



Brood, beleg en zuivel
Ontbijt moet feestje zijn

[DOOR RIMKE DE GROOT]

Zorginstellingen raken steeds meer doordrongen van het belang van het bieden van gastvrijheid aan patiënten en bewoners. Dat resulteert onder meer in toenemende aandacht voor het ontbijt. Met een lekkere en gevarieerde broodmaaltijd is het immers mogelijk zonder veel extra kosten meer gastvrijheid te creëren. Leveranciers van brood, beleg en zuivel ondersteunen instellingen hierin met luxe producten, een breed en gevarieerd assortiment én met workshops over het beleggen en aantrekkelijk presenteren van broodjes.





Top Bakkers geeft het brood de smaak van de regio mee.



Met een formule van onder contract staande lokale bakkerijen is broodleverancier **Top Bakkers** in staat dagverse regionale broodspecialiteiten uit het hele land te leveren. "Klanten maken landelijke afspraken met ons waardoor zij kunnen kiezen uit een basisassortiment aangevuld met specialiteiten uit de regio", legt directeur Patrick Tissen uit. "Zeker binnen zorginstellingen wordt dit erg gewaardeerd, ook omdat we het brood dat we bakken de smaak van de regio meegeven en daardoor een voor patiënten en bewoners herkenbaar product leveren."

Daarnaast levert Top Bakkers maatwerk met bijvoorbeeld dieetproducten, lactose- en glutenvrije producten en brood zonder korst voor mensen met slikproblemen. "Dat is een uniek product dat erg goed loopt", vertelt Tissen, die ziet dat instellingen steeds meer een feestje willen maken van het ontbijt. "Er worden meer luxere specialiteiten besteld en instellingen willen de mensen meer verwennen. Brood is ook een belangrijk onderdeel van hoe mensen hun verblijf in een ziekenhuis ervaren. Instellingen kunnen zich er dus mee onderscheiden." Top Bakkers ontwikkelt ook presentatiemiddelen om producten attractief te

kunnen presenteren, zoals broodkasten, broodboxen en broodstolpen. "Daarnaast hebben we zeven buitendienstmedewerkers in dienst, zelfs bakkersmensen, die kunnen uitleggen hoe je omgaat met onze producten en ze aantrekkelijk kunt presenteren. Ook leveren we op maat gemaakt presentatiemateriaal waar veel gebruik van gemaakt wordt." Begin dit jaar introduceerde Top Bakkers bovendien Lunch Service Nederland, een nieuwe module waarbinnen belegde broodjes worden geleverd. Instellingen kunnen bijvoorbeeld voor vergaderingen een beroep op deze service doen. "We werken met achttien lokale lunchpartners waar wij 's morgens het brood brengen en vervolgens zelf de broodjes smeren", vertelt Tissen. "Dit slaat enorm aan, ook binnen instellingen. Dit komt ook doordat de broodjes vlak voor de vergadering worden gesmeerd en gebracht en dus heel vers zijn. Bovendien wordt de bodem gevormd door onze eigen broodproducten, waardoor de kwaliteit sowieso heel goed is."

AFBAKPRODUCTEN

Pastridor is specialist in afbakproducten als croissants, chocoladebroodjes, pistoletjes en snacks. Producten die

goed passen binnen de lunchroom en het personeelsrestaurant in de zorginstelling, vertelt commercieel manager Hans van den Bosch. "Voor patiënten leveren we dit assortiment eveneens, maar we weten ook dat mensen om gezondheidsredenen sommige producten niet mogen hebben. Daarom hebben we ook zoutarme en vezelrijke producten en producten met veel of juist weinig calorieën. En zachte broodjes die gemakkelijk te verteren zijn voor mensen met gebitsproblemen."

