

Mediakit 2021

Out.of.Home SHOPS

December 2020

Out.of.Home Shops is ook digitaal te lezen!



31 ^e Jaargang	HET MEEST GELEZEN VAKBLAD IN DE BRANCHE			
 On the move La Place lanceert nieuw concept Pagina 4	 Catering Eatgarnak neemt FoodforCars over Pagina 5	 Horeca CBS: 'Horeca draaide goede zomer' Pagina 7	 Column Rob Barjman: 'Ban an uit eten' Pagina 8	



Herschikken, innoveren en een heldere strategie voor Hutten

Aanstaand algemeen directeur Drees van den Bosch deelt visie en ambities

Catering | door Anke Verhaar
VEGHEL - "Wanneer omstandigheden flink veranderen, moet je kijken naar wat wel kan om je continuïteit te waarborgen". In het dorp van Hutten, aldus Dries van den Bosch. Hij neemt vanaf 2021 de leiding van het bedrijf over van Bob Hutten.

Hutten heeft verschillende productie locaties. Die moeten in veel gevallen met omschakelen. "Dat is niet alleen herschikken, maar ook innoveren", legt Van den Bosch als heldig innovatiemanager uit. "In de gezondheidsbranche en

voor eventcatering maken we altijd al omschikden. We kunnen heel lekker koken en daar willen we gewoon een zo groot mogelijk publiek voor hebben." Daarom is Hutten nu gestart met het rechtstreeks benaderen van de consument. "We zijn begonnen met de kanalen die we al hebben, zowel bij locaties in de horeca als bij bedrijven. En ik denk niet dat dat nog gaat stoppen", vertelt Van den Bosch.

Hoofje-touwtje
Ondanks dat Van den Bosch formeel gezien nog even moet

wachten met het dragen van de titel van algemeen directeur, loopt hij al een aantal maanden mee met de directie. Daardoor weet hij als geen ander hoe de afgelopen tijd is poken om, ook schiergondelaken goed op de rails te krijgen. "Het is natuurlijk een hele goede tijd om te zorgen dat alle processen die nog een beetje hoortje-touwtje gingen, worden opgepakt en opgelost. Zo hebben we straks een sterk bedrijf staan. Bijvoorbeeld door meer grip op én inzicht te krijgen in onze locaties. Niet alleen wat betreft de financiële gegevens,

maar we zijn ook druk bezig geweest met de automatisering van bestellingen en ziekteverzuim, en de gezondheid en duurzaamheid van het assortiment."

Strategische keuzes
Inmiddels zijn daar al heel veel stappen in genomen en is het bedrijf klaar voor een nieuwe man aan het roer. "We gaan een aantal strategische keuzes maken voor verschillende markten. En dan ga ik in januari echt aan de slag om die door te voeren."

PAG. 2-3

CCEP op weg naar CO₂-neutraal

ROTTERDAM - Dariusz Gernell, een Coca-Cola Europees Partner, heeft de doelen bekend gemaakt die ervoor moeten zorgen dat de multinationaal CO₂-neutraal is in 2040. "Hiermee zetten we een nieuwe stap in onze ambitie om CO₂-neutraal te worden. Om dit te bereiken willen we dat onze productiepartners doelstellingen formuleren - op wetenschappelijke basis - om hun uitstoot voor 2025 te vermindern, 100 procent hernieuwbare stroom gebruiken en dat zij hun CO₂-voetdringgegevens met ons delen." Deze doelstellingen zijn ontwikkeld door het Science Based Target Initiative en voldoen aan de eisen van het Akkoord van Parijs. "Hiermee laten we ons committeren zien", aldus Gernell.

NS doet tabak verder in de ban

UTRECHT - NS heeft aangekondigd dat er op termijn helemaal geen tabak- of aanverwante producten meer worden verkocht op stations en stuit om die reden ook geen nieuwe contracten af met huurders die rookwagens willen aanbieden. Begin dit jaar sloopt NS al met de verkoop van tabak bij de Kiosk en de Station-Fluikamer. Per 1 januari 2021 stopt de verkoop ook bij alle All in go-stationswinkels. Annabe de Vries, directeur stations en lid van de raad van bestuur bij NS: "Wij vinden dat afgeven en het meer beschikbaar in onze stationswinkels. Stoppen met de verkoop van tabak zien wij als een maatschappelijke verantwoordelijkheid. Zo willen wij bijdragen aan een rookvrije generatie."

