentelijk de drie Amigo's wees Lesterhuis erop, dat dat trio nu wordt ingeleverd voor een viertal. Vrienden wilde de burgemeester ze wel noemen, musketiers zeker.

MENSELIJKE MAAT
„Gehuld in hun gele jacks zijn ze van plan het gehele noorden te veroveren. Hun wagen is de ouderwetse degelijkheid en kleinschaligheid. We gaan weer terug naar de menselijke maat,” aldus Lesterhuis. Eerder al was ook door Blaauw aangegeven dat het streven van de nieuwe onderneming vooral is gericht op het omgaan met de klanten.



DE OPRICHTERS

ActiFood b.v. is een initiatief van een kleine groep mensen, met ertussen meer dan honderd jaar ervaring in de groothandelsbranche.



DE MENSEN EN DE MIDDELEN

Vlnr. boven Dhr. Vulco Sielenga, Dhr. Marcel Koostra, Dhr. Jan Veenstra, Dhr. Franke Bouwer, Dhr. Harm Dijkema, Dhr. Evert Blaauw, Dhr. Sake de Vries. Vlnr. beneden Dhr. Bert Geuze, Dhr. Dirk Hebing, Mw. Hennie Draaijer, Dhr. Sieste Rozema, Dhr. Koenraad Winter.



Meer foto's bekijken uit het archief?
Scan de QR-code of ga naar actifoodevent.nl

ALLES VOOR EEN SLIMME ZAAK

Deze slogan vat goed samen wat we voor onze klanten willen zijn: een totaalleverancier en businesspartner voor de horeca en grootverbruiker. Dat is dus meer dan het inkopen en bezorgen van eerlijke en verse kwaliteitsproducten. Het is ook horecaondernemers, instellingen en andere grootverbruikers optimaal ontzorgen. En proactief inspireren om het beste te halen uit hun bedrijf en medewerkers.

Loyale klanten

Klanten kiezen voor ons vanwege het totaal aanbod en blijven ons trouw vanwege onze brede service, de focus op kwaliteit en vers, maatwerk, bestelgemak en persoonlijke aandacht. Niets is ons te veel om het inkoopproces van onze klanten te optimaliseren en daarmee de kwaliteit, uitstraling en winstgevendheid van hun horecabedrijf.

Innovatieve concepten

Voor horecaondernemers die op zoek zijn naar meer omzetkansen, bieden we innoverende totaalconcepten ontwikkeld voor brood & banket, koffie en softijs. Daarnaast bieden we ambitieuze mensen de kans om als ondernemer te starten met een van onze bewezen succesvolle franchiseformules.

We leveren ook kennis

We zien het delen van kennis als essentiële service. Horecaondernemers kunnen bij ons terecht voor advies over verkoopondersteuning, marktontwikkelingen, foodtrends, kansrijke formules, prijsbeleid, tijdbesparende foodproducten en bijvoorbeeld het samenstellen van een winstgevende menu- en wijnkaart. In ons Training & Experience Center geven we trainingen, inspiratiesessies, workshops, kookdemo's, SVH-erkende opleidingen en de officiële Lavazza barista-opleiding. Personeel is schaars. Groeimogelijkheden bieden is dé manier om je medewerkers aan je zaak te binden.

De kracht van persoonlijke aandacht

Succes in de horeca staat of valt met aandacht. Daarom geloven we in de kracht van het persoonlijke contact. Onze klanten hebben altijd een directe lijn met hun vaste accountmanager. Een inspirerende sparringpartner die regelmatig even bijpraat hoe het gaat met de zaken. Die de klant snapt, meedenkt en - gevraagd en ongevraagd - oplossingen aandraagt hoe dingen beter kunnen.

Slimmer ondernemen en rekenen

Hoe vergroot ik mijn marge en blijf ik toch betaalbaar voor de gasten? Is een beperkte of uitgebreide menukaart beter? Kan de wijnkaart beter? Moet ik inspelen op die nieuwe foodtrend en zo ja, hoe? Heeft de inrichting van de zaak nog wel de juiste uitstraling? Welke vraag je als horeca-ondernemer ook hebt, met alle horecakenis, diensten en producten die VHC ActiFood in huis heeft komen we er samen altijd uit.

Kweekvijver voor horecatalent

Het vinden en behouden van kwalitatief horecapersoneel is een steeds grotere uitdaging. Daarom hebben we het Horeca Vakcollege opgericht. In het Training & Experience Center in Oosterwolde en op Terschelling leiden gepassioneerde docenten talenten op tot nieuwe horecahelden. Met de focus op praktijkgericht bieden we SVH-erkende opleidingen aan. Na 25 lesdagen ben je in het bezit van een diploma SVH Kok en SVH Zelfstandig Werkend Kok. Tevens geven we de cursus SVH Sociale Hygiëne en de 3-daagse cursus SVH Leermeester, met het examen op dezelfde locatie.



Training & Experience Center
Oosterwolde



Training & Experience Center
Oosterwolde



Individuele begeleiding

Ook bij het opleiden betaalt onze focus op persoonlijke aandacht zich uit. Met de kleinschalige klassen is er ruimte om elke leerling de individuele ondersteuning te bieden die nodig is. Het slagingspercentage is dan ook 100%. En dankzij de praktijkgerichte aanpak kunnen ze direct succesvol aan de slag in de horecabranche. Bij het investeren in het opleiden van horecatalent snijdt het mes aan twee kanten: op korte termijn dragen we bij aan het oplossen van het personeelstekort en op lange termijn aan de kwaliteit, groei en toekomstbestendigheid van de hele branche.

VHC ACTIFOODLAB

INNOVATIE IN DE KEUKEN

In het VHC ActiFoodlab, een nieuwe uitbreiding van het ActiFood Experience Center, wordt de horeca van morgen voorbereid. Hier kunnen klanten, van snackbars tot luxe restaurants, terecht voor innovatieve kooktechnieken, culinaire workshops en adviezen. Opleidingscoördinator Edwin van Lambalgen vertelt over de unieke faciliteiten.

Edwin: “Met het ActiFoodlab heeft ons Experience Center een bijzondere aanvulling gekregen. De kachel staat nog centraal, maar daaromheen is alles gemoderniseerd: de nieuwste apparatuur van Alto-Shaam en Rational waarmee we al jaren samenwerken, een kruidenwand van 3 bij 2,5 meter met plek voor 260 kruiden, een bar-balie waar chefs, cursisten en klanten even kunnen pauzeren met een drankje, plus een restaurant dat afwisselend dienst kan doen als kantine, meeting room en vergaderruimte.”



Edwin van Lambalgen
ActiFoodlab

“Van snackbar tot sterrenrestaurant, in ons ActiFoodlab laten we zien hoe dingen slimmer en efficiënter kunnen.”

Edwin van Lambalgen

Praktische oplossingen

Een belangrijk doel van het ActiFoodlab is om chefs te helpen met allerlei praktische uitdagingen. Edwin geeft een voorbeeld: “Een chef wilde zijn fish and chips langer warm en krokant houden. Wij hebben toen laten zien dat dat kan met een Alto-Shaam apparaat dat de temperatuur precies kan regelen. Maar we laten onze klanten ook zien hoe ze hun keuken en kookprocessen efficiënter kunnen inrichten zonder direct dure machines te hoeven aanschaffen.”

Patisserie Academie

“Advies voor een menukaart met passende wijnen? Die menukaart vormgeven? Mooi leren schrijven op een krijtbord? Het idee is om ondernemers met alles te helpen en alle aspecten van de culinaire wereld samen te brengen op één locatie. In die zin is Edwin trots op een recente primeur: “Sinds september werken we samen met de Patisserie Academie van Hidde de Brabander in Vlaardingen. Toen Hidde ons ActiFoodlab zag was hij meteen om en nu kunnen klanten dus ook bij ons terecht voor de cursussen chocolatier en macarons. Daarvoor hoeven ze dus niet meer af te reizen naar Vlaardingen. Scheelt uren reistijd.”

Slimme technieken

Naast kookdemo's, barista-vaardigheden, wijn- en spijscursussen en zelfs bedieningstrainingen, is het ActiFoodlab ook dé plek om kennis te maken met compleet nieuwe concepten. “We laten zien hoe je met slimme apparatuur, technieken en met minder geschoold personeel toch hoogstaande gerechten kunt bereiden,” aldus Edwin.

Sleutelrol voor innovatie

Het enthousiaste team van het ActiFoodlab bruist van de plannen. Edwin: “Innovatie is een kwestie van samenwerken. Van ideeën en ervaringen uitwisselen. Binnen ons bedrijf, maar ook met leveranciers en klanten. Partnerships aangaan met andere academies is daarbij ook cruciaal. Het is dé manier om ons aanbod uit te breiden en onze klanten nog beter te kunnen bedienen. Bij VHC ActiFood geloven we dat samenwerken de sleutel is tot succes voor de hele horecaketten. Met ons ActiFoodlab bieden we als horecagroothandel echte toegevoegde waarde, helpen we klanten om te groeien en zich aan te passen aan de uitdagingen van de veranderende markt.”





BARRY'S ACTIFOOD MUSEUM

Barry is een echte verzamelaar! In alle jaren dat Barry werkzaam is bij VHC ActiFood heeft hij werkelijk van alles bij elkaar gespaard. Van flyers tot sleutelhangers en kleding, je kunt het zo gek niet verzinnen of Barry heeft het bewaard.



Barry van der Meulen
Werknemer ActiFood



VHC ActiFood
service & betrokkenheid



DE WINST VAN DUURZAME BEDRIJFSVOERING

Bij VHC ActiFood vinden we het belangrijk dat bedrijven in onze foodbranche netjes zaken doen en dat er rekening wordt gehouden met mens en milieu. Daarom staan bij ons duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen hoog in het vaandel.

Hard op weg

We zijn al geruime tijd hard op weg om zoveel mogelijk aspecten binnen en buiten ons bedrijf te verduurzamen. Van zonnepanelen tot elektrische vrachtwagens en bedrijfsauto's, van LED-verlichting tot de modernste CO2-neutrale koel- en vriesinstallaties en van duurzame en herbruikbare verpakkingsmaterialen tot slim afvalmanagement: we maken bewuste keuzes om onze ecologische voetafdruk te verkleinen en onze bedrijfsprocessen te verduurzamen.

MVO bij VHC ActiFood

Als horecagroothandel vinden wij het belangrijk om niet alleen een gezonde bedrijfsvoering te hebben, maar ook maatschappelijk verantwoord te ondernemen. Elke uitbreiding van ons bedrijvencomplex en onze activiteiten realiseren we met zo duurzaam mogelijke technieken en materialen. Het bespaart veel energie, minimaliseert verspilling en houdt onze kosten beheersbaar.

Mens, milieu en maatschappij

De investeringen die de afgelopen vijf jaar zijn gedaan in huisvesting, transport, logistiek en ons assortiment, zijn allemaal gericht op maatschappelijk verantwoord ondernemen. Zorgvuldig gemaakte keuzes met oog voor de impact op mens, milieu en maatschappij, maar ook met het economische belang van ons bedrijf in gedachten.

Lokaal voor minder uitstoot

We streven ernaar om onze klanten zo efficiënt mogelijk te bevoorraden, met zo min mogelijk uitstoot. De elektrificatie van ons vrachtwagenpark vordert dan ook gestaag. Bovendien werken we actief samen met regionale partners om zo lokaal mogelijk te opereren. Dat bespaart heel veel vervoerskilometers.



Duurzame verpakkingen

Waar mogelijk kiezen onze inkopers voor recyclebare en biologisch afbreekbare verpakkingen. Denk aan biologisch afbreekbare plastics, composteerbare verpakkingen van organische materialen als maïszetmeel of suikerriet, plantaardige vezelverpakkingen van palmladeren of bananenbladeren voor bepaalde culturele keukens, recyclebare papieren zakken en kartonnen dozen.

Biodiversiteit op je Bord

VHC ActiFood omarmt het 'Biodiversiteit op je Bord' programma wat mede ontwikkeld is door Dutch Cuisine, een organisatie van en voor chefs. Biodiversiteit op je Bord stimuleert het gebruik van biodiversiteitsvriendelijk geproduceerde producten in de horeca- en cateringsector door middel van een score. Het heeft tevens een positieve invloed op het imago van restaurants en cateraars. Bovendien kunnen door Biodiversiteit op je Bord extra verdienmodellen ontstaan voor boeren, tuinders en vissers en daarmee impulsen voor behoud en herstel van biodiversiteit.



Monitor Gezonder Eten & Drinken

Begin 2023 is VHC ActiFood een samenwerking aangegaan met Foodstep onder de naam Monitor Gezonder Eten & Drinken. Deze samenwerking heeft als doel onze klanten bewust te maken als het gaat om de gezondheid en duurzaamheid van hun afgenomen producten. Daarnaast heeft het programma een sturende en adviserende rol richting een gezonder en duurzamer assortiment.

Aantrekkelijk voor Generatie Z

Ook onze klanten, horecaondernemers en cateraars, kunnen zich met een goed MVO- en duurzaamheidsbeleid positief onderscheiden. Niet alleen bij hun gasten, maar ook bij hun medewerkers en op de arbeidsmarkt. Generatie Z (geboren tussen 1995 en 2010) is een belangrijke personeelsdoelgroep voor de horecasector. Deze jongeren willen het liefst werken bij nette, maatschappelijk betrokken en duurzame bedrijven. Met goede MVO-prestaties is het dus eenvoudiger personeel te werven en langdurig aan je te binden.

Voor een gezonde toekomst

We voelen ons verantwoordelijk voor zowel onze planeet als onze medewerkers, leveranciers en afnemers. Daarom is het vanzelfsprekend om te blijven investeren in verduurzaming en MVO. We zijn ervan overtuigd dat deze keuze niet alleen bijdraagt aan het welzijn van de planeet en samenleving, maar ook essentieel is voor de continuïteit van ons bedrijf en een gezonde toekomst voor de sector als geheel.

“Op onze daken ligt voor duizenden vierkante meters aan zonnepanelen.”



DE ITALIAANSE KOFFIE BELEVING

Lavazza is het Italiaanse premium koffiemark dat zich onderscheidt door kwaliteit, smaak en duurzaamheid. Het merk haalt alles uit de kast om zijn wereldberoemde constante kwaliteit te garanderen. Koffie van Lavazza smaakt naar meer en is een fantastisch visitekaartje voor je horecazaak, instelling of kantoor. Voor de verkoop en distributie heeft VHC ActiFood, samen met de VHC Groep, als enige groothandel in Nederland een exclusieve samenwerking met Lavazza - Bluespresso BV, distributeur voor de horeca en zakelijke markt in Nederland en België.



