

# DE SLAGER 8

Vakblad voor leden van de Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie | september 2013



**JAN MEERMAN:**  
"DE POLITIEK  
NEEMT  
DE DETAIL-  
HANDEL WEER  
SERIEUS"



**OVER OP IBAN:**  
VEELGESTELDE  
VRAGEN



**RUNDERGEHAKT  
VAN DE SLAGER  
BEWEZEN  
MAGERDER**



Gelderblom Slagerij & Party-service:  
**Minder eigen  
productie, meer  
aandacht voor  
klanten**



koninklijke nederlandse slagersorganisatie



# GROENVELD VLEES

Import en Export van vlees



**Lamsvlees**  
**Rundvlees**  
**Paardenvlees**  
**Varkensvlees**  
**Kalfsvlees**  
**Kip- & Kalkoen**  
**Slachtafvallen**  
**Wild**  
**Convenience Producten**

Uit Nieuw Zeeland en Zuid Amerika, vers & bevroren  
 Uit Zuid Amerika, Ierland en Nederland vers & bevroren  
 Uit Zuid Amerika, vers & bevroren  
 Spareribs, technische delen, reepjesvlees, trimmings, satévlees, vers & bevroren  
 Uit Nederland Blank of Friander!  
 Filet, dijn, drumsticks en reepjesvlees  
 Lamshart, runderhart, runderstaarten, ook gesneden!  
 Eend, haas, hert, kangoeroe, konijn en struisvogel  
 o.a. BBQ stokjes en worstjes, hamburgers, schnitzels en gehaktballen

Schillingweg 30 • 2153 PL • Nieuw-Vennep TEL. (0252) 62 11 21 • FAX (0252) 67 55 12 • INFO@GROENVELDVLEES.COM • WWW.GROENVELDVLEES.COM

## INHOUDSOPGAVE

Kort nieuws	4
Column: Met passie	5
Duitse slagers bezochten Nederlandse collega's	8
Vet zo'n laag zoutgehalte en pittig zo'n laag vetgehalte	9
Minder eigen productie, meer aandacht voor klanten	10
Op naar finale Week van de Smaak	13
Studenten Associate degree doen onderzoek voor jouw bedrijf!	15
"De politiek neemt de detailhandel weer serieus"	16
Wat doet de KNS nu eigenlijk?	19
Jouw bedrijfspan na bedrijfsbeëindiging	20
Over op IBAN: Veelgestelde Vragen	23
MKB mist online kansen	24
NECO: van riek tot vork	26
Slagerspassie: afwisselend en interactief	28
Rundergehakt van de slager bewezen magerder	30
Controle arbeidsinspectie	31
Ongeluk zit in een klein hoekje: Werkgeversaansprakelijkheid – WEGAM	32
Antwoorden die je kan geven indien jouw werknemer vragen heeft over...	33
Oven aan!	34
Scherp, juridisch advies van de KNS	36
Diverse belasting-tips	37
Scholing	41
Nieuwe wetgeving voedselinformatieverstrekking – behoefte van de consument!	43



**Duroc d'Olives**  
 het varken voor de betere slager

Contact:  
 • Medaillon vlees - Alphen a/d Rijn  
 www.medaillonvlees.nl  
 Tel.: 0031/0172-425728  
 • V & C Meat Service - Genk (BE)  
 www.vcmeatservice.be  
 Tel.: 0032/89364389  
 www.durocdolives.be

**Leren grillen?**  
 www.fire-food.nl  
 Barbecueworkshops




**Agterberg Vleeswaren B.V.**  
 Producent van de overheerlijke DARONI producten!



In opmars met zelfgemaakte producten!

Levering o.a. aan: Slagerijen, Supermarkten, Instellingen, (Sport)kantines, Catering, Horeca.

De Heining 4-8, 1161 PA Zwanenburg  
 Tel. 020 497 38 41 Fax 020 497 73 22  
 www.agterberg-vleeswaren.nl

**VITELoke** Natuurlijk kalfsvlees



- Bepaalde reistijden voor de dieren
- Groepshuisvesting
- Voldoende leefruimte in de stal
- Gevoerd met natuurlijk vezelrijk voer
- Natuurlijk en gezond hemoglobinegehalte
- Constante deskundige begeleiding
- Geportioneerde producten verpakt in duurzaam geproduceerde grasdozen
- Gecontroleerd door onafhankelijke controle instantie SGS

Voor meer info en heerlijke recepten  
 www.vitelco.nl

## AGENDA

### SEPTEMBER

- 10 september KNS Adviescommissie Ondernemerszaken
- 12 september Lekkerste Bal Gehakt finale
- 12 september MXL deelnemersraad
- 17 september KNS Adviescommissie Vlees & Vaktechniek
- 23/24 september VAS, Uitreiking Lekkerste Bal Gehakt
- 24 september KNS Adviescommissie Sociale zaken & Onderwijs
- 28 september t/m 6 oktober Week van de Smaak 2013

### OKTOBER

- 2 oktober MVS trendtour Rotterdam
- 3 oktober PJS workshop leidinggeven, Houten
- 10 oktober KNS Regiobijeenkomst Amsterdam
- 31 oktober KNS Regiobijeenkomst Best

### NOVEMBER

- 4 t/m 6 november MXL studiereis Budapest
- 5 november KNS Adviescommissie Sociale Zaken en Onderwijs, Rijswijk
- 12 november PJS Trendtour Rotterdam
- 14 november VGS deelnemersraad



## Kweekburger 'smakelijk maar niet zo sappig'



Begin augustus werd in London de hamburger van gekweekt vlees gepresenteerd. Het stukje vlees is gemaakt van 20.000 minuscule stukjes weefsel die de Maastrichtse hoogleraar vasculaire fysiologie Mark Post heeft opgekweekt in zijn laboratorium.

Het vlees is gekweekt uit stamcellen van een koe.

In wat boter en zonnebloemolie werd de veelbesproken burger gebakken. De Amerikaanse journalist Josh Schonwald en een Oostenrijkse

voedselwetenschapper, Hanni Rützler, proefden de burger." Ik had verwacht dat de textuur zachter zou zijn. Hij was nogal stevig", evalueerde Rützler. 'Er zit geen vet in, dus hij is niet zo sappig, maar het zit wel dicht bij vlees qua smaak. Ik mis wel zout en peper.' 'We weten dat de smaak van vlees vooral van vet komt en de sappigheid van de hamburger ook', antwoordde Post hierop. "Daar werken we de komende maanden nog aan."

Als de hamburger straks in de winkel ligt, kost hij evenveel als een echt stukje vlees of is hij zelfs goedkoper. Maar het stukje kweekvlees dat in de test-pan lag, kost vele malen meer dan een stukje in de supermarkt. Post maakte bekend dat mede-Google-oprichter Sergey Brin heeft geïnvesteerd in het project. Critici vragen zich af of het vlees wel veilig is, maar volgens Post is er 'geen reden om te denken dat het onveilig is'.

Bron: ANP

## Pluimvee-sector verbaasd over campagne Wakker Dier

De pluimveesector heeft met grote verbazing kennisgenomen van de wijze waarop Wakker Dier campagne voert en herkent het overdreven beeld in de spotjes totaal niet. "We laten een actiegroep toch niet voorschrijven wat we moeten eten, dat moet de consument, die het ook moet betalen, zelf bepalen" aldus Bart-Jan Krouwel, voorzitter van het Productschap Pluimvee en Eieren. De sector werkt in samenwerking met de supermarkten al lang aan een omschakeling naar een andere kip waarbij de balans is gezocht tussen mens, dier en milieu.

### AKKOORD MET NEDERLANDSE SUPERMARKTEN

Eerder dit jaar is een akkoord gesloten

met alle Nederlandse supermarkten over de productie van Kip. Daarbij is sprake van een goede balans tussen de verschillende aspecten van duurzaamheid: mens, dier en milieu. Zo krijgt de kip een diervriendelijker leven, zonder het milieu en de mens uit het oog te verliezen. De criteria zijn gezamenlijk opgesteld om het dierenwelzijn en de leefomstandigheden voor alle kip die verkocht wordt in de Nederlandse supermarkten te verbeteren. Maar ook om het product betaalbaar te houden voor de consument en de omschakeling voor pluimveehouders haalbaar te maken.

