

Mediakit 2023

LevensmiddelenKrant

Week 28, nummer 12
12 juli 2022

Levensmiddelenkrant is
ook digitaal te lezen!



59e jaargang

HET MEEST GELEZEN VAKBLAD IN DE BRANCHE



Interview
Directeur SIAL
Paris
Pagina 2-3



Prognoses
IRI: Omzet van
supermarkten
Pagina 5



Interview
Toekomstbestandig
dankzij Friso
Pagina 13



Fabrikanten
Vegan ei-varianten
naar Nederland
Pagina 15



Barbecueseizoen houdt gemoederen flink bezig

NIJMEGEN - Al met het door-
breken van het eerste zomerse
weer komt bij veel mensen de
barbecue weer terug en de re-
sultaten daarvoor zijn op de re-
sultaten van de barbecue. Het
is een feit dat de barbecue
weer een belangrijk onderdeel
is van het zomerse leven. Op een
mooie manier.

PAG 8-10

Maarten Ebben naar Plus

NIJMEGEN - Directeur
winkeloperatie bij Coop
Maarten Ebben stapte per 1
augustus over naar Plus. Daar
zal hij eenzelfde functie gaan
vervullen. Op LinkedIn meldt
hij dat hij vanwege zijn
twaalf-en-een-halfjarig jubi-
leum in het zonnetje is gezet
bij zijn werkgever Coop. "En
wat voor gave reis is dat
geworden. Voor mij is de cirkel
nu rond." Hij kijkt eruit
naar zijn nieuwe baan. "De
mooie denkbaar vervolgstap
om te mogen maken in mijn
werkzame leven; zin in!"

Vomar Venhuizen heropend

VENHUIZEN - Het Vomar-
filiaal in het Noord-Hollandse
Venhuizen is na een ingrijpen-
de verbouwing weer open. De
winkel is flink uitgebreid door
de overname van een naburig
winkelpand, waarin voorheen
een Aldi zat.

Ook het parkeerterrein is
aangepakt en is grootte bijna
verdubbeld. Venhuizen zelf
werd ook flink uitgebreid de
komende jaren; er werden
honderden woningen bijge-
bouwd. Vomar heeft daar dus
vast een voorproef op
genomen met de metamorfose
van deze vestiging.

De winkel wordt geleid door
filiaalmanager Rebecca Spits en
expansiemanager Danny Mulder.

24%

van de Nederlanders lag minder vries-
op de barbecue, stelt InfoFresh naar
aanleiding van eigen onderzoek.

PAG 14

IRI

De omzet van IRI's-ruim is in 2020
met 10,1 procent gedaald als
gevolg van de afname van de
consumptie van de consumenten. Dit
is de eerste keer dat het IRI's-
procent, waarmee de omzet op
het consumenten van piek naar
dalende.

PAG 7

Mannenzaak

Barbecue is bij een man een
zaak. Het is een manier om
te laten zien dat je nog een
man bent. Het is een manier om
te laten zien dat je nog een
man bent.

PAG 10-11

45

De Rijksoverheid heeft de laatste
op de eerste donderdag van juli
gehoorden. De Rijksoverheid
heeft de laatste donderdag van
juli 2021. Het is een manier om
te laten zien dat je nog een
man bent.

Too Good To Go en fabrikanten bundelen krachten in strijd tegen verspilling

Nieuw 'kijk, ruik en proef'-label op verpakkingen

Voedselverspilling | door Jeroen Verbeke

AMSTERDAM - Noordere Ne-
derlandse fabrikanten gaan op
productverpakkingen een nieuw
label voeren in de strijd tegen
voedselverspilling. Met het label
worden consumenten aangemoedigd
erat te kijken, ruiken
en proeven voordat ze een pro-
duct eventueel weggeven.

Het label 'kijk, ruik, en proef'
-voor je verspillt' wordt al langer
met succes in twaalf Europese
landen gebruikt en zal binnenkort

ook op verpakkingen van produ-
kten van onder andere Unilever
(Mellin's), Knauf, Unilever, Cabot
en Conimex. De Smaakspecialist,
Bertoli en La Vache qui rit te zien
zijn. Het nieuwe label vraagt
mensen te vertrouwen op hun
zintuigen. Zijn de zintuigen, geur en
smaak ook na de THT-datum in
orde? Dan kan het eten veilig
geconsumeerd worden. De
deelnemende fabrikanten hebben
op het kantoor van Too Good To
Go een belofte ondertekend
waarmee ze zich verbinden aan

het teruggeven van voedselver-
spilling.

