

VOORJAAR '22 / ZOMER '22

# Serious FUN

SOFTIJSMINIMAG VOL TRENDS, CONCEPTEN & INNOVATIES



Upgrade  
jouw ijs!

Nic.

DELIVERING  
DELIGHTS  
TOGETHER

# De kunst van het upgraden

Creëer meerwaarde door jouw creaties te upgraden.

We kunnen er niet omheen: de prijzen stijgen en het leven wordt duurder. Voor ondernemers, consumenten en toeleveranciers. Dit vraagt enerzijds om een upgrade van jouw softijs, anderzijds om hogere verkoopprijzen. Met softijs kun je op beide vlakken veel winst behalen, zowel letterlijk als figuurlijk.

**Basis  
super oublie  
met softijs**  
**€ 2,75**

## Heerlijke verwencreaties

### Meerwaarde creëren

Softijs is een verwenproduct, waar jouw gasten geen genoeg van krijgen. Ook als ze daarvoor iets meer moeten betalen dan voorheen. En al helemaal als ze kunnen rekenen op de gaafste coupes, sundae's, super oublies en desserts van het lekkerste softijs dat er is. Door jouw creaties te 'upgraden', creëer je meerwaarde. Al met extra toppings, sauzen, crunches, chokstix' en bijvoorbeeld vers fruit maak je van een 'eenvoudig' softijsje iets bijzonders: een traktatie met luxe uitstraling en hoge Instagram-factor. Die levert je letterlijk en figuurlijk veel likes op. Plus extra omzet, want ook al is de inkoop prijs van jouw softijs (nog steeds een margerijk product!) gestegen, met een hogere verkoopprijs verdien je die zo weer terug.

## Softijs is populairder dan ooit!

En dat niet alleen, ook jouw andere (extra) kosten, kun je op deze manier mooi compenseren. Denk aan energie, huur en personeelskosten. Want vergeet niet: softijs is populairder dan ooit! We helpen je daarom graag om het verschil te maken, met de lekkerste ijscreaties in dit magazine, voor nóg hogere marges. Maar óók met trainingen voor het portioneren van jouw ijs, en het berekenen van de luchtopslag, zodat je in verhouding méér ijs softijsjes uit een doos kunt halen.

### Laat je inspireren!

Als ondernemer bepaal je natuurlijk zelf hoe je meerwaarde creëert. Maar Nic zou Nic niet zijn als we je niet een beetje op weg helpen. Aan de super oublie op deze pagina zie je hoe eenvoudig het is om jouw softijs te upgraden, zodat je uiteindelijk een hogere prijs kunt rekenen!

**Chokstix**  
**+ € 0,50**

**Rand gedipt in  
choco blok +  
crunchy crisp**  
**+ € 0,70**

**Mix choc**  
**+ € 0,50**

**Topping aardbei**  
**+ € 0,50**

**TOTAAL**  
**€ 4,95**

**Wilt u  
er nog  
slagroom bij?**  
**+ € 0,70**

# Fun verkoopt!

Smaak is belangrijk, maar niet allesbepalend. Ook de fun factor draagt sterk bij aan het succes van jouw softijs. De consument wil smaak én beleving, kwaliteit én creativiteit. Ijsjes die de show stelen op social media en/of een glimlach toveren op de gezichten van de kinderen. Hoe je die maakt? Met het grootste gemak!

Ijs verkopen is 'serious' én 'fun'. Dat geldt zeker voor de leukste ijsjes in jouw assortiment. Daar kun je namelijk steengoed aan verdienen, want elk ijsje met een hoge fun factor levert je meer marge op. Wil je weten hoe je gemakkelijk extra beleving en meerwaarde kunt toevoegen aan jouw softijs? Lees dan verder!

## Funny Faces

Met hun catchy vormen en kleuren toveren de 'Funny Faces' een lach op de gezichten van onze jongste generaties. En gezien de populariteit van emoticons, voelen zelfs oudere generaties zich aangesproken door deze suikerelementen. Van droopy eyes tot lippen om te kussen: met 64 paar ogen in diverse uitdrukkingen en 32 monden en snorren maak je elk ijsje zo funny als je zelf wil.