### VERBETERING VAN DIERENWELZIJN

"Voor ons is deze nieuwe campagne in

elk geval geen reden om van de ingezette koers af te wijken. Die is bijzonder helder: voor de gehele Nederlandse markt gaan we omschakelen op een nieuw, trager groeiend kippenras voor het basisassortiment kip. Hierdoor wordt de verbetering van het dierenwelzijn bij de oorsprong aangepakt, bij de kip zelf. Een trager groeiend ras is robuuster en daardoor minder gevoelig voor ziekte. Zo brengen we het antibioticagebruik nog verder terug," aldus Ben Dellaert, secretaris van het Productschap Pluimvee en Eieren. De omschakeling naar het nieuwe ras vergt inspanningen en tijd en daarop wil de sector zich nu volledig concentreren.



## KNS in sociale media

Internet brengt je snel actualiteiten en het laatste nieuws, ook het KNS-nieuws. Naast onze site [www.knsnet.nl](http://www.knsnet.nl) (ook in mobiele variant) waar je op elk moment van de dag terecht kunt voor nieuws, kan je de KNS ook volgen via sociale media.

Wil je dagelijks op de hoogte worden gehouden van alle ontwikkelingen in de slagersbranche? Volg ons dan op Twitter via @KNSvoorSlagers en 'like' ons op Facebook 'KNS voor slagers'.

Daarnaast heeft de KNS nog een aantal Facebookpagina's zoals I love my spareribs, 'Ik hou van gehaktballen', Of je Worst lust, 'Meat your future' en 'Dag van de Slager'.

Op 'I love my spareribs' vind je weetjes en lekkere recepten over spareribs en bijbehorende wedstrijden. Heb jij een mooie foto van jouw spareribs? Deel deze dan ook op de Facebookpagina.

Op 'Ik hou van gehaktballen' plaatsen we gehaktballen die we tegen komen op Facebook, bij slagerijen maar ook recepten en feiten. We hebben op deze pagina al 720 likes. Like ons ook en breng jouw ballen onder de aandacht bij deze gehaktballiefhebbers.

Op de Facebookpagina 'Meat your Future' laten we zien hoe leuk en afwisselend het slagersvak is. Alle nieuwtjes hebben als doel de lezer te enthousiasmeren om voor het slagersvak te (blijven) kiezen.

## Met passie

Begin juli was de parlementaire barbecue, met de winnende spareribs van Keurslager Marco van Strien, de afsluiting van het parlementaire jaar. Zomerreces! Bij de KNS is dat niet het geval. Natuurlijk zijn er bij toerbeurt collega's op vakantie, maar 'the show must go on' net als in de slagerij! Informatie, ontwikkelingen in en om de branche; er wordt geen rekening gehouden met seizoenen. De nieuwsbrief, De Slager het gaat allemaal door, ook in de zomer, en dat doen we met veel plezier en ja ook met passie!

Passie, het wordt te pas en te onpas gebruikt. Modewoord, containerbegrip, het kan wel zijn, maar toch is juist dit woord synoniem aan de slagersbranche. De afgelopen jaren heb ik, met veel plezier overigens, kennism gemaakt met veel slagers door het land. Positieve slagers, negatieve slagers, maar allemaal met oprechte passie voor het vak! Juist deze passie maakt dat ik trots ben om te werken in deze branche waar de kunst van de slager centraal staat, Slagerspassie dus!

Niet helemaal toevallig is 'Slagerspassie' ook de naam van de nieuwe digitale inspiratieomgeving, die eind dit jaar online gaat. Een instrument voor en door slagers met als doel om als branche nog meer toekomstbestendig te zijn. Omdat onderlinge kennisuitwisseling helpt om nog beter te worden; omdat het goed is om bij collega's te kijken; omdat het werkt

In de column in De Slager is op toerbeurt de directie of secretaris van de KNS aan het woord. Wil je reageren op de columns, stuur dan een mailtje naar [communicatie@knsnet.nl](mailto:communicatie@knsnet.nl).



dat slagers kennis en voorbeelden delen; omdat we willen dat slagers succesvol zijn en blijven en omdat de slager moet blijven bestaan!

Slagerspassie is niet de ultieme oplossing voor de toekomst, maar helpt wel in bewustwording, kwaliteitsverbetering en onderscheidend vermogen. Slagerspassie is een verzameling van teksten, foto's en filmpjes, die ieder voor zich kan bekijken, op elk uur van de dag, op elke dag van de week. Zowel ondernemers als medewerkers kunnen hier wat halen, maar ook brengen. Een andere kijk op je vak, dat je elke dag met zoveel passie doet. Door te kijken naar andere collega's, die elk met hun eigen visie een kijk hebben op hun bedrijfsvoering. Daar heb je wat aan! Als je er voor open staat. Als je wilt investeren in je toekomst door tijd te maken. Als je jouw passie wilt delen.

Natuurlijk kan je ook je schouders ophalen en denken 'het waait wel over'. Maar 'Slagerspassie' is zo ingeworteld in de branche, dat is een blijvertje. Kom vooral naar de VAS-beurs, regiobijeenkomsten en andere evenementen dan laten we je graag zien hoe Slagerspassie kan helpen in een andere kijk op jouw vak. Doe er je jouw persoonlijke voordeel mee!

### Marian Lemsom

Hoofd Beleid PR & Communicatie KNS

## Slagerij Vreeburg vertelt zijn verhaal

"Slagerij Vreeburg is gevestigd in Heemstede sinds 1987. In de jaren is er een hoop veranderd in de slagerij; van alleen vleesverkoop zijn we nu uitgegroeid tot 'snoepwinkel voor ouderen' kregen wij laatst te horen van een ambassadeur van de winkel. Dit is ook hoe de meeste klanten hun weg naar onze winkel vinden; via een ambassadeur die enthousiast is.

Wij zijn een ambachtelijke slagerij met een eigen worstmakerij waar we 90% van de vleeswaren zelf maken. Wij maken de producten met zo min mogelijk e-nummers. Hardlopers zijn cervelaat, boerenachterham, grove leverworst en ons rookvlees.

Ons vers vlees komt uit verschillende hoeken van het land. Wij verkopen onder andere Livar varkensvlees, dikbil koeien uit Ter Aar en uit Twente en Scharrelhoen uit Lelystad.

Wij geven de klanten graag advies over het bereiden van vlees. We maken ze attent dat je beter een groter stuk vlees kan kopen dan geportioneerd en wij geven daar een passend bereidingsadvies bij. Veel van onze klanten garen hun vlees nu op lage temperatuur en zijn enthousiast over het resultaat en komen daarvoor terug.

Naast het vleesassortiment verkopen wij ook een groot assortiment Hollandse



kaas, buitenlandse kaas, maaltijden en delicatessen. Hier zien wij ook de omzet in groeien. Catering verzorgen wij ook op maat. Het kan uitlopen van barbecue tot een drie gangen-diner op een boot. Namens Liever Livar staan we ook op culinaire evenementen zoals Rollende Keukens in Amsterdam."

## De toonbank van Gildeslagerij Burggraaf



"Wij richten onze toonbank in met, in het midden, speerpunten waar de weekreclames op liggen. Daarnaast is rundvlees een belangrijke rubriekgroep waar je oog als eerst opvalt als je de winkel in komt. Tussen de blokken liggen specials. Verder hebben wij de grillspecialiteiten

en maaltijden bij elkaar liggen in het ronde gedeelte voor in de winkel die plaats maakt in bbq-tijd voor de vele bbq-specialiteiten." We zijn een vooruitstrevend familiebedrijf dat zoveel als mogelijk zelf produceert. Klanten waarderen dit ook aan ons. We

hebben in januari de prijs Worstmakerij traiteur van het jaar 2013 in ontvangst mogen nemen, waar we zeker profijt van hebben. Klanten reageren hier erg positief op en sommige vinden dit best wel bijzonder dat 'hun slager' die prijs wint. Dat is wel erg leuk om te horen.

Verder reageren klanten veel op de eigen worstmakerij, die hen aanspreekt. Als het product niet zelf gemaakt is heeft het al een streepje achter.

In de top 3 staat o.a. onze eigengemaakte rookworst, die heeft naam gemaakt door de hele Betuwe door de wedstrijden die deze rookworst gewonnen heeft. Mensen die verhuisd zijn komen er voor terug om weer een voorraadje lekkere rookworsten mee te nemen."