Goede samenwerking is de basis van een goede introductie

Out.of.Home Shops reikt De Classique uit

Awards | door Lisa van der Linden
NIJMEUWEN - Ieder jaar spant het roer weer om; welke fabrikanten hebben drie jaar geleden een product op de markt gebracht dat nog steeds succesvol is? In deze editie van Out.of.Home Shops presenteren we de winnaars van De Classique 2017-2020.

Maar leeft zettien fabrikanten hebben een award in ontvangst mogen nemen en kunnen van de

deken schreeuwen dat hun product echt in de smaak viel bij de afnemers.

Een introductie is altijd spannend. Hoe wordt het product ontvangen? En wat gebeurt er op de lange termijn? Met De Classique meet Out.of.Home Shops hoe succesvol producten drie jaar na introductie worden bevonden. Innovatie, duurzaamheid, omzet en rendement zijn de criteria voor de

jury naar kijkt. Groothandel, horeca, catering, catering en tankstationorganisaties hebben hun oordeel geveld over de producten en daar zijn zestien winnaars uitgekomen. Verderop in deze kist vertellen de fabrikanten over het succes van het winnende product en hoe de samenwerking met inkoopers verloopt.

Trends
Het is trendwatcher Gijbregt

Brouwer opgevoelen dat alle winnende producten vrijwel nadrukkelijk aansluiten op de trends van nu. Duurzaamheid, besmet eten en portiegroottes vallen hem op. "Bijvoorbeeld met de Red Velvet Dome Cake van Vandemoortele, dat zij per stuk ontdooibare portieepakkings leveren scheldt veel wate. Dat lift ook meteen mee op de trend van afvalvermindering. Trendz zie je sowieso veel terugkomen bij de winnaars: de wil om



diverser te eten bij de speltoel van Delifrance, de duurzame verpakkingen van Duni of de keuze bieden om bewaarter te genieten met de sauzen van Vertragen en de kroonwaf van Maza", aldus de trendwatcher.

PAG. 9-10

Wie zijn wij en wat kunnen we voor u betekenen?

Uitgeverij Ondernemers Pers Nederland is al ruim 30 jaar actief in de foodsector met vakblad Out.of.Home Shops, speciaal voor de gemaks-, catering- en horecabranche. Vanuit die insteek is de titel gegroeid naar een multimediaal platform voor alle professionals in de foodretail. We richten ons hierbij op de volledige breedte van de groothandel en inkoop en directie met als insteek om van elkaar te leren. Daarin is Out.of.Home Shops uniek.

Verschijsning

Out.of.Home Shops verschijnt iedere maand in print en digitaal. De uitgave wordt gedistribueerd naar 24.000 personen en bedrijven die actief zijn in de gemaks-, catering- en horecabranche. De krant wordt verspreid onder hoofdkantoren en directies van foodservicebedrijven, foodfabrikanten en de filialen en zelfstandige vestigingen van foodservicebedrijven. De doorgeefratio is 5 keer per uitgave. Daarnaast is de editie na verschijning ook te lezen in onze app.

Landelijk platform

De redactie informeert lezers via de print- en digitale uitgave, de website, nieuwsbrieven en social media. De website biedt dagelijks het laatste nieuws, reportages, interviews en achtergrondinformatie uit de out-of-homebranche. Twee keer per week wordt de nieuwsbrief verstuurd aan foodprofessionals die graag online op de hoogte worden gehouden van het laatste nieuws uit de sector.



Voor wie is Out.of.Home Shops?

Voor alle professionals in food: ondernemers, formuleorganisaties, groothandels en fabrikanten in de volgende kanalen:

Horeca/Fastservice:

- Formulegestuurde horeca
- Fastservice bij retail
- Grand cafés
- Snackbars/cafetaria's
- Lunchrooms

On the Move:

- Tankstations met shop
- Petrolformules en –organisaties
- Openbaar vervoer
- Luchthavens
- Tabaksspecialzaken

Catering:

- Bedrijfs catering
- Scholen
- Ziekenhuizen
- Evenementen
- Campus catering

Sports & Leisure:

- Sportkantines en fitnesscentra
- Pretparken/dierentuinen
- Recreatiewinkels
- Evenementenhallen
- Bioscopen, schouwburg en theater
- Strandpaviljoens

Groothandels

- Bezorggroothandels
- Zelfbedieningsgroothandel

Vakprijzen

Out.of.Home Shops reikt ieder jaar drie vakprijzen uit, waarbij leveranciers en hun producten in het zonnetje worden gezet. Het gaat om de volgende prijzen:

- **De Out.of.Home Awards:** De graadmeter voor leverancier en handel in het out-of-homekanaal. Aan de verkiezing ligt een enquête ten grondslag waarbij de inkopers van verschillende formules hun beoordeling geven aan leveranciers in de branche. De criteria: meedenken, omzetprestatie, rendement en succes van introducties.