Verwarring houdbaarheidsdata
Wereldwijd wordt meer dan een
derde van al het voedsel wegge-
gooid. De consument is de grootste
verspiller. Thuis is bovendien tien
procent van de verspilling te
beheiden naar een onjuiste
interpretatie van de houdbaar-
heidsdata THT (tenminste
houdbaar tot) en TGT (te gebrui-
ken tot). Een op de tien Nederlan-
ders denkt dat eten niet veilig te

consummeren is na de THT-datum.
Country manager Too Good To Go
Geertje Zwager: "Door ons beleid te
staven op de THT-datum wordt
eten verspild dat nog veilig eetbaar
is heel lekker is."

Retha van Spronsen, marketing
director Foods bij Unilever: "We
hebben als doel gesteld tegen 2025
voedselverspilling te halveren,
naaf de productie tot aan het
supermarktschap. Door de toevoe-
ging van het nieuwe logo op
diverse verpakkingen hopen we
verwarring rondom houdbaar-

heidsdata aan te pakken en
voedselverspilling thuis te verminderen."



Het nieuwe label vraagt mensen te vertrouwen
op hun zintuigen.

Wie zijn wij en wat kunnen we voor u betekenen?

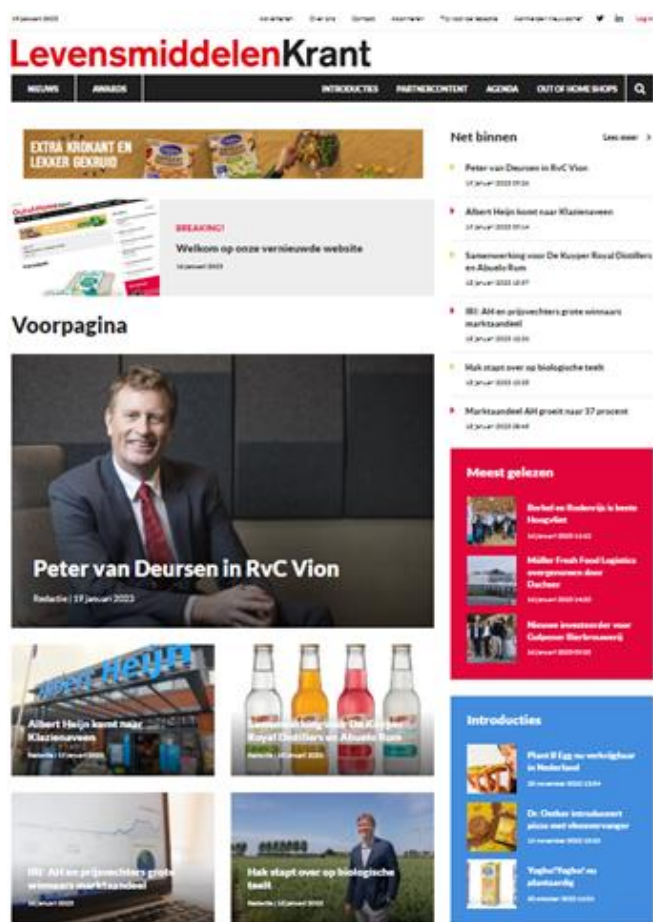
Uitgeverij Ondernemers Pers Nederland is al ruim 30 jaar actief in de foodsector met vakblad Levensmiddelenkrant, speciaal voor de retail. Vanuit die insteek is de titel gegroeid naar een multimediaal platform voor alle professionals in de foodretail. We richten ons hierbij op de volledige breedte van de winkelvloer tot inkoop en directie. Met als insteek om van elkaar te leren. Daarin is Levensmiddelenkrant uniek.