### TOP 3

Rookworst  
Wienerschnitzel  
Achterham

## De slager een sterk merk - op 10 oktober ipv 26 september

De KNS Regiobijeenkomsten van dit najaar stonden gepland op 26 september en 31 oktober. Vanwege de vele activiteiten in omgeving Amsterdam verschuift de KNS regiobijeenkomst van 26 september naar 10 oktober. Hiermee wil de KNS tegemoet komen aan een spreiding van de activiteiten naast de slagerij. De locatie blijft ongewijzigd, namelijk de Borchlandhal in Amsterdam. Bovendien wordt er een onderdeel aan de Regiobijeenkomst toegevoegd, namelijk Sturen op Cijfers. Dit is een

digitale applicatie, die het voor jou als slagerondernemer mogelijk maakt om kengetallen te genereren, waardoor bedrijfsprocessen tijdig beter aangestuurd of bijgestuurd kunnen worden. In een korte presentatie wordt de applicatie toegelicht.

Spreekster Ellen Leenhouts doet de afstraf en heeft als insteek: "Sterke merken zijn succesvol niet zozeer met wat ze verkopen maar vooral hoe ze dit doen. Wat kan de slager hier van leren?"

Na de pauze is er eerst aandacht voor Sturen op Cijfers. Daarna gaat Peter Hoogenboom, Algemeen Directeur van de KNS, het gesprek aan met de leden van de KNS. Aan de hand van een aantal stellingen gaan aanwezigen het gesprek aan met Peter over de KNS en de slagersbranche.

Het gesprek, met collega-slaggers of met de teamleden van de KNS, kan voortgezet worden tijdens de afsluitende borrel.

### PROGRAMMA

19.00 - 19.30 Inloop met koffie en wat lekkers  
19.30 - 19.35 Welkomstwoord  
19.35 - 20.45 Presentatie Ellen Leenhouts 'Hoe wordt de slager een sterk merk?'  
20.45 - 21.00 Pauze  
21.00 - 21.15 Sturen op Cijfers  
21.15 - 21.45 Peter Hoogenboom in gesprek met leden  
21.45 - 22.15 Borrel ter afsluiting



## De KNS brengt Slagerspassie op de VAS

Op 23 en 24 september staat de KNS op de VAS-beurs in Amsterdam. Maak hier kennis met Slagerspassie, dé digitale inspiratieomgeving voor ondernemers en medewerkers in de slagersbranche. In twee filmpjes krijg je een indruk van wat Slagerspassie is en hoe het werkt. Slagers in beeld in korte filmpjes, magazines, strips, foto's en tekst maken Slagerspassie tot een online inspiratietool.

Daarnaast aandacht voor Sturen op Cijfers. Sturen op Cijfers is een digitale applicatie, die het voor jou als slagerondernemer mogelijk maakt om kengetallen te genereren, waardoor bedrijfsprocessen tijdig beter aan- of bijgestuurd kunnen worden. Op de KNS-stand wordt een demonstratie gegeven en kun je Sturen op Cijfers uitproberen.

Bovenal is de KNS aanwezig op de VAS



om slagers te spreken. Wat houd je bezig, hoe gaan de zaken? Kom langs op de VAS bij de KNS op standnummer A024!

De VAS-beurs vindt plaats op 23 en 24 september van 14.00 tot 22.00 uur in het Food Center Amsterdam. Kijk voor meer info op [www.vas-zas.nl/beurs](http://www.vas-zas.nl/beurs)

# Duitse slagers bezochten Nederlandse collega's



Van 5 t/m 7 augustus stelden KNS-leden hun slagerij open voor collega-slagers uit Duitsland. Onder begeleiding van de KNS deed de groep Duitse slagers Nederlandse slagerijen aan in Brabant, Rotterdam en Noord-Holland.

## BEZOEKEN

De eerste dag bezocht de groep Specialiteitslagerij Rien Bezooien en Slagerij Ooteman. De dag werd afgesloten bij Verstegen waar de Duitse collega's meer informatie kregen over kruiden(mengsels), specerijen, sauzen, marinades en diverse

hulpstoffen. De tweede dag stond Noord-Holland op het programma. De groep startte bij Van Dalen's Vleescentrale, waar Dick Wever een rondleiding gaf door het gebouw. Daarna was Keurslagerij Klaver aan de beurt, die de groep met belegde broodjes op stond te wachten.

In de middag werd de reis vervolgd naar Chateaubriand in Heemstede en Slagerij de Leeuw in hartje Amsterdam. De laatste dag bezocht de groep in de regio Eindhoven Ambachtelijke slagerij Dennis van de Ven, Keurslagerij Antonis, slagerij Beerens en Beerens Slagerij & Traiteur.

## VERSCHILLEN

Het waren leerzame bezoeken voor zowel de bezoekers als de gastheren. Marketing blijkt een voornaam punt van verschil tussen Duitse en Nederlandse slagers. Nederlandse ondernemers zijn verder als het gaat om het toepassen van marketing in de onderneming; het aangeboden assortiment is meer afgestemd op de wensen en behoeften in het marktgebied, er wordt eerder gekozen voor een bepaald concept of winkelformule en kansen die (streek)specialiteiten bieden, worden beter benut.

De Duitse slagerij is algemener van aard. Daar gaat de slager veelal nog uit van de kracht van het product. De productgroep vleeswaren en worstsoorten bepaalt ongeveer 50% van het omzetaandeel en is daarmee de belangrijkste pijler van het bedrijf. Ter vergelijking, in Nederland



Het is een taak van de overheid om goed voor zijn burgers te zorgen, echter hoe ver moet deze zorgtaak doorgevoerd worden in de samenleving? Eén van de zaken waar de overheid veel zorg over heeft is onder andere de toename van het aantal burgers met overgewicht en hoge bloeddruk. Er zijn vele zaken die hierop van invloed zijn, voor overge-

## Vet zo'n laag zoutgehalte en pittig zo'n laag vetgehalte

*"Marketing blijkt een voornaam punt van verschil tussen Duitse en Nederlandse slagers"*

behaalt een slager 20%, misschien 30% omzet met deze productgroep.

Een ander groot verschil tussen slagerijen in beide landen, is dat het in Duitsland toegestaan is om warm eten en gerechten te serveren in de slagerijen. Iets wat een Nederlandse ondernemer alleen kan als voldaan wordt aan de juiste horeca- en alcoholvergunningen. Ook werken de Duitse slagers voornamelijk met pure producten en gebruiken zij minder met samengestelde kruiden en specerijen.

De contacten tussen de KNS en de Duitse *metzgers* zijn gelegd binnen de IBC, de federatie van nationale verenigingen van kleine en middelgrote ambachtelijke slagerij- en cateringbedrijven in Europa.

## Uitnodiging van Jan en Wiesje Lantinga

Geachte relaties,  
Dit jaar is het 50 jaar geleden dat Jan begon in het slagersvak. Hoewel Jan inmiddels 'officieel' is gestopt en het (een beetje) rustiger aandoet, willen wij dit niet onopgemerkt voorbij laten gaan. U bent daarom van harte welkom om dit met ons te vieren op maandag 16 september a.s. vanaf 15.00 uur aan de Veneweg 121 te Wanneperveen. Slagerij Lantinga Wanneperveen-Meppel.

wicht is dat een combinatie van weinig bewegen en veel consumeren (eten en drinken) waarbij het zeker van invloed is wát men consumeert. Hoge bloeddruk kan veroorzaakt worden door voeding waarin veel zout aanwezig is, maar ook door geheel andere factoren zoals stress of zelfs erfelijke aanleg. Eenvoudig is het allerminst, ik tracht wat helderheid te scheppen en aan te geven welke rol slagers op kunnen pakken, immers de consument gaat er van uit dat alles wat hij koopt goed voor hem is. En dat is het ook als we een aantal eenvoudige regels in acht nemen.

Voor wat betreft het consumptiepatroon, op zich heeft een slager geen invloed op hoeveel een consument eet, echter het is zo dat vleeseiwit een groot verzadigd effect heeft. Als iemand vlees of vleeswaren nuttigt, dan duurt het langer voordat hij/zij weer honger krijgt. Vet heeft wel een hogere energiedichtheid dan eiwit, maar vet heeft een minder verzadigend effect. Dus ondernemende slager, hier ligt jouw kans. Een slager kan bepalen hoeveel vet er aan een vleesdeel blijft zitten dan wel hoeveel vet hij aan een product toe kan voegen. Ik verwijs naar het recent onderzoek van vetgehalte in rundergehakt, waaruit bleek dat het

slagersproduct significant minder vet bevat dan dat van een supermarkt!