- **De Beste Introductie:** Jaarlijks worden er honderden producten geïntroduceerd in het retailkanaal. Een enquête onder alle groothandels geeft de uitslag welke introductie er binnen de diverse categorieën wordt bekroond tot Beste Introductie.

- **De Classique:** De meeste introducties sneuvelen al in hun eerste levensjaar. Innovaties die na drie jaar nog succesvol zijn, bewijzen hun meerwaarde voor de handel. De Classique is een vakprijs voor deze succesnummers. Een enquête onder verantwoordelijke inkopers geeft de doorslag. Ieder nog bestaand product met een gemiddeld cijfer van 7 of hoger wordt uitgeroepen tot De Classique.



Databases

Naast de vakbladen wordt door Ondernemers Pers Nederland ook aan aantal databases uitgegeven die bestaan uit relevante data over de out-of-homebranche.

- **Tankshopgids:** De Tankshopgids Online Basis biedt een compleet overzicht van alle Nederlandse tankstations en shops, beschikbaar voor mobiel en desktop. Dit is handige informatie voor accountmanagers en marketeers. Per jaar verandert circa 50 procent van alle cruciale bedrijfsdata binnen het petrolkanaal. Dit varieert van eigenaar, organisatie, formule tot vvo en checkouts. Dit is een Tankshopgids Online Basis. Daarnaast bieden we met de Supermarktgid Online Plus selectie- en exportmogelijkheden naar Excel en kunt u zoeken op rayonniveau of afdelingen. De Tankshopgids Online Basis en Online Plus zijn bij uitstek geschikt voor uw verkoop en marketing om gericht het tankshopkanaal te kunnen bewerken.

Out.of.Home Shops is een zusteruitgave van vakblad Levensmiddelenkrant.

Tarieven en specificaties

Coveroverlay	€12.500,-
<i>Advertentie over de voorpagina</i>	
Specificaties: Buitenzijde: 300 x 348 + 3 mm overfill, binnenzijde: 300 x 440 + 3 mm overfill	
In combinatie met achterpagina € 17.500,-	
Flap voorpagina	€7000,-
<i>Een halve advertentie aan de voorzijde van de krant</i>	
Specificaties: Buitenzijde 170 x 348 + 3mm overfill, binnenzijde 170 x 440 + 3mm overfill	
Meerprijs achterpagina: € 4950,-	
Meerprijs flap met stans: € 1750,-	
2/1 pagina spread advertentie/advertorial	€7950,-
<i>Twee pagina's advertentie of advertorial. Combinatie ook mogelijk</i>	
Specificaties: 600 x 440 + 3 mm overfill	
1/1 pagina advertentie/advertorial	€5650,-
<i>Eén pagina advertentie of advertorial</i>	
Specificaties: 300 x 440 + 3 mm overfill	
1/2 pagina advertentie/advertorial	€3950,-
<i>Een halve pagina advertentie of advertorial</i>	
Specificaties: 280 x 200 mm	
1/4 advertentie	€2850,-
<i>Een kwart advertentie</i>	
Specificaties: Staand 105 x 220 of 280 x 100 mm	
1/6 advertorial	€950,-
Tekst van 1000 tekens met foto	
Inclusief doorplaatsing naar website en nieuwsbrief €1250,-	
1/8 advertorial	€525,-
Tekst van 700 tekens met foto	
Inclusief doorplaatsing naar website en nieuwsbrief €650,-	

Advertenties op de voorpagina

Op de voorpagina van de printeditie is het mogelijk om kleinere advertenties te plaatsen. Dat is mogelijk in de volgende formaten:

- | | |
|-----------------------------|----------------|
| 1. Topper | €1050,- |
| Specificaties: 104 x 25 mm | |
| 2. Vierkant klein | €750,- |
| Specificaties: 50 x 50 mm | |
| 3. Vierkant groot | €2500,- |
| Specificaties: 104 x 100 mm | |
| 4. Rechthoek | €1350,- |
| Specificaties: 104 x 50 mm | |