## Crazy Cones

Maak jouw gasten gek met de lekkerste Crazy Cones, inclusief crazy kleuren en garneringen voor een waanzinnige totaalbeleving. Van oranje hoorntjes op Koningsdag, en tijdens het WK voetbal, tot rode oublies met framboosmaak: hier wordt iedereen blij van, ook jij! Zeker wanneer je voor elke Crazy Cone 50 cent extra in rekening brengt.

## Party Animals

Over fun gesproken: de nieuwe Party Animals van Nic zijn een lust voor oog en tong. Met deze suikerelementen voeg je binnen no-time extra fun toe en worden jouw ijsjes weer iets meer waard!



*Laat zien hoe leuk jouw ijs kan zijn en verleid je klanten met de coolste visuals, zowel off- als online.*



## De consument kiest voor kwaliteit

Marcel van Doesburg is sales manager bij Nic Nederland. In deze column gaat hij dieper in op de prijsstijgingen, onder andere van softijs.

"De prijzen van grondstoffen en energie vertonen al maanden een opwaartse lijn. Als gevolg hiervan stijgen óók de kosten van producten, brandstof, huurprijzen, elektra, verzekeringen en meer. De meeste ondernemers zien zich genoodzaakt om - ter compensatie - hun eigen prijzen te verhogen. Gelukkig leven we in een tijd waarin de consument bereid is om (wat meer) te betalen voor kwaliteit.

Voor jou als ondernemer is het daarom belangrijk om 'meerwaarde' te creëren, met producten die zich onderscheiden in kwaliteit en presentatie. Nic helpt je graag aan de inspiratie én de grondstoffen, zoals de beste ijsmixen, bijzondere oublies, shakes en sundae's met toppings en andere smaakmakers. Kijk je puur naar de inkoopprijs, dan ben je ergens anders misschien voordeliger uit. Maar schijn bedriegt; door de juiste luchtopslag in het ijs én een slimmere portionering, gebruik je namelijk minder ijs. We inspireren je graag tijdens een training over rendements- en luchtopslag-berekeningen en portioneren (zie volgende pagina)!

laatste jaren gewend geraakt aan luxe verwen-producten. Er is veel vraag naar rijk aangeklede sundae's en super cones. Daarbij speelt ook de presentatie een rol, want we delen tegenwoordig veel op social media. Gebruik jouw softijs daarom óók voor de meest luxe creaties en desserts, want daarmee verhoog je de marges aanzienlijk.



*We inspireren je graag tijdens een training over rendements- en luchtopslag-berekeningen en portioneren. Zie pagina 6*

## Presentatie is belangrijk

De consument weet dat de algemene kosten zijn gestegen en vindt een prijsverhoging van 10 tot 20 eurocent voor een ijsje heel acceptabel, zolang dat ijsje maar voldoet aan zijn verwachtingen. Met onze nieuwe adviesverkooprijzen wordt de hogere inkoopprijs van het ijs ruimschoots gecompenseerd. Zelfs zó zeer, dat je ook je andere kostenverhogingen kunt compenseren. De consument is de

Creëer meerwaarde en zet je coole shakes en sundae's online. Met de grenzeloze populariteit van afhalen en bezorgen worden veel keuzes thuis gemaakt. Een menu met shake en/of sundae als dessert (eventueel als combideal) is favoriet bij velen, dus tel uit je winst. Daarover gesproken: de échte winst zit hem niet in de inkoop, maar in de verkoop. In meerwaarde, kwaliteit én zichtbaarheid."