Een ander onderdeel waar de slager ook een bijdrage in kan leveren is het beperken van het zoutgehalte in de producten. Inname van veel zout zorgt voor (tijdelijke) verhoging van bloeddruk met allerlei mogelijk nare gevolgen. Wel is het zo dat de nieren dit hoge zoutgehalte verwerken, maar bij langdurige inname gaat dit soms mis. Ook hier is er een mooie rol voor een slager, hij kan het zoutgehalte van zijn producten gemakkelijk verlagen en dit compenseren met kruiden, specerijen of andere hulpstoffen.

De combinatie van beide, minder vet en minder zout, is zeker goed te doen. Uit onderzoek blijkt dat bij een minder vet product en gelijkblijvend zoutgehalte het magere vleesproduct veel zouter smaakt. Dus ook hier ligt de kans voor ondernemende slagers om goed met de gezondheid van jouw consumenten om te gaan. Grijp je kans, maak een mooi voorbeeld en laat je verrassen door de reactie van de consument.

**Theo Verkleij**  
Vleesonderzoeker TNO Zeist



## BOEKWEITMEEL

3 soorten: witmeel, grauwmeel en grofmeel

Gemalen op onze windmolen

[www.molennooitgedagtbudel.nl](http://www.molennooitgedagtbudel.nl)

Informeer naar onze groothandelsprijzen

mail naar [info@molennooitgedagtbudel.nl](mailto:info@molennooitgedagtbudel.nl)

## Gelderblom Slagerij & Partyservice: Minder eigen productie, meer aandacht voor klanten

Gelderblom Slagerij & Partyservice is een franchiseformule met een eigen ambachtelijke worstmakerij. De aangesloten slagers krijgen het vlees en de vleeswaren elke dag vers aangeleverd, zodat ze meer tijd hebben om in de winkel te staan. Commercieel manager Dominique Melis merkt dat dit werkt: "Klanten vinden het leuk om door de slager geholpen te worden."

De franchiseformule Gelderblom bestaat al sinds 1994. Slager Jan Gelderblom opende in dat jaar de eerste franchisevestiging. De formule groeide gestaag en in 2009 stond de teller op negen vestigingen. Dat is het jaar dat ook Dominique Melis zich aansloot. "Ik heb nooit de ambitie gehad om een eigen slagerij te openen", vertelt Dominique, die als versmanager bij een supermarktketen werkte. "Ik had het daar goed naar mijn zin. Ik kwam in supermarkten waar de slagerij en versafdeling niet goed liepen. Samen met het team bracht ik verbeteringen aan. Als de zaak op orde was, ging ik weer naar een andere supermarkt. Ik vond het leuk om telkens weer voor nieuwe uitdagingen te staan." Toch kwam Dominique met Jan in gesprek. Hij vond Gelderblom een mooie formule, maar hij zag nog verbeterpunten op



het gebied van de uitstraling en het imago. "We hebben toen samen besloten dat ik de nieuwe commercieel manager word. Daarnaast heb ik een vestiging in Ridderkerk overgenomen die als pilot store

dient. Ik werk 35 tot 45 uur per week bij de franchisegever. Mijn vrouw Jolanda heeft de dagelijkse leiding in de slagerij. Zo'n twee tot drie dagen per week sta ik zelf in mijn eigen slagerij."

*"Je moet met de tijd meegaan om bestaansrecht te houden"*

### FOCUS

De franchisegever Gelderblom probeert ondernemers zo veel mogelijk werk uit handen te nemen zodat slagers zich kunnen focussen op de klant. Gelderblom verzorgt de marketing en heeft een volledig ambachtelijke worstmakerij. De aangesloten slagers krijgen het vlees en de vleeswaren dagelijks vers aangeleverd. "Dat scheelt veel werk en daardoor hebben ze weer tijd om in de winkel te staan," vertelt Dominique. Hij vindt dat deze aanpak past bij deze tijd: "Slagers hebben van oudsher veel passie voor hun vak en daarom produceren ze graag veel zelf. Dat is niet efficiënt en de smaak van de slager is niet persé de smaak van de klant. Gelderblom-slagers verkopen onze producten ook met passie, dus voor een klant verandert er niets. Onze worstmakerij heeft een groot assortiment van meer dan honderd producten die we dagelijks vers kunnen leveren. Daar kan geen enkele ambachtelijke slager tegenop. Bovendien leveren we topkwaliteit, waarmee slagers zich kunnen onderscheiden ten opzichte van supermarkten en andere slagerijen."

### NIEUWE GENERATIE

Dominique vindt dat de formule past bij de nieuwe generatie slagers. "Je moet met de tijd meegaan om bestaansrecht te houden. Door de jaren heen zijn slagers ook gestopt met slachten en uitbenen. De nieuwe generatie stopt met worstmaken op de winkelvloer. Slagers die de formule goed uitvoeren hebben



tot tien procent minder loonkosten, met behoud van de marge." Toch vindt Dominique dat geld niet het belangrijkste argument is om voor de formule te kiezen. Wat dan wel? "Het geeft rust in de slagerij. De slager hoeft zich namelijk nog maar met één ding bezig te houden en dat is de klant. Bovendien vinden klanten het leuk om door de slager geholpen te worden. Een slager kan veel vertellen over de herkomst van het vlees en de beste bereidingswijze. Hij kan zijn passie voor vlees overbrengen."

Gelderblom verzorgt onder andere de inkoop, de bedrijfsbegeleiding en de marketing. Alle aangesloten slagers hebben dus dezelfde uitstraling met bijvoorbeeld flatscreens in de winkel, aanbiedingen en een uniforme website. Ook begeleidt Gelderblom de aangesloten slagers, vooral bij de opstart. "Als slagers een zaak willen openen, komt er veel op hen af. Wij nemen zorgen uit handen, zodat ze tijdens de opening kunnen stralen en niet vermoeid zijn. Elke opening moet een knaller zijn."

### NOG STEEDS VRIJHEID

Als slagers zich aansluiten bij een franchiseformule, geeft dat ook

verplichtingen. Ze zijn bijvoorbeeld verplicht om vlees en vleeswaren in te kopen bij Gelderblom. Ook de uitstraling van de winkel wordt door Gelderblom bepaald. Toch vindt Dominique dat slagers binnen de formule wel degelijk de vrijheid hebben om een eigen ondernemer te zijn. "Bij veel van onze producten maken wij gebruik van twee leveranciers. Zo kunnen slagers zelf het beste assortiment samenstellen voor hun marktgebied. Ook worden de maaltijden nog altijd in de slagerij gemaakt. Dit geeft een leuke koopsfeer en maaltijden zijn een goede margemaker."



Lees verder >>

# Op naar finale Week van de Smaak



uit handen, maar ze moeten nog wel hun eigen vlees snijden en met passie verkopen. Kandidaten moeten beseffen dat ondernemerschap gewoon hard werken blijft, alleen bij ons met een meer mentale rust. Ondernemers houden tijd over omdat wij werk uit handen nemen, maar het is wel de bedoeling dat ze dit investeren in het contact met hun klanten en het ondernemen. Veel van onze franchisenemers hebben bijvoorbeeld een catering- en party-service. Daar is veel geld mee te verdienen, dus dat is de investering waard."

## VERKOPEN IS EEN VAK

Dominique vindt het een voordeel als de formule meer vestigingen heeft, dan kan hij de slagers meer bieden. Zo is hij in samenwerking met SVO een eigen opleiding aan het ontwikkelen voor verkoopmedewerkers. "Verkopen is echt een vak apart. We kunnen daarbij veel leren van de gastheren en – dames in restaurants die met passie vertellen over een gerecht of een bijzondere wijn. Het is belangrijk dat verkoopmedewerkers dit leren, maar we zijn op dit moment misschien nog net te klein om zo'n opleiding aan te bieden." Ook ziet Dominique graag dat de winkels een meer uniforme uitstraling krijgen. "Klanten komen in verschillende steden. Wij worden groter en het is krachtiger als ze de formule gaan herkennen."

## DE LAT MOET HOGER

Dominique wil bovendien met Gelderblom de lat hoger gaan leggen en aangesloten slagerijen nog meer kwaliteit gaan uitstralen. "We doen nu al regelmatig mee met vakwedstrijden en dan scoren we hoog. Afgelopen jaar zijn we bijvoorbeeld met onze winkel in Ridderkerk 9e geworden in de verkiezing 'Slagerij van het Jaar'. En met de organisatie zijn we genomineerd voor onder andere 'Held van de Smaak' en de 'Lekkerste Bal Gehakt'. De volgende stap is dat we dit soort wedstrijden gaan winnen. Wij willen de beste van Nederland zijn."