Banners op de website

Het is mogelijk om op onze website te adverteren met een banner. Dit is mogelijk met diverse formaten:

- | | |
|-------------------------------------|----------------------------------|
| 1. Leaderbord | €40,-, per 1000 pageviews |
| Specificaties: 728 x 90mm | |
| Doorplaatsing in nieuwsbrief: € 150 | |
| 2. Rectangle | €30,-, per 1000 pageviews |
| Specificaties: 300 x 250mm | |
| 3. Half page ad | €50,-, per 1000 pageviews |
| Specificaties: 300 x 600mm | |
| 4. Footerbanner | €50,-, per 1000 pageviews |
| Specificaties: 720 x 300mm | |
| 5. Wall paper | €60,-, per 1000 pageviews |
| Specificaties: 1 x 1mm | |

Banners nieuwsbrief

Alle banners voor op de website zijn ook te plaatsen in onze nieuwsbrief. We maken ook partnermailings op aanvraag.

Bijzondere formaten

Het is mogelijk om af te wijken van eerdergenoemde formaten. Dit kan op aanvraag.

Voorbeelden



Flap



Spread advertorial



1/1 Advertorial



1/1 Advertentie

Nestlé
YES!-repen voortaan in papieren verpakking

Nestlé introduceert een papieren verpakking voor haar YES!-repen. Volgens de fabrikant is dit een belangrijke stap om de impact van de verpakking op het milieu te verminderen. Het nieuwe ontwerp is gemaakt van papier met 'high-speed flow wrap' technologie.

De nieuwe verpakking is gemaakt van papier met 'high-speed flow wrap' technologie. Het is een belangrijke stap om de impact van de verpakking op het milieu te verminderen. Het nieuwe ontwerp is gemaakt van papier met 'high-speed flow wrap' technologie.



Coolest
Nestlé Nederland
www.nestle.nl

Coca-Cola Nederland
Pet-flessen van 100% gerecycled plastic voor Chaudfontaine

Coca-Cola gaat met de merknaam Chaudfontaine, bekend om GLACÉOL flessenwater over op flessen die gemaakt zijn van 100% gerecycled plastic (rPET). Het doel is om in 2025 te beginnen met het gebruik van 100% gerecycled plastic voor alle flessen van 1,5 liter. Vanaf dat moment zal er elke jaar 15.000 ton nieuw plastic worden bespaard. Vanaf oktober zal het aantal gerecyclede flessen in de nieuwe verpakking. De andere twee volgende jaren dit jaar.



Coolest
Coca-Cola Contact Centre
Tel: 020 246 00 00

1/8 introductiebericht of advertorial



Out-of-Home SHOPS

1

4

2

3

Advertenties op de voorpagina:

1. Topper
2. Vierkant groot
3. Rechthoek
4. Vierkant klein



Out-of-Home SHOPS

6

1

3

2

4

5

6

Banners op de website:

1. Leaderboard
2. Retangle
3. Skyscraper
4. Half page ad
5. Footerbanner
6. Wall paper

Contact



Uitgever

Arie Riethof
(085) 303 76 25
a.riethof@ondernemerspers.nl

Verkoop

Ludwig Runkat
(06) 147 243 75
Ludwig@ondernemerspers.nl

Guido Elfferich
(06) 398 397 68
Guido@ondernemerspers.nl

Redactie

(085) 303 76 25
redactie@levensmiddelenkrant.nl

Abonnementen en data

Katja Riethof
Katja@levensmiddelenkrant.nl

Administratie

Inez Riethof
(085) 303 76 25
Inez@levensmiddelenkrant.nl

Algemeen

Out.of.Home Shops is een uitgave van Ondernemers Pers Nederland B.V.

Uitgaven:

- Levensmiddelenkrant
- Out.of.Home Shops
- Supermarkt Gids, print en online
- 't Almanakje
- Tankshop Gids online

Adresgegevens:

Ondernemers Pers
Nederland B.V.
A.H. Kooistrastraat 140
2441 CP Nieuwveen
The Netherlands

Bank: ABN AMRO reknr.:
L31ABNA0247407135
K.v.K. Leiden 30089713
BTW NL 009794633B01

Abonnementen:

- Papiereditie, incl. de digitale krant én app: €18,99.
 - Digitale krant met de app: €17,99 euro.
- Prijzen zijn exclusief 9% BTW
ISSN 1384-0061

*Copyright 2020,
Ondernemers Pers Nederland
B.V.*