

Mediapit 2026

ALLE MOGELIJKHEDEN OP EEN RIJ

Levensmiddelen Krant

Week 47, nummer 14
18 november 2025

Levensmiddelenkrant is
ook digitaal te lezen!



36^e Jaargang

HET MEEST GELEZEN VAKBLAD IN DE BRANCHE



Ondernemers
'Toch wel een eigen
supermarkt'
Pagina 2-3



Fabrikanten
Leentjes innoveert
binnen broodbeleg
Pagina 5



Formules
Spar university geeft
studenten een kickstart
Pagina 9



Interview
'De klant staat altijd
centraal'
Pagina 10

Buitenshuis ontbijten wordt de norm voor jonge generaties

Trends | door Rosanne Wormpoor
NIJMEGEN – Foodinnovator
Eveline van Dam vertelt uitgebreid
over de ontbijttrends van 2025.
Er gebeurt ontzettend veel in dit
schap. Ze geeft daarom eveneens
aan wat dit betekent voor merken
en producenten. Hoe blijven zij
relevant in een schap dat zich zo
snel ontwikkelt?

De klassieke boterham met kaas
blijft, maar daarnaast worden er
onder andere yoghurtbowls,
overnight oats en drinkontbijten

geconsumeerd. Een ander concept
dat opvalt, is dat bewuster ontbijten
belangrijker wordt, maar tegelijkertijd
moet het snel en makkelijk
blijven. Ontbijt wordt steeds meer
snackable, iets wat je onderweg of
tussendoor eet. Onderweg eten is
sowieso een hele belangrijke trend.
Steeds vaker vindt deze maaltijd van
de dag buitenshuis plaats. Dit is
vooral bij de jongere generaties te
zien. Oudere generaties blijven iets
trouwer aan hun gewoontes, maar
wel letten ze op minder suiker,
meer volkoren en vaker iets lichts in

plaats van een stevig broodbeleg.

Verwennen

Een andere zichtbare trend zijn de
invloeden van over de hele wereld die
hun weg vinden naar de ontbijttafel.
denk aan pancakes en açaibowls.
Verder groeit de belangstelling voor
plantaardig ontbijten, vooral in de
grote steden. Er komen steeds meer
alternatieven voor dierlijke eiwitten,
uitgebreid met meer calorieën.
Ontbijt moet ook steeds vaker iets
extra's doen. Producten met prebio-
tica, collageen of creatine geven dat

gevoel van een kleine gezondheids-
boost. Daar tegenover staat dat we
onszelf nog steeds graag verwennen,
maar binnen de perken.

Merken moet niet zozeer op zoek
naar een nieuwe smaak, maar
moeten kijken naar wat het ontbijt
voor mensen betekent. Consumenten
zoeken naar iets wat past in hun
leven, bij hun waarden en in hun
tempo. Oftewel: een combinatie van
gemak, gezondheid, een goed gevoel,
smaak, verpakking en verhaal, is
essentieel.

PAG 6-7

Eigenaar Tony's Chocolonely naar Fish Tales

AMSTERDAM – Impactonder-
nemer Henk Jan Beltman is de
nieuwe aandeelhouder en collega
bij Fish Tales. De voormalig chieft
chocolate officer van Tony's
Chocolonely begint bij Fish Tales
om een wereldwijde Seafood
Revolution te starten. Het doel is
om duurzame vis binnen vijf jaar
de norm in het schap te maken,
binnen en buiten Europa.

Impactonderneming Fish Tales
geeft aandacht en een plek op het
schap aan duurzame vissersge-
meenschappen, sluit geen
compromissen en voert actie voor
gezonde oceanen. Fish Tales is
een succes in Nederland, en wil
groeien. Eerst in Europa en
Noord-Amerika, daarna ook
daarbuiten.

Fish Tales-oprichter Bart van
Olphen: "Duurzame vis moet heel
snel de standaard worden, overal
in de wereld. Ik ben erg blij met
de komst van Henk Jan. Die
begrijpt dat ondernemen vooruit-
gaan is, zonder je te veel aan te
trekken van hoe anderen het
doen."