Lavazza trainingcentrum
Oosterwolde

Officieel Lavazza Barista trainingscentrum

Wat heb je nodig voor de ultieme Italiaanse koffiebeleving? De juiste kwaliteit koffiebonen natuurlijk en een sublieme koffiemachine. Maar vooral de juiste kennis en vaardigheden. Om horecaondernemers daarbij te helpen heeft Lavazza wereldwijd exclusieve trainingscentra opgezet. En één ervan is dus gevestigd bij VHC ActiFood in Oosterwolde. Een mooie toegevoegde waarde.

Meer omzet door meer kennis

Voordat je met Lavazza gaat werken, worden jij en/of je medewerkers getraind in het maken van de beste en lekkerste koffiespecials. Met de opgedane kennis en vaardigheden ben je ervan verzekerd dat je zaak up-to-date blijft op het gebied van koffiebereiding, -concepten en -noviteiten. Kortom, ook voor meer koffiekwiteit is VHC ActiFood je perfecte partner.

“Lavazza heeft wereldwijd exclusieve trainingcentra’s opgezet. En één ervan is gevestigd bij VHC ActiFood in Oosterwolde”



MEDEWERKER AAN HET WOORD

Service en betrokkenheid zijn de kernwaarden van VHC ActiFood. Waarden die niet alleen richting geven aan ons werk, maar ook sterk leven bij al onze collega's. Bij ons draait het om samenwerking en inzet, waarbij we met elkaar streven naar het hoogste serviceniveau. Het zorgt voor een werksfeer die zich 't best laat omschrijven als een familiegevoel. Dat gevoel zorgt ervoor dat medewerkers lang bij ons blijven. En dat is weer goed voor de continuïteit en kwaliteit.

Hier delen enkele medewerkers van diverse afdelingen hun verhaal. Zij staan elke dag met hun teams klaar om ervoor te zorgen dat onze klanten de kwaliteit en aandacht krijgen die ze verdienen.



ALEX MOLS

Key Accountmanager
buitendienst
20 jaar in dienst

Ik ben al bijna 20 jaar in dienst bij VHC ActiFood, met een korte onderbreking van 4 jaar. In die tijd heb ik allerlei functies vervuld: van orderpicker en administratief medewerker tot accountmanager en sinds 2,5 jaar key accountmanager. Het mooiste aan mijn werk vind ik het leggen van de verbinding tussen klant en groothandel. Geen dag is hetzelfde, en dat maakt het uitdagend en heel leuk!



MARCEL KOOTSTRA

Inkoop Manager
25 jaar in dienst

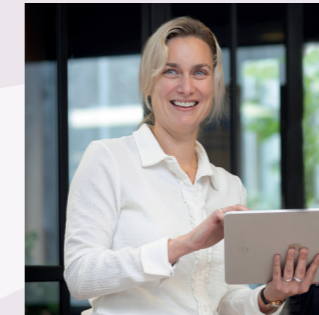
Ik begon mijn carrière bij VHC ActiFood als vrachtwagenchauffeur. Door de jaren heen ben ik met het bedrijf meegegroeid en heb ik de overstap naar een interne functie gemaakt. Deze groei heeft me uiteindelijk gebracht naar mijn huidige rol als Inkoop manager, waar ik met veel passie werk aan het versterken van ons productaanbod.



ANITA VAN URK

HR Adviseur
2 jaar in dienst

In deze rol ben ik niet alleen operationeel betrokken bij dagelijkse HR-activiteiten, maar fungeer ik ook als strategisch adviseur voor zowel leidinggevenden als medewerkers. Vanwege de dynamiek binnen het bedrijf en de diversiteit van de mensen is geen dag hetzelfde en ga ik met plezier naar mijn werk. Wanneer je bij VHC ActiFood de deur binnen stapt, stap je gewoon een andere wereld binnen.



INGRID VAN VEEN

Manager Marketing en
Commercie
9 jaar in dienst

Sinds 2019 ben ik verantwoordelijk voor de verkoop binnendienst en marketing. Mijn focus ligt op commerciële groei door verkoop en marketing strategisch op elkaar af te stemmen. Daarnaast organiseer ik beurzen, een mooie combinatie van plannen, organiseren en creativiteit. Ik werk goed onder druk en geniet van de dynamiek die dat met zich meebrengt.



FLORIS BOSMA

Manager Magazijn
6 jaar in dienst

Ik ben verantwoordelijk voor de avondploeg in het magazijn en ik heb veel plezier in mijn werk. Vooral de afwisseling, de samenwerking met een grote en energieke ploeg, de organisatorische uitdagingen, en de dagelijkse deadline die we moeten halen om de handel klaar te zetten, zorgen voor een altijd dynamische en boeiende werkdag. "Time flies when you're having fun."



SAKE DE VRIES

Manager Magazijn
25 jaar in dienst

's Morgens ben ik verantwoordelijk voor het zorgen dat de laatste artikelen die 's nachts binnenkomen, nog mee kunnen op route. Overdag houden we in de gaten dat alle schappen weer gevuld worden en het magazijn er netjes bij staat. Het is een zeer afwisselende baan en geen dag is hetzelfde, wat dit werk zo boeiend maakt. Ik werk nu al bijna 25 jaar met veel plezier bij VHC ActiFood.



RAYMOND HAISMA

Sales Manager
24 jaar in dienst

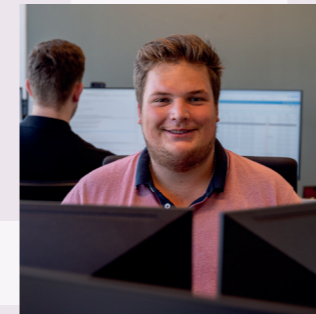
Sinds februari 2001 werk ik bij VHC ActiFood en ben ik verantwoordelijk voor het aansturen van het verkoopteam en de specialisten. Mijn focus ligt op het stimuleren van verkoopgroei en het behalen van verkoopdoelen, en daarmee de marktpositie van VHC ActiFood te versterken. De commerciële uitdagingen en het behalen van resultaten maken mijn werk spannend en uitdagend.



GERJA VAN VEEN

Facilitair Medewerker
1 jaar in dienst

Grote kans dat we elkaar tegenkomen wanneer je een bezoek brengt aan VHC ActiFood. Ik ben gastvrouw in ons Experience Center. Hier ontvangen we klanten, leveranciers en andere belangstellenden die bij ons komen voor een opleiding, cursus, workshop, bijeenkomst, of om geïnspireerd te worden.



JESPER SCHREUDER

ICT Medewerker
5 jaar in dienst

Sinds 2019 ben ik in dienst bij VHC ActiFood, waar ik dagelijks werk aan het verbeteren van onze processen. Mijn grootste trots is het manco systeem dat ik heb ontwikkeld. Een van de meest leerzame projecten was de overgang naar ons nieuwe ERP-systeem, een intensief maar waardevol traject. VHC ActiFood voelt voor mij als een hechte familie.



HESTER SLOFSTRA

Assistent Inkoop Manager
17 jaar in dienst

Sinds 2007 ben ik werkzaam bij VHC ActiFood, eerst op de verkoop binnendienst en nu zo'n 10 jaar op de afdeling inkoop. Hier heb ik door de jaren heen verschillende werkzaamheden gedaan, het allergenenbeheer, artikelbeheer en nu als assistent inkoop manager. Het uitdiepen en verbreden van ons assortiment en het onderhouden van de contacten en afspraken met onze leveranciers maakt dat het elke dag anders is. Iedere dag geniet ik nog van mijn werk en de uitdagingen die het brengt!



RICK HUIJGEN

Kwaliteitscoördinator
14 jaar in dienst

Na jaren als orderpicker te hebben gewerkt, ben ik de laatste jaren als kwaliteitscoördinator werkzaam. Ik vind het leuk om te helpen om kennis op de juiste plek te krijgen en met collega's van alle afdelingen de kwaliteit van onze dienstverlening te vergroten. Deze ondersteunende functie past bij mij en geen dag is bij VHC ActiFood hetzelfde.

THERE IS NO BUSINESS LIKE FAMILY BUSINESS

IN GESPREK MET RALPH MARKWAT VAN FHC FORMULEBEHEER

FHC Formulebeheer ontwikkelt franchiseformules in fastfood, horeca en catering, en faciliteert met ruim 20 medewerkers de totale bedrijfsvoering van zo'n 150 franchise-outlets, verdeeld over drie formules: Family, Foodmaster en VITAL. Voor die laatste formule won het bedrijf in 2019 de NFV-trofee van de Nederlandse Franchise Vereniging.

Family business

FHC Formulebeheer is in 1994 opgericht door Ralph's vader, cafetaria-ondernemer Wim Markwat, die zijn passie en ervaring voor het Family bedrijf graag met andere ondernemers wilde delen. Ralph vertelt: "30 jaar geleden opende mijn vader Wim het eerste Family restaurant. Strikt genomen zijn we nu geen familiebedrijf meer, maar het familie gevoel zit nog wel in onze genen. Die familiementaliteit van samen iets moois tot stand brengen, hebben we met partner VHC ActiFood gemeen. De ideale partner waarmee we onze Foodmaster en Family vestigingen in Midden-, Oost- en Noord-Nederland bevoorraden."

Drie succesformules

VITAL is een formule voor de gezonde schoolkantine. Ralph: "Duurzame, 'planet proof' catering en altijd inclusief, van halal tot vega. Met VHC ActiFood beleveren we o.a in Leek.

Foodmaster is een afhaal- en bezorgcafetaria met de focus op snelheid en gemak en telt nu 53 vestigingen.

Family zit als cafetariaformule meer op een restaurantbeleving voor een cafetariaprijs, waar je voor alle eetmomenten terecht kunt. Family heeft nu zo'n 60 vestigingen, vooral in het westen, midden en noordoosten van het land.

Zonder gaspitten

Ralph licht toe hoe in deze tijd van hoge kosten en personeelstekorten de Family formule toch floreert: "We werken met jonge mensen en alleen met friteuses, bakplaten en combisteamers, waarmee alles bereid kan worden. Dus géén zestien gaspitten, géén dure chef-koks. Zo kunnen we makkelijker personeel vinden, draaien we prima marges en kunnen we restaurantkwaliteit bieden voor een cafetariaprijs. Mede dankzij de inkoopkracht en het maatwerk van VHC ActiFood."

Platte organisatie

"In deze dynamische markt heb je ook een dynamische groothandel-partner nodig," beklemtoont Ralph. "VHC ActiFood snapt de cafetaria- en snackwereld. Nuchtere gewone mensen die van aanpakken weten, niet in problemen maar in oplossingen denken. Dankzij de korte lijntjes kunnen we samen snel beslissen, calculeren en anticiperen. Bijvoorbeeld met slimme menu-engineering, streek- of seizoensproducten."

FHC.
Formulebeheer

Wil je meer weten, ga naar de website:
fhc-formulebeheer.nl

"Dankzij de korte lijntjes kunnen we samen snel beslissen, calculeren en anticiperen."



ONZE VIER VERS SPECIALISTEN

Sinds de opening van ons Verscentrum in 2001 zijn onze versafdelingen flink uitgebreid. Op elke afdeling – van AGF tot vlees en vis – staat een specialist klaar om onze klanten deskundig te adviseren. Dit jaar hebben we daarbij versterking gekregen van kwaliteits- en productmanager Theun Rooks. Met zijn jarenlange horecaervaring brengt hij extra inspiratie en expertise mee, waardoor ons team sterker is dan ooit. Benieuwd naar hun verhalen? Lees meer over Martin Dijkema, Marco van der Haar, Edwin Bokkers en Theun Rooks.



EDWIN BOKKERS

CULINAIR ADVISEUR MET PASSIE VOOR VIS

Edwin Bokkers werkt inmiddels al 11 jaar bij ons als culinair adviseur en sinds 2022 ook als visspecialist. Zijn culinaire reis begon op jonge leeftijd, toen hij al op zijn 13e in de professionele keuken aan de slag ging. Bij restaurant De Koperen Tuin kwam hij voor het eerst in contact met VHC ActiFood, waar hij meteen een goed gevoel bij had.

Edwin vertelt: “Op een beurs vroegen ze me eens om te koken, en dat leidde uiteindelijk tot een vaste samenwerking. Toen we een demokeuken openden, vroegen ze of ik me daarover wilde ontfermen. Nu geven we er workshops, trainingen, kookdemo’s en productpresentaties.”

Calculeren

Naast zijn werk als culinair adviseur helpt Edwin klanten op locatie, dus in hun zaak, met het opstellen van menukaarten en het calculeren van marges – een cruciaal aspect dat volgens Edwin in veel keukens vaak vergeten wordt. “Mijn taak is om klanten te helpen bij het kiezen van gerechten waarmee ze goede marges kunnen halen, want de dagprijzen van verse vis schommelen sterk.”

Dynamisch

Vis is altijd Edwins passie geweest. Daarom is hij naast culinair adviseur ook onze visspecialist. Hij geniet van de puurheid van het product en de dynamiek van de visafdeling. “Samen met mijn collega’s werk ik al 10 jaar op de visafdeling. Door de steeds veranderende vismarkt blijft het werk afwisselend. Daarnaast werken we nauw samen met Veltman Vis. Ik draag graag mijn steentje bij: als er ‘s morgens hulp nodig is bij het laden, sta ik ook paraat.”



“Ik help klanten bij het kiezen van gerechten waarmee ze goede marges kunnen halen.”

Edwin Bokkers



Sinds 2023 werken VHC ActiFood en Veltman Vis Service samen om klanten te voorzien van de mooiste, duurzame vis van topkwaliteit. Door deze samenwerking worden vakkennis, service en passie gebundeld, wat beide bedrijven sterker maakt en we klanten nog beter van dienst kunnen zijn.

Bij Veltman Vis Service vormen kwaliteit en duurzaamheid al jarenlang de kern van hun activiteiten. Sinds 2019 staat Luuk Jellema aan het roer. Als gepassioneerd viskenner, met de Waddenzee als achtertuin, laat hij zich inspireren door de zee en haar natuurlijke rijkdom.

Altijd vers, duurzaam en gecontroleerd

Luuk: “We bieden het hele jaar door een breed assortiment van verse, gekoelde en diepvriesproducten. Alles wat onder de waterspiegel leeft, bieden wij aan en altijd van topkwaliteit. Het transport gebeurt onder de juiste condities in duurzame kunststof kratten onder ijs, zodat de producten altijd vers aankomen. Tijdens transport houden wij strikte controle op de temperatuur, en onze chauffeurs zorgen ervoor dat onze hoge kwaliteitsnormen altijd worden nageleefd. Samen met de sluitende traceerbaarheid is dat voor onze klanten een waarborg dat ze topkwaliteit in huis krijgen. Door seizoensgericht en verantwoord te vissen, garanderen we de beste kwaliteit en respecteren we de natuur. Bijvoorbeeld vis die vol in de kuit zit, laten we met rust om de visaanwas te bevorderen.”