Verschijsning

Levensmiddelenkrant verschijnt iedere twee weken in print en digitaal. De uitgave wordt gedistribueerd naar 12.500 personen en bedrijven die actief zijn in de Nederlandse foodretailer. Het leesbereik bij supermarkten en hoofdkantoren ligt op 95 procent. De doorgeefratio is 6 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 foodretailsector. Dagelijks wordt de nieuwsbrief verstuurd aan foodprofessionals die graag online op de hoogte worden gehouden van het laatste nieuws uit de sector.



Vakprijzen

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

- **Gouden Partner:** Dit is de graadmeter voor samenwerking tussen leverancier en de handel in het foodretailkanaal. Aan de verkiezing ligt een enquête ten grondslag, waarbij de inkopers van de diverse retailformules hun beoordeling geven aan leveranciers in de branche. De criteria zijn; meedenken, omzetprestatie, rendement en succes van introducties.

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

- **Innova Klassiek:** De meeste introducties sneuvelen al in hun eerste levensjaar. Innovaties die na vier jaar nog succesvol zijn, bewijzen hun meerwaarde voor de handel. De Innova Klassiek 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 Innova Klassiek.

Databases

Naast de vakbladen wordt door Ondernemers Pers Nederland ook aan aantal databases uitgegeven die bestaan uit relevante data over de Nederlandse levensmiddelenindustrie.

- **'t Almanakje:** In 't Almanakje zijn alle relevante contactpersonen bij supermarkt en inkooporganisaties opgenomen, zoals directie, inkoop en category management. Daarnaast vindt u in deze gids onder meer marktaandeel, (inter-)nationale samenwerkingen, formules, huismerken, aantal check-outs, gemiddelde vvo's en distributiecentra.

- **Supermarktgid:** Supermarktgid biedt u een compleet overzicht van alle Nederlandse supermarkten. Per jaar verandert circa 40 procent van alle cruciale bedrijfsdata binnen het supermarktkanaal. Dit varieert van 'wie is wie' op formuleniveau, tot locatiegegevens als het vvo, aantal check-outs, afdelingen en assortimentskenmerken. Dit is een pocketvariant. Om elke dag op te hoogte te blijven van de mutaties hebben wij ook de Supermarktgid Online Basis. Die wordt dagelijks up-to-date gehouden. Daarnaast bieden we met de Supermarktgid Online Plus selectie- en exportmogelijkheden naar Excel.

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

LevensmiddelenKrant

Week 25, nummer 11
20 juni 2022

Levensmiddelenkrant is ook digitaal te lezen!

Penetratie Rotatie Innovatie Samenwerking
Ambitie Cijfers Waardering Ondersteuning
Vernieuwing Categoriegroei Kansen Groei



Tarieven en specificaties

Coveroverlay € 15.000,-

Advertentie over de voorpagina

Specificaties: Buitenzijde: 300 x 348 + 3 mm overfill, binnenzijde: 300 x 440 + 3 mm overfill

In combinatie met achterpagina € 17.500,-

Flap voorpagina € 7.000,-

Een halve advertentie aan de voorzijde van de krant

Specificaties: Buitenzijde 170 x 348 + 3 mm overfill, binnenzijde 170 x 440 + 3 mm overfill

Meerprijs achterpagina: € 4.950,-

Meerprijs flap met stans: € 1.750,-

2/1 pagina spread advertentie/advertorial € 8.950,-

Twee pagina's advertentie of advertorial. Combinatie ook mogelijk

Specificaties: 600 x 440 + 3 mm overfill

1/1 pagina advertentie/advertorial €5650,-

Eén pagina advertentie of advertorial.

Specificaties: 300 x 440 + 3 mm overfill

1/2 pagina advertentie/advertorial € 3.950,-

Een halve pagina advertentie of advertorial

Specificaties: 280 x 200 mm

1/4 advertentie € 2.850,-

Een kwart advertentie

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 € 1.250,-

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 | €1.050,- |
| Specificaties: 104 x 25 mm | |
| 2. Vierkant klein | €750,- |
| Specificaties: 50 x 50 mm | |
| 3. Vierkant groot | € 2.500,- |
| Specificaties: 104 x 100 mm | |
| 4. Rechthoek | € 1.350,- |
| 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: 770 x 90 pixels (breedte x hoogte) | |
| Doorplaatsing in nieuwsbrief: € 150,- | |
| 2. Rectangle | € 30,- per 1000 pageviews |
| Specificaties: 370 x 250 pixels (breedte x hoogte) | |
| 3. Half page ad | €50,- per 1000 pageviews |
| Specificaties: 370 x 600 pixels (breedte x hoogte) | |

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

Levensmiddelen

Krant

Week 48, nummer 17
6 november 2016

Levensmiddelenkrant is
ook digitaal te lezen!