*"Iedereen heeft eigen ideeën die we samenbrengen. Daardoor hebben we altijd krachtige folders"*

"Bovendien is het belangrijk om met kleine charges te werken. Als een schaal leeg is, moet een slager deze kunnen vervangen door een schaal met andere, verse producten. Dit kunnen slagers nog altijd het beste zelf."

## KRACHTENBUNDELING

Dominique vertelt dat het bovendien leuk is om met andere ondernemers samen te werken. De aangesloten slagers komen een paar keer per jaar samen voor een vergadering. Ze maken dan bijvoorbeeld samen de nieuwe folder. "Iedereen heeft eigen ideeën die we samenbrengen."

Daardoor hebben we altijd krachtige folders." Ook organiseert Gelderblom elk jaar een uitstapje voor de ondernemers, bijvoorbeeld naar de culinaire markten van Parijs. "De ondernemers kennen elkaar goed en daardoor zijn ze bereid om ook elkaar te helpen", zegt Dominique. "Dit geeft een leuke sfeer onderling. De slagers staan er niet alleen voor."

## CHARISMA

Op dit moment hebben vijftien slagers zich aangesloten bij Gelderblom. Dominique wil dat de formule verder doorgroeit naar dertig vestigingen. Dit mag echter niet ten koste gaan van kwaliteit en daarom gaat hij zeker niet met elke slager in zee. "Een nieuwe franchisenemer moet in de eerste plaats bij de formule en de locatie passen", zegt hij. "In een grote stad heb je een slager nodig met charisma. Hij moet lol kunnen trappen met de klanten. In de kleine dorpen is het juist belangrijk dat een slager betrokken is bij de gemeenschap. Een slager moet dan bijvoorbeeld meedoen met het verenigingsleven en misschien wel naar de kerk gaan." Daarnaast vindt Dominique het belangrijk dat franchisenemers gewoon goede slagers zijn. "We nemen veel

De verkiezing van de 'Held van de Smaak 2013' staat in het teken van de ambachtelijke worst. Slagers, producenten en hun grondstoffenleveranciers die zich bijzonder inzetten voor het behoud en vernieuwing van het ambacht, bijzondere nieuwe producten maken of zich juist richten op traditionele streekspecialiteiten maar ook helden die zich verdienstelijk maken als ambassadeur voor de sector, kunnen deelnemen aan de verkiezing. Natuurlijk zijn de kernwaarden van de Week van de Smaak ambachtelijk, duurzaam (incl. dierenwelzijn), natuurzuiver en 'van dichtbij' richtinggevend.

Op 28 september vindt de landelijke finale plaats tussen alle provinciale 'Helden van de Smaak' rondom het thema worst. De finale vindt dit jaar plaats in Venlo Hoofdstad van de Smaak 2013. Gelukkig speelt een groot aantal slagers hier de hoofdrol. De volgende helden strijden dadelijk om de hoofdprijs.



## GRONINGEN

Henk Boersema is verkozen tot Groninger 'Held van de Smaak'. Henk heeft een ambachtelijke slagerij in Grijpskerk. In de eigen worstmakerij worden maar liefst 28 verschillende soorten worst geproduceerd. Niet alleen streekworst (zoete bloedworst, Groninger droge worst) maar ook nieuwe smaken, zoals Toscaanse worst en knoflookworst. Henk werkt met vlees van runderen uit de eigen regio en varkensvlees van het Fribernevarken.



## FRIESLAND

Henk Spijkerman jr. is uitgeroepen tot Held van de Fryske Smaak 2013. Worstmakerij Spijkerman is een echt

familiebedrijf in Akkrum dat zich in de loop der jaren heeft gespecialiseerd in het produceren van echt ambachtelijke pure producten voor de betere slager of foodspecialzaak. Alle producten hebben drie dingen gemeen:

- Alleen de beste grondstoffen
- Gemaakt van losse kruidenmengsels voor optimaal onderscheid van Supers
- Tijd als belangrijkste ingrediënt



## LIMBURG

Erik Pinckaers uit Eijsden is Limburgse Held van de Smaak. 'Na intensief beraad heeft de jury Erik

Pinckaers verkozen tot Limburgse Held van de Smaak' vanwege zijn gedrevenheid en passie voor het vakmanschap als slager en worstmaker. De jury is vol lof over de wijze waarop Erik dagelijks zorgt voor een optimale kwaliteit van zijn producten, en de wijze waarop hij dagelijks zijn klanten voorziet van advies en informatie over zijn vleeswaren. Passie voor het ambacht en het dagelijks klaarstaan voor zijn klanten en gasten zorgen ervoor dat Erik met recht de titel 'ambassadeur van het slagers vakmanschap' mag dragen.



## ZEELAND

Keurslager Rob van Velzen uit Krabbendijke heeft de titel 'Zeeuwse Held van de Smaak' veroverd met een

wel zeer innovatief concept. Hij maakt in het productieproces gebruik van gezuiverd Oosterscheldewater waarbij er een zoutreductie behaald wordt van 40%. De jury roemde Rob van Velzen om zijn innovatiekracht, maatschappelijk verantwoorde, lekkere producten en streekgebonden ambachtelijkheid. Van Velzen heeft aangetoond eerlijke vleeswarenspecialiteiten met een unieke streek en smaakbeleving te bieden.



## OVERIJSSSEL

Slager Alexander de Feijter is 'Overijsselse Held van de Smaak'. Niet alleen met zijn Twentse Hausmacher

leverworst kreeg slager Alexander de Feijter de jury op zijn hand, maar ook met zijn verhaal en presentatie. De basis van goede worst is goed en gerijpt vlees. Daarom houdt Alexander de varkens zelf op de boerderij van zijn ouders. De varkens lopen buiten en krijgen gezond voer. Het vlees verwerkt hij tot mooie hammen en worsten. De producten brengt hij aan de man in zijn slagerij annex winkel in het centrum van Hengelo.

Lees verder >>

**DRENTHE**

Elles Kiers heeft de titel 'Drentse Held van de Smaak 2013' verworven. Ze krijgt de titel omdat ze met

haar project 'het Varkenshuis' de pure smaak van duurzaam voedsel op een bijzondere en kunstzinnige wijze bij het grote publiek onder de aandacht brengt, onder meer door het maken van heerlijke ambachtelijke worsten.

**GELDERLAND**

Boer én Slager Bert Schreibeit van de Schelder uit Geesteren is verkozen tot de 'Gelderse Held van de Smaak'.

Samen met zijn vrouw Ans van Bergen is hij 12 jaar geleden begonnen de eigen varkens te verwerken tot prachtige Achterhoekse streekproducten. Worst en ham spelen daarbij de hoofdrol. De kwaliteit van zijn worsten en het verhaal achter het product overtuigden de vakjury zodanig, dat Bert Schreibeit unaniem verkozen is tot 'Gelderse Held van de Smaak 2013'.

**ZUID-HOLLAND**

Het bijzondere verhaal van Daan van der Zon van Slagerij van der Zon uit Leiden over zijn ambachtelijke en

streekgebonden werkwijze en natuurlijk zijn heerlijke worsten overtuigden de jury dat hij degene is die Zuid-Holland mag vertegenwoordigen in de landelijke 'Held van de Smaak' verkiezing in september. Van der Zon koopt zijn varkens rechtstreeks bij ambachtelijke kaasboerderijen in de streek die de dieren voeren met kaaswei. Hij verwerkt zelf de hele karkassen, waarbij de worstenmakerij een

*"Natuurlijk zijn de kernwaarden ambachtelijk, duurzaam, natuurzuiver en 'van dichtbij' richtinggevend"*

essentieel onderdeel vormt. Ook het feit dat Van der Zon het contact met de consument zoekt door het geven van workshops uitbenen en worstmaken beoordeelde de jury positief.

**NOORD-HOLLAND**

Samuel Levie, Jiri Brandt en Geert van Wersch, Brandt&Levie worstmakers uit Amsterdam/

Baambrugge. Ze noemen zichzelf 'de worstmakers van Nederland' en zijn in korte tijd uitgegroeid tot een bekende partij die leveren aan horeca en slagers. Brandt en Levie worstmakers bestaat uit Jiri, Geert en Samuel. Vrienden met liefde voor goed eten, en met name worst. In Italië hebben ze de fijne kneepjes van het worst maken geleerd. Nu passen ze die kennis hier in Nederland toe.