Trots op onze keurmerken

In de vissector zijn keurmerken essentieel om overbevissing tegen te gaan en kwaliteit te waarborgen. “De strenge eisen en controles van deze keurmerken bieden onze afnemers een objectief beeld van onze producten en ons bedrijf. Wij zijn een van de weinige visleveranciers die gecertificeerd zijn met het IFS-keurmerk. Daarnaast voeren we ook de keurmerken HACCP, FSSC 22000, MSC/ASC en Waddengoud. We zijn ontzettend trots dat we die keurmerken mogen voeren, omdat ze onze inzet voor duurzaamheid en kwaliteit onderstrepen.”

Breed assortiment

“De vis, schelp- en schaaldieren worden volgens HACCP-normen verwerkt en geleverd zoals onze klant het wenst: gefileerd, geportioneerd, zonder of met huid, geschubd, enzovoorts. Ons assortiment reikt van zalm, kabeljauw en zeebaars tot tongetjes, mosselen en wijting. En van makreel, haring en schol tot oesters, gamba's en kreeft. Daarbij staat ons team altijd klaar om klanten te adviseren en mee te denken over hun specifieke wensen,” aldus Luuk.

MARCO VAN DER HAAR

VAN SLAGERIJ NAAR GROOTHANDEL

Marco van der Haar begon zijn carrière als slager (leerling) bij een slagerij / slachterij. Mooie tijden, want daar deed je alles nog zelf, van slachten tot en met uitsnijden. Vervolgens ging hij werken in Gieten bij een vlees- vleeswaren groothandel waardoor hij in 2000 al in contact kwam met VHC ActiFood, omdat dit bedrijf vaste vlees leverancier werd van VHC ActiFood. Daarna is Marco bij Culivers in Eelde aan het werk gegaan en ook via dit bedrijf leverden wij het vlees in Oosterwolde

Marco: “Als VHC ActiFood wat extra's, speciaals of last-minute iets nodig had, belden ze ons, want wij konden leveren. Nadat de samenwerking stopte heb ik met Koenraad, Jan en Evert altijd contact gehouden. Ik ben aardig bekend met het VHC ActiFood DNA. In 2019 is Culivers overgenomen door VHC ActiFood met mij erbij en met veel plezier, dus dat zegt genoeg.”



Maatservice

“Als je alles onder één dak hebt, kun je je klanten beter en efficiënter bedienen. Varken, rundvlees en een klein gedeelte wild snijden, portioneren en verwerken we zelf in onze slagerij. Maar ook bij vleeswaren, kip en gevogelte hebben we goede partijen gevonden die maatwerk leveren. Precies zoals de klant het wil. Handig voor de kok en voorkomt verspilling. We zien dat in de horeca de vraag groeit naar diervriendelijke productiemethoden. Gasten informeren naar de herkomst van vlees. Wij spelen daar al langere tijd op in met biologische en streekproducten.”

Dit brengt Marco op de toenemende populariteit van Dry Aged rundvlees. “De groeiende interesse in drooggerijpt vlees bij consumenten, koks en restaurants is vooral te danken aan de superieure smaak, malsheid en textuur vergeleken bij natgerijpt vlees. Mooi dat deze traditionele methode weer herontdekt is. Dry Aging doen we in eigen huis met moderne apparatuur voor een nauwkeurige klimaatbeheersing waarin o.a. entrecote, ribeye en côte de boeuf optimaal kunnen rijpen.”

Voorraden

In het verscentrum is veel overleg, wat leidt tot een versterking van elkaars werk. “Als Edwin nog een partij verse vis kwijt moet, kunnen wij bij onze vleesklianten opperen om vis op de menukaart te zetten, en andersom. Zo helpen we elkaar om vis, vlees, groenten en fruit op tijd te verkopen en voorraden weg te werken.”

Marco benadrukt het belang van kwaliteit boven alles. “Als de prijs omhoog gaat, moet je als horecaondernemer geen concessies doen op de kwaliteit die je biedt. Doe dan liever concessies in de prijs: neem met iets minder marge genoeg. Leg je reputatie niet in de waagschaal.”

“Doe bij voorkeur geen concessies op de kwaliteit, alleen op de prijs.”
Marco van der Haar

MARTIN DIJKEMA

WEET ALLES VAN AGF

Martin is voor velen een vertrouwd gezicht binnen VHC ActiFood. Als accountmanager AGF (aardappelen, groenten en fruit) combineert hij dagelijks zijn uitgebreide kennis en ervaring met de passie voor verse producten. In zijn rol helpt hij horecaklanten hun menu's aan te vullen met de beste groenten en het lekkerste fruit. Zo kun je altijd rekenen op advies op maat.

Martin begon zijn loopbaan als groentesnijder bij een lokaal bedrijf in Groningen. "Na uitgebreid ervaring op te hebben gedaan kwam ik terecht bij Dijkstra Groenten en Fruit, en na de overname door VHC ActiFood maakte ik de overstap naar mijn huidige rol. Hier kan ik al mijn ervaring en passie voor AGF kwijt in mijn werk," vertelt Martin.



Dynamisch

De AGF-afdeling is volgens Martin een van de meest uitdagende versafdeling binnen VHC ActiFood. "Op de AGF-afdeling zijn we daarom dagelijks bezig met het selecteren van de beste producten. Met onze eigen snijderij kunnen we alles op maat leveren, wat ideaal is voor chef-koks. Elke dag is anders, en dat maakt mijn werk uitdagend, boeiend en dynamisch."

Gemak & duurzaamheid

Een duidelijke trend in de horeca is de groeiende vraag naar gesneden groenten, mede door het tekort aan koks. "Gesneden groenten bieden chef-koks veel gemak en besparen kostbare tijd in de keuken," legt Martin uit. "Daarnaast groeit de interesse in biologische producten, al blijft de prijs voor veel horecaklanten een struikelblok. Horecaondernemers kiezen vaak voor goedkopere alternatieven, maar de vraag naar streekproducten neemt toe. Helaas zijn niet alle lokale leveranciers gecertificeerd, waardoor we soms prachtige producten mislopen."

“AGF is een uitdagende verscategorie: voorraden kun je niet invriezen zoals vis en vlees.”

Martin Dijkema

Seizoensgebonden

Martin pleit ook voor een terugkeer naar het gebruik van seizoensproducten in de horeca. "Het hele jaar door liggen er aardbeien en asperges in de supermarkt, maar dat doet afbreuk aan de smaak en duurzaamheid. Seizoensgebonden producten zijn vaak van betere kwaliteit en veel duurzamer. Het is belangrijk om mee te denken met de seizoenen. En dat geldt niet alleen voor groenten en fruit, maar ook voor vlees en vis."

Vergeten groenten

Martin ziet ook mogelijkheden in het herontdekken van vergeten groenten. "Veel koks kiezen voor de bekende groenten. Zoals bloemkool, broccoli, sperziebonen, terwijl soms een vergeten groente zoals pastinaak, koolraap, schorseneren oerpeen of bietjes, het gerecht net wat exclusiever kan maken en de horecazaak zich daarmee kan onderscheiden."

Passie voor AGF

Wat Martin zo leuk vindt aan zijn werk bij VHC ActiFood is het contact met klanten en het delen van zijn kennis. Zijn passie voor verse producten en klanttevredenheid staat altijd centraal. "Het is prachtig om te zien hoe mijn advies aan chefs kan bijdragen om hun gerechten naar een hoger niveau te tillen. Bij VHC ActiFood draait alles om service en kwaliteit, en ik ben er trots op dat ik daar mijn steentje aan bij mag dragen."

THEUN ROOKS

BEWAAKT KWALITEIT MET HART EN ZIEL

Sinds 1 mei is Theun Rooks actief als kwaliteits- en productmanager van ons verscentrum. Zijn uitgebreide ervaring in de horeca, met een eigen restaurant Lyf's in Beetsterzwaag van 2001 tot 2020, maakt hem een waardevolle aanwinst.

Theun: "Toen ik mijn restaurant had was VHC ActiFood van meet af aan mijn favoriete leverancier. Ik ken het bedrijf dus al sinds het begin. Als klant had ik altijd korte lijnen met Jan Veenstra, één van de eigenaren." Toeval wil dat Theun na 20 jaar hard werken in de horeca vlak voor de coronapandemie zijn restaurant verkocht. Hierna vervulde hij als zzp'er in de horeca een meer adviserende rol als meewerkend consultant, maar nam door corona enigszins gedwongen een sabbatical. Vervolgens liep het toch anders en ging hij aan de slag in het onderwijs, bij ROC Friese poort in Sneek. "Ik had al acht jaar ervaring als instructeur technische vaardigheden bij de Hotelschool Stenden in Leeuwarden. Leren voor kok draait om herhaling van vaardigheden, net zo lang tot je het kunt. Ik vind dat studenten tegenwoordig daarin vaak te weinig praktijkervaring opdoen, zeker in het begin moet je je als school beperken tot de basis."

Verbeteren

Bij VHC ActiFood richt Theun zich op het verbeteren van de kwaliteit binnen alle versafdelingen. "Mijn rol is om te zorgen dat de kwaliteit op zowel product- als medewerkersniveau strakker wordt. Dit doe ik door nauw samen te werken met leveranciers en te kijken hoe we producten kunnen verbeteren en beter kunnen afstemmen op de wensen van de horeca."

Met zijn achtergrond in de horeca, waar hij ervaring opdeed in het hogere restaurantsegment, kan Theun het bedrijf een frisse blik bieden. "Mijn kracht ligt in mijn ervaring met het hogere segment. Hoewel ik geen specifieke ervaring heb in groothandel, heb ik zeker een belangrijke toegevoegde waarde als gaat om producten en kwaliteit, hoe koks denken en werken, en wat restaurants willen en eisen."



“Je moet blijven streven naar kwaliteitsverbeteringen vanuit het oogpunt van de klant.”

Theun Rooks

Teamwork

Samen met Edwin, Diego, Marco en Martin en alle andere medewerkers van de versafdelingen is Theun continu bezig met het vinden van betere of andere producten dan de concurrentie. "We blijven onze leveranciers trouw, maar stellen ook hoge eisen aan de kwaliteit. Het is mijn taak om te blijven zoeken naar verbeteringen en samen met leveranciers te kijken hoe het beter en mooier kan."

VHC ActiFood heeft zich door de jaren heen ontwikkeld van een groothandel voor cafetaria's en snackbars naar een speler die ook het hogere restaurantsegment goed en steeds beter kan bedienen. "Mijn inzet als kwaliteitsmanager is om dat proces nog meer te versnellen. Kansen zijn er volop, want in deze regio zien we steeds meer echt goede restaurants verschijnen."

ONZE AMBASSADEURS OP DE WEG

Logistiek op maat

Van de chauffeur die de bestelling bezorgt tot de accountmanager en receptie – iedereen bij VHC ActiFood werkt met passie en aandacht voor de klant. Als klant heb je altijd een persoonlijk aanspreekpunt, want wij regelen het volledige traject zelf. Van inkoop tot bezorging.

Chauffeurs, ons visitekaartje

Onze chauffeurs zijn dus meer dan alleen verantwoordelijk voor het transport. Dit team is het verlengstuk, de ogen en oren van onze accountmanagers. We noemen ze dan ook niet voor niets routevertegenwoordigers. Ze zijn namelijk echt het visitekaartje van het bedrijf. Letterlijk, want sinds dit jaar rijden onze chauffeurs met hun geel-paars gekleurde vrachtwagens helemaal in de nieuwe huisstijl.

Dankzij slimme ICT en vergaande automatisering verlopen onze logistieke processen soepel en snel. Alle bestellingen worden geregistreerd, ingepland en afgehandeld met slimme state-of-the-art ICT-systemen. Dat stelt ons in staat om elke klant maatwerk te bieden, waarbij rekening is gehouden met specifieke wensen en eisen. Een geolied proces waarbij we zes dagen per week op de weg zijn in Friesland, Groningen, Drenthe en Overijssel. En zelfs op de Waddeneilanden, via onze vestiging VHC WaddenFood.



Ronald
Chauffeur

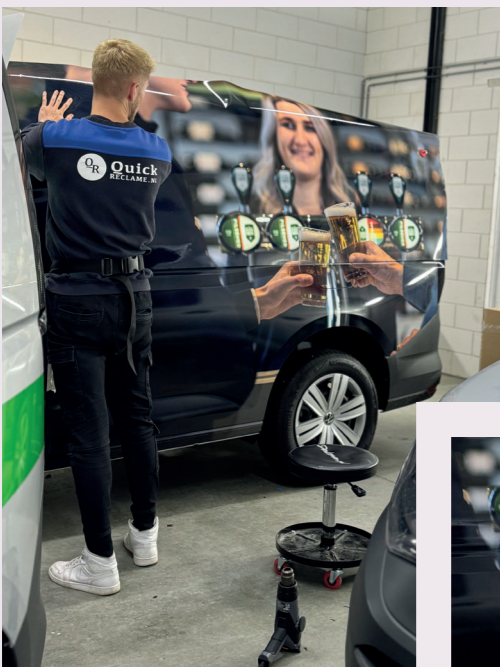


Jacob
Chauffeur

Nieuwe uitstraling op de weg

Dat frisse, geel-paarse jasje hebben we mede te danken aan de succesvolle samenwerking met Quick Reclame. Elke week verzorgde Quick Reclame de rebranding van onze vrachtwagens op locatie, onder leiding van Sven Huls en in samenwerking met onze marketingafdeling.

“Wij ontzorgen onze klanten, groot en klein, met ons totale pakket aan reclame. Autoreclame, gevelreclame, (LED)-lichtreclame... Noem het en we leveren het,” vertelt Sven over het aanbod van Quick Reclame. Met hun precisie en aandacht voor detail heeft het bedrijf voor de herkenbare uitstraling van het wagenpark van VHC ActiFood gezorgd.



Ons logistieke team aan het woord

Maak kennis met enkele collega's van ons logistieke team, die vaak al vanaf het begin bij ons werken. Samen met anderen binnen hun team zetten ze zich elke dag met hart en ziel in om alles op tijd bij onze klanten te bezorgen.



RONALD KROMKAMP

Logistiek manager

12 jaar in dienst

“Ik werk nu 12 jaar bij VHC ActiFood. De afgelopen 11 jaar ben ik chauffeur geweest. Toen bij ons op de planning een leidinggevende functie vrijkwam ben ik hier door de collega's van de planning voor gevraagd. Sinds juni dit jaar heb ik daarom de afdeling logistiek onder mijn hoede, maar ik ben wel van mening dat we de logistieke afdeling draaien met een team. Je doet het samen.”



PIETER KALTEREN

Planner

24 jaar in dienst

“Ik ben 24 jaar werkzaam bij VHC ActiFood, dus vrijwel vanaf het begin. Ik ben begonnen in de vriescel waarna ik na een jaar voor mijn chauffeursrijbewijs ben opgegaan. 22 jaar ben ik chauffeur geweest en sinds januari 2024 mag ik met mijn drie mede-planners de dagelijkse routeplanning verzorgen.”