Speciaal: nieuw magazine
Pagina 2 - 6

Wilt u de lekkerste recepten en de beste deals?
VIV ERA

**erwacht
nieuwe
winter**

Mini Mix, Maxi Smaak!

Verras klanten met Viverra plantaardige Mini Mix
nuggets, balletjes en mini burgers.

Deze unieke plantaardige mix is verkrijgbaar in
het koelvakje, ideaal voor de feestdagen!

13.500

EAT OPENMINDED

Wilt u de lekkerste recepten en de beste deals?
VIV ERA

**erwacht
nieuwe
winter**

Mini Mix, Maxi Smaak!

Verras klanten met Viverra plantaardige Mini Mix
nuggets, balletjes en mini burgers.

Deze unieke plantaardige mix is verkrijgbaar in
het koelvakje, ideaal voor de feestdagen!

13.500

EAT OPENMINDED

Flap

[illegible]

Spread advertorial

[illegible]

1/1 Advertorial

BLIK OP HET SCHAP SPECIAL

1/1 Advertentie

Müller Nederland

Almhof plantaardig dessert

Nieuw in het zuivelschap, Almhof plantaardig chocolade-dessert! De consument kan nu naast de plantaardige chocolademousse nu ook onweerstaanbaar genieten van een plantaardig chocoladedessert. Almhof plantaardig chocoladedessert is heerlijk zacht en romig van smaak. Het is gemaakt met Belgische chocolade, zonder kunstmatige kleur- en smaakstoffen en verrassend lekker plantaardig. Met Almhof plantaardig chocoladedessert geeft u uw segment plantaardige zuivel een extra boost richting de feestdagen.

Almhof plantaardig dessert zal fors onder-treund worden. Bestel hem daarom snel (EAN 8717962007256) en profiteer mee! Zo verrasend lekker kan plantaardig zijn!

Contact:
(0318) 588 300
www.almhof.nl



Müller Nederland

Stijlvol jasje voor Almhof chocolademousse

Almhof chocolademousses hebben een nieuw en stijlvol jasje! Almhof chocolademousse blijft onweerstaanbaar luchtig en heerlijk vol van smaak zoals de consument gewend is. Gemaakt van echte Belgische chocolade en zonder kunstmatige kleur- en smaakstoffen. Bovendien is de pot gemaakt van plastic dat versterkt wordt door een kartonnen wikkel met rip-off. Zo kan het papier van de plastic pot nog beter gescheiden worden. Kortom, een opvallende nieuwe verpakking en consumenten die vertrouwd kunnen blijven genieten van de luchtige en heerlijke chocolademousse. De vernieuwde Almhof chocolademousseverpakking geeft uw zuiveldeusertsegment een extra boost richting de feestdagen.

Bestel ze snel en profiteer mee!

Contact:
(0318) 588 300
www.almhof.nl



Introductiebericht of advertorial

LevensmiddelenKrant

Week 3, nummer 1
19 Januari 2018

1

De organisatie lijkt op die van Jumbo'

Ondernemers René Pels en Rolf Jansen zetten weg bij kookschool Salsbury

2

Bilder & De Clercq wil landelijk met bestels



3

Rechtshoek

4

Vierkant groot

1

Topper

2

Vierkant groot

3

Rechtshoek

4

Vierkant klein

Advertenties op de voorpagina:

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



Contact

Uitgevers

Katja en Inez Riethof

Verkoop

Ludwig Runkat

(06) 147 243 75

Ludwig@ondernemerspers.nl

Guido Elfferich

(06) 398 397 86

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

Levensmiddelenkrant 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 2023,
Ondernemers Pers Nederland
B.V.*