

BUTCHERS

BUTCHERS MAGAZINE 2025

LET'S
MAKE
SOMETHING
SPECIAL





LET'S MAKE SOMETHING *Creative*

In deze editie een letterlijke behind the scenes van ons, het marketingteam van Group of Butchers. In deze speciale kersteditie nemen we je graag mee in de wereld van smaak, creativiteit en impact.

We zijn een jong, enthousiast en klein team. Niet altijd in het bezit van alle tools, maar dankzij onze creativiteit weten we er altijd iets moois van te maken. We zijn verantwoordelijk voor dit leuke magazine, maar ook voor nog zoveel meer binnen Group of Butchers. We nemen je graag mee voor een kijkje in onze 'keuken'.

We hebben ons druk beziggehouden met onze nieuwe huisstijl, die dit jaar live is gegaan. Group of Butchers is in een nieuw jasje gestoken, wat betreft kleuren, lettertypes en tone of voice. Dit zijn de nieuwe handvatten die door het hele bedrijf worden doorgevoerd. Dat loopt van presentaties en social media tot aan de pennen waarmee onze collega's dagelijks hun belangrijke notities maken. Daarnaast hebben we een nauwe samenwerking met de afdeling HR om die te ondersteunen in het creëren van de beste content voor arbeidscommunicatie. Vanaf dit jaar zul je ons ook regelmatig terugzien op de social media kanalen met fotografie en leuke behind the scenes. Wist je dat wij met zijn

drieën verantwoordelijk zijn voor alle fotografie binnen Group of Butchers? Dat betekent dat wij zelf regelmatig in de keuken staan of terug te vinden zijn op een ladder voor het perfecte plaatje of fungeren als handmodel.

Al deze content is uiteraard ook niet te missen op de PLMA-beurs, waar we ieder jaar te vinden zijn. Afgelopen jaar hebben we weer een fantastische beurs gedraaid, waarin we Group of Butchers opnieuw op zijn best hebben kunnen presenteren. Hiervoor zijn we compleet inzetbaar; van het regelen van de hotelovernachtingen voor al onze collega's van de buitenlandse entiteiten, het schenken van een heerlijk kopje koffie tot aan het sjouwen van de kratten naar de bus.

Wij willen jullie hele fijne feestdagen wensen. Een periode vol warmte, inspiratie en smaakvolle momenten die ertoe doen. Op naar een nieuw jaar vol nieuwe kansen.

Het Marketing Team

- Céline, Vivian & Lise



INHOUD

Butchers magazine

- 6 TASTING GOOD,
DOING GOOD
- 10 IN ELKE KOM EEN
VERHAAL
- 14 DE INKOPERS VAN
GROUP OF BUTCHERS
- 18 VAN SLAGER TOT
STERGERECHT
- 22 TRENDS, TEAMWORK
& TAFELGELUK



26 SALADES DIE PIEKEN

28 HERO PRODUCTEN

30 AANRADER VAN DE
MENKEN KEUKEN

36 BEWUST GENIETEN

38 WIST JE DAT?



TASTING DOING GOOD GOOD

Smaak en verantwoordelijkheid hand in hand



TASTING GOOD DOING GOOD

Lekker voor iedereen, goed voor de wereld



Bij Group of Butchers kijken we met trots terug op een jaar waarin smaak en verantwoordelijkheid hand in hand gingen. In 2025 hebben we onze ambitieuze plannen omgezet in tastbare resultaten in België, Duitsland en Nederland. Samen met onze klanten, leveranciers en partners hebben we meetbare vooruitgang geboekt op het gebied van klimaat, verpakkingen, dierenwelzijn, voedselverspilling en verantwoorde inkoop. Met meer dan 3200 collega's op 26 locaties hebben we vakmanschap en innovatie gecombineerd om een voedselsysteem te bouwen dat niet alleen lekker en veilig is, maar ook écht duurzaam betrokken.

Van ambitie naar resultaat

2024 stond in het teken van de basis leggen voor verandering. In 2025 hebben we samen geleverd. Door vleesgerelateerde emissies te verlagen, het gebruik van hernieuwbare energie te vergroten en ons assortiment hybride en plantaardige producten uit te breiden, hebben we onze CO₂-voetafdruk per product verlaagd. Onze klimaatdoelen werden voor het eerst gevalideerd door

DEZE MIJLPALLEN ZIJN GEEN EINDPUNT, MAAR EEN FUNDAMENT OM OP VERDER TE BOUWEN

het Science Based Targets-initiatief, waarmee is bevestigd dat ons reductiepad in lijn ligt met het Klimaatakkoord van Parijs en bijdraagt aan de wereldwijde 1,5°C-doelstelling.

Onze inzet bleef niet onopgemerkt. EcoVadis kende ons het predicaat Committed toe, als erkenning voor de duidelijke stappen die we zetten op het gebied van ESG. CDP gaf ons een C-score, wat onze transparantie rond onze klimaatstrategie en CO₂-uitstoot onderstreept. Deze mijlpalen zijn geen eindpunt, maar een fundament om op verder te bouwen samen met onze partners en belanghebbenden.

Ook op het gebied van verpakkingen boekten we vooruitgang door samenwerking. In alle landen werken we aan recyclebare verpakkingen, vooruitlopend op de Europese Verordening inzake verpakkingen en verpakkingsafval. Dit doen we zonder concessies te doen aan gebruiksgemak of voedselveiligheid mede dankzij nauwe samenwerking met onze retailpartners.

In Nederland introduceerden we sectorbrede monitoring van voedselverspilling en pasten we meer producten aan, ook door uitwisseling tussen Nederland en België, om verspilling te verminderen en meer waarde te halen uit onze grondstoffen. In alle landen hebben we het gebruik van hernieuwbare elektriciteit verder uitgebreid, waarmee we onze klimaatimpact opnieuw verkleinden. Gezondheid en veiligheid, ook voor uitzendkrachten, zijn speerpunten geworden in onze organisatie. In Nederland en België breidden we ons aanbod van hybride en plantaardige producten uit, zodat consumenten duurzame keuzes kunnen maken zonder in te leveren op smaak.

Vooruitkijken naar 2026 en verder

Onze reis gaat door en die maken we samen. In 2026 zetten we ons in om ons verpakkingssortiment recyclebaar te maken, als bijdrage aan de circulaire economie voor elk product dat we leveren. We bouwen aan een robuust due diligence-systeem dat volledige naleving van de Europese ontbossingsverordening waarborgt. Dit zorgt voor volledige traceerbaarheid en controle over ons rundvlees en andere grondstoffen. Jaarlijkse audits zullen garanderen dat alle ingrediënten verantwoord en zonder ontbossing zijn ingekocht.