BERT MOZES

Planner

25 jaar in dienst

“Dit jaar vier ook ik mijn 25-jarig jubileum bij VHC ActiFood. Ik begon als orderpicker en bezorgde op zaterdag met het busje bestellingen bij klanten. In dat eerste jaar haalde ik mijn groot rijbewijs en reed ik iedere zondag naar Six Flags, nu Walibi. Daarna volgden vaste routes in Stadskanaal, Ter Apel en Groningen. Inmiddels zit ik al acht jaar op de planning, waar ik de routes verzorg en het onderhoud van het wagenpark regel.”



Als iets vers moet zijn, dan is het wel brood, banket en patisserie. Precies dat biedt ons eigen merk Chaupain.

Met dit concept leggen we een sterke nadruk op ambachtelijke productiemethoden, traditionele recepten en technieken. Tegelijk spelen we ook in op nieuwe trends en de veranderende smaak en wensen van consumenten. Denk aan spelt, biologisch, zoutarm, glutenvrij en vegan.



CHAUPAIN

HET BESTE UIT ALLE WINDSTREKEN

Totaaloplossing voor brood

De allerbeste brood- en patisserieproducten uit alle windstreken samenbrengen onder één dak. Dat is de missie van Chaupain. Hiervoor reizen we heel Europa af op zoek naar de beste ingrediënten. Daardoor kunnen we brood leveren zoals brood bedoeld is: ambachtelijk gemaakt, met liefde en gevoel voor traditie. Samen met de klant stellen we het brood- en patiserieassortiment samen dat past bij diens horecaformule. Ook grote volumes vers brood kunnen we leveren. Betrouwbaarheid, versheid, service en de beste kwaliteit voor een eerlijke prijs, dat zijn de pijlers van Chaupain.

“Brood is het stille genot dat elke maaltijd verrijkt.”

Albert Veurman



Wil je meer weten, ga naar de website:
chaupain.nl

MESCOO

EEN EIGENTIJD'S KOFFIECONCEPT

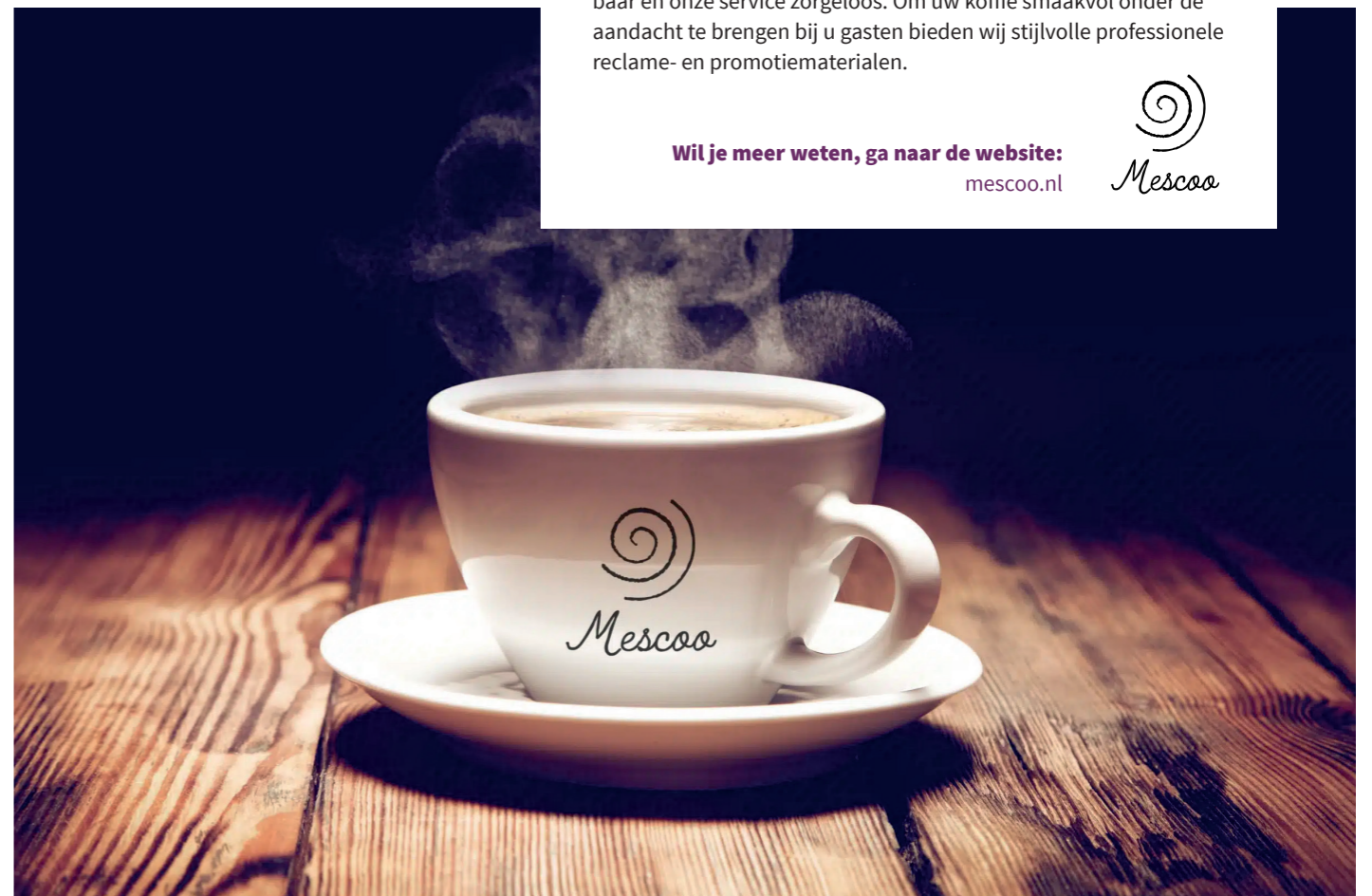
Mescao: dé keuze voor heerlijke koffie tegen een scherpe prijs! Met Mescao haal je het ideale totaalconcept in huis, waar kwaliteit, snelheid en gemak hand in hand gaan. Dit koffieconcept biedt horecaondernemers niet alleen smaakvolle koffie, maar ook extra omzet, een hoog rendement én toegevoegde waarde voor jouw zaak. Kies voor Mescao en serveer koffie waar iedereen van geniet!

Mescao: kwaliteit, gemak en voordelig!

Met Mescao serveer je in een handomdraai ieders favoriete koffie: vers, aromatisch en precies zoals je gasten het willen. Voor elke horecazaak bieden we een oplossing op maat. Mescao heeft een ruim assortiment aan koffieproducten. Hierbij kan gedacht worden aan bonen, capsules, vriesdroog en filter melanges. Daarnaast hebben we een breed aanbod aan accessoires en disposables.

Mocht u nu op zoek zijn naar een nieuwe koffievoorziening, dan kunt u ook daarvoor bij Mescao terecht. Voor alle soorten koffie hebben wij de juiste machines. Onze koffiemachines zijn betrouwbaar en onze service zorgeloos. Om uw koffie smaakvol onder de aandacht te brengen bij u gasten bieden wij stijlvolle professionele reclame- en promotiematerialen.

Wil je meer weten, ga naar de website:
mescao.nl





Met CoolBreak maak je van softijs een succes! Ons totaalconcept biedt alles wat je nodig hebt: hoogwaardige grondstoffen, trendy disposables, en professionele ondersteuning. Voeg daar onze krachtige promotiematerialen aan toe, en je hebt een onweerstaanbare ijsbeleving die jouw zaak laat groeien. Kies voor CoolBreak en maak het verschil!

COOLBREAK

TOTAALCONCEPT VOOR SOFTIJS

CoolBreak: hét totaalconcept voor softijs!

Om in te spelen op de veranderende voorkeuren van consumenten komen we regelmatig met leuke nieuwe innovaties. Denk hierbij aan de "IceBites" of de "MerMaid" Special. We organiseren geregeld inspiratiesessies bij VHC ActiFood. Tijdens deze sessies kunt u vernieuwende en leuke ideeën op doen, zoals het combineren van ons heerlijke softijs met populaire snoepjes, chocolades, en Boba's.

Daarnaast delen we creatieve tips om ook buiten het zomerseizoen de omzet hoog te houden en de softijsmachine rendabel te maken. Een voorbeeld hiervan is milkshakes met winterse smaken voor in de koudere maanden.



"Softijs maakt van elk moment een feestje!"
Jacco Lageveen

Wil je meer weten, ga naar de website:
coolbreak.nl



AMBACHT MEDIA

UITSTEKENDE RECEPTEN VOOR SOCIAL MEDIA



Ambacht Media is een fullservice online marketing bureau en sparringspartner van onze marketingafdeling. Ook een toenemend aantal van onze klanten maakt dankbaar gebruik van hun expertise voor het maken van content en uitrollen van hun online marketing.



Petra en Simone. Marketeers bij Ambacht Media
Aanwezig bij uitreiking Nederlandse Horecaprijzen

“We hebben dezelfde persoonlijke en nuchtere manier van werken als VHC ActiFood en hun klanten. Dat zorgde meteen voor een goede klik.”

Simone Rondaan

Simone Rondaan, specialist in online marketing: “Frequent online zichtbaar en actief zijn is een must voor horeca-gelegenheden om een band op te bouwen met hun gasten en doelgroep. Het vereist consistente planning, creativiteit en kennis van online marketing. Dat doe je er niet even bij als druk bezette horecaondernemer. Via via komen wij dan vaak in beeld.”

Organisch en betaald bereik

Een effectieve social media strategie bestaat volgens Simone uit een mix van organisch verspreide en betaalde content. “Organisch bereik krijg je vooral wanneer bestaande volgers je post liken of delen, wat helpt om je zichtbaarheid te vergroten zonder extra kosten. Met betaalde content kun je je bereik verder vergroten door gericht te targetten op specifieke demografische gegevens, verzorgingsgebieden, interesses en gedrag. Bovendien kun je de data van een reserveringsapp gebruiken om je online campagnes te optimaliseren, wat helpt om nog gericht te adverteren.”

Social media trends

Hoewel TikTok steeds populairder wordt, weet Simone uit ervaring dat Instagram en Facebook de meest relevante platformen zijn voor de horeca. “Voor bedrijven met veel zakelijke gasten is LinkedIn ook een goede optie,” legt ze uit. “Wat we merken, is dat mensen veel beter reageren op authentieke, persoonlijke content. Een foto van een trotse snackbar-eigenaar met zijn hamburger komt veel beter over dan alleen een close-up van de hamburger zelf. Een andere trend is dat video's van 10-20 seconden steeds vaker de aandacht trekken. Deze korte filmpjes genereren veel meer engagement (likes en shares) dan statische foto's. Het produceren van veel video's kan prijzig zijn, dus we zoeken naar een betaalbare mix van foto's, video's en af en toe live streams. Ook worden stories steeds populairder. Deze zijn maar 24 uur zichtbaar, wat een gevoel van urgentie creëert. Perfect voor actuele updates, polls of 'behind the scenes'-content, zoals een kijkje in de keuken. Dit geeft volgers een echte connectie met een bedrijf en dat werkt!”

Wil je meer weten, ga naar de website:
ambachtmedia.nl

Toekomst van social media

“AI (Artificial Intelligence) gaat alles makkelijker en sneller maken. Voorbeeldje: Stel op een foto van een ijssalon zijn de ijsbakken half gevuld. Dan geef je met een simpele prompt de opdracht om de ijsbakken aan te vullen. Sneller dan handmatig fotoshoppen. De AI-toepassingen ontwikkelen zich razendsnel, dus wie weet wat over één of twee jaar allemaal kan. Maar creatief denkwerk van mensen is minder makkelijk te vervangen,” aldus Simone.



5 SOCIAL MEDIA TIPS & TRICKS

OM METEEN TOE TE PASSEN

1 HOE VERLEID JE MENSEN OM JE PAGINA LIKEN?

Nodig ze uit. Klik in het bericht op de namen van mensen die je bericht hebben geliked. Nodig ze vervolgens één voor één uit. **Iedereen tegelijk uitnodigen?** Ga naar Meta Business Suite, klik op de startpagina en ga naar 'doelgroep uitbreiden'. Klik dan op 'uitnodiging sturen'.

2 FACEBOOK: BEPAAL HET DOEL VAN JE BERICHT / POST

Wil je dat mensen online bestellen of reserveren? Voeg dan een link naar je website toe in je bericht. Dit maakt het voor je klanten gemakkelijk om direct actie te ondernemen. Maar als je wilt dat mensen op je Facebook-bericht reageren om je bereik te vergroten, voeg dan géén link naar je website toe. Op Instagram werkt een link in de omschrijving niet. In plaats daarvan kun je gebruikmaken van Instagram Stories, waar je wel een link kunt toevoegen. Dit maakt het eenvoudiger om verkeer naar je website te leiden terwijl je interactie op je social media stimuleert.

3 GELUID, MUZIEK OF VOICE OVER SCOORT BETER

Doorgaans scoren verhalen met audio betere resultaten dan zonder geluid.

4 TIMING TELT: PLAN JE POSTS OP HET JUISTE MOMENT

Check wanneer je doelgroep het meest actief is op sociale media en plan je berichten op die tijden. Je vindt deze informatie bij de statistieken van Facebook of Instagram.

5 REAGEER OP DE REACTIES VAN JE VOLGERS

Het reageren op de reacties van je volgers is cruciaal voor het vergroten van de zichtbaarheid van je posts. Wanneer je interactie aangaat, stimuleer je niet alleen de betrokkenheid, maar geef je ook een positieve impuls aan het algoritme van sociale mediaplatforms.

COMMERCIELE AFDELING

ONZE STRATEGIE ONTSTAAT IN HET GANGPAD

Een gesprek met Evert Blaauw, Raymond Haisma en Ingrid van Veen, samen verantwoordelijk voor de commerciële afdeling. Deze is door de jaren heen flink gegroeid waarbij de taken goed zijn verdeeld: Raymond Haisma is verantwoordelijk voor de verkoop buitendienst en de specialisten, en Ingrid van Veen voor de verkoop binnendienst en de marketingafdeling.

Service, service & nog eens service

Als er één woord is dat de commerciële strategie van VHC ActiFood omschrijft, is het wel service. Evert: “Onze commerciële strategie draait volledig om service en echte, persoonlijke aandacht. Sinds onze start in 2000 is deze basis van onze aanpak eigenlijk onveranderd gebleven. Al toen we nog maar zeven medewerkers en drie vrachtwagens hadden, maakten we het verschil door meer service te bieden dan gebruikelijk in de branche. ’s Avonds laat nog dat ene doosje frikandellen bezorgen – niets was ons te gek. Het woord ‘ontzorgen’ bestond toen nog niet, maar wij brachten het al in praktijk door onze klanten zoveel mogelijk te ontlasten. Met die aanpak hebben we destijds in korte tijd veel nieuwe klanten gewonnen.”