Afbakproducten zijn volgens Van den Bosch voor instellingen interessant omdat je met minder kosten in de handling meer variatie kunt bieden en aan het eind van de dag een heel laag afvalpercentage hebt. Ook hij ziet dat in de zorg stapsgewijs het besef van het belang van gastvrijheid groeit. "Voeding en variatie spelen daarin een belangrijke rol. Met voeding kun je zonder veel extra kosten toch meer beleving en gastvrijheid creëren. Een goede samenwerking met je leveranciers van brood en beleg is daarin essentieel. Daar zit zoveel kennis over een goede invulling van het ontbijt. Zie de broodfabrikant daarom niet alleen

Pastridor is gespecialiseerd in afbakproducten zoals croissants.



als leverancier, maar als meedenker." Bijzonder aan Pastridor is dat het over een eigen trainingscentrum beschikt waar instellingen de fijne kneepjes van het bakeoff-vak kunnen leren, dankzij onder andere tips over het beleggen van broodjes en verpakings- en presentatiesuggesties. Deze trainingen worden ook op locatie verzorgd, en daarnaast schrijft Pastridor trainingsmanuals voor koks en voedingsassistenten, vertelt Van den Bosch.

Pastridor werkt veel samen met andere leveranciers, zoals Zwanenberg en Unilever Foodsolutions. "Daardoor kunnen we instellingen ook voorzien van receptuuradvies. We gaan daar heel ver in en werken hiervoor met mensen uit de horeca en het bakkersvak. Daarnaast beschikken we over eigen buitendienstmedewerkers die de regio van een zorginstelling en de regionale smaak kennen en daardoor regionaal kunnen meedenken."

EASY-OPENING

Zwanenberg Food Group, leverancier van hartig broodbeleg, heeft een concept ontwikkeld afgestemd op de zorg: Zwanenberg Hart-voor-Hartig. "Wij maken



Zwanenberg heeft verschillende concepten voor de zorg ontwikkeld.

daarbij onderscheid tussen ziekenhuizen en verpleeg- en verzorgingscentra, maar ook tussen extramuraal of ambulante", legt Key Account Manager Institutioneel Martijn de Bie uit. "Voor kleinschalige woonvormen bieden we bijvoorbeeld een concept met onder andere winkelverpakkingen vleeswaren en kaas waarin het aantal plakken is afgestemd op het aantal bewoners. Ook hebben we een concept ontwikkeld dat is afgestemd op de huiswinkel die je in steeds meer instellingen ziet."

Door middel van easy-opening zijn de vleeswaren en kaas van Zwanenberg makkelijk te openen. "Voor de producten onder het merk Zwanenberg hebben we goed naar het product gekeken en de verpakking daaromheen ontwikkeld, zodat we minimaal verpakkingsmateriaal om de producten gebruiken", vertelt De Bie. "Dat komt de beleving en het milieu ten goede. En al onze verpakkingen zijn ook voorzien van declaraties en informatie over eventuele allergenen."

Voor instellingen die bewuste keuzes willen maken voert het IKB-, Skal- en Halal-gecertificeerde Zwanenberg een uitgebreid assortiment. "Onze dagverse producten hebben we ondergebracht onder de merknaam Kraak-Vers. Deze producten worden dagelijks vers gesneden. Recent hebben we veertien gesneden biologische vleeswaren en tien soorten gesneden biologische kaassoorten aan

ons Kraak-Vers-assortiment toegevoegd." Met zowel dagverse als zuurstofarme producten past het productassortiment van Zwanenberg perfect in het gasten- of personeelsrestaurant, stelt De Bie. "Door deze combinatie is er voor elk wat wils, dus ook voor bijvoorbeeld het verplegend personeel dat niet te veel geld aan een goede en lekkere lunch wil uitgeven."

Samen met een eigen meestertraiteur verzorgt Zwanenberg op verzoek workshops in instellingen. "We laten dan bijvoorbeeld zien hoe men het broodje van de maand snel en eenvoudig kan maken, met extra aandacht voor het presenteren hiervan en wat er allemaal op zo'n broodje kan. We zien dat instellingen steeds meer behoefte hebben aan advies en ondersteunen hen graag in het creëren van beleving en gastvrijheid. We kunnen onze klanten voorzien van displaymaterialen om onze producten aantrekkelijk te presenteren. Dat zijn zelf veel waarde hechten aan gastvrijheid, laten we zien doordat Zwanenberg Institutioneel wederom één van de sponsors is van Gastvrijheidszorg met Sterren."