# Van portioneren tot besparen

Het goed portioneren van jouw softijs kan je op termijn vrij veel geld besparen. De vraag is echter: wat is 'goed'? Dit bepaal je als ondernemer natuurlijk helemaal zelf. Het is echter wel belangrijk om voor elke ijsvariant een gewenst gewicht vast te stellen, zodat je een goede kostprijsberekening kunt doen (zie kader). Die kostprijs vormt de basis voor het bepalen van je verkoopprijs. De volgende stap is om ervoor te zorgen dat alle medewerkers dezelfde hoeveelheid tappen, want alleen dan kan de kostprijs onder controle worden gehouden. Daarbij moet iedereen zich bewust zijn van de gevolgen van te veel of te weinig portioneren. Die kunnen we als volgt samenvatten:

## TIP

Zorg dat jouw ijsmachine altijd goed staat afgesteld. Ook dát draagt bij aan een constante portionering die goed is voor de marges!

## TE WEINIG:

De gast haalt zijn softijs voortaan ergens anders.

## TE VEEL:

Jouw marges en winst worden kleiner, terwijl de gast voortaan bij elk ijsje dezelfde (ruime) hoeveelheid verwacht.

## Meten is weten

Weeg jouw softijsjes eens en bepaal zo de kostprijs. Hierna kun je met de gewenste marge jouw verkoopprijs bepalen. Zo kun je bijvoorbeeld de volgende streefgewichten aanhouden:

**Kleuterijsje: 50-55 gram**  
**Oublie small: 65-70 gram**  
**Vierkante beker: 70-75 gram**  
**Oublie normaal: 80-85 gram**  
**Oublie large: 95-100 gram**  
**Reuzenbeker: 100-105 gram**

## Portioneren kun je leren

Wanneer je op jaarbasis 10.000 softijsjes verkoopt en per ijsje gemiddeld 10 gram te veel portioneert, dan gooi je in een jaar tijd 100 kg softijs weg. Leer jezelf én je medewerkers daarom om de juiste hoeveelheid ijs te portioneren. Via deze QR-code zie je hoe je dat kunt doen:



## De beste luchttopslag

Door het ijs luchtig te houden, haal je het meeste rendement uit jouw softijs. Softijs met voldoende lucht is lekker stevig, smelt minder snel en geeft een prettig mondgevoel, waarbij het ijs minder koud aanvoelt en extra romig smaakt. En omdat je voor lucht niets betaalt, wordt de kostprijs van het ijsje nóg aantrekkelijker. De aangeraden luchttopslag is 80%. Dit betekent dat een liter ijsmix (aangemaakte poeder-ijsmix of kant-en-klare vloeibare ijsmix) in totaal 1,8 liter softijs geeft. Wil je weten hoe je de luchttopslag in jouw softijs kunt berekenen? Scan dan deze QR-code:



## Wat heb je nodig voor een constante portionering?

- Softijs met een goede luchttopslag (ca. 80%)
- Goed getrainde medewerkers

Recept voor succes

# Sundae met Bueno topping

*Dat smaakt Bueno!*

## Recept:

- 1 Deense oublie medium cup
- 85-90 gram softijs
- 10-15 gram Bueno topping
- 10 gram KitKat crunch

Witte chocolade met hazelnoot is een gouden combinatie. Deze twee smaakmakers vinden elkaar in de nieuw Bueno topping, die doet denken aan de welbekende reep. Voeg hier de populaire KitKat crunch aan toe en je creëert een Sundae die onder jongeren weleens dé Sundae van zomer 2022 kan worden.



## TIP

Gebruik voor een grotere Sundae de Deense oublie large cup!

# Ken je (favoriete) doelgroep!

**Van alle generaties geven millennials het meeste geld uit in de horeca, gevolgd door de jongere 'Generatie Z'. Voor ondernemers is het dus zaak om rekening te houden met de voorkeuren van deze generaties. Maar wat zijn die voorkeuren precies en hoe kun je hierop inspelen?**

## Wie zijn ze?

Millennials zijn geboren tussen 1980 en 1995. De generatie hierna ('Gen Z') is geboren tussen 1995 en 2010. Foodservice Instituut Nederland verwacht dat in 2030 ruim 65% van de horeca-omzet te danken is aan deze twee generaties. Dat is nogal wat; daarom is het slim én lucratief om nu al in te spelen op hun behoeftes.