We blijven investeren in hybride innovaties, waarbij dierlijke en plantaardige eiwitten worden gecombineerd om onze ecologische voetafdruk verder te verkleinen, met behoud van de vertrouwde smaak. Tegen 2026 streven we ernaar om 65% van ons vlees onder erkende duurzaamheidskeurmerken te certificeren, waarmee we de lat voor verantwoorde inkoop opnieuw hoger leggen.

Onze langetermijnambitie is duidelijk: groeien als Europese koploper in smaakvol en duurzaam voedsel, met meetbare impact op klimaat, ecosystemen en mensen. Met sterke governance, toegewijde collega's en betrouwbare partners blijven we onze belofte waarmaken, samen.

**"ONZE INZET BLEEF NIET
ONOPGEMERKT"**

– **GILLIAN HERPERS**
Group Sustainability Manager

IN ELKE KOM EEN VERHAAL

Deze romige soepen zitten vol verse groenten. Wat ze echt bijzonder maakt? Dat onverwachte extraatje, zoals krokant gebakken spekjes die elke lepel net dat beetje meer geven.

Als de behoefte duidelijk is, begint het creatieproces. Op keukenschaal wordt een uniek recept ontwikkeld, stap voor stap verfijnd en getest. “Het is een echt trial-and-errorproces, waarin we proeven, bijsturen en opnieuw proeven. Pas als iedereen intern enthousiast is, volgt de ultieme test: het oordeel van potentiële klanten. Is ook dat positief, dan gaat de soep in productie bij onze locatie van Keulen Vleeswaren.”

Kwaliteit in elke kom

Het geheim achter het succes? Pure ingrediënten en vakmanschap. “We gebruiken uitsluitend hoogwaardige grondstoffen”, zegt Steffi. “Voor groenten, kruiden en specerijen werken we met verse of diepgevroren producten, zodat de smaak optimaal behouden blijft. Het vlees verwerken we vers, in eigen huis. Dat zorgt niet alleen voor een volle, rijke smaak, maar ook voor minimale verspilling.”

Dat proef je terug in elke soep. Denk aan stukjes worst in de erwtensoen, spek in de mosterdsoep of de bekende soepballetjes in de tomatensoep. “Die balletjes maken we vers, in verschillende recepturen, op basis van varkens-, kip- en rundvlees.”

Van rol naar beker

Recentelijk voerden we een grote verandering door in het productieproces: onze soepen worden voortaan verpakt in bekertjes in plaats van in plastic rollen. “Een simpele ingreep met groot effect”, vertelt Steffi. “De soep kan nu direct in de beker worden opgewarmd, en krijgt een prominentere plek in het winkelschap. Zo maken we het voor soepfans nog makkelijker om ons assortiment te ontdekken.”

Er gaat niets boven een heerlijke kop soep. Als voorgerecht, bijgerecht of gewoon als complete maaltijd: soep blijft populair. Dat merken we ook bij Group of Butchers, waar onze soepen inmiddels een vaste waarde zijn. Maar hoe lanceer je eigenlijk een nieuwe soep? En wat bepaalt of een nieuwe smaak écht aanslaat?

Het begint allemaal met grondig onderzoek. “Ons team productontwikkeling en category development start elk traject met een uitgebreide analyse”, vertelt Steffi productontwikkelaar bij Group of Butchers. “We kijken naar trends in de markt, vergelijken met bestaande soepen en stemmen af op de seizoenen. Is er ruimte voor een nieuwe smaak? Of moeten we bestaande recepten aanscherpen? Misschien is het tijd voor de lekkerste én gezondste tomatensoep die er is.”





Pastinaak-prei soep

4 personen - 30 min. bereidingstijd

500 gram pastinaak
8 plakjes pancetta
2 stronken prei
100 ml kookroom
1 ui
1 el olijfolie
2 teentjes knoflook
peper en zout
1 liter groentebouillon

- 1 Schil de pastinaak en snijd in stukken. Was de stronken prei goed en snijd in ringen. Snipper de ui en hak de knoflook fijn. Verhit de olijfolie in een soeppan en fruit de ui en knoflook 2-3 minuten tot ze glazig zijn.
- 2 Voeg dan de prei en pastinaak toe en bak nog 5 minuten mee. Giet hier de groentebouillon bij en breng aan de kook. Laat de soep 20-25 minuten zachtjes koken, tot de pastinaak helemaal zacht is.
- 3 Bak ondertussen de pancetta in een oven op 160 graden voor 10 minuten, of totdat deze krokant is. Laat uitlekken op een keukenpapiertje.
- 4 Voeg 100 ml kookroom toe en pureer de soep met een staafmixer glad. Breng op smaak met zout en peper. Garneer af met de krokante pancetta.

Geroosterde pompoen tomaatsoep met feta

4 personen - 10 min. bereidingstijd +35 min. oventijd.

Verwarm de oven voor op 200°C. Snijd 800 gram pompoen, 6 tomaten, 2 rode paprika's, 2 wortels en 1 rode ui in grove stukken. Leg alles op een bakplaat met 3 tenen knoflook (ongepeld). Besprenkel met 2 el olijfolie en bestrooi met 1 tl gerookte paprikapoeder en een snufje peper en zout.

Rooster de groenten 30 tot 35 minuten in de oven, tot ze goudbruin en zacht zijn.

Knijp de knoflook uit en doe dit samen met de groenten in een grote soeppan. Voeg 750 ml groentebouillon, 1 laurierblad en 3 takjes verse tijm toe en laat 10 minuten zachtjes pruttelen.

Verwijder het laurierblad en de takjes tijm en pureer de soep glad met een staafmixer. Breng nogmaals op smaak met zout en peper.

Verdeel over de soepkommen en verkruimel hierover een half blok feta. Top af met wat tuinkers.



Champignonsoep met stukjes kip

4 personen - 25 min. bereidingstijd

Breng 1 liter kippenbouillon aan de kook. Voeg 250 gr kipfilet toe en laat zachtjes 10-12 minuten garen. Haal de kip eruit, laat afkoelen en trek met 2 vorken los van elkaar. Bewaar de bouillon. Snijdt 400 gr kastanje-champignons in plakjes.

Snijd 1 ui en 2 tenen knoflook fijn. Verhit 1 el roomboter in een soeppan en bak hierin de ui en knoflook 2-3 minuten glazig. Voeg de champignons toe en bak 5-7 minuten. Strooi er 1 el bloem over en roer goed door. Giet beetje bij beetje de bouillon toe en blijf goed roeren zodat er geen klontjes ontstaan.

Voeg 1 tl tijm toe en laat 10 minuten zachtjes pruttelen. Voeg dan de stukjes kip terug in de pan. Roer er 100 ml kookroom door en verwarm de soep nog 5 minuten door. Breng op smaak met zout en peper. Serveertip: krokant gebakken spekjes als topping.



DE INKOPERS VAN GROUP OF BUTCHERS



KWALITEIT KOMT ALTIJD OP EEN

Inkoop is vooruitdenken. Daar weten Frank Derksen (44) en John Janssens (53) alles van. Als inkopers bij Group of Butchers zijn zij dagelijks bezig met wat er vandaag nodig is en met wat er over een paar maanden op voorraad moet zijn. Want goed inkopen is plannen, vooruitzien, risico's inschatten en vooral: zorgen dat kwaliteit nooit in het gedrang komt.

Beiden werken inmiddels ruim zes jaar bij Group of Butchers, een periode waarin het bedrijf flink is gegroeid en de inkoopvolumes zijn meegegroeid. Frank richt zich als Manager Inkoop op de strategische kant van het vak: waar willen we naartoe als organisatie en hoe sluit onze inkoop daarop aan? John is als Lead Buyer Meat verantwoordelijk voor al het vlees dat wordt aangekocht. Van herkomst tot structuur, van malsheid tot voedselveiligheid - hij kent elk detail. Samen bewaken ze één duidelijke lijn op de inkoopafdeling: kwaliteit staat altijd op nummer één.

In dit gesprek vertellen Frank en John over hun vak, de kunst van vooruitkijken, de dynamiek van rundvleesinkoop en de charme van de kerstklassieker bij uitstek: carpaccio.

Van slager tot strateeg

John zit al ruim 35 jaar in de vleesbranche. Hij begon als slager, runde jarenlang een grote slagerij en maakte daarna de overstap naar een slachterij, waar hij commercieel verantwoordelijk was voor de retail. "Vlees is mijn passie", vertelt hij. "Bij Group of Butchers ben ik op mijn plek. De energie, de ambities en het gevoel voor kwaliteit passen bij hoe ik in het vak sta."

Frank groeide op in een familie met een banketbakkerij en kreeg de liefde voor eten met de paplepel ingegoten. "Ik heb altijd in de voedingswereld gewerkt - eerst in groenten, daarna in vis en

nu in vlees", zegt hij. "De dynamiek bij Group of Butchers is uniek. Er gebeurt hier altijd iets: innovatie, groei, nieuwe producten. Dat maakt het werk mooi."

"DE DYNAMIEK BIJ GROUP OF BUTCHERS IS UNIEK"

Kwaliteit is heilig

Vraag John waar hij als eerste op let bij de inkoop van rundvlees, en het antwoord komt zonder aarzeling: "Kwaliteit. Altijd." Voordat er iets wordt ingekocht, bepaalt het inkoopteam - samen met collega's van productontwikkeling, kwaliteit en productie - exact welke eisen gelden. Denk aan malsheid, vetpercentage, afmeting en gewicht. "We werken met de allerbeste leveranciers", zegt John. "Betrouwbare slachterijen die hun zaken uitstekend op orde hebben als het gaat om vleeskwaliteit en voedselveiligheid."

Al het rundvlees komt van erkende slachterijen met certificaten als IFS of BRC. "Die certificaten zijn onze ondergrens", legt John uit. "Daarnaast letten we scherp op de herkomst van de delen die we gebruiken. Voor carpaccio nemen we bijvoorbeeld altijd hetzelfde deel van het rund, omdat dat de juiste structuur en smaak heeft. Zelfs bij schaarste of hoge marktprijzen wijken we daar niet van af."

Frank vult aan: "Kwaliteit is extreem belangrijk. Dat willen we te allen tijde borgen - niet alleen voor vandaag, maar ook voor de toekomst. Onze klanten vertrouwen erop dat ze bij ons vlees krijgen dat veilig is en van constante, hoge kwaliteit. Dat vraagt om vooruitdenken, plannen en sterke, strategische partnerships met leveranciers."

Altijd een stap vooruit

Wie denkt dat vleesinkoop vooral een kwestie is van bestellen en leveren, heeft het mis. “Het is voortdurend balanceren tussen vraag en aanbod”, zegt John. “Tien jaar geleden was er vlees genoeg. Nu is dat anders, er is meer schaarste. Er zijn minder boeren, de wet- en regelgeving is strenger en de productie is afgenomen. De beschikbaarheid verandert continu. Daarom moeten we vooruitplannen: wat kunnen we nu al inkopen, zodat we over twee maanden niet misgrijpen?”

Frank vult aan: “Tegelijkertijd speelt duurzaamheid een steeds grotere rol. Dat merk je in alles wat we doen. In de verpakkingen bijvoorbeeld - we stappen over op dunnere folies, afwasbare etiketten en gebruiken steeds vaker monomaterialen, zodat

alles beter recyclebaar is. Maar ook in de herkomst van het vlees. We letten erop dat ons rundvlees niet afkomstig is van dieren die hebben gegraasd in ontboste gebieden. Dat hoort bij onze verantwoordelijkheid. We sluiten onze ogen niet voor de impact van onze keuzes.”

De charme van carpaccio

Rond de feestdagen is carpaccio niet weg te denken van het kerstmenu. Waarom juist dat gerecht zo populair is? “Omdat het ontzettend lekker en makkelijk is”, zegt Frank. “En het is geen trend, maar een klassieker. Mijn moeder eet het bij feestelijke gelegenheden, zoals met kerst of Pasen, en mijn dochter neemt het graag op een broodje mee naar school. Alle generaties eten het, de markt groeit nog steeds.”

"HET IS GEEN TREND, MAAR EEN KLASSIEKER"

Voor John begint een goed carpacciogerecht bij het vlees. “Wat erin gaat, komt er ook uit. De basis moet goed zijn, en die wordt bepaald door het vlees. Daarna kun je eindeloos variëren met toppings, crunches en sauzen.”

Frank: “We werken aan nieuwe varianten, bijvoorbeeld met oosterse combinaties of pittige sauzen met chilivlokken. Zo blijft carpaccio verrassend en vernieuwend.”

En hun persoonlijke favoriet? Frank: “Ik ben traditioneel: carpaccio met truffelmayo, rucola en pijnboompitten.” John: “Ik ga voor een oosterse topping met zoetzure saus en sesam. Een beetje anders, maar zó lekker.”



– **FRANK DERKSEN**
Manager Inkoop



– **JOHN JANSSENS**
Lead Buyer Meat

Samenwerken in drukke tijden

De aanloop naar de feestdagen is traditioneel de drukste periode van het jaar. Een goede samenwerking met sales, demand planning en productie is daarbij onmisbaar. “We leggen alles strategisch vast”, zegt John. “Van welke soort vlees en hoeveel we nodig hebben tot het moment van levering – alles is precies gepland zodat het vlees op het juiste moment binnenkomt.”

Die voorbereiding betaalt zich uit in rust, betrouwbaarheid en constante kwaliteit. “We werken met vaste leveranciers”, vertelt Frank. “Dat geeft stabiliteit. We weten wat we van elkaar kunnen verwachten, en dat merken consumenten uiteindelijk ook – aan de smaak en de kwaliteit op hun bord.”

Vooruitkijken

Als we Frank en John vragen waar ze over tien jaar willen staan met Group of Butchers, komt het antwoord meteen. Frank: “Nog altijd aan de top. De beste zijn. Dat klanten bij ons aankloppen omdat ze weten: hier krijg je rundvlees van het hoogste niveau.”

John: “En dat we dan nog steeds dezelfde goede grondstoffen kunnen inkopen. De beschikbaarheid van de juiste kwaliteit wordt de grootste uitdaging. Maar met goed plannen, vooruitkijken en betrouwbare partners houden we dat in de hand.”

En met kerst? Dan schuiven ze zelf ook aan voor een goed stuk vlees. “Ik ga dit jaar voor ribeye of bavette”, zegt John. Frank kiest voor runderwang. “Eenvoudig en betaalbaar, maar ontzettend mals en smaakvol.”

En het voorgerecht? Daar hoeven ze niet over na te denken. “Carpaccio, natuurlijk!”

VOORBEREIDING BETAALT ZICH UIT IN RUST, BETROUWBAARHEID EN CONSTANTE KWALITEIT



AMBACHT, PRECISIE EN **PASSIE** MET GROUP OF BUTCHERS

Bij Group of Butchers geloven we dat echte kwaliteit begint bij aandacht. Aandacht voor het product, voor het proces en voor de mensen die de producten maken.

Dat zie je nergens beter terug dan in onze carpaccio: een product waarbij vakmanschap, precisie en toewijding samenkomen.

Carpaccio is een van de meest verfijnde producten binnen onze productie. Elk detail telt. Van de selectie van de grondstoffen tot aan het moment waarop de dunne plakjes op het bord belanden, alles draait om perfectie.

We werken met zorgvuldig geselecteerde vleesdelen van de hoogste kwaliteit. Alleen de mooiste stukken worden gebruikt, want onze carpaccio verdient niets minder.

In onze productielocatie wordt het vlees met grote zorg behandeld. De bereiding vraagt niet alleen om moderne technologie, maar vooral om het gevoel en de ervaring van onze mensen.

Onze specialisten weten precies hoe ze het vlees moeten voorbereiden, behandelen en laten rusten zodat het zijn karakteristieke zachte structuur en verfijnde smaak ontwikkelt.

De subtiele pekel geeft de carpaccio zijn eigen, herkenbare signatuur. Die wordt met aandacht bereid en op een

ambachtelijke manier verwerkt, zodat de smaak optimaal tot zijn recht komt.

Vervolgens krijgt het vlees de tijd om te rusten en te rijpen, want echte kwaliteit laat zich niet haasten.

Het slicen van carpaccio is een kunst op zich. Onze geavanceerde snijtechniek maakt het mogelijk om het vlees tot flinterdunne plakjes te snijden, zonder concessies aan textuur of smaak. Zo ontstaat de carpaccio zoals onze klanten die kennen: verfijnd, mals en vol karakter.

Het resultaat is een product dat symbool staat voor wat wij bij Group of Butchers het liefste doen: met passie en precisie de mooiste vleesproducten maken. Carpaccio is voor ons meer dan een gerecht: het is een toonbeeld van vakmanschap, traditie en trots.

En wat is er nu mooier dan in deze feestelijke tijd samen te genieten van een gerecht dat met zoveel liefde is gemaakt?

**DE KUNST
VAN AMBACHT,
Gesneden MET
PRECISIE.**

VAN SLAGER TOT

Stergerecht

Carpaccio is al jarenlang een echte klassieker in de Nederlandse keuken. Wat ooit begon als een verfijnd voorgerecht uit de Italiaanse gastronomie, is inmiddels niet meer weg te denken van menukaarten en feestelijke diners. Achter die flinterdunne plakjes rundvlees schuilt echter een zorgvuldig proces waarin ambacht, kwaliteit en innovatie samenkomen.

In Italië wordt carpaccio traditioneel geserveerd als dunne plakjes rauw vlees op een plat bord, op smaak gebracht met slechts een beetje peper, zout en een scheutje goede olijfolie. In Nederland hebben we deze klassieker door de jaren heen een geheel eigen draai gegeven. Carpaccio wordt hier niet alleen gegeten als voorgerecht, maar ook steeds vaker als lunchgerecht of als smakelijk aperitief.

Daarnaast is er volop geëxperimenteerd met verschillende dressings en toppings. De bekendste variant blijft die met truffelmayonaise, pijnboompitten, Parmezaanse kaas en rucola, maar tegenwoordig duiken ook verrassende oosterse smaken op, zoals teriyakisaus of crispy chili-olie.

Met een beetje creativiteit tover je deze klassieker eenvoudig om tot een waar stergerecht: serveer deze carpaccio bijvoorbeeld op een dun geroosterd stukje briochebrood met citroenmayonaise, geroosterde hazelnoten, kappertjes en versgeraspte Parmezaanse kaas voor een verfijnde smaak die indruk maakt.

Zo vertelt carpaccio vandaag de dag het verhaal van slager tot stergerecht: een verhaal van vakmanschap, passie en oog voor detail. Het is hét bewijs dat traditioneel ambacht en modern gemak perfect hand in hand kunnen gaan.

**DE KLASSIEKER
IN DE
Nederlandse
KEUKEN**



TRENDS TEAMWORK & AFELGELUK

Elise en Anne over trends, teamwork en een tafel vol lekkers. Weleens hummus met gekarameliseerde ui geproefd? Dan heb je iets gegeten waar Elise Rijnhout aan heeft meegewerkt. Als Category Development Manager is zij een van de smaakmakers achter onze spreads, salades en sauzen. “Ik hou van conceptontwikkeling”, zegt ze. “Een idee bedenken, bijschaven, verder uitwerken - en het dan terugzien in het schap. Dat blijft elke keer weer een feestje.”

Samen met Anne Baeten, Senior Category Development Manager, maakt ze deel uit van het Category Development Management-team van Group of Butchers. Een team dat elke dag werkt aan producten die aansluiten bij de wensen van retailers en consumenten.

Concepten ontstaan aan tafel, worden getoetst aan markt- en consumententrends en klantvragen, en groeien stap voor stap uit tot smakelijke, haalbare producten.

“Het draait om het totaalplaatje”, vult Anne aan. “Wat gebeurt er in de markt? Wat zoeken mensen? En hoe vertalen we dat naar iets dat relevant, lekker en maakbaar is?”

Anne kent de supermarkt van binnenuit. Ze werkte jarenlang aan de retailkant. Elise brengt ruim twintig jaar ervaring mee vanuit de kant van de producent.



“We vullen elkaar aan”, zegt Elise. “Anne brengt strategisch inzicht mee en weet wat er speelt op de winkelvloer. Ik weet wat er mogelijk is in productieontwikkeling. We sparren veel - over smaken, structuren, trends, klantvragen... alles komt voorbij.”

Bold flavours, crunch en TikTok

Wat er nu speelt in de foodwereld? “Bold flavours zijn hot”, zegt Anne. “Smaken die meteen binnenkomen. Denk aan hot & spicy, Aziatische invloeden of ‘swicy’: zoet en pittig tegelijk. Jongeren pikken het op via TikTok en slepen de rest van de markt vrolijk mee.”

BOLD FLAVOURS ZIJN HOT

Maar het draait niet alleen om smaak. Elise: “Structuur telt ook. Een beetje crunch maakt een product meteen interessanter. Pistache is trouwens weer helemaal terug - bijvoorbeeld als topping op hartig beleg.”

En ook het gebruik verandert. “Beyond bread is een trend”, vertelt Anne. “Spreads en vleeswaren zijn allang niet meer alleen voor op brood. Je gebruikt ze ook op wraps, crackers of als onderdeel van een borrelplank.”

De opmars van het borreldiner

Die verschuiving in gebruik zie je ook terug aan tafel. “Borrelen was altijd al populair, maar wat je nu ziet, is dat het borrelmoment steeds vaker overloopt in het diner”, zegt Anne. “We zitten samen aan tafel, delen verschillende kleine hapjes en vullen daar de hele avond mee. Shared dining is allang niet meer voorbehouden aan feestjes - het is het diner.”

Elise: “En ons assortiment sluit uitstekend aan op zo’n eetmoment. Van grillworst en gehaktballetjes tot spreads, dips en hammen. Je hebt zó een tafel vol lekkers voor een geslaagd borreldiner.”

Groen, goed en gewoon lekker

Voor Elise en Anne is duurzaamheid geen los vinkje op de checklist, maar verweven met hun manier van werken. “Het is allesomvattend”, leggen ze uit. “Minder verspilling, het benutten van reststromen, recyclebare verpakkingen en weten waar je ingrediënten vandaan komen. Het hoort er allemaal bij.”

Maar het belangrijkste blijft: het moet lekker zijn. Of het nu om vlees of plantaardig gaat; het moet rijk van smaak zijn, voedzaam en van goede kwaliteit. Die gedachte zie je ook terug in de opkomst van hybride producten: vleesproducten waarin deels plantaardige ingrediënten zijn verwerkt. “Dat is geen hype, dat is hoe de markt zich ontwikkelt”, zegt Anne. “We maken geen vleesvervangers, maar verrijken vlees met plantaardige componenten. Daarmee helpen we retailers stappen te zetten richting hun duurzaamheidsdoelen, én consumenten om op een toegankelijke manier minder vlees te eten. Dat is gewoon nodig, als je kijkt naar de druk op grondstoffen.”

Ook de groentespreads passen in dat plaatje: spreads die volledig plantaardig zijn, maar vooral heel lekker en goed. “Het uitgangspunt is altijd smaak en kwaliteit”, zegt Anne. “Als iets met een beetje plant óf iets geheel plantaardigs net zo lekker is. Top. Zo maken we het aanbod duurzamer, zonder in te leveren op smaak.”

"MAAR HET BELANGRIJKSTE BLIJFT: HET MOET LEKKER ZIJN."

- Anne Baeten

Van idee tot schap

Een goed idee is leuk, maar het moet ook te maken zijn. Elise: "Je kunt iets fantastisch bedenken, maar als het technisch niet haalbaar is, houdt het op. We kijken dus altijd: is het te produceren, schaalbaar en veilig?"

"Nieuwe ingrediënten kunnen het extra uitdagend maken", vult Anne aan. "Noten of vis bijvoorbeeld, die brengen allergenen mee. Dat vraagt veel van het productieproces. Daar moet je goed over nadenken voordat je iets introduceert."

Dan is er nog het winkelschap. "Past het erin?" zegt Anne. "Dat schap is niet van elastiek. Als je iets nieuws wil lanceren, moet er vaak ook iets uit. Die puzzel leggen we samen met de retailer en met hulp van collega's van onder andere trademarketing en sales. Wat voegt iets toe? Wat is vernieuwend? Wat past bij deze tijd?"

Elise: "En als private label leverancier werken we binnen duidelijke kaders die door de retailer worden bepaald. Dat gaat bijvoorbeeld over zout, suiker, vetten of prijsstellingen. Soms best uitdagend, maar juist daarin ligt onze kracht. We denken mee, zoeken creatieve oplossingen en komen er altijd uit." Anne: "Binnen die richtlijnen slagen we er elke keer weer in om iets neer te zetten dat klopt. Een goed, haalbaar én smaakvol product, dat past bij deze tijd en aansluit bij de wensen van de klant én de consument."

**"HOE MAAK JE HET MENSEN
MAKKELIJK EN LEUK OM
LEKKER TE ETEN?
MET **ONS ASSORTIMENT**
LUKT DAT."**

Ingrediënt met potentie

Vraag je Elise welk ingrediënt ze graag vaker zou gebruiken, dan hoeft ze niet lang na te denken. "Kikkererwten! Ze zorgen voor een romige structuur in spreads en zitten vol eiwitten. We hebben er al mooie producten mee gemaakt, maar ik zie nog veel meer mogelijkheden. Het is een ingrediënt met potentie."

Voor haar draait het uiteindelijk om wat een product toevoegt aan het eetmoment; of dat nu de lunch is of het avondeten. "Hoe maak je het mensen makkelijk én leuk om lekker te eten? Met ons assortiment lukt dat. Van grillworst tot groentespreads: je belegt in no-time een lekkere boterham of stelt een verrassende borrelplank samen. Die variatie, van vlees tot plantaardig, wordt alleen maar belangrijker."

Anne knikt. "Het draait volgens mij niet om een één-op-één vervanging van vlees, maar om keuze. Vlees en vleeswaren vormen een belangrijk deel van ons aanbod, maar we zien dat consumenten ook afwisseling zoeken. Als je niet elke dag vlees eet, wil je iets plantaardigs dat net zo smaakvol is en net zo makkelijk op brood of bij de maaltijd past. Die combinatie van gemak, smaak en variatie - dat is precies wat wij bieden."

Bouw je broodje

Met producten van Group of Butchers

SALADES DIE *Pieken*

6X DE TOP SALADES VAN GROUP OF BUTCHERS OM MEE TE PIEKEN TIJDENS DE BORREL/BRUNCH

Met de feestdagen mag het nét wat meer zijn. Vol smaak, rijk gevuld en perfect voor het borrelmoment. Laat je gasten genieten van een salade die net dat beetje extra geeft. Feestelijk en onweerstaanbaar lekker. Dankzij hun verfijnde ingrediënten, rijke smaken en presentatie die gezien mag worden. Een feest op tafel en zonder stress in de keuken.

LEKKER MET TUINKERS



1. KIP KERRIE

Blijft een klassieker en vaak terug te vinden op de borrelplank. Maar wist je dat we deze ook aanbieden in een **vegan variant?**

MET VERSE ZALM ALS TOPPING



2. GEROOKTE ZALMSALADE

Wanneer je graag een **vis variant** toevoegt aan je salades, mag de gerookte zalm natuurlijk niet ontbreken.

UITGEBAKKEN SPEKJES ALS KROKANTJE



3. EI MET ZWARTE TRUFFEL

Voor wie van klassiek houdt, maar die met een vleugje **luxe** in deze salade net wat meer wil. Perfect voor tijdens de feestdagen.

FRIS EN SMEUG



4. SURIMISALADE MET STUKJES KRAB

Is een bekende vanuit onze locatie **DELITAS** in België. Zij blinken uit in het maken van heerlijke vissalades.

TOP AF MET SEROENDENG



5. KIPSATÉ SALADE

Is een groot succes dankzij de gegrilde kip blokjes in deze salade. Dit succes uit de jaren 90 wordt tot op de dag van vandaag nog altijd voortgezet bij onze locatie **DE MENKEN KEUKEN**.

KAPPERTJES MAKEN HET AF



6. TONIJSALADE

Deze romige salade met echte stukjes tonijn blijft een klassieker. **Ambachtelijk** bereid, vol van smaak en perfect voor op een stokbroodje bij de borrel. Klassiek, zoals het hoort.

OR K E

PRODUCTEN

NOG GEEN IDEE VOOR JE KERSTDINER? WIJ HELPEN JE OP WEG MET ONZE **HERO** PRODUCTEN.

BEEF WELLINGTON

Onze moderne versie van de klassieke Beef Wellington. Mals rundvlees, omhuld met een laagje kruidige duxelles en krokant gebakken **parmaham**, verpakt in een goudbruin bladerdeegasje. Elke hap is een beleving van smaken en structuren. Zacht, hartig en knapperig tegelijk. Een echte klassieker in een eigentijds jasje.



PASTRAMI TONNATO

Een speelse variant op de Italiaanse klassieker. In plaats van kalfsvlees gebruiken we dun gesneden **pastrami**. De kruidige, licht rokerige smaak van het vlees vormt een verrassende combinatie met de romige tonijnsaus. Altijd een succes, zeker wanneer je het combineert met een krokantje. Denk aan gefrituurde kappertjes, dunne toast of krokante uitjes. Zo krijgt dit gerecht een perfecte balans tussen zacht, romig en knapperig.



CARPACCIO TARTAAR

Pak een keer uit met een **carpaccio** in de vorm van een steak tartaar. Top af met een pesto- of truffelcrème en gebrande hazelnootjes. Breng het geheel tot leven met wat versgemalen peper, een snuf zeezout en een paar druppels goede olijfolie. Zo til je dit eenvoudige voorgerecht naar restaurantniveau.



ROSBIEF

Rosbief als voorgerecht? Dat kan zeker! De malse, dun gesneden **rosbief** komt perfect tot zijn recht met een romige zelfgemaakte truffelmayonaise of tonijnmayonaise. Een winters voorgerecht met gegrilde groene asperges in combinatie met balsamico en vijgen maakt het perfect voor de feestdagen.



WAAROM KIEZEN?

Kun je niet kiezen? Dat hoeft ook niet! Deze borrelplank zit boordevol lekkernijen: van **roasted ham** tot **hummus**. Verrijkt met bijpassende kaas, noten, droge worst en natuurlijk kleine **gehaktballetjes**. Een ideaal gerecht om te delen, proeven en ontdekken. Perfect voor een gezellige borrel of als luxe appetizer. Tijdens de feestdagen ook leuk om als in een kerstkrans te presenteren. Zo breng je de kerstsfeer naar tafel.



EEN AANRADER VAN DE MENKEN KEUKEN

Hummus is allang geen trend meer. Het is een blijvertje. Wat ooit begon in de keukens van het Midden-Oosten, ligt inmiddels ook in Nederland stevig op het bord. En terecht. Deze smeùige pasta op basis van kikkererwten is verrassend veelzijdig: als dip, spread, dressing of gewoon als smaakmaker in je gerecht. Serveer het op brood, bij geroosterde groenten of roer het door je salade. Wat je ook doet: het werkt.

Het team van De Menken Keuken weet precies hoe ze hummus moeten maken. Niet van kant-en-klare puree, maar vanaf de basis. Kikkererwten van topkwaliteit, rechtstreeks uit Frankrijk. Die weken, koken en verwerken we zelf. Alles draait om smaak en structuur, dus ook de velletjes gaan eraf. Daarna gaan de kikkererwten samen met tahina, olijfolie, citroensap, knoflook, peper en zout in de menger. Geen concessies, geen fratsen. Gewoon goed.

“We werken al jaren met vaste leveranciers”, vertelt Sander Beelen van De Menken Keuken. “We weten precies waar onze ingrediënten vandaan komen. Dat maakt het verschil. Zeker bij tahina. Dat is de smaakmaker van hummus.”

Vakmanschap in eigen huis

Het volledige productieproces loopt via De Menken Keuken. Gewoon in eigen huis. Van de rauwe kikkererwt tot het eindproduct in de verpakking. Dat zorgt voor constante kwaliteit en controle, want alleen zo houd je de smaak op topniveau.



Maar hummus is meer dan klassiek. Daarom vind je bij De Menken Keuken een assortiment vol verrassende variaties. Denk aan pikante hummus, zongedroogde tomaat, rode biet, of de favoriet van het moment: dadel-hazelnoot. Allemaal vers bereid, met zorg en met échte ingrediënten.

Sander: “Neem onze hummus met pompoen. Die maken we niet met poeder of puree, maar met verse pompoen. Die snijden we, grillen we, pureren we, en pas dan gaat-ie door de hummus. Het verschil proef je direct.”

Waarom hummus? Daarom.

“Hummus is plantaardig, voedzaam, lekker en eindeloos te combineren. Het past bij deze tijd én in elk eetmoment. Bij De Menken Keuken combineren we vakmanschap met een flinke dosis nieuwsgierigheid. Want als het lekkerder kan, dan doen we dat. Zo simpel is het.”

MET
Hummus
**KUN JE ALLE
KANTEN OP**

WINTER BARBECUE

Barbecue is geen seizoen. Het is een levensstijl.

Zomerbarbecue's kennen we wel. Korte broeken, lekker weer en koude drankjes. Maar bij Group of Butchers denken we: waarom zou je stoppen zodra de bladeren vallen? De winter is juist het seizoen waarin vuur echt tot leven komt. De kou scherpt je zintuigen. Buiten grillen wordt een beleving met karakter, warmte en goed vlees in de hoofdrol. Binnen zitten kan altijd nog. Buiten barbecueën in de kou is kiezen voor sfeer, aandacht en ambacht.

Een goed stuk vlees verdient vuur met aandacht. En dat begint bij de juiste temperatuur. Of het nu hartje zomer is, een zonnige herfstavond, de eerste lentebarcuee, of een winterse middag terwijl het buiten sneeuwt. Met de juiste hitte haal je het beste uit je barbecue én uit je vlees.

Onze spareribs zijn al voorgegaard, dus het gaat er vooral om om ze op te warmen en die heerlijke, gekaramelliseerde laag te krijgen. Op een barbecue van rond de 150–170 graden worden ze in een half uurtje tot drie kwartier warm, terwijl de saus mooi kan karameliseren en de buitenkant lekker krokant wordt. En het mooiste? We hebben ze in vele smaken: van pittig, gekruid, zoet tot Aziatisch. Voor ieder wat wils.

BBQ-worsten vragen om wat meer tempo, maar nog steeds met gevoel. Laat ze eerst rustig garen bij zo'n 160–180 graden, en geef ze daarna kort de volle hitte boven direct vuur. Zo krijgen ze die knapperige korst zonder hun sappen te verliezen. Onze worsten komen in een enorme variatie

van smaken: van jalapeño & kaas tot pittige klassiekers, zodat iedereen iets kan vinden dat bij hem past. En in de winter kun je je BBQ-worsten die je normaal in de zomer grillt, omtoveren tot echte braadworsten met een gebakken uitje en kastanjes van het vuur. Zo geef je je winterbarbecue nét dat beetje extra.

En hamburgers? Die houden van een stevig vuurtje. Rond de 200–230 graden is ideaal om dat perfecte grillstreepje te krijgen, terwijl het midden nog sappig blijft. Even geduld, één keer draaien, en klaar.

In de winter mag je de barbecue gerust wat hoger stoken. Kou en harde wind trekken warmte weg, waardoor je vuur sneller daalt. Houd het deksel dicht, stook iets feller, en je vlees blijft sappig en perfect gegaard.

Dus trek die jas aan. Steek het vuur aan. En maak van een gewone winteravond iets dat mensen zich nog lang herinneren.

**BINNEN
ZITTEN KAN
Altijd NOG**



MET DE TRUFFELSALAMI IN DE SPOTLIGHT

Onze locatie **Snijders Vleeswaren** in Born staat bekend om haar vakmanschap in het produceren van droge worsten, zoals salami. Deze specialisatie vormt een belangrijk onderdeel van ons assortiment.

De grondstoffen die er worden gebruikt. Van oudsher werden er in Limburg veel varkens gehouden. Vroeger werd er door de boeren geslacht in november en tot op de dag van vandaag wordt bij Group of Butchers nog steeds het varken van kop tot staart gebruikt. Daarnaast is de vervoertijd van varkens minder dan een half uur. Het vlees komt elke dag vers binnen. Het wordt meteen verwerkt

en ligt de volgende dag al bij de retailers. Met uitzondering van de droge worsten. Die hebben een droogtijd van 2 tot 4 weken.

Ambacht met een vleugje luxe

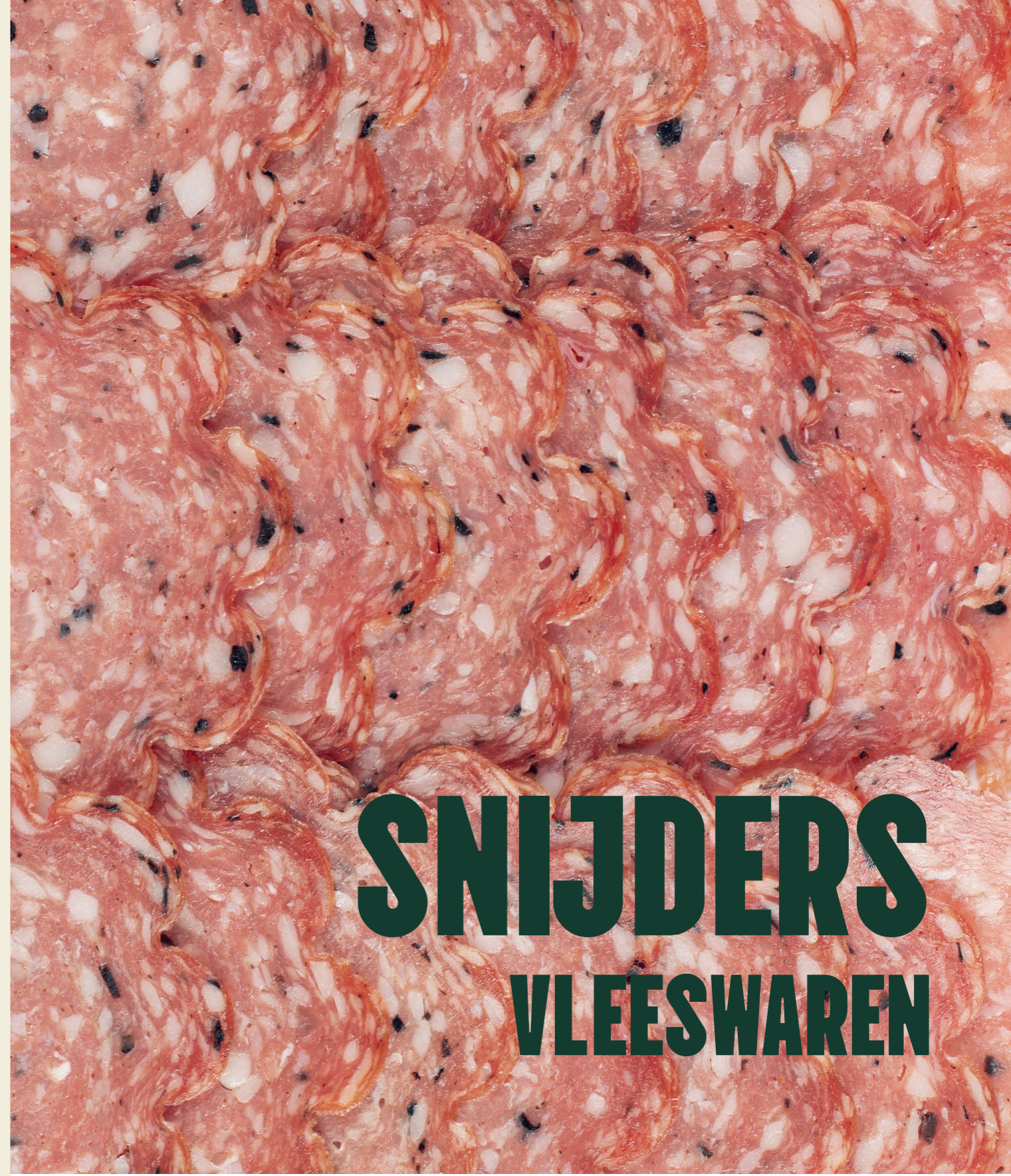
Onze truffelsalami is een meesterwerk van vakmanschap en smaak, winnaar van de Superior Taste Award 2023. Gemaakt van zorgvuldig geselecteerde varkensschouders en verrijkt met echte zwarte truffel, krijgt deze delicatessie zijn rijke en verfijnde karakter.

Proces

De salami wordt op ambachtelijke wijze afgevuld in een speciale darm, die bij het aansnijden een prachtig bloempatroon in de schijf onthult. Een uniek kenmerk dat meteen exclusiviteit benadrukt. Na het uitvullen volgt een rookproces op beukenhout, dat zorgt voor een zacht en diep aroma. Vervolgens krijgt de truffelsalami de tijd die hij verdient: 4+ weken drogen in onze speciale klimaatkamers. Hier ontwikkelt zich de volle, uitgebalanceerde smaak die de truffelsalami zo bijzonder maakt.

**DE SALAMI WORDT
AMBACHTELIJK EN OP EEN
UNIEKE WIJZE AFGEVULD.**

Het resultaat is een salami die zowel in presentatie als in smaak een beleving is. Ideaal voor een verfijnde borrelplank, een luxe voorgerecht of als puur genot op zichzelf.



SNIJDERS VLEESWAREN

BEWUST GENIETEN

De feestdagen zijn voor veel mensen hét moment van het jaar om uitgebreid te tafelen en samen te genieten met familie of vrienden. De tafel staat vaak vol lekkers: van rijke voorgerechten tot lange diners en ontspannen brunches. Maar genieten hoeft niet te betekenen dat je jezelf volledig vol hoeft te eten. Steeds meer mensen kiezen ervoor om de feestdagen bewust te beleven gezellig, smaakvol en feestelijk, maar wél met oog voor wat er op tafel staat.

Een goed voorbeeld daarvan is de keuze voor magere vleeswaren. Producten zoals kalkoenfilet of rookvlees bevatten veel eiwitten en weinig vet, waardoor ze goed passen in een gebalanceerde maaltijd. Bij Group of Butchers hebben wij deze producten in huis, met de kwaliteit en samenstelling die past bij een bewuste levensstijl. Ons rookvlees bevat maximaal 3,5 gram vet per 100 gram en mag dus een mager product genoemd worden. Bovendien bevat rookvlees meer proteïne dan kip, wat het niet alleen smaakvol maar ook voedzaam maakt.

Neem bijvoorbeeld onze kipfilet: die bevat gemiddeld 19,5 gram eiwit per 100 gram en rookvlees komt met een gemiddelde van 22,5 gram eiwit per 100 gram. Ook het zoutgehalte ligt vaak lager dan bij zwaardere vleeswaren zoals salami en gehaktbrood. Zo maak je een bewuste keuze die bijdraagt aan een lichtere en voedzame feestmaaltijd.

ONS ROOKVLEES BEVAT *Maximaal* 3,5 GRAM VET PER 100 GRAM

Dus juist tijdens de feestdagen bieden deze producten volop mogelijkheden om iets feestelijks te maken dat niet te zwaar op de maag ligt. Denk aan een kerstontbijt of brunch met vers afgebakken brood, een frisse salade en daarbij dunne plakjes kipfilet of een subtiele smaaktoevoeging van rookvlees. Het ziet er feestelijk uit

en geeft net dat beetje extra aan de maaltijd, zonder dat het te machtig wordt. Ook tijdens het kerstdiner zijn magere vleeswaren een waardevolle toevoeging. Kalkoenfilet is bijvoorbeeld een klassieker die perfect past bij een sfeervol diner. Het vlees is mager en mals, met een zachte smaak die goed combineert met geroosterde groenten. Frisse salades en lichte sauzen zoals een yoghurt dressing met citroen of een kruidige mosterdsaus maken het af. Door te kiezen voor lichtere ingrediënten kun je zonder schuldgevoel genieten van meerdere gangen, terwijl het toch voelt alsof je echt uitpakt.

En het mooie is: bewust genieten stopt niet bij Kerstmis. Na de feestdagen, als je vaak weer wat meer balans zoekt, kun je gemakkelijk op dezelfde manier doorgaan. Maak bijvoorbeeld een wrap met ons rookvlees van Group of Butchers en knapperige groenten. Of een frisse salade met stukjes kipfilet. Zelfs een volkoren boterham met kalkoenfilet is een eenvoudige, bewuste keuze die helpt om het nieuwe jaar fris te beginnen.

Bewust genieten betekent dus niet dat je moet inleveren op gezelligheid of smaak. Integendeel: door te kiezen voor producten die zowel feestelijk als verantwoord zijn, zoals de vleeswaren van Group of Butchers, zet je gerechten op tafel die iedereen aanspreken.

Zo wordt elk ontbijt, brunch of diner niet alleen een culinaire belevenis, maar ook een moment om met een goed gevoel samen te zijn. En dát is misschien wel de mooiste manier om Kerstmis te vieren.



WIST JE DAT...

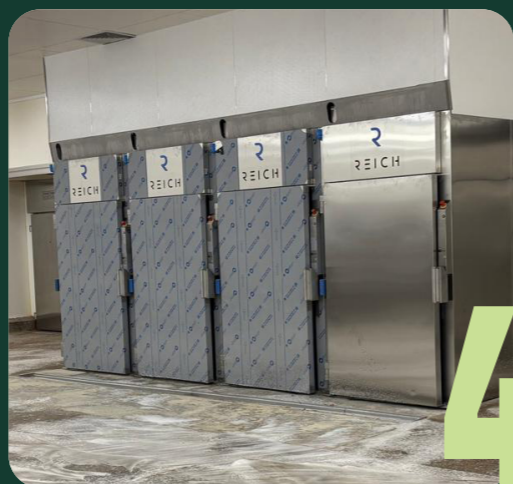
1. Group of Butchers in 2025 160% meer biologische producten heeft verkocht dan in 2024?



2. Dat we (bijna) alle fotografie voor Group of Butchers zelf maken?



3. In totaal 40 collega's dit jaar een Nederlandse taal cursus hebben gevolgd en behaald?



4. Onze locatie in Delft nieuwe kookkasten heeft gekregen dit jaar?



5. Er in 2025 95 aantal collega's hun BHV-cursus hebben behaald binnen Group of Butchers?



6. In 2025 Group of Butchers met veel plezier 60 klantbezoeken heeft mogen ontvangen, wat een mooi bewijs is van de sterke samenwerking en betrokkenheid met onze klanten en partners?

7. We 1,5 miljoen spareribs hebben verkocht in 2025?

8. We onze eigen rookworsten nog traditioneel roken met echt beukenhout?



9. Wist je dat als jij de eerste bent die tot de laatste zin van ons magazine bent gekomen je vanuit het marketingteam een te gek eindejaarspakket krijgt? Mail naar marketing@groupofbutchers.com