Klanten door aanbevelingen

Raymond vult aan: “Nieuwe klanten komen vaak via ons bestaande klantennetwerk. Door positieve verhalen van andere horecaondernemers worden ze nieuwsgierig en willen ze weten wat wij voor hen kunnen betekenen. De ‘Word klant’-knop op onze website wordt dan ook veelvuldig gebruikt. Sterker nog: door de grote instroom van nieuwe klanten hebben we deze knop tijdelijk van de website gehaald. Het is belangrijk dat we de aanwas van nieuwe klanten ook organisatorisch aankunnen en onze service en betrokkenheid kunnen blijven waarmaken. Dit mag niet ten koste gaan van de bestaande klanten.”

Ambassadeurs

Evert benadrukt het belang van bestaande, loyale en tevreden klanten. “Zij zijn een essentieel onderdeel van het succes van VHC ActiFood. Onze focus ligt dan ook op het behouden en versterken van deze relaties. Hun ervaringen en vertrouwen vormen de basis voor langetermijnsamenwerking en maken hen ambassadeurs van ons bedrijf. Veel nieuwe klanten vinden via deze weg hun weg naar VHC ActiFood. Voor ons is het de uitdaging om de slogan ‘Service en Betrokkenheid,’ die op de gevel van ons pand prijkt, elke dag opnieuw waar te maken.”

Ingrid vult aan: “Dat mogen we niet uit het oog verliezen. Daarom is de samenwerking tussen verkoop buitendienst, verkoop binnendienst en de marketingafdeling essentieel. Door samen te werken kunnen we ervoor zorgen dat de kernwaarden van VHC ActiFood ook bij de verdere groei van het bedrijf hoog worden gehouden.”



Evert, Raymond en Ingrid
Commerciële afdeling



Accountmanagers
Commerciële afdeling

Raymond Haisma

Raymond is in 2001 bij VHC ActiFood begonnen als orderpicker. “Naast mijn studie Commerciële Economie kon ik in de avonduren en weekenden aan de slag in de diepvries. Die studie heb ik met succes afgerond en daarna heb ik mij in de binnendienst gericht op de verkoop van non-food.

Na deze periode kwam een functie vrij als accountmanager in de buitendienst voor de provincie Oost-Groningen. Naast de reguliere werkzaamheden als accountmanager, was ik verantwoordelijk voor alle aanbestedingen die uitgeschreven werden. Tevens was ik het vaste aanspreekpunt voor de landelijke klanten die we als VHC Groep beleveren. Na 7 jaar was het tijd voor een nieuwe uitdaging en heb ik de stap gemaakt naar Verkoopleider. In deze functie ben ik de schakel tussen directie en de commerciële buitendienst. Die rol ligt mij heel goed.”

Ingrid van Veen

Ingrid van Veen werkte van 2001 tot 2015 als ondernemer met een eigen horecazaak. Na de verkoop daarvan startte ze als formulecoach bij Snackpoint, waar ze meteen op de eerste beurs stond. In 2019 werd ze gevraagd om, naast haar werk voor Snackpoint, het hoofd verkoop binnendienst te worden bij VHC ActiFood. “Die rol heb ik vanaf de basis kunnen opbouwen,” vertelt Ingrid. “Inmiddels heb ik twee coördinatoren opgeleid, Yana en Larissa.”

In 2021 werd Ingrid verantwoordelijk voor de marketingafdeling, met als taak om deze opnieuw op te zetten. Ingrid: “Dat ging echter niet vanzelf, want vier weken nadat ik de marketingafdeling onder mijn hoede kreeg, werden we geconfronteerd met de coronapandemie en de daaropvolgende lockdowns. We moesten continu snel schakelen en ad hoc reageren. Zodra er een persconferentie van de overheid was geweest, zetten we binnen een mum van tijd onze berichten online. Snel reageren onder druk is iets wat ons goed ligt.”

Inmiddels is het marketingteam flink uitgebreid, en heeft iedereen binnen het team zijn eigen verantwoordelijkheden. Ingrid: “Ik neem nu een stapje terug, zodat ik mij kan richten op de algehele commerciële afdeling waar we nog flinke stappen in gaan maken. En daarnaast kan ik mijn energie kwijt in het organiseren van beurzen, want stilzitten is niks voor mij.”

MARKETING AFDELING

De marketingafdeling van VHC ActiFood maakt deel uit van de commerciële afdeling en speelt een rol in het versterken van onze merkidentiteit en klantbetrokkenheid. Van social media campagnes tot brochures, inspiratiemagazines, nieuwsbrieven en menukaarten – ons team zorgt ervoor dat de boodschap bij de klant op de juiste manier overkomt.



Catrien & Sita
Marketing afdeling



Larissa & Mees
Marketing afdeling

Claudia: “Ik vind het geweldig om mijn ontwerpen daadwerkelijk gedrukt te zien. Met oog voor detail zorg ik dat elk drukproject aansluit bij onze huisstijl – of het nu een nieuwsbrief is voor klanten of een folder voor collega’s. Alles in het herkenbare geel-paarse jasje van VHC ActiFood komt tot leven, en dát maakt mijn werk zo leuk.”

Irian: “Ik zorg ervoor dat klanten moeiteloos hun weg vinden op de site. Door SEO en gebruikersanalyses zorg ik ervoor dat de online zichtbaarheid van VHC ActiFood optimaal is. Wat ik het leukst vind? Het inzicht in waar klanten naar zoeken – zo kan ik steeds verbeteren en ervoor zorgen dat ze snel vinden wat ze nodig hebben.”

Wij stellen je graag voor aan ons creatieve team, dat dagelijks werkt aan alle marketinguitingen.

Catrien: “Het realiseren van het inspiratiemagazine dat elk kwartaal uitkomt, is één van mijn belangrijkste en leukste taken. Een ander mooi project was het grafische ontwerp voor onze jubileumvrachtwagen – een rijdend visitekaartje van VHC ActiFood. Het blijft geweldig om onze boodschap telkens visueel sterk neer te zetten en zo bij te dragen aan de herkenbare uitstraling.”

Sita: “Wat velen niet weten, is dat we ook voor klanten promotiemateriaal en grafische ontwerpen maken. Van menukaarten, afhaalfolders en wijnkaarten tot logo’s en flyers: met mijn passie voor visuele communicatie breng ik ideeën tot leven. Het allermooiste aan mijn werk zijn de positieve en enthousiaste reacties van onze klanten. Naast werk voor klanten heb ik mij het afgelopen half jaar veel bezig gehouden met de vormgeving van het 25-jaar Event.”

Larissa: “Naast mijn werk bij de verkoop binnendienst, ben ik af en toe op pad met de camera om filmpjes voor social media te maken. Vanaf 2025 ga ik samen met marketing nog meer inzetten op het creëren van leuke content voor de socials. Ik kijk ernaar uit om hier samen mee aan de slag te gaan!”



Claudia & Irian
Marketing afdeling

VHC GROEP LANDELIJKE DEKKING

Samen sta je sterker. Heb je meer inkoopkracht. Kun je kennis delen en bepaalde bedrijfsfuncties centraliseren, zoals ICT, HR, boekhouding en administratieve taken. Dat resulteert in kostenbesparingen en efficiëntere processen. Daarom zijn we partner binnen de VHC Groep, die verder bestaat uit VHC Jongens en VHC Kreko. Elk met een sterk profiel in hun regio, maar met gedeelde kernwaarden: eerlijk, vriendelijk, hardwerkend, betrokken, verbindend, kwaliteits- en servicegericht.

Nieuwe huisstijl

Service en kwaliteit bieden. Nuchter en eerlijk zakendoen. Persoonlijke aandacht, hard werken en als brede businesspartner onze klanten helpen om het beste te halen uit hun horecazaak en medewerkers. Deze door alle partners van de VHC Groep gedeelde kernwaarden komen heel fraai tot uiting in onze nieuwe huisstijl.



Vernieuwde huisstijl zorgt voor frisse uitstraling

We draaien de tijd terug naar januari 2023. Het moment dat VHC ActiFood, gezamenlijk met de andere vestigingen van de VHC Groep, live ging met de vernieuwde huisstijl. Een belangrijk en strategisch project, uitgevoerd in samenwerking met conceptbureau Underdock uit Amersfoort.

Nieuw logo: gebundelde krachten

Het nieuwe logo symboliseert de gezamenlijke kracht van de verschillende vestigingen binnen de VHC Groep. Het beeld is een herkenbare, gedeelde identiteit die de unieke waarden en samenwerking van alle vestigingen samenbrengt. De overlap van de letters ‘VHC’ staat symbool voor de transparantie en samenwerking met onze klanten, en de hechte verbinding tussen de vestigingen. Het horizontale streepje in de ‘H’ verbeeldt de glimlach waarmee VHC vanuit iedere vestiging elke dag klaarstaat om klanten te helpen. Door deze krachtenbundeling presenteert VHC Groep zich als één geheel: elke vestiging een sterke speler in de eigen regio, samen sterk met een landelijke dekking. Een betrouwbare groothandel die kwaliteit en klantgerichtheid altijd vooropstelt.



ALLES VOOR DE PERFECTE BELEVING

Als horecaondernemer weet je dat je gasten vooral op zoek zijn naar een mooie beleving. Of het nu gaat om een toprestaurant, hotel, bistro, eetcafé, lunchroom, pannenkoekenhuis of cafetaria: als de sfeer klopt, creëer je voor je gasten bijzondere ervaringsmomenten. De juiste presentatie en aankleding is dan ook essentieel voor elk horecaconcept.

Passende uitstraling

Met een bijzondere en eigen uitstraling creëer je een unieke beleving. Laat je daarvoor inspireren in ons Experience Center. Daar vind je een waaier aan presentatie-mogelijkheden voor je zaak, gerechten en producten! Ontdek gevarieerde stijlen in serviesgoed, bestek, glaswerk, en noem maar op. Een afspraak met onze adviseuse kan je op weg helpen naar een passend geheel.

Met eigen opdruk

Wil je kopjes, glazen, menukaarten, kokskleding en andere items met jouw logo erop en in jouw huisstijl? Deze en nog veel meer private label toepassingen kunnen we voor je realiseren.

“Klanten inspireren, met vertrouwen hun traject begeleiden en daarna het eindresultaat zien maakt mijn dag compleet!”

Mariëlle Klaassen-Grit

Keukeninrichting

Of je nu op zoek bent naar hoogwaardige pannen, professionele keukenapparatuur of praktische keukentools, wij hebben alles om je culinaire creaties tot leven te brengen. Dat omvat ook de basics voor de efficiënt georganiseerde keuken, zoals opslagoplossingen en werktafels.



Mariëlle Klaassen-Grit
Non-food Adviseuse

Advies op maat

Wij werken samen met betrouwbare partners op het gebied van bedrijfskleding, interieur en grootkeuken.

Interieur

Een nieuwe belevingswereld creëren voor jouw restaurant, hotel, lunchroom, café of bedrijfsrestaurant? Voor een uniek en sfeervol interieurplan kan onze partner je voorzien van fraaie ontwerpen. Een inspiratiesessie wordt vertaald naar een creatief ontwerp, vervolgens wordt het project goed begeleid tot de inrichting aan toe.

Grootkeuken

Ondersteuning of advies nodig bij de inrichting van de professionele keuken? Ook daar kan onze partner jou en je keukenbrigade bij adviseren. Je wilt immers geen spullen aanschaffen die amper gebruikt worden. Of die een te grote of kleine capaciteit hebben.

Bedrijfskleding

Het visitekaartje van de zaak, je personeel, in professionele horecakleding steken? Onze partner komt graag bij je langs om diverse modellen te showen. Ontzorgen staat hierbij hoog in het vaandel, dus ook hierbij kun je rekenen op begeleiding van A tot Z.

WINE EXPERIENCE CENTER

Alle wijnen hebben hun eigen verhaal, van druif tot drank. Verhalen die onze wijnspecialist Marco Scheffer met je deelt in ons Wine Experience Center. Daarbij kan hij adviseren welke wijnen of wijnarrangementen het beste bij je menukaart passen. Daarvoor hebben we niet alleen gangbare wijnen op voorraad waar veel vraag naar is, maar ook tal van andere interessante en nieuwe wijnen. Die kun je allemaal ontdekken en proeven in ons Wine Experience Center tijdens de wijnproeverijen die we regelmatig organiseren. En uiteraard tijdens ons 25 Jaar VHC ActiFood Event.



“Elke fles wijn vertelt een verhaal”

Marco Scheffer

Een lonende wijnkaart

Het maken van een goede en lonende wijnkaart is een vak apart. De juiste wijn-en-spijscombinatie kiezen is slechts één aspect. Ook prijzen en de omvang van de wijnkaart zijn essentieel. Onze wijnspecialisten en culinaire adviseurs beschikken over alle kennis en ervaring om voor jou een wijnkaart op maat samen te stellen. Een wijnkaart die perfect past bij je menu, publiek, horecaconcept en prijsbeleid.

Marco – wijnspecialist bij VHC ActiFood

Onze collega Marco, inmiddels gespecialiseerd in wijnen, begon zijn avontuur in de wereld van wijn via de gedistilleerde dranken. Bij Hulsink in Harderwijk ontdekte hij zijn passie voor het vak, waarna hij al snel zijn weg naar wijn vond. “Bij VHC ActiFood houd ik mij bezig met inkoop, verkoop en het geven van trainingen,” vertelt Marco. “Het mooie van deze rol is dat ik mijn kennis en passie voor wijn kan delen met anderen, van onze klanten tot enthousiaste beginners die meer willen leren over wijn.” In het Wine Experience Center in Oosterwolde nodigt Marco horecaondernemers uit om de mooiste en lekkerste wijnen te proeven en ontdekken. Zo is binnen een mum van tijd de drankenkaart van ieder restaurant gevuld met unieke en passende wijnen.



Marco Scheffer
Specialist Wijnen & Gedistilleerd



VHC WADDENFOOD

LOGISTIEK MET EILANDMENTALITEIT

VHC WaddenFood draagt al sinds 2006 zorg voor de bevoorrading van Terschelling. Onder leiding van Wim Reinigert levert deze afdeling van VHC ActiFood aan lokale restaurants, hotels, cafés, snackbars, campings, strandtenten en events.



Snel ter zake

“We zijn in 2006 gestart,” vertelt Wim, “toen had ik nog alleen een drankenhandel. Ik wilde graag uitbreiden met food. We kregen een kavel toegewezen van de gemeente om een magazijn te bouwen. In eerste instantie zocht ik toenadering bij de Hanos, maar dat werd niets. Toen hebben we een afspraak gemaakt met VHC ActiFood. Alle vier partners kwamen langs, dat zegt al veel. Ze hakten snel de knoop door: we gaan het doen.”

Eigen magazijn

Groot voordeel is het eigen magazijn op Terschelling. “We hebben hier het totale pakket van fris, bier, gedistilleerd en behoorlijke selectie wijnen. Plus een uitgebreide voorraad van basisproducten zoals sauzen, boter, oliën, brood en snacks. Zo kunnen we onze klanten snel bedienen. Producten kunnen een dag van tevoren worden besteld.