TOTAALCONCEPT

Heinz Foodservice, met het A-merk De Ruijter een belangrijke leverancier van zoet broodbeleg, heeft recent onderzoek gedaan waaruit blijkt dat de aandacht



van instellingen voor voeding toeneemt. "Maar de broodmaaltijd blijft daarin toch een ondergeschoven kindje, al wordt er als gevolg van ontwikkelingen op het gebied van gastvrijheid wel meer over het ontbijt nagedacht", zegt Maarten Ploos van Amstel, channel marketeer.

INSTELLINGEN EN CATERING

Ook bij de meeste leveranciers gaat de aandacht voornamelijk uit naar de warme maaltijd, stelt Imo Muller, brandmanager **De Ruijter**. "Voor het ontbijt zijn er niet zoveel leveranciers die producten leveren die voorzien in de behoeften van de instellingen." De Ruijter doet dat wel, waarbij het totaalconcept voor zorginstellingen een belangrijk argument binnen het inkoopproces kan zijn, zegt Ploos van Amstel. "Zeker waar je door clustervorming steeds meer groot inkoop en met minder leveranciers gaat werken." Muller signaleert een verschil tussen hoe ziekenhuizen en verpleeg- en verzorgingscentra met het ontbijt omgaan.



Heinz Foodservice heeft een aantrekkelijke presentatie voor de De Ruijter producten.

"Binnen ziekenhuizen zien we steeds meer een verschuiving naar een hotelbenadering, terwijl in longstayinstellingen geprobeerd wordt de thuissituatie na te bootsen. Een bekend product van een bekend merk als De Ruijter, in een bekende verpakking, helpt daarbij."

Ook een aantrekkelijke presentatie is belangrijk. Voor het personeels- of gastenrestaurant heeft De Ruijter hiervoor een presentatiedisplay ontwikkeld, waarin de producten overzichtelijk en aantrekkelijk uitgesteld kunnen worden. "En in de patiëntenzorg zijn de broodbuffetwagens natuurlijk een zeer geschikt presentatiemiddel", zegt Muller.

Heinz Foodservice gelooft erin dat het aspect gastvrijheid steeds belangrijker wordt. "Met eten en drinken kun je in de zorg het onderscheid maken", stelt Ploos van Amstel. "Uit ander onderzoek dat we samen met Unilever en FrieslandCampina hebben gedaan, uitgevoerd door Foodstep onder 2.200 potentiële zorgafnemers verdeeld over ziekenhuizen en zorginstellingen, blijkt dat A-merken beter worden beoordeeld. De aspecten gezond, lekker, kwaliteit en uitnodigend leveren een belangrijke bijdrage aan het verhogen van de gastvrijheid."

HERKENBAARHEID

FrieslandCampina, één van de andere betrokken leveranciers bij het onderzoek naar A-merken, zet door haar Groene Koe biologische zuivel te integreren in haar Boerenland-concept een sterk merk biologische zuivel met de volle, rijke smaak van het boerenland neer. Dat vertelt Herman Polderman, Channel Marketeer Trade & Institutions, die daaraan toevoegt dat alle melk van Nederlandse boeren afkomstig is. "Aan die herkomst besteden we ook veel aandacht. Bovenaan de verpakkingen komt een herkomsticoontje



Campina zet de volle, rijke smaak van het boerenland neer.

waarbij je straks via de Campina-website kunt achterhalen welke boer jouw melk heeft geleverd."

Het gebruik van zuivelproducten van het boerenland neemt in bepaalde instellingen een grote vlucht, weet Polderman. "Wij spelen daarop in met vertrouwen en herkenbaarheid, met melk van eigen land. Dat spreekt aan, want veel instellingsbewoners hebben vroeger zelf op het platteland gewoond of in de zuivelindustrie gewerkt."

Binnen het Boerenlandconcept introduceert FrieslandCampina in mei twee nieuwe producten: yoghurt met kersen en yoghurt met abrikoos. "Ontbijten doen veel mensen ook met melk en yoghurt", vertelt Polderman. "Als je daar met dit product met de kenmerken van het boerenland en natuurlijke ingrediënten ook nog van kunt genieten, is dat toch prachtig?"

Waar instellingen in het personeels- of gastenrestaurant veel oog hebben voor