## Wat willen ze dan?

Wie deze doelgroepen bestudeert, ziet veel overeenkomsten. Zo hechten beide generaties veel waarde aan beleving: van een hippe inrichting tot instagrammable gerechten. Storytelling op social media draagt bij aan die beleving; het volgen van een favoriete zaak op Facebook en Instagram versterkt de relatie met de ondernemers en zijn/haar medewerkers. Over online gesproken: de 'digitale generaties' zijn gewend aan het gemak van bezorgen en kiezen graag thuis (of mobiel) al voor hun favoriete verwensnacks. Daarnaast staan beide generaties bewust in het leven. Plantaardige producten horen er helemaal bij, want steeds meer millennials en Gen-Z'ers zijn vegetarisch, vegan of flexitariër. Tot slot staat ook duurzaamheid hoog in het vaandel van de twintiger, dertiger en veertiger. Ze zijn kritisch op het gebruik van plastic disposables en kiezen vaker voor duurzame alternatieven.

## Wat kun je doen?

Deze doelgroep kiest voor kwaliteit én beleving. Het is dus slim om na te denken over softijsproducten waarmee je jezelf tot hun favoriet bombardeert. Denk bijvoorbeeld aan ijskoffie, bubble wafels, churros, donuts en/of croissants met ijs, ijswafels,

super oublies, coupes als dessert en andere luxe verwenproducten. Tip: zorg voor mooie visuals, want beelden doen méér dan woorden. Forall is de nieuwste ijsmix van Nic en 100% plantaardig. Ideaal voor jouw vegan gasten, zonder dat je daarmee niet-veganisten uitsluit. Want Forall is er voor iedereen die van lekker ijs houdt: veganist, vegetariër, flexitariër en alleseter. Wel boor je met

**TIP**  
Zorg voor mooie visuals, want beelden doen méér dan woorden.

**Millennials kiezen voor kwaliteit én beleving. Het is dus slim om na te denken over softijsproducten waarmee je jezelf tot hun favoriet bombardeert.**

Forall een nieuwe doelgroep aan: van mensen die bewust in het leven staan, zonder concessies te doen aan smaak en kwaliteit.

Deze generaties zijn extreem actief op social media en (mobiel) internet. Dit betekent dat je als ondernemer zichtbaar moet zijn op (bijvoorbeeld) Facebook, Instagram, Snapchat en/of YouTube. Zeker Instagram en Facebook zijn handige kanalen om jouw zaak en producten te promoten. De lekkerste beelden leveren de meeste likes op en, als het goed is: meer klanten en extra omzet.

Tot slot: ondernemers met een 'groen hart' zijn favoriet onder milieubewuste millennials en jongeren. Gebruik daarom zo min mogelijk plastic disposables. Nic biedt genoeg recyclebare alternatieven: van papieren rietjes en lepeltjes van bamboe tot milkshake-bekers met een FSC label. Deze vallen binnen het Good Cho'ice assortiment van Nic en zijn behalve goed voor het milieu ook good looking. Zo creëer je gelijk weer extra beleving!



YouTube



# Van basic tot bijzonder

Bij BØRGØR in Groningen hoef je geen last te hebben van keuzestress. Eigenaar Patrick gelooft heilig in de kracht van 'basic en bijzonder', met het beste softijs in gekleurde oublies en een aantal verrukkelijke shakes. Plus: de lekkerste ijskoffie van Groningen, al zegt 'ie het zelf.

BØRGØR is op en top Scandinavisch, met zijn pure producten en minimalistische uitstraling. Hier draait alles om kwaliteit in plaats van kwantiteit. De menu kaart is bewust beperkt, met bijvoorbeeld zes burgers, twee hotdogs en vier smaken milkshakes en oublies. "We hebben één maat voor shakes en ijs", vertelt Patrick. "Zo houden we het relatief eenvoudig, maar dan wél met – voor ons – de beste ijsmix die er is. Die is lekker vol en romig. Verder hebben we vier Deense oubliehoortjes, in de smaken peer (groen), framboos (rood), vanille (zwart) en classic."