Logistieke uitdagingen

Alles moet per boot worden aangevoerd, dus de logistiek luistert nauw. “Ons team begint elke ochtend met de orderpicking van de drankbestellingen. De chauffeurs maken hun bezorgronde en zijn rond 10:30 uur terug om de emballage te verwerken. Om 11:00 uur komt de vrachtboot met het versassortiment van AGF, vlees en vis uit Oosterwolde. Dat laden we over in onze vrachtwagens en bezorgen alles dezelfde middag.” Op Ameland en Vlieland is er geen eigen depot en wordt met lokale transporteurs gewerkt. “Via Harlingen gaat het met de boot naar Vlieland en via Leeuwarden of Holwerd naar Ameland. Daar worden de goederen met elektrische vrachtwagens bezorgd,” licht Wim toe.

Seizoensgebonden

VHC Waddenfood heeft ongeveer 150 klanten. Wim: “Qua drukte zijn er uiteraard seizoensverschillen. De zomer is piekseizoen. Dan komen de jeugd en vakantiegangers naar Terschelling en zijn alle campings open. In september gaan die weer dicht. In de winter schalen we af en leveren we drie dagen per week in plaats van zes. Om aan die seizoensgebonden vraag te voldoen werken we daarom met een flexibel personeelsbestand. We hebben vijf vaste medewerkers die in de zomer worden aangevuld met ZZP’ers uit bijvoorbeeld de bouw die dan stil ligt, plus jongeren van het internaat die graag wat bijverdienen met een zomerbaantje.”

Eilandmentaliteit

De nuchtere manier waarop VHC ActiFood zaken doet en werkt blijkt perfect te passen bij de eilandmentaliteit. “Het is een klein eiland met, zonder toeristen, 5000 inwoners. Als eilanders kennen we elkaar en hebben we korte lijntjes. Heeft een klant iets nodig wat we zelf niet op voorraad hebben? Dan vragen we andere klanten of ze iets over hebben en dat kunnen missen. Als eilanders help je elkaar. En VHC ActiFood past daar perfect bij.”



Wim Reinigert
VHC WaddenFood

STUDENTEN STELLINGWERF COLLEGE

ONDERZOEK DUURZAAMHEID HORECABEURS

Wie zijn wij?

Wij zijn Simme Reijnders, Duitsen Postma, Manon Tjassing en Iris Bron van het Stellingwerf College in Oosterwolde. We zitten nu in vwo 6 en hebben voor het vak Onderzoek en Ontwerp aan onze meesterproef gewerkt voor horecagroothandel VHC ActiFood. De meesterproef is een afsluitend project waarbij leerlingen, wij dus, hun onderzoeks- en ontwerponderwijs toepassen op een praktisch, zelfgekozen probleem om tot een innovatieve oplossing te komen.



| Studenten Stellingwerf College in Oosterwolde

Vraagstelling

Hoe kun je een horecabeurs zo duurzaam mogelijk maken, maar ook een mooie uitstraling geven? Dat is de vraag die Ingrid van Veen, manager marketing en commercie bij VHC ActiFood, aan ons stelde. Dit jaar bestaat VHC ActiFood 25 jaar, waardoor de beurs nog specialer is dan normaal. Daarom wil VHC ActiFood graag dat de beurs nog een stukje duurzamer wordt.

Onze aanpak

We hebben zaken onderzocht die misschien duurzamer uitgevoerd kunnen worden en hierbij onze input en mening gegeven qua duurzaamheid, prijs etc. Tevens hebben we beursobjecten ontworpen en gemaakt, zoals de grote taartstand die in de beurstent staat met ... taartjes! Dit voor een kijk in de toekomst, maar ook om een goed voorbeeld te kunnen geven aan de horeca en dus indirect ook aan jullie. Kortgezegd, vrijwel alles wat je om je heen ziet hebben we op een duurzame, praktische en innovatieve wijze bekeken, met het doel om te kunnen recyclen of hergebruiken.

25
JAAR

De taartstand

De grote taartstand die op de beurs staat, die door zijn omvang haast niet te missen valt is gemaakt door ons als leerlingen. Dit was een extra meesterproef-opdracht die wij van VHC ActiFood hebben gekregen. Voor ons project hebben we een taart etagère van 2 meter hoog ontworpen en gebouwd. Deze bestaat uit meerdere lagen en is volledig door ons zelf bedacht en gerealiseerd. Het ontwerp is gemaakt met oog voor zowel functionaliteit als schoonheid en uitstraling, waarbij we duurzame materialen hebben gebruikt om het geheel milieuvriendelijk te maken. Door ons gezamenlijke werk hebben we een functionele taart etagère gecreëerd die goed aansluit bij het thema van duurzaamheid en innovatie binnen de beurs. De kleuren van de taartstand komen namelijk ook overeen met het logo van VHC ActiFood! In de foto's hiernaast kun je onder andere ons prototype van de taartstand zien met het skelet en het logo! Dit hebben wij gemaakt in OnShape, zodat we het ook in 3D konden zien. Na de moeite van het maken van de taartstand in 3D en het maken van een echt prototype van hout zijn wij dan toch eindelijk bij het eindresultaat gekomen. Deze zal u zien staan in de tent, op het einde van de beurs! Wij zijn in ieder geval benieuwd wat u, als lezer, van het eindresultaat vindt!

De vloer

Voor het buitenterrein en in de tent wordt er tijdens de beurs gewerkt met een tijdelijke vloer. Deze vloer wordt gemaakt met Sign Again, een vorm van kunststof gemaakt van gerecyclede spandoeken en andere producten van Schokker Producties. Dit wordt samengeperst tot dunne platen en worden uitgesneden als een soort puzzelstukjes. Deze stukken zijn 1 bij 1 meter van grootte en zijn dus makkelijk vervoerbaar en makkelijk te monteren. De tegels geven de vloer een aantrekkelijke uitstraling in tegenstelling tot de gewone ondergrond. Ook kan het voor latere evenementen gewoon weer gebruikt worden. Het is dus een ideale, duurzame toevoeging aan de beurs.

WIST JE DAT ...

- ... de catering rietjes gebruikt die van koffiedik zijn gemaakt, het koffiedik wordt ingezameld bij horecabedrijven dit wordt hergebruikt en is 100% biologisch afbreekbaar.
- ... de bakers waar je uit gaat drinken op de beurs van hard plastic zijn gemaakt en dus ook allemaal hergebruikt gaan worden.
- ... de etagère met allerlei taartjes en het logo van VHC ActiFood erop, gemaakt is door vwo 6 leerlingen van het Stellingwerf College uit Oosterwolde.
- ... al de doeken van Schokker die je ziet hangen, straks allemaal worden gerecycled. Om vervolgens weer gebruikt te worden in andere ontwerpen van Schokker.
- ... de taart etagère ook van duurzaam materiaal is gemaakt, waardoor hij erg goed binnen de beurs past!

HORECABEURZEN

DE KRACHT VAN PERSOONLIJK CONTACT

In de dynamische horecawereld zijn zichtbaarheid én een persoonlijke benadering cruciaal. Horecabeurzen zijn daarvoor een uitstekend platform. Het persoonlijke aspect van face-to-face ontmoetingen creëert vertrouwen en versterkt relaties. Ook voor VHC ActiFood is de beurs het ideale middel om het bedrijf te profileren, bestaande relaties te onderhouden en nieuwe klanten aan te trekken.

Ingrid van Veen is als onderdeel van de marketing ook verantwoordelijk voor beurzen. Dit omvat zowel de deelname aan gevestigde beurzen (o.a. HorecaEventT) als het organiseren van eigen beurzen op de eigen bedrijfslocatie.

Online beurzen

Bijzonder in dat opzicht was de coronaperiode. Toen kwam Ingrid's collega Martijn Blaauw bij een klant die een online beurs organiseerde. Ingrid: "Dit bracht ons op een idee om de horeca toch te blijven inspireren en leveranciers hun producten te laten presenteren. Namelijk door een fysieke, dus echte beurs op te bouwen, die klanten en andere relaties virtueel konden bezoeken. Door middel van video's en buttons konden mensen online een kijkje nemen in de stands en ons bedrijf. Deze virtuele beurs was een groot succes."

Directe feedback

Deelnemen aan beurzen is volgens Ingrid zeer waardevol: "Op een beurs horen we direct wat er leeft bij onze klanten. Het is de perfecte plek om bij te praten, te netwerken en horecatrends in de gaten te houden. We zien bijvoorbeeld de opkomst van streekproducten, vegetarisch en biologisch eten. Beurzen bieden ons bovendien de kans om niet alleen ons eigen assortiment en innovaties onder de aandacht te brengen bij potentiële klanten, maar ook zelf inspiratie op te doen bij leveranciers en fabrikanten. Dit houdt ons allemaal scherp."

Beurs 25 Jaar VHC ActiFood

"En nu is het tijd voor een bijzonder feestje! In januari 2025 organiseren we onze eigen jubileumbeurs op onze bedrijfslocatie. Hiervoor hebben we een speciaal beursteam opgericht dat al een jaar lang vol overgave werkt om van de jubileumbeurs een succes te maken. Onze klanten kunnen zich verheugen op een spectaculair en bruisend event! Want 25 jaar succesvolle groei is echt een groot feest waard! Noteer januari 2025 dus alvast in de agenda," besluit Ingrid.



Fysieke beurzen

Na de coronatijd is Ingrid zich ook gaan richten op fysieke beurzen. "In 2022 was het weer tijd voor een beurs op locatie en organiseerden we het Horeca Actief Event. Een beurs met culinaire trends, inspiratie en natuurlijk een feestje. Kort daarna, in 2023, presenteerden we onze nieuwe huisstijl tijdens het HorecaEventTT in Leeuwarden. Onze stand was niet te missen, met opvallende kleuren paars en geel. Het jaar daarop stonden we er weer, maar dan nog groter. Met een prachtig aquarium, een prijzenrad vol interactie en een live podcast."

25 JAAR MEER INFO OVER HET 25 JAAR EVENT? Scan de QR-code of ga naar actifoodevent.nl

BEURSUITINGEN

DOOR DE JAREN HEEN...



2005 OPEN DAGEN



2019 OPENINGSBEURS



2020 HUISBEURS



2021 VIRTUELE BEURS



2022 HORECA ACTIEF EVENT



2025 25 JAAR EVENT

Maak kennis met ons Jubileum Beursteam...

--	--	--	--	--	--	--	--	--

CHEFS GEMAK

KWALITEIT EN EFFICIËNTIE IN JOUW KEUKEN

In de horeca telt elke minuut en staat de tevredenheid van de gasten voorop. Met ons nieuwe concept Chefs Gemak spelen we hier slim op in. We bieden een breed assortiment aan gemakproducten, met onder andere voorgesneden groenten, sous-vide vlees en vis en kant-en-klare sauzen en soepen. Dit helpt jou om gerechten van topkwaliteit snel en zonder stress te serveren. Ideaal voor iedereen die efficiënt wil werken zónder concessies te doen aan smaak en kwaliteit.



Altijd efficiënt, altijd topkwaliteit

Dankzij een selectie van hoogwaardige ingrediënten zet je in een handomdraai heerlijke gerechten op tafel. Dit betekent een hogere productiviteit en minder stress in de keuken. Met Chefs Gemak maken we het zo eenvoudig mogelijk voor horecaondernemers, zonder dat het ten koste gaat van de kwaliteit. Of je nu kiest voor gemakrecepten met malse runder sucade of met heerlijke kabeljauw, Chefs Gemak maakt het mogelijk om je gasten op een simpele en snelle manier te verwennen met gerechten van topkwaliteit!

De innovatieve oplossing

Chefs Gemak is de perfecte manier om je horecazaak toekomstbestendig te maken. Onze recepten worden met zorg voor jou geselecteerd. Bovendien zorgen de recepten voor een versneld proces in de keuken, waardoor je zowel tijd als geld bespaart. Je bent verzekerd van constante kwaliteit en in staat om je impact in de horecabranche te vergroten. Het jou zo makkelijk mogelijk maken, dat is de kracht van Chefs Gemak.



Meer info over Chefs Gemak?

Scan de QR-code
of ga naar actifood.nl/chefs-gemak



STERKE MERKEN

Als totaalleverancier streven we ernaar om onze klanten te ondersteunen met de beste oplossingen die voldoen aan hun specifieke wensen en eisen. Daarom hebben we een reeks sterke eigen merkconcepten ontwikkeld, speciaal samengesteld voor én door horecaondernemers. Deze sterke merken zoals we ze noemen, zijn ontstaan uit onze jarenlange ervaring en samenwerking met experts. Het resultaat? Kwaliteit en innovatie tegen scherpe prijzen.

Een merkconcept voor elke behoefte

Met onze sterke merken verzekeren we onze klanten topkwaliteit en een gevarieerd aanbod dat horecaondernemers verder helpt en waarmee ze zich kunnen onderscheiden.

- Mescoo | Koffie en bijbehorende producten
- Campure | Droge kruiden
- vanWijck | Noten & Zuidvruchten
- 3Pasión | Wijncollectie 3Pasión
- Sabroso | Olijfolie
- Sanschef | Bouillon
- Yindee | Oosterse producten
- Prima | Snacks, sauzen, frituurvetten, oliën en margarines
- Fire & Flame | Houtskool en brandpasta
- De Witte Wijde | Kaas
- Lencke | Honing
- Chaupain | Brood en gebak
- Chef's Egg | Eiproducten
- Sollegiato | Tapas
- Chudin | Kookwijn
- CoolBreak | IJs en milkshake benodigdheden
- Saponi di Casa | Pesto en Olie
- Het Rijkje Gilde | Vleeswaren
- Proteq | Hygiene solutions



Kwaliteit, variatie en betrouwbaarheid

Onze sterke merken bieden voor elk onderdeel in de professionele keuken en voor elke horecaformule een betrouwbare oplossing. Of je nu op zoek bent naar verfijnde olijfolie, smaakvolle kruiden of slimme totaalconcepten zoals CoolBreak, met onze merken versterk je jouw aanbod, verbeter je de efficiency en verhoog je de omzet.





Professioneel



vanreusel



beveiliging telecom & ICT



Tasting Happiness



Think ahead.



Experts in duurzame hygiëne



ICT AFDELING

DIGITALE RUGGENGRAAT VAN ONZE LOGISTIEK

De ICT afdeling is onder leiding van Lucas Klaster verantwoordelijk voor de totale ICT-infrastructuur van VHC ActiFood. Deze digitale ruggengraat zorgt voor een gestroomlijnde logistiek waarbij alle schakels - van inkoop tot bezorging - naadloos op elkaar aansluiten. Investeren in state-of-the-art ICT is dan ook een must om te kunnen concurreren in de competitieve markt.