**UTRECHT**

Slager Henk Lotgering is benoemd tot 'Held van de Smaak 2013' van de provincie Utrecht.

Henk runt, samen met zijn vrouw Iris, slagerijen in Bunnik en Nieuwegein. De worstmakerij is het paradepaardje van

het bedrijf. Door gebruik te maken van apparatuur van deze tijd weet hij op efficiënte wijze constante kwaliteit te leveren met de smaak zoals vroeger. Maar ook voor nieuwe producten en innovaties is volop ruimte.

**BRABANT**

Werner Bührs is uitgeroepen tot de 'Brabantse Held van de Smaak'. Met zijn Brabantse bakle-

worst kreeg de biologische boerderijslager Werner Bührs de gehele jury unaniem op zijn hand. "De smaak heeft uiteindelijk de doorslag gegeven. Alle inzendingen lagen dicht bij elkaar als het gaat om de kernwaarden van 'de Week van de Smaak' en de manier waarop zij zichzelf presenteren en met hun vak bezig zijn. Het product overtuigt bovendien van een gedegen stuk vaktechniek."

**FLEVOLAND**

De combinatie van het studenten-leerbedrijf Polder-Portque en Keurslager Klaver zijn de Flevolandse

smaakhelden. Keurslagerij Klaver en Polder-Portque, waren onafhankelijk van elkaar genomineerd maar besloten als samenwerkingspartners hun kandidatuur samen te voegen. De jury was unaniem in haar oordeel over de winnaar. De combinatie Keurslagerij Klaver en Polder-Portque heeft de hele keten in eigen hand en maakt daar een streekproduct van; van de 'Porque' tot de vork.



**week van de smaak®**  
28 september t/m 6 oktober 2013

# Studenten Associate degree doen onderzoek voor jouw bedrijf!



In samenwerking met de KNS biedt de Hogeschool Rotterdam de Associate degree 'Ondernemen' aan, een 2-jarige hbo-opleiding gericht op het ondernemerschap. Deze opleiding is nuttig zowel voor de schoolverlater (MBO-4, HAVO of VWO) als voor de ervaren werknemer die na een aantal jaren werkervaring, zichzelf een goede ondergrond in kennis wil geven.

De hbo-opleiding is kortom de ideale opstap naar het ondernemerschap. Maar ook de ondernemer die behoefte heeft aan meer kennis kan deze Associate degree doen.

**PROJECTEN**

Om over 2 jaar zelfstandig aan de slag te kunnen gaan met strategieën en businessplannen gaan de studenten in het eerste leerjaar een aantal projecten uitvoeren. Deze projecten richten zich op de vier onderstaande onderwerpen. Het is mogelijk dat je als slagerondernemer aan het overwegen bent om voor je eigen bedrijf onderzoek te laten doen naar één van de vier onderwerpen. Je kunt hiervoor dan de Hogeschool Rotterdam inschakelen. Een onderzoek uitgevoerd door studenten aan de opleiding 'Ondernemen' is gratis. Van alle onderzoeken wordt de uitslag in een rapport aan de ondernemer gepresenteerd.

**VESTIGING**

Tijdens dit project brengen studenten de slagersbranche in jouw omgeving (regionaal) in beeld. Er wordt gekeken

naar de kenmerken en eigenschappen van de branche in dat gebied. Wat zijn trends, ontwikkelingen en bedreigingen voor de slagersbedrijven in dat gebied?

**PROFILERING**

Tijdens het tweede project wordt een concurrentieanalyse voor je gedaan. De studenten gaan de concurrenten van jouw bedrijf in kaart brengen. Ook wordt gekeken naar eerlijke en oneerlijke concurrentie.

**PERONEEL**

In het derde project gaat de student aan de slag met je interne organisatie. Zo wordt gekeken naar zaken als de interne bedrijfsprocessen van het bedrijf en de voor- en nadelen van vast personeel versus uitzendpersoneel.

**ONDERNEMING**

Het laatste project staat in het teken van ondernemingsbeleid. Er wordt voor jou een wijkonderzoek uitgevoerd en daarbij ook een klantenonderzoek. De mogelijkheden van je winkel worden geanalyseerd en er wordt een ontwerp gemaakt voor

de winkelformule. Daarnaast maken de studenten een maquette van de inrichting van de winkel en een samenvatting van alle onderzoeksprojecten.

**OPLEIDING**

De opleiding 'Ondernemen' leidt in twee jaar tijd op tot een Associate degree (Ad), een wettelijk erkend hbo-diploma. Het programma bevat de drie kerncompetenties van ondernemen: sales (het verkopen van je product), finance (prijsbepalen en boekhouden) en communicatieve vaardigheden (leidinggeven en jezelf presenteren). De opleiding duurt twee jaar en je kunt die in duale vorm volgen: je komt dan een dag, of twee dagdelen, in de week naar school en je hebt minimaal een half jaar praktijkervaring.

**INTERESSE IN ONDERZOEK?**

De KNS roept slagerondernemers op zich te melden als zij belangstelling of vragen hebben over de projecten. Hiervoor kan contact worden gezocht met Nico Ingels van de Hogeschool Rotterdam of Bob van Kessel van de KNS. Nico is bereikbaar op 06 52051859 of n.a.e.ingels@hr.nl. Bob is bereikbaar op tel. nr. 06 22017102 of b.vankessel@knsnet.nl. Met vragen en verzoeken wordt vertrouwelijk omgegaan.





# Jan Meerman (Detailhandel Nederland): “De politiek neemt de detailhandel weer serieus”

Jan Meerman, voorzitter van Detailhandel Nederland, wil dat de binnensteden weer gaan bruisen. Een taskforce gaat hiermee aan de slag. Ook ziet hij dat detaillisten voor een grote uitdaging staan. "Alleen hard werken en een goede vakman zijn, is niet meer voldoende. Slagers moeten meer passie krijgen voor klanten."

Jan Meerman, voorzitter van Detailhandel Nederland, overhandigde op 11 juli het Actieplan Detailhandel aan Henk Kamp, minister van Economische Zaken. De KNS was hierbij betrokken. Algemeen Directeur Peter Hoogenboom vertegenwoordigt de KNS in het bestuur van Detailhandel Nederland en KNS-voorzitter Ad Bergwerff was, als vertegenwoordiger van de slagerondernemer, aanwezig bij de overhandiging van het Actieplan aan minister Kamp. "We hebben een goed gesprek gehad met de minister, waarin hij een aantal toezeggingen heeft gedaan," vertelt Meerman. "Tijdens de crisis is de detailhandel lang het ondergeschoven kindje geweest. De overheid had vooral veel oog voor de topsectoren. Ik merk dat we nu weer serieus genomen worden. Over een half jaar hebben we opnieuw een gesprek om de balans op te maken."

## WAT IS HET BELANGRIJKSTE DOEL VAN HET ACTIEPLAN?

"Het herstellen van het consumentenvertrouwen. De reactie van de minister was: 'daar hebben wij geen invloed op', maar daar ben ik het niet mee eens. De regering komt keer op keer met maatregelen in het nieuws die nauwelijks effect hebben, bijvoorbeeld op het gebied van de woningmarkt. Ook worden maatregelen regelmatig teruggedraaid, zoals de zorgpremie. Als je met een minister of staatssecretaris praat, hebben ze vaak wel degelijk een krachtige visie, maar zo komt het niet over op consumenten en ondernemers. De communicatie kan echt beter."

## U STOORT ZICH AAN DE VOORTDURENDE WISSELING VAN HET BELEID. TOCH STAAT ER IN UW ACTIEPLAN DAT DE BTW WEER OMLAAG MOET

## NAAR 19%. HOE IS DAT MET ELKAAR TE RIJMEN?

"De overheid moet opnieuw 6 miljard bezuinigen. Daarom wordt er opnieuw gesproken over het verhogen van de btw en dan ook van het 6%-tarief waar slagers mee te maken hebben. Dit levert namelijk snel veel geld op. In het Actieplan geven we aan wat de effecten zijn geweest van de vorige btw-verhoging. Winkels hebben hierdoor minder verkocht en dit heeft geleid tot minder werkgelegenheid en meer faillissementen. Natuurlijk willen we dat de btw weer verlaagd wordt. Maar het belangrijkste is dat een btw-verhoging niet meer op de agenda komt te staan."