Beltman: "Ik word altijd
enthousiast als iemand me vertelt
dat die wereld een beetje mooier
wil maken. De gezondheid van de
oceanen is cruciaal. Duurzame
en gelukkige vissers vormen het
fundament van Fish Tales. De
vismarkt staat aan de vooravond
van iets heel erg groots en ik
mijn stinkende best doen om
een bijdrage aan te leveren."

Doelgroep: drukke gezinnen en jonge professionals in regio Haaglanden

Flink opent nieuwe XL-hub

Online | door Gerard van Oostree

LEIDSCHENDAM – Voormalig flitsbezorger en nu online supermarkt Flink
opent eind oktober een nieuwe XL-hub in de gemeente Leidschendam-
Voorburg. De locatie gaat de inwoners van de regio Haaglanden bedienen.

In de XL-hub is een uitgebreider
assortiment aanwezig dan in de
standaardlocaties van Flink. Naast
dagelijkse boodschappen zijn er
ook lokale producten en nichemer-
ken. Klanten kunnen nog steeds
voor bezorging direct kiezen, maar
ook op een gepland moment. De
bezorging vindt plaats met elektri-
sche fietsen. "We zien dat steeds
meer huishoudens hun volledige
weekboodschappen online willen

doen", zegt Robin Kiesler, managing
director van Flink Nederland.
"Leidschendam en Voorburg passen
perfect bij die trend: drukke
gezinnen en jonge professionals die
gemak en directe bezorging
belangrijk vinden."

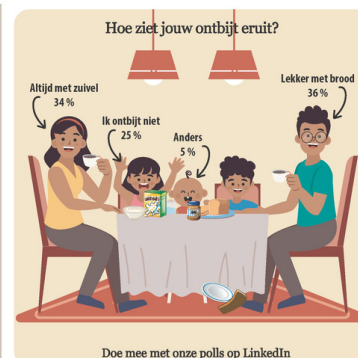
Extra banen

Voor de nieuwe XL-hub denkt
Flink zo'n vijftig nieuwe medewer-
kers aan te nemen, van riders tot

logistieke krachten. De opening in
Leidschendam-Voorburg is een
flinke stap in de richting van een
landelijk netwerk voor Flink. Het
bedrijf speelt daarmee in op de
groeivraag naar online
boodschappen in Nederland.



Flink bezorgt met de elektrische fiets.



WAT DOEN WE?



Wie is Ondernemers Pers Nederland?

Uitgeverij Ondernemers Pers Nederland is al ruim 30 jaar actief in de foodsector met het meest gelezen vakblad Levensmiddelenkrant, speciaal voor de retail. De titel is 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.

Versijning

Levensmiddelenkrant verschijnt iedere twee weken in print en digitaal. De uitgave wordt gedistribueerd naar 30.000 personen en bedrijven die actief zijn in de Nederlandse foodretail. Het leesbereik bij supermarkten en hoofdkantoren ligt op 95 procent. Daarnaast is de editie na versijning ook te lezen in onze app.

Landelijk platform

De redactie informeert lezers via de print- en digitale uitgave, de website, nieuwsbrieven en LinkedIn. De website biedt dagelijks het laatste nieuws, reportages, interviews en achtergrondinformatie uit de foodretailsector. Dagelijks wordt de nieuwsbrief verstuurd aan foodprofessionals die online op de hoogte worden gehouden van het laatste nieuws uit de sector.