Logistieke efficiency

Lucas: "Met een robuust ICT-systeem hebben we veel bedrijfsprocessen geautomatiseerd en staan we garant voor een vlekkeloze logistieke operatie. Software hebben we deels in eigen huis ontwikkeld, zodat die perfect aansluit bij onze bedrijfsvoering. Het systeem maakt online bestellen voor klanten makkelijker, biedt real-time inzicht in voorraden, efficiënte orderpicking en optimale routeplanning."

Just-in-Time delivery

Just-in-time delivery is cruciaal in de horeca, waar versheid en kwaliteit voorop staan. Lucas stelt dat ICT ook hier de spil is waar alles om draait: "ICT maakt het mogelijk om leveringen en bezorgroutes nauwkeurig te plannen. Ook als het gaat om na- of spoedbestellingen. Dit stelt horecaondernemers in staat hun voorraden te minimaliseren zonder in te boeten op beschikbaarheid."



Rienk en Jesper
ICT afdeling

Online bestelgemak

Een gebruiksvriendelijk online bestelplatform is onmisbaar voor moderne horecaondernemers en ook dat is in betrouwbare handen van Lucas en zijn ICT-team. "Onze klanten kunnen online 24/7 bestellingen plaatsen en hun persoonlijke bestelhistorie bekijken, op ons overzichtelijke en intuïtief werkende platform. Zo doet de horecaondernemer in een mum van tijd de dagelijkse bestelling."

Versheid monitoren

Lucas: "Het transport van versproducten vereist uiterste precisie en controle. Met ICT kunnen we indien nodig zelfs tijdens het transport de temperatuur en luchtvochtigheid real-time monitoren. Dit garandeert niet alleen de kwaliteit van de versproducten, maar zorgt ook dat we voldoen ook aan de strenge voedselveiligheidsvoorschriften."

Innovatiemotor

De ICT-afdeling ziet Lucas als een innovatiemotor voor het hele bedrijf. "De schat aan data die het ICT-systeem genereert biedt VHC ActiFood ongekende mogelijkheden om de bedrijfsvoering te optimaliseren. Van voorraadbeheer tot klantvoorkeuren - alles wordt meetbaar en analyseerbaar. We kunnen zo nieuwe of veranderende horecatrends waarnemen, beter gefundeerde keuzes maken en nog sneller proactief inspelen op veranderende marktomstandigheden. Al die data geven VHC ActiFood inzicht in om continu te innoveren en zo klanten steeds beter van dienst te zijn," aldus Lucas.



WERKEN BIJ VHC ACTIFOOD

Bij VHC ActiFood geloven we dat onze mensen het verschil maken. Al 25 jaar bouwen we aan een bedrijf waar samenwerking, passie en betrokkenheid centraal staan. Of je nu in het magazijn werkt, als orderpicker, chauffeur of op kantoor, iedereen draagt bij aan ons gezamenlijke succes. Samen zetten we ons in voor de beste service en kwaliteit voor de klanten. En dat voel je in de werksfeer: persoonlijk, collegiaal en altijd gericht op verbetering. We helpen elkaar.



Extra krachten in het hoogseizoen

We zijn een zeer dynamisch bedrijf. Geen dag is hetzelfde. Dat maakt het werk leuk en afwisselend. Tijdens de drukke zomermaanden is er extra ruimte voor tijdelijke medewerkers en vakantiehelpen. Deze zomerkrachten zijn voor ons onmisbaar om de drukte in goede banen te leiden. We willen immers ook in het hoogseizoen onze klanten de kwalitatieve service bieden die ze van ons gewend zijn. Daarnaast is het dé kans voor jongeren en studenten om bij te verdienen en ervaring op te doen. We bieden dynamische banen en werkplekken waar mensen werkervaring kunnen opdoen en zich volop kunnen ontwikkelen. Ook als persoon. Mooi is dat.

Floris Bosma, hoofd van de avondploeg in het magazijn, vertelt graag iets over werken bij VHC ActiFood, waar vooral tijdens het zomerseizoen extra ruimte is voor jongeren. “De sfeer is hier altijd goed. We helpen elkaar. En daarnaast geldt: écht iedereen is welkom. Man, vrouw of X, jong, oud, autochtonen, allochtonen, ervaren medewerkers, stagiairs en mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. En voor al die collega’s wordt heel goed gezorgd. Zo bieden we interne doorgroeimogelijkheden en op de persoon afgestemde werkplekken. Het gaat om fysiek werk, waarbij je stappenteller overuren draait, dus ruil je sportschool-abonnement maar in en kom “betaald sporten” bij VHC ActiFood.

Sportieve, leuke en vooral gezellige zomerbaan

Ken je iemand die een leuke zomerbaan wel ziet zitten? Laat hem of haar contact met ons opnemen. Solliciteren kan op actifood.nl of door de QR-code te scannen.

Wil je meer weten over onze vacatures?

Scan de QR-code of ga naar actifood.nl/werken-bij-vhc



SNACKPOINT

GEEN FRANCHISE, WEL SAMENWERKING. 1+1=3



Roger Gielen, formule-eigenaar van Snackpoint met 90 vestigingen die in bijna alle provincies zijn te vinden, legt uit hoe hun unieke bedrijfsmodel individuele cafetariahouders het beste biedt van twee werelden: enerzijds behoud van de eigen lokale identiteit en ondernemersvrijheid, anderzijds de voordelen van samenwerking op het gebied van inkoop, marketing en bedrijfsmatige ondersteuning. En nee, het is geen franchise.

Vast maandbedrag

Roger: “Bij veel franchiseformules krijg je als ondernemer aan het begin van het nieuwe jaar een factuur met een fee van 8, 10 of 14% over het afgelopen jaar. Stel je draait een omzet van 5 ton en je hebt een fee van 8%, dan moet je dus € 40.000,- afdragen. Dat hakt erin als je bedenkt dat je je geld moet verdienen met een frikandel van € 2,50. Bij ons betaalt de cafetariahouder een vaste fee van € 325,- per maand, los van omzet, los van de grootte van je zaak, hoogte van de huur of openingstijden. Dit maakt ondernemen leuker en financieel voorspelbaar en betaalbaar.”

Van A tot Z ontzorgt

Snackpoint ontzorgt de horecaondernemer van A tot Z. “Met marketingdiensten, online content, posters, plafondhangers maar ook, als enige in cafetarialand, met iedere maand weer een gedrukt magazine: dit wordt enorm gewaardeerd. Daarnaast bieden we horeca-ondernemers goedkopere energiecontracten en speciale tarieven voor afvalverwerking en verzekeringen.”

Blijven innoveren

Voorkeuren en smaken veranderen. Snackpoint volgt de trends en doet veel om nieuwe generaties aan te trekken met acties. All time favourites als friet, frikandellen, kroketten en hamburgers zijn niet voldoende, tegenwoordig verkopen we ook salad bowls en nacho's en vega snacks. We zijn bezig met een Italiaans concept. Hebben speciale dingen voor gezinnen met jonge kinderen, een spaarkaart, primeurs. Alles met maar met één doel: klanten trekken, aan je binden en de kassa laten rinkelen.”

Klant vanaf 2003

Hoe verklaart Rogier dat Snackpoint na ruim 22 jaar nog steeds enorm happy is met VHC ActiFood? “Ze zijn enorm persoonlijk betrokken. Niet alleen met ons bedrijf, maar ook bij al onze cafetariahouders. Ze komen regelmatig langs om te horen hoe het gaat. Een goede vertegenwoordiger die jouw zaak kent, is het halve werk zeg ik altijd. Groot voordeel is bovendien dat ze het totale assortiment hebben, dus we hoeven nergens anders te shoppen. Ook niet voor vers.”

Roger: “We afficheren ons als samenwerkingsverband, niet als franchisegever. Dit betekent minder kosten. De ondernemers kopen voor minimaal 80% van hun assortiment in bij VHC ActiFood voor de vestigingen in de Noordoostelijke provincies en bij VHC Kreko voor de Zuidelijke provincies”



| Snackpoint Formule Management. Een echt familiebedrijf.

Serius commitment

Wat Roger ook aanspreekt in zakendoen met VHC ActiFood is de persoonlijke betrokkenheid. “Bij VHC ActiFood kijken ze ook naar de mens achter de ondernemer en dat vind ik fantastisch. Hun service stopt niet om 5 uur 's middags. En hun commitment gaat heel ver: toen het een keer niet lukte om een financiering van de bank te krijgen, zorgden zij ervoor dat het last-minute tóch doorging. Kijk, dan ben je een echte business partner,” concludeert Roger.

KERST & RELATIEGESCHENKEN

OP MAAT VOOR HORECAONDERNEMERS

Wanneer je als horecaondernemer goed uitpakt met een bijzonder kerstpakket, wordt dat zeer gewaardeerd door je medewerkers. Een mooie manier om ze te belonen voor al het harde werk van het afgelopen jaar. En het bevordert de teamspirit. Een fraai kerstpakket of ander relatiegeschenk is uiteraard ook een sympathieke blijk van waardering voor je zakelijke relaties.



Kerstpakket met persoonlijke touch

Wij bieden de mogelijkheid om kerstpakketten en relatiegeschenken volledig op maat samen te stellen, passend bij jouw wensen en het karakter van je bedrijf. Denk hierbij aan een breed assortiment producten, variërend van luxe lekkernijen tot praktische items. Zo stel jij een pakket samen dat zowel medewerkers als zakenrelaties zal aanspreken. Of het nu gaat om biologische en duurzame producten of streekproducten, de opties zijn eindeloos. Tevens is het mogelijk om pakketten als echte cadeaupakketten op te maken. Dat geeft het nét die extra feestelijke uitstraling.

Met gemak geregeld

Heb je behoefte aan gemak? Ontdek ons ruime assortiment vooraf samengestelde kerstpakketten. Met zorg samengesteld en eenvoudig te bestellen via onze website. Je hebt de keuze uit verschillende themapakketten, van verfijnde delicatessen en wijnen tot praktische en smaakvolle geschenken. Zo kun je snel en gemakkelijk een pakket kiezen dat perfect past bij je bedrijf en je medewerkers.

Een pakket voor elk budget

Of je nu op zoek bent naar een betaalbaar kerstpakket of een luxueuze variant, wij bieden voor elk budget een passende oplossing.

“Alles voor een slimme zaak, samen maken we het feest compleet!”

Ans & Thirza

Bestel tijdig en voorkom teleurstelling

Om zeker te zijn van de beste keuze en een tijdige levering, raden we aan om kerstpakketten vroegtijdig te bestellen. Zo voorkom je teleurstelling en weet je zeker dat je medewerkers of relaties verrast worden met een mooi geschenk.

Relatiegeschenken het hele jaar door

Naast kerstpakketten bieden wij het hele jaar door relatiegeschenken voor verschillende gelegenheden. Of het nu gaat om een jubileum, een opening of een bedankje, je kunt bij ons altijd terecht voor op maat samengestelde geschenken die indruk maken.

Kerstmarkt voor al je personeel

Wil je je medewerkers of klanten op een andere manier verrassen? Denk eens aan het organiseren van een kerstmarkt op je bedrijfslocatie. Zo laat je je medewerkers zelf hun kerstgeschenk samenstellen. Een leuke en interactieve manier om betrokkenheid en waardering te tonen.



Wil je meer weten over onze kerst & relatiegeschenken?

Scan de QR-code of ga naar actifood.nl/assortiment/kerstpakketten

IN GESPREK MET RUDOLPH VAN VEEN

IK KAN NIET KIEZEN TUSSEN KOKEN EN BAKKEN

Tijdens de VHC ActiFood jubileumbeurs maakt SVH Meesterkok en Meester Patisserie Rudolph van Veen (1967) zijn opwachting. Rudolph is vooral bekend van zijn optreden in het RTL-programma Life & Cooking en zijn programma's op 24Kitchen. Daarnaast geeft hij kookshows in theaters heeft hij een keur aan kookboeken geschreven.

Wat inspireerde je om SVH Meesterkok en Meester Patisserie te worden?

“Als ik iets doe vind ik het interessant om er echt helemaal in te duiken en er vol voor te gaan. Dat wil niet zeggen dat het dan ook altijd lukt, maar de reis ernaartoe is waardevoller dan wanneer je hem niet zou ondernemen.”

Wat is je favoriete keuken, en kooktechniek?

“Variatie is de spij van het leven, toch? Ik kan al nooit kiezen tussen koken en bakken, laat staan tussen welke cultuur. De oven is en blijft echter mijn favoriete keukentool. Vaak denk ik bij een gerecht: hoe zou een bakker dit maken? Een gerecht in de oven bereid geeft rust en overzicht in de keuken, daar hou ik van.”

Welke trends en innovaties zie je momenteel in de culinaire wereld?

“Meer nog dan te letten op trends probeer ik te letten op relevantie. Constant vraag ik mijzelf: wie is mijn publiek, wat willen ze en hoe kan ik hen van dienst zijn? In mijn werk voel ik mij vaak het bruiloftsbandje; ik speel wat mij gevraagd wordt. Tegelijk is het belangrijk om relevant en ‘van nu’ te blijven. Innovatie in de gastronomie is niet nieuws of specifiek van deze tijd. Ook François Vatel, August Escoffier, Joop Braakhekke en Cas Spijkers waren grote innovators in hun tijd. Het heeft ook gewoon te maken met wakker blijven en meebewegen met de samenleving.”

Hoe blijf je creatief en geïnspireerd in je vak?

“Als het je lukt in een goede en positieve cadans terecht te komen, waarbij je denkt; ik kan elke dag weer iets leren, dan vloeit de inspiratie vanzelf. Mensen willen graag omgaan met andere leuke mensen. Zorg er gewoon voor dat jij zo iemand bent. Dan komen anderen als vanzelf op jou af met hele leuke ideeën omdat ze van jou willen horen wat jij er van vindt.”

Hoe kijk je aan tegen duurzaamheid in de culinaire sector?

“Werken in de dienstverlening betekent voor mij maken wat door de samenleving gewenst wordt. Ingrediënten zijn voor mij als het do-re-mi van de muzikant. Niet-duurzaam zal uiteindelijk natuurlijk verdwijnen of opraken. Ik vind het nog altijd fascinerend hoe je van iets heel gewoons als boter, bloem en water iets geweldigs kunt maken. Ingrediënten die iedereen heel gewoon vindt transformeren tot iets wat heel bijzonder is. Een strudeldeeg bijvoorbeeld: dat is toch net een sprookje? Gewoon bloem met water en een beetje olie.”

Hoe ziet een typische dag eruit in het leven van Rudolph van Veen?

“Dan zou je toch echt een dagje gezellig mee op pad moeten gaan. Door de jaren heen heb ik een mooie portfolio van werkzaamheden opgebouwd die enorm divers is. Van televisie en online opnamen tot productontwikkeling, gastdocent op scholen, spreker tijdens zakelijke evenementen, het geven van workshops, gast-chef voor een avond in de horeca en diverse activiteiten voor Goede Doelen.”