## U VINDT HET OOK ZORGWEKEND DAT BANKEN MINDER GELD UITLENEN. WAT KAN DE OVERHEID DAARAAN DOEN?

"Het kabinet heeft in het verleden maatregelen genomen om dit probleem aan te pakken, zoals een borgstelling voor mkb-kredieten (BMKB). We merken dat dit onvoldoende geholpen heeft; banken zijn nog steeds terughoudend

in het verstrekken van leningen. De minister gaat onderzoeken waar dat aan ligt en gaat de knelpunten aanpakken. Misschien zijn de regelingen te bureaucratisch of is de rente die banken aan de overheid betalen te hoog? Ook staat de minister open voor nieuwe ideeën."

## U WILT BOVENDIEN DAT DE BINNENSTEDEN WEER GAAN BRUISEN. HEEFT DE MINISTER DAAR WEL INVLOED OP?

"Ruimtelijke ordening is beleid van de lokale overheid. Provincies hebben de taak om dit te toetsen. Zo kunnen zij voorkomen dat twee aangrenzende gemeenten allebei plannen maken voor een grote meubelboulevard. De helft van de provincies toetst het beleid van de gemeentes niet. De minister gaat de provincies daarop aanspreken. Bovendien heeft de minister verschillende maatregelen aangekondigd, zoals een SER-ladder voor binnenstedelijke ontwikkeling. Dit betekent dat elke gemeente een detailhandelsbeleid moet hebben: een gemeente mag alleen een winkelgebied uitbreiden als zij aan een lijst van criteria voldoet. Zo moet er daadwerkelijk vraag zijn naar nieuwe winkels en moet de gemeente duidelijk maken wat haar plannen zijn met de overbodige panden."

"Daarnaast komt er een taskforce voor het verbeteren van winkelgebieden. Het doel is om de slechte meters te saneren, bijvoorbeeld door winkelpanden een andere bestemming te geven. De werkgroep kijkt ook hoe het gemeentelijke beleid verbeterd kan worden. Nederland heeft wereldwijd de mooiste binnensteden. Den Bosch is bijvoorbeeld een bruisende stad waar mensen graag gaan winkelen. Dit is geen toeval; de gemeenteraad heeft goed nagedacht over de inrichting en het beleid van de binnenstad. De taskforce gaat in kaart brengen wat gemeenten kunnen doen om de binnenstad aantrekkelijker te maken, bijvoorbeeld met logische

*"Tijdens de crisis is de detailhandel lang het ondergeschoven kindje geweest. De overheid had vooral veel oog voor de topsectoren"*

looprondes, een goede balans tussen ketens en zelfstandige ondernemers en een goede bereikbaarheid. Persoonlijk stoor ik me bijvoorbeeld aan die belachelijk hoge parkeertarieven. Het is logisch dat de 25 grootste steden van Nederland parkeergeld vragen, maar in kleinere gemeenten zou ik dat echt afschaffen. Een gemeente met 20.000 inwoners moet juist blij zijn dat gasten hen bezoeken. Gratis parkeren en een goede bereikbaarheid moet zelfs een *usp* zijn. In de taskforce zitten vertegenwoordigers van de detailhandel, de gemeenten, de landelijke overheid en de provincies."

## WAT VINDT U NOG MEER BELANGRIJKE AANBEVELINGEN UIT HET ACTIEPLAN?

"We vinden dat het kabinet moet stoppen met de lastenverzwaring. De overheid geeft meer uit dan dat er binnen komt, maar het is niet de oplossing om de rekening telkens bij bedrijven en consumenten neer te leggen; dat wordt ons echt te veel. Het is beter als zij zelf kritisch naar hun eigen uitgavepatroon kijken."





"Ook vinden we dat werkgevers jongeren onder de 18 jaar een klein baantje moeten kunnen geven, zonder dat daar allerlei administratieve lasten bij komen. Als iemand drie uur per week werkt, dan is het onzin dat hij pensioenpremie afdraagt en ww-rechten opbouwt. Het bruto- en het nettoloon moet gewoon hetzelfde zijn. De minister vond dit een goed idee en gaat hier naar kijken."

#### IN HET ACTIEPLAN SPREEKT U DE OVERHEID AAN. WAT KUNNEN ONDERNEMERS ZELF DOEN OM DE CRISIS TE DOORSTAAN?

"Detailisten staan op dit moment voor een grote uitdaging. Consumenten veranderen in een hoog tempo en slagers moeten daarin meegaan. Met alleen hard werken en passie voor het vlees kom je er niet meer: vakmensen moeten ondernemers worden en meer passie krijgen voor klanten. Dat betekent dat alles in de zaak moet kloppen. De kwaliteit moet niet een beetje beter zijn dan in een supermarkt, maar tien keer beter. De toonbank moet vol liggen met specialiteiten en medewerkers moeten hun klanten kennen en persoonlijk benaderen. In een restaurant vinden gasten het leuk als de kok aan hun tafel komt staan. Ook klanten vinden het leuk

*"We vinden dat het kabinet moet stoppen met de lastenverzwaring. De oplossing is niet om de rekening telkens bij bedrijven en consumenten neer te leggen"*

om de slager te ontmoeten. De beleving is compleet als hij ook nog iets bijzonders kan vertellen over zijn producten, bijvoorbeeld over de speciale kruiden die hij ontdekt heeft op een streekmarkt, de boerderij waar de dieren vandaan komen of de bijzondere bereidingswijze. We zien in alle branches dat ondernemers het onvoorstelbaar moeilijk vinden om die draai te maken. Toch is dit de

enige manier om te overleven. Consumenten nemen echt afscheid van oude tradities en zijn minder winkeltrouw. Een ouderwetse winkel kan, maar dan wel op een moderne manier ingevuld."

#### U ZEGT DAT DE WINKELGEBIEDEN WEER MOETEN GAAN BRUISEN. WELKE ROL HEBBEN SLAGERS DAARIN?

"Consumenten houden van lokale activiteiten, dus ik zou de samenwerking opzoeken. Winkeliersverenigingen organiseren nu vaak gezamenlijk het sinterklaasfeest, acties en sfeer rondom de kerst en traditionele braderieën. Maar daar verras je consumenten niet meer mee! Ga eens om de tafel zitten met een andere ondernemer in food en verzin iets origineels. En wacht niet op anderen, maar start zelf met creatieve activiteiten."

#### HEEFT U NOG EEN LAATSTE TIP VOOR SLAGERS DIE VOOR DEZE VERANDERING STAAN?

"Laat je inspireren. Veel mkb-ondernemers komen nauwelijks buiten hun eigen winkel, terwijl het juist goed is om andere ondernemers te bezoeken. Je doet dan ideeën op waar je zelf een eigen draai aan kunt geven. Ook op internet kun je veel inspiratie opdoen, bijvoorbeeld op de site foodinspiration.nl.

**Tot slot:** wees kritisch op jezelf en durf te veranderen! Het is belangrijk veel te experimenteren. Realiseer je daarbij dat niet alles een succes zal zijn. Ik spreek wel eens ondernemers die vertellen dat ze twee keer iets met veel enthousiasme hebben geïntroduceerd. Beide keren werd het een flop. Ze moeten zich dan echt vermannen om een derde keer weer vol enthousiasme met iets nieuws te komen. Toch moeten ze doorgaan, want vernieuwing is de enige sleutel tot succes in de toekomst."

# Wat doet de KNS nu eigenlijk?

Tijdens de ALV bleek dat het niet voor iedereen duidelijk is wat de KNS nu precies voor haar leden doet. Een opmerking die wij serieus nemen want wij vertellen 'ons verhaal' graag. Het is ook enorm belangrijk dat leden de toegevoegde waarde van het lidmaatschap zien én waarderen. In alle edities van De Slager besteden wij aandacht aan KNS-activiteiten en in de laatste editie van het jaar is er altijd een terugblik op het afgelopen jaar. Bovendien verschijnt in december altijd het KNS Jaaroverzicht dat samen met de factuur wordt opgestuurd naar alle leden.