17 december 2025 Adverteren Over ons Contact Abonneren Tip voor de redactie Aanmelden nieuwsbrief in Log in

LevensmiddelenKrant

NIUWS AWARDS INTRODUCTIES PARTNERCONTENT AGENDA OUT OF HOME SHOPS Q

Compleet overzicht van alle Nederlandse supermarkten SupermarktGids

Aanmelden nieuwsbrief E-mailadres

Dirk krijgt tweede vestiging in Amsterdam-Noord
Redactie | 17 december 2025

Dezelfde lunch, 4 x minder aarde
Broodje gezond, minder landbouwgrond
Redactie | 17 december 2025

Jumbo gaat duurzaam veevoer inzetten voor klimaatimpact
Redactie | 16 december 2025

Advies Peter Wennink goed ontvangen door ondernemersorganisaties
Redactie | 15 december 2025

Henrique Braun wordt nieuwe ceo Coca-Cola
Redactie | 15 december 2025

EU stelt besluit over verbod op 'vleesnamen' uit
Redactie | 12 december 2025

Meest gelezen

Advies Peter Wennink goed ontvangen door ondernemersorganisaties
Redactie | 15 december 2025

MaGie wint de Foodvalley Award
Redactie | 12 december 2025

Henrique Braun wordt nieuwe ceo Coca-Cola
Redactie | 15 december 2025

AWARDS - GOUDEN PARTNER Meer Awards - Gouden Partner

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 de leveranciers 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, omzetontwikkeling, rendement en succes van producten en innovaties.

Gouden Partner 2025



Levensmiddelenkrant



De Beste Introductie:

Jaarlijks worden er honderden producten geïntroduceerd in het retailkanaal. Een enquête onder alle zelfstandige supermarktondernemers geeft uitslag over welke nieuwe producten er binnen de diverse categorieën worden 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 supermarkten en inkooporganisaties opgenomen, zoals directie, inkoop en category management. Daarnaast vind je in deze gids onder meer marktaandelen, (inter-)nationale samenwerkingen, formules, huismerken, aantal check-outs, gemiddelde vvo's en distributiecentra.

Supermarktgids:

Supermarktgids biedt u een compleet overzicht van alle Nederlandse supermarkten. Per jaar verandert ongeveer 40 procent van alle cruciale bedrijfsdata binnen het supermarktkanaal. Dit varieert van 'wie is wie' op formulesniveau, tot locatiegegevens als het vvo, aantal check-outs, afdelingen en assortimentskenmerken.

TARIEVEN EN SPECIFICATIES

Coveroverlay

€ 17.500,-

Advertentie over de voorpagina

Specificaties: Buitenzijde: 330x400 mm + 3 mm overfill,

binnenzijde: 300 x 440 + 3 mm overfill

In combinatie met achterpagina € 22.500,-



Flap voorpagina

€ 7.950,-

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: € 2.500,-



2/1 pagina spread

advertentie/advertorial

€ 9.950,-

Twee pagina's advertentie of advertorial. Combineren mogelijk

Specificaties: 600 x 440 + 3 mm overfill



11 maart 2023 | week 11

Fabrikanten | 5

Tofu is niet alleen te gebruiken voor standaardgerechten, maar ook voor smoothies en desserts

Vivera maakt koken met tofu lekkerder en toegankelijker

HOUTEN – Vivera heeft een breed assortiment met plantaardige voeding. Het bedrijf hecht waarde aan innovatie en duurzaamheid. Door onderzoek te doen naar trends en de vraag van consumenten brengt het constant nieuwe producten op de markt. Recent zijn twee nieuwe infuogijnen geïntroduceerd: een basislijn met een zachte, geïmiteerde en stevige infu en een Aziatische lijn met een Japanse en Koreaanse variant. Lotte Drees, brand manager bij Vivera, vertelt hier meer over.

Interview: Jan Thomas Bouter



Wat raden heeft Vivera van andere merken? "Vivera heeft natuurlijk veel merken. Het is belangrijk om te weten welke ingrediënten erin zitten en hoe de productie is. Het is belangrijk om te weten welke ingrediënten erin zitten en hoe de productie is. Het is belangrijk om te weten welke ingrediënten erin zitten en hoe de productie is."

Wat raden heeft Vivera van andere merken? "Vivera heeft natuurlijk veel merken. Het is belangrijk om te weten welke ingrediënten erin zitten en hoe de productie is. Het is belangrijk om te weten welke ingrediënten erin zitten en hoe de productie is."