Heb je specifieke tips voor mensen die net beginnen met bakken of patisserie?

“Kies uit waar je goed in wil zijn en draag dit duidelijk uit. Meer dan de helft van wat je bent is wat anderen denken dat je bent... Zorg er wel voor dat je niemand teleurstelt in je kwaliteit. Daarbij kan netwerken het leven rondom je vak een stuk aangenamer maken. Met collega's is het soms fijn om over onderwerpen te sparren waarover je met je gasten niet kunt praten. Bovendien heeft iedereen wel iets in te brengen. Vooral ook hele jonge mensen die misschien net komen kijken hebben vaak frisse ideeën. Een slim iemand omringt zich met mensen die slimmer zijn dan hij of zij.”

25
JAAR

Wat spreekt jou aan binnen VHC ActiFood?

“Ik heb ontdekt dat VHC ActiFood niet zomaar een leverancier is. Het bedrijf ademt betrokkenheid met de horeca-ondernemer en heeft kennis van zaken. Het is voor hun medewerkers die altijd klaarstaan voor hun klanten en anderen ook wel eens fijn diezelfde gastvrijheid ergens anders terug te voelen.”

“Voor nu kijk ik erg uit naar de activiteiten rondom het jubileum van VHC ActiFood!”



BRANDMORE

SLIMME BRANDING-OPLOSSINGEN
VOOR DE HORECA

Al 25 jaar is VHC ActiFood dé partner voor de horeca, en samen met Brandmore leggen we de lat nóg hoger. Brandmore biedt slimme, creatieve branding oplossingen die zorgen voor herkenbaarheid en een blijvende indruk bij je gasten. Hun aanbod? Van stijlvolle merchandise en praktische horeca-artikelen tot op maat gemaakte promotieproducten die een restaurant écht laten opvallen. We vroegen het team van Brandmore om een aantal tips met ons te delen.



Branding hoeft niet ingewikkeld te zijn, en juist met de kleine details maak je een blijvende indruk. Brandmore is hiervoor onze inspirerende partner; samen ontdekken we hoe je met kleine, doordachte acties je merk op de voorgrond kunt zetten.

Wil je meer weten, ga naar de website:
brandmore.nl



3 TIPS VOOR EEN STERKE MERKENBELEVING

- MERCHANDISE ALS BLIKVANGER**
 Merchandise is niet alleen voor grote ketens. Denk eens aan truien, T-shirts of koffiemokken met jouw logo: een leuke manier om gasten betrokken te houden. Als je restaurant regelmatig bijzondere evenementen heeft, kun je zelfs een kleine pop-up shop met exclusieve items overwegen – gasten nemen zo een stukje van hun beleving mee naar huis.
- ZORG VOOR KINDVRIENDELIJK VERMAAK**
 Maak van elk bezoek een feest, ook voor de jongste gasten. Overweeg om kleurpotloodjes en kleurplaten met een leuke boodschap en je logo voor deze jonge gasten klaar te leggen. Hiermee bied je kinderen iets leuks en vergroot je tegelijkertijd je zichtbaarheid – een subtiele manier om ook de ouders aan je merk te herinneren!
- MENUKAARTEN EN TAFELAANKLEDING**
 Geef je branding een boost door bijvoorbeeld je menukaarten en tafelaankleding onderdeel te maken van de sfeer. Dit kan met gepersonaliseerde servetten, unieke onderzetters of een menukaart die perfect bij jouw huisstijl past. Een simpele touch, maar enorm effectief om je restaurant nog meer eigen te maken.

DIMENSIO



WEFABRIC

ONLINE MARKETING TRAININGEN WAAR JE IETS AAN HEBT

Svea Reekers is eigenaar van Wefabric, web- en marketingbureau in Sneek. In diezelfde plaats raakte ze op een horecabeurs in gesprek met Ingrid van Veen van VHC ActiFood over het marketingvak en de horecasector. Het klikte en de ontmoeting leidde al snel tot een concrete samenwerking.



Svea Reekers

Mede eigenaar & marketingadviseur Wefabric

Wat doen jullie voor VHC ActiFood?

Svea: "Mijn gesprek met Ingrid was aanleiding voor ons om een serie trainingen te geven aan hun marketing team. Onze rol is die van sparringpartner en inspiratiebron. We geven bijvoorbeeld trainingssessies over de laatste trends op het gebied online marketing en hoe VHC ActiFood daarop het beste kan inspelen. Welke online tools en content zet je daarvoor in, op welke kanalen en welke momenten."

"AI (Artificial Intelligence) leert continu bij, dus dat moet het marketing team van VHC ActiFood ook blijven doen. Wij helpen ze daarbij."
Svea Reekers



Wat is het verschil tussen B-to-B en B-to-C?

"Met ons vaste team van 13 mensen bedienen we voornamelijk de B-to-B-markt. In de 7 jaar dat we nu bestaan hebben we al een indrukwekkende klantenlijst opgebouwd in tal van sectoren, zoals de horeca, zakelijke dienstverlening, grafische sector, bouw, technologie en transport. In tegenstelling tot B-to-C, waar de focus ligt op brede merkbekendheid, betrokkenheid en engagement, is het bij B-to-B-communicatie essentieel om klanten diepgaand te begrijpen, dat is waar je waarde kan toevoegen. Bij VHC ActiFood draagt onze kennis en support direct bij aan de bedrijfsvoering en het proactief ondersteunen van hun horecaklanten."

Wat kenmerkt de communicatie van VHC ActiFood?

"VHC ActiFood richt zich op het ontzorgen van hun horecaklanten. Daarom draait hun communicatiestrategie om het leveren van de juiste informatie, aan de juiste persoon en op het juiste moment. Ook dat komt tijdens onze trainingssessies aan bod. We helpen hen up-to-date in hun vakgebied blijven, wat cruciaal is voor effectieve marketing."

Hoe belangrijk is online aanwezigheid voor een horecazaak?

"Horecaondernemers zijn altijd druk en hebben vaak weinig tijd om te besteden aan hun online bekendheid en aanwezigheid. Terwijl dat tegenwoordig van essentieel belang is. Denk aan positieve reviews en gedeelde foto's op social media. Speciaal voor restaurants en andere horecabedrijven geven we verschillende workshops hier op kantoor, zoals strategieën voor sociale media, recruitment marketing, employment branding en LinkedIn-marketing. Wij bieden horeca-ondernemers praktische kennis, inzichten en tools waarmee ze hun online marketing effectiever kunnen inzetten."

Maken AI-tools jullie expertise straks overbodig?

"Niemand weet natuurlijk hoe snel deze ontwikkeling zich zal voltrekken. Hoewel AI steeds geavanceerder wordt, geloof ik dat onze expertise essentieel blijft. AI kan ondersteunen maar bezit nog lang niet de genuanceerde en precieze marketingkennis en -ervaring als het om een specifieke bedrijfstak, individueel bedrijf of merk gaat. AI kan bijvoorbeeld algemene trends beschrijven, maar voor gedetailleerde, praktische toepassingen en het maken van écht onderscheidende en creatieve content, blijven nog steeds menselijke inzichten, intuïtie en creativiteit nodig."

Wil je meer weten, ga naar de website:
wefabric.nl

SCHOKKER PRODUCTIES

REVOLUTIONAIRE INNOVATIE IN STANDBOUW

Als je regelmatig op horecabeurzen en andere events aanwezig bent, wil je natuurlijk perfect voor de dag komen, met een beursstand die in 't oog springt. Dat is aan Schokker Producties, een creatief full-service bedrijf gespecialiseerd in standbouw en signing, wel toevertrouwd. Het bedrijf bestaat 47 jaar en verbluft de branche met innovaties.

Goede klik

We vragen eigenaar Kor Schokker hoe de samenwerking met VHC ActiFood tot stand is gekomen. "Via onze buitendienst-medewerker Marco, die VHC ActiFood al kende, zijn we verder in gesprek geraakt. Nu mogen we trots zeggen dat wij vaste standbouwers van VHC ActiFood zijn. Net als wij hebben ze een nuchtere instelling. We hebben korte lijntjes met hun marketingteam. Essentieel, want voor een beursstand moeten vrijwel altijd nog snel last-minute dingen geregeld worden. Dat lukt altijd."

"De Inhaker is een multifunctionele, duurzame en herbruikbare oplossing voor moderne standbouw, waarmee we een enorme efficiency-slag hebben gemaakt."

Kor Schokker,
Directeur Schokker Producties



HORECAEVENT
Leeuwarden

Wil je meer weten, ga naar de website:
schokkerproducties.nl



Gouden Giraffe

Als we informeren naar de vakprijs die zijn bedrijf heeft gewonnen, steekt Kor enthousiast van wal. "Voor Probo uit Dokkum hebben we een belevingsruimte van 400 m² gerealiseerd op een print- en designbeurs. Deze ruimte toonde de kracht van print, door middel van vernuftige en creatieve toepassingen. Je liep een witte ruimte binnen en langzaam kwam je in compleet andere werelden. Dat werd beloond met de Gouden Giraffe."

De Inhaker

"Wij zijn een van de eerste bedrijven die vol enthousiasme aan de slag is gegaan met het product 'De Inhaker'. Hoewel we niet de uitvinder zijn, hebben we het concept op een unieke en effectieve manier ingezet, wat ons onderscheidt in de markt." De Inhaker is een multifunctionele paal waarmee je displays en complete stands kunt bouwen. Een bedrukt paneel of doek blijft niet vanzelf rechtop staan. Door panelen of doeken op een slimme manier in de paal te haken – vandaar Inhaker – blijven ze rechtop staan. En de palen zijn weer aan elkaar te koppelen. Een superefficiënt systeem dat je makkelijk kunt opbouwen, demonteren en transporteren. De doeken rol je gewoon op. Vroeger had je een vrachtwagen nodig, nu past alles in een busje."

Duurzame innovatie

Kor verbaast zich erover dat hij de oude traditionele standbouw nog schrikbarend vaak tegenkomt. "Dan wordt met platen en houten latten een stand opgetrokken, geplamuurd en geschilderd. Na de beurs wordt alles gesloopt en verdwijnt het meeste in de container. Onze Inhaker is veel innovatiever en duurzamer. De paal zelf is van gerecycled kunststof en kan na gebruik weer volledig opnieuw worden ingezet. Ook de panelen en doeken kunnen opnieuw bedrukt en gebruikt worden."

VHC ActiFood stand

"VHC ActiFood waardeert onze duurzame aanpak en de flexibiliteit van de Inhaker. Tijdens hun Huisbeurs en op de horecabeurs in Leeuwarden hebben we aan hun stand meegebouwd en voorzien van hun nieuwe huisstijl."

Welkom!

PLATTEGROND **25** ACTIFOOD JAAR



-  1 - WELKOM / ENTREE
-  2 - WINTER WONDERLAND
-  3 - FOODCOURT
-  4 - BEURSPLEIN
-  5 - FILM
-  6 - NON-FOOD
-  7 - HORECA VAKCOLLEGE/ ACTIFOODLAB
-  8 - AGF, VIS & VLEES
-  9 - FEESTTENT/ PODCAST

ActiFood
TRAINING & EXPERIENCE
CENTER

VHC
ACTIFOOD

PODCAST

GASTVRIJHEID



Jeannine Sok
Eigenaar Gastologie

Bedankt voor de gezelligheid!

Een prachtig compliment dat je van gasten vast wel een keer hebt ontvangen. Gasten komen een drankje drinken, hebben het leuk met elkaar en besluiten spontaan om ook nog een hapje te eten bij jou in de zaak. Als professional weet jij als geen andere hoe je ervoor zorgt dat gasten gezellig blijven hangen. Niet voor niets is het bekende spreekwoord "Gezelligheid kent geen tijd". Maar hoe maak jij het nou extra gezellig voor je gasten?

De horeca wordt ook wel de huiskamer van de samenleving genoemd. De belangrijkste, dierbare momenten in een mensenleven worden er vaak gevierd. Denk aan een huwelijk, een promotie, een verjaardag, maar ook het afscheid van een dierbaar iemand. Gezelligheid draait om het samenzijn met anderen (in goed gezelschap). Gezelligheid, dat is een kopje koffie met iets lekkers in dat leuke koffietentje om de hoek, een borrel na het werk, een spelletje spelen of gezellig natafelen. Maar ook een terrasje pakken in de stad, een van mijn favoriete bezigheden.

Als je in deze prachtige branche werkt weet je als geen ander dat een goede sfeer en gezelligheid belangrijk zijn voor de totale beleving van je gasten. Jij bent de regisseur van die gastvrijheid en kunt al tevoren het gedrag van de gast beïnvloeden. Geef jij ook je gasten het gevoel dat ze als het ware thuishkomen?

Is je antwoord ja? Mooi, want dan heb jij in ieder geval gevoel voor details en zorg je ervoor dat alles klopt: een brandend kaarsje, een aangename temperatuur, een lekkere geur, sfeervolle verlichting en een muziekje dat past bij de zaak waar je werkt en het moment van de dag. Dit alles nog voordat de gasten überhaupt binnen zijn gekomen. Vervolgens draait het om oprechte aandacht. Je begroet je gasten binnen 10 seconden met een hartelijke groet, of met een vriendelijke glimlach en oogcontact als je nog even bezig bent met andere gasten. Je wil je gasten direct en oprecht het gevoel geven dat ze welkom zijn. Aandacht en gezelligheid zijn wat mij dan ook betreft synoniem aan gastvrijheid.

'Het voelt als thuishkomen zodra ik bij jullie binnenstap' is het mooiste compliment dat een horecaondernemer kan ervaren.

Hoe zorg jij ervoor dat je gasten gezellig blijven hangen?

Hartelijke groeten van Jeannine

Jeannine Sok is de eigenaar van Gastologie. Via deze door haar ontwikkelde gastvrijheidsfilosofie en trainingsmethode helpt ze teams bij het optimaliseren van gastvrijheid. Wekelijks komt er een podcast online. De Stamtafel, dé podcast over gastvrijheid.



Luister je mee?

Wil je meer weten, ga naar de website:
gastologie.nl



COLON

Uitgever
VHC ActiFood

Concept
Underdock, Amersfoort

Realisatie
Marketing VHC ActiFood

Fotografie
Steven van Kooijk
Fardau Miedema
Marketing VHC ActiFood

Tekst
Peter den Otter
Marketing VHC ActiFood

Drukwerk
Nulvrij Reclamegroep, Drachten

Rechten
Niets uit deze uitgave mag, in welke wijze dan ook, worden overgenomen zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

CONTACT
VHC ActiFood
Buurstede 1
8431 NA Oosterwolde

www.actifood.nl
0516 567 107
info@actifood.nl

© 2024 VHC ActiFood



CONTACT

VHC ActiFood
Buurstede 1
8431 NA Oosterwolde

www.actifood.nl
0516 567 107
info@actifood.nl

© 2024 VHC ActiFood

alles
voor een
slimme
zaak