#### Met plezier zetten we nu even kort de voordelen van het KNS-lidmaatschap op een rij:

- Ondersteuning en advies op maat bij vragen of problemen.
- Belangenbehartiging namens de slager/ondernemer door de KNS in alle relevante nationale en internationale overlegorganen. Zo heeft de KNS bijvoorbeeld door participatie in het Platform Ambachtseconomie een grote bijdrage kunnen leveren aan het adviesrapport voor de SER.
- Lidmaatschap van MKB-Nederland, waarbinnen de KNS namens de slager-ondernemer onderhandelingspartner is met de overheid.
- Vertegenwoordiging namens de werkgevers in het slagersbedrijf door de KNS in de cao-onderhandelingen.
- Gespecialiseerde kennis op juridisch, bedrijfseconomisch en vleestecnologisch gebied. Met de Ingrediëntendatabase maar ook de aankomende modules 'Dierenwelzijn'



- Aanpassingen in de module 'Slachten' wordt er een vertaalslag gemaakt van EG-verordeningen naar praktische modules waarmee een slager aan de betreffende wetgeving kan voldoen.
- Financieel voordeel door bijvoorbeeld kostenbesparende deelname aan SAS ZorgPortaal (herverzekering van ziekterisico's, collectieve zorgverzekering, branche-RIE, collectieve Arboregeling, re-integratiebedrijf), Collectief verzekeringspakket (aansprakelijkheidsverzekeringen) van SuperGarant Verzekeringen maar ook voordeel op andere producten variërend van brandstof tot telefonie, deelname graaggedaan.nl tot relatiegeschenken (zie ook ledenvoordeel op pagina 29). Ook voor medewerkers zijn er voordelige aanbiedingen geregeld.
- Verstrekking van de Hygiëncode voor het Slagersbedrijf ter waarde van € 68.90, het nieuwe cao-boekje, arbeidscontracten en andere documenten gericht op werkgever- en ondernemersschap.
- Informatieverstrekking over actualiteiten, achtergrondinformatie over de slagersbranche door vakblad 'De Slager'

die 11x per jaar verschijnt met 1x per jaar een Special t.w.v. € 75,-. Wekelijks ontvang je per mail de KNS nieuwsbrief met het laatste nieuws over en uit de slagersbranche en natuurlijk via Twitter en Facebook.

- Uitnodiging voor alle georganiseerde ledenbijeenkomsten zoals KNS Inspiratiecongres en regiobijeenkomsten.
- Gratis deelname aan vakwedstrijden 'Spare Ribs Trophy' en 'Lekkerste Bal Gehakt'.

Hart voor slagers, dat is waar het allemaal om draait in onze vereniging. De KNS is een ledenorganisatie waarbij het individuele ledenbelang in combinatie met het branchebelang het vertrekpunt is van alle activiteiten. Het doel is om bruikbare en concrete meerwaarde van het lidmaatschap te realiseren om iedere euro contributie voor de KNS-leden terug te verdienen.

Bij vragen of behoefte aan meer informatie, neem contact op met het team van de KNS! KNS is bereikbaar via 070 3906365, via [info@knsnet.nl](mailto:info@knsnet.nl) of via Facebook en Twitter.



**Vacuümszakken**  
Echte kwaliteit heeft een naam!



# Jouw bedrijfspand na bedrijfsbeëindiging

Syntrus Achmea Real Estate & Finance beheert de vastgoedbeleggingen voor het Pensioenfonds voor het Slagersbedrijf. Met dit artikel wil Syntrus Achmea inzicht geven in de huidige dynamiek die zij waarnemen in de vastgoedmarkt en bij banken. Dit heeft niet direct met de dagelijkse gang van zaken van jouw onderneming te maken. Desondanks kan de impact groot zijn, bijvoorbeeld bij onvoorziene waardedalingen en bij gebrek aan financieringsmogelijkheden.

Als vastgoedbelegger vindt Syntrus Achmea het belangrijk om je te wijzen op enkele aandachtspunten. De rode draad is dat tijdig nadenken over de aanwending van jouw bedrijfspand bij staking van de onderneming kan helpen om verrassingen op cruciale momenten te voorkomen. Een goede voorbereiding en het inwinnen van de juiste adviezen

zijn erg belangrijk en kunnen het verschil maken bij een goed pensioen. Syntrus Achmea staat voor samen werken aan een houdbaar inkomen voor later. In het groot maar ook zeker in het klein. Daarom informeert Syntrus Achmea je graag hierover. Uitgerekend in het huidige moeilijke economische klimaat maakt de

babyboomgeneratie zich op om te gaan genieten van een welverdiende oude dag. Wie neemt het stokje over?

Starters komen moeilijk aan een lening. Banken zijn door de aangescherpte kapitaalseisen kritischer geworden en de verslechterende marktomstandigheden helpen niet mee.

Er zijn in Nederland ongeveer 260.000 familiebedrijven, die zorgen voor bijna de helft van het aantal banen in Nederland. Veel ondernemers zien het eigen bedrijfspand als een belangrijke, zo niet de belangrijkste oudedagsvoorziening. De laatste jaren zijn er echter diverse voorbeelden geweest, waarbij het niet mogelijk bleek om deze oudedagsvoorziening te verzilveren.

Het wordt namelijk steeds lastiger om een opvolger of koper voor jouw bedrijfspand te vinden. De jonge generatie kiest steeds vaker voor een andere loopbaan. In vergelijking met andere landen is in Nederland de bereidheid om door te gaan in een familiebedrijf zeer gering. Tegelijkertijd is er in sommige branches sprake van overbewinning, met leegstand tot gevolg.

Locatie speelt een grote rol. Op goede plekken, met veel winkelend publiek, lukt het nog wel een huurder te vinden, maar winkels die 'uit de loop' liggen krijgen het steeds moeilijker. Daarnaast speelt de courantheid van een gebouw een rol. Over het algemeen kan worden gesteld dat winkels met een brede gevel, en die niet al te diep zijn, het beste in de markt liggen. Veel slagerijen kennen echter, onder andere door koelcellen, een indeling die hier niet aan voldoet. Daardoor liggen deze winkels moeilijker in de markt voor potentieel gegadigden uit andere branches. Flexibiliteit qua bestemming is daarnaast een lastig punt. Wat nu een winkelbestemming heeft moet van de gemeente in de meeste gevallen een winkelbestemming houden, waardoor andere functies (zoals bijvoorbeeld ombouw naar woningen) niet mogelijk is.

Het slechtste scenario is een leegstaand, minder courant winkelpand op een ongunstige locatie. Leegstaande winkels worden niet tot nauwelijks verkocht, ook niet tegen een lage prijs. Starters zijn er niet veel. En beleggers in vastgoed willen zekerheid, liefst een huurcontract met een solvabele, landelijke winkelketen.

Vroeger gebeurde het nog wel dat de stoppende ondernemer zijn opvolger een lening verschafte voor het gedeelte dat buiten de financieringsmogelijkheden van de bank ligt. Banken moeten daar toestemming voor geven, maar zijn daar niet meer voor te porren. Dan is er

*"Natuurlijk zijn de kernwaarden ambachtelijk, duurzaam, natuurzuiver en 'van dichtbij' richtinggevend"*

namelijk een extra partij die executieverkoop kan afdwingen bij wanbetaling en dat levert in de huidige markt nog maar 30 à 40% van de taxatiewaarde op.

Het is daarom belangrijk tijdig na te denken over de bestemming van het in eigendom zijnde bedrijfspand bij staking van de onderneming. Het bedrijfspand is vaak één van de grootste posten op de balans van een onderneming. Na beëindiging van de activiteiten worden geen inkomsten meer gegenereerd waardoor de kapitaalslasten niet meer opgebracht kunnen worden. Verhuur of verkoop aan derden is geen vanzelfsprekendheid. Wat kan er verder met het object? Waar zitten mogelijke problemen? En hoe kijkt de financier ertegen aan? Hieronder geven wij twee voorbeelden die deze problematiek illustreren.

## 1. NA STAKING VAN DE ONDERNEMING WORDT HET OBJECT VERKOCHT

Door de aanzienlijke waardedaling en de stilgevallen vraag naar vastgoed, staan de verkoopprijzen onder druk. Het is dus de vraag hoe snel het object verkocht kan worden en of de mogelijk te realiseren verkoopprijs voldoende is voor bijvoorbeeld het aflossen van de lening. Het is verstandig om, ruim voordat de onderneming wordt gestaakt, een realistische en actuele waardering

en een verkoopplan van het object te laten opstellen. Dan kun je ook beoordelen hoe de mogelijke verkoop jouw financiële positie zal beïnvloeden en of de verwachte opbrengst voldoende is voor de bijbehorende verplichtingen. Deze kunnen bestaan uit aflossing van de hypotheek en de overige financieringen en uit mogelijke storting van gelden in een pensioenverzekering. Mocht de