Wat raden heeft Vivera van andere merken? "Vivera heeft natuurlijk veel merken. Het is belangrijk om te weten welke ingrediënten erin zitten en hoe de productie is. Het is belangrijk om te weten welke ingrediënten erin zitten en hoe de productie is."

1/1 pagina
advertentie/advertorial
€6.500,-

Eén pagina advertentie of advertorial
Specificaties: 306 x 446 + 3 mm overfill

1/2 pagina advertentie/advertorial
€ 3.950,-

Een halve pagina advertentie of advertorial
Specificaties: 306 x 226 mm

1/4 advertentie
€ 2.850,-

Een kwart advertentie
Specificaties: Staand 156 x 226 mm of liggend 306 x 106 mm

1/6 advertentie
€ 950,-

Een zesde advertentie
Specificaties: vierkant 156 x 149, rechthoek 106 x 226 mm, liggend 276 x 64 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,-

Introductiebol
€ 950,-

Tekst van 800 tekens met foto



Doet wat het belooft.

IN 1x GOED



REINIGT ÉN VOORKOMT SCHIMMELVORMING

De combinatie van een hoge luchtvochtigheid, slechte ventilatie, lage temperaturen en beperkt verwarmen en luchten vormt een ideale voedingsbodem voor schimmel. Gelukkig kun je dit makkelijk en snel oplossen met de HG schimmelrengers. De HG schimmelbeschermers werken daarbij dat schimmel zich makkelijk kan ontwikkelen, en is daardoor ideaal voor de badkamer en andere plekken waar schimmel snel ontstaat.

Gelukkig bescherm je ook de vloer. Het is belangrijk om te weten welke ingrediënten erin zitten en hoe de productie is.

Müller Nederland

Almhof plantaardige mousse

Nieuw in het zuivelschap: Almhof plantaardige chocolade-mousse! De consument kon al genieten van de heerlijke reguliere chocolademousses van Almhof en kan nu ook onweerstaanbaar genieten met Almhof plantaardige mousse. Almhof plantaardige chocolademousse is heerlijk luchtig en vol van smaak. Het is gemaakt met Belgische chocolade, zonder kunstmatige kleurstoffen en smaakstoffen en verrassend lekker plantaardig. Met Almhof plantaardige mousse geeft u uw plantaardige zuivelsegment een extra boost richting de feestdagen. Almhof plantaardige mousse zal fors ondersteund worden. Bestel hem daarom snel (EAN 8717982007737) en profiteer mee. Zo verrassend lekker kan plantaardig zijn!

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



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 groot

€ 2.500,-

Specificaties: 104 x 100 mm

3. Rechthoek

€ 1.350,-

Specificaties: 104 x 50 mm

4. Vierkant klein

€ 750,-

Specificaties: 50 x 50 mm



Banners op de website

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

1. Leaderbord

€ 1.100,- per week

Specificaties: 770 x 90 pixels (breedte x hoogte)

Doorplaatsing in nieuwsbrief: € 150,-

2. Rectangle

€ 750,- per week

Specificaties: 370 x 250 pixels (breedte x hoogte)

Doorplaatsing in nieuwsbrief: € 150,-

Banners nieuwsbrief

Alle banners voor op de website zijn ook te plaatsen in onze nieuwsbrief. Partnermailings zijn op aanvraag mogelijk.

CONTACT

Uitgevers

Katja en Inez Riethof

Verkoop

Ludwig Runkat

(06) 147 243 75

Ludwig@ondernemerspers.nl



Quinten Schram

(06) 398 397 86

Quinten@ondernemerspers.nl



Redactie

(085) 303 76 25

redactie@levensmiddelenkrant.nl

Abonnementen en data

Katja Riethof

Katja@ondernemerspers.nl

Administratie

Inez Riethof

(085) 303 76 25

Inez@ondernemerspers.nl



OPN

ONDERNEMERS PERS NEDERLAND

*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: €279,-, per jaar

Prijzen zijn exclusief 9% BTW

ISSN 1384-0061