## Goede reacties

Ook de milkshakes zijn in vier smaken te bestellen; aardbei, banaan, vanille en de maandspecial. Patrick: "Onze gasten kiezen op social media voor hun favoriete special: van kokos en kersen tot cheesecake. Maandelijks bieden we een aantal speciale smaken om uit te kiezen, afhankelijk van het seizoen. Dankzij de ijsmix van Nic is elke shake lekker romig, daar krijgen we hele goede reacties op. Hetzelfde geldt voor onze ijskoffie, gemaakt met de verse espresso van onze koffieleverancier en een romige vanille shake. Volgens velen is dit de beste ijskoffie van Groningen!"

## Instagrammable

BØRGØR opende in het najaar van 2020 zijn deuren. Door de keuze voor kwaliteit en eenvoud wist het concept in korte tijd vele harten te veroveren. Dat ligt ook aan de zichtbaarheid op social media én op straat. "We posten dagelijks foto's en stories op Instagram", vertelt Patrick. "Waarbij we soms met speciale producten adverteren, zoals het oranje hoorntje met Koningsdag. Daarnaast delen gasten hun hoorntjes ook zélf op social media.

Zo'n gekleurde oublie is namelijk best instagrammable, net als de BØRGØR Vløri van softijs met sauzen en toppings naar keuze. Hiermee creëer je vrij eenvoudig een onderscheidend product met extra meerwaarde. Daarnaast zoeken we bewust de interactie met de gast. We vragen ze naar hun favoriete toppings en specials en geven bij elke bestelling een flyer mee, met een QR-code voor zijn of haar review."

## Extra meerwaarde

Onlangs werd BØRGØR tijdens de Thuisbezorgd Awards uitgeroepen tot beste burgerrestaurant van Nederland 2021. Het restaurant zit middenin de Groningse Herestraat, de drukste winkelstraat van het noorden. Verschillende reclame-uitingen wijzen de passant op het aanbod van de zaak. Van studenten tot senioren: menigeen laat zich verleiden door de gelikte visuals van shakes en softijs. Uiteraard blijft ook de 'Day Deal' niet onvermeld. Zo betaal je op vrijdag slechts 1,50 euro voor een hoorntje naar keuze en koop je op dinsdagen een milkshake voor 1 euro bij een burger of hotdog. Patrick gelooft sterk in de kracht van marketing: "Je kunt nog zo'n mooie winkel hebben, als je niet aan marketing doet, val je ook niet op. Zeker nu de inkooprijzen stijgen, is het belangrijk om je gaafste producten te promoten. Dit doen we middels acties en combideals, óók bij bezorgen. Soms kunnen meerwaarde en onderscheid heel eenvoudig zijn. Mede hierdoor staan onze shakes en ijskoffie in de top-3 van bestverkochte producten. Ook de BØRGØR Vløri wordt best vaak besteld, bijvoorbeeld als dessert. Daarmee creëren we extra meerwaarde, zodat we een iets hogere prijs kunnen vragen. Aan goed softijs kun je nog steeds heel goed verdienen."

MADE WITH  
FRESH ESPRESSO &  
VANILLA MILKSHAKE

Veel lof voor onze ijskoffie, gemaakt met verse espresso en een romige vanille shake. Volgens velen is dit de beste ijskoffie van Groningen!

**"Je kunt nog zo'n mooie winkel hebben, als je niet aan marketing doet, val je ook niet op."**

# Oriënteer je online

**Meld je aan  
voor de  
nieuwsbrief  
en Facebook,  
dan mis  
je niks.**

**Of schrijf je  
in voor een  
workshop of  
webinar op  
[nicice.nl/  
workshops](https://www.nicice.nl/workshops)**



**Nic.**  
DELIVERING  
DELIGHTS  
TOGETHER

**Nic Nederland**  
(0182) 63 74 16

Coenecoop 27  
2741PG Waddinxveen

[info@nicice.nl](mailto:info@nicice.nl)  
[www.nicice.nl](https://www.nicice.nl)