

# Mediapit 2025

ALLE MOGELIJKHEDEN OP EEN RIJ

## Levensmiddelen Krant

Week 49, nummer 20  
3 december 2024

Levensmiddelenkrant is  
ook digitaal te lezen!



35e Jaargang

HET MEEST GELEZEN VAKBLAD IN DE BRANCHE



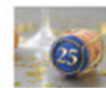
**Interview**  
Lex Smits klaar voor  
Plus-ondernemerschap  
Pagina 2-3



**Dienstverlening**  
Leon Merken over  
distributie vrievoets  
Pagina 5



**Formules**  
Hoogriet over  
samenwerking  
Pagina 12-13



**Foodybox**  
"Klanten moeten je  
volgkaartje zijn"  
Pagina 14-15



### Ongezonde producten in de supermarkten nog in de meerderheid

NIJMEWEN - De Superijet Gezondheid van Quastformax meet de vooruitgang van zwaar supermarktsituaties op het gebied van de keuze om gezond eten een makkelijkere keuze te maken. Daarbij wordt gekeken naar bulkdoelen, assortiment, aanbiedingen en winkelrichting.

**3%**

is het percentage toename van producten uit de lijst van vijf in de supermarkten ten opzichte van de meting in 2022.

**13.000**

merken overleden jaarlijks in Nederland anno 2024 aan de gevolgen van ongezonde voeding.

**Ekoplaza**

staat voor de derde keer bovenaan de lijst met een score van 28,5%. Ondaan staat Plus met 10,2%.

**83%**

van de aanbiedingen bestaat nog steeds uit ongezonde producten.

### Influencers houden zich aan de regels

DEN HAAG - Het moet duidelijk zijn wanneer een post op social media wel of geen alcoholreclame is. Met een nieuwe influencersnormering kan Stiva (Stichting Verantwoorde Alcoholconsumptie) dit snel en op schaal controleren. Stiva heeft hiervoor de 3500 meest relevante influencers gekozen. De eerste resultaten laten zien dat influencers relatief weinig reclame maken voor alcohol. Wanneer er wel reclame wordt gemaakt, is dit in bijna 97% van de gevallen in lijn met de inhoudelijke regels, zoals bijvoorbeeld niet specifiek gericht op minderjarigen, overmatigheid of alcohol en verkeer. Peter de Wolf, directeur Stiva: "Uit recent onderzoek is gebleken dat minderjarigen nog maar anderhalve seconde alcoholreclame per dag via televisie zien. We weten dat deze groep vaak op social media zit. Het is daarom goed om te zien dat ook daar de naleving van de regels in de overgrote meerderheid van de gevallen goed verloopt."



### Voedsel etikettering in de EU lastig

**Informatieverzanding | door Gerard van Oortzen**

LUXEMBURG - Consumenten binnen de Europese Unie kunnen verdwalen in een labirynth van etiketten. Dat is de conclusie van de Europese Rekenkamer naar aanleiding van een controle die onlangs is uitgevoerd.

Etiketten op voedsel moeten consumenten informatie geven over de inhoud van hun voedsel en hen helpen bij het nemen van een weloverwogen beslissing bij aankoop. Hiervoor heeft de EU etiketteringsvoorschriften opgesteld die consumenten moeten informeren. Toch krijgen consumenten te maken met veezwarende en misleidende etiketten die zij niet altijd begrijpen. De EU loopt echter achter met de actualisering van de voorschriften en afzonderlijke landen nemen initiatieven om de ontbrekende

elementen te compenseren. Voor consumenten wordt het zo lastiger om goede keuzes te maken. Zij hebben dan niet dezelfde informatie in de hele EU. De diverse voedingswaarde-etiketteringen binnen de EU zijn daar een voorbeeld van. Denk aan bijvoorbeeld Nutri-Score, zoals in Nederland, maar ook alternatieven als Keyhole en NutriForm Battery.

Misleidend  
Levensmiddelenbedrijven maken het er volgens de Europese Rekenka-

mer niet makkelijker op met nieuwe etiketteringsregelingen die niet alleen verwarrend, maar zelfs ook misleidend kunnen zijn. Veel consumenten begrijpen het niet en de Europese Commissie en de lidstaten monitoren niet altijd de verwachtingen van consumenten op dit gebied en doen weinig om het inzicht in voedsel etikettering te verbeteren.

Als laatste stelt de Rekenkamer dat controles door de lidstaten ontoereikend zijn. Als er al inbreuken worden geconstateerd, zijn de boetes niet altijd doeltreffend of evenredig. De rapportagegeregelingen van de controles zijn lastig en de toegevoegde waarde ervan is onduidelijk, aldus de Rekenkamer. Op al deze punten beveelt de Europese Commissie actie aan van de Europese Commissie en de lidstaten.



# 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.

## Verschijsing

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 verschijning 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.

The screenshot shows the homepage of LevensmiddelenKrant. At the top, there is a navigation bar with links for 'NIEUWS', 'AWARDS', 'INTRODUCTIES', 'PARTNERCONTENT', 'AGENDA', and 'OUT OF HOME SHOPS'. Below this is a main banner for 'Edeka wordt partner van bonusprogramma Payback' featuring a man in a black shirt and a white beard holding a shopping basket in a store filled with blue balloons. To the right of the banner is a 'Net binnen' section with a list of articles, including 'Edeka wordt partner van bonusprogramma Payback', 'Hoogvliet opent supermarkt in 's-Gravendeel', and 'Structuur na de feestdagen? Pak het klein aan.'. Below the 'Net binnen' section is a 'Meest gelezen' section with a list of popular articles, including 'Razendsnelle groei voor Picadelli saladebars in Duitsland', 'Hoogvliet opent supermarkt in 's-Gravendeel', and 'Overname Belgische brouwerij Het Anker'.



# 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, omzetprestatie, rendement en succes van introducties en innovaties.



## De Beste Introductie:

Jaarlijks worden er honderden producten geïntroduceerd in het retailkanaal. Een enquête onder alle zelfstandige supermarktondernemers geeft uitslag over welke introducties 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 supermarkten en inkooporganisaties opgenomen, zoals directie, inkoop en category management. Daarnaast vind je in deze gids onder meer marktaandeelen, (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 ongeveer 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.

# TARIEVEN EN SPECIFICATIES

## Coveroverlay

€ 17.500,-

Advertentie over de voorpagina

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

In combinatie met achterpagina € 20.000,-



## 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







BLIK OP HET SCHAAP SPECIAL

**1/1 pagina**  
**advertentie/advertorial**  
**€6.500,-**

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,-

**Introductiebol**  
**€ 950,-**

Tekst van 800 tekens met foto

Müller Nederland

**Almhof plantaardige mousse**

Nieuw in het zuivelschap: Almhof plantaardige chocolademousse! 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 is mogelijk met diverse 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



Guido Elfferich

(06) 398 397 86

Guido@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: €259-, per jaar

Prijzen zijn exclusief 9% BTW

ISSN 1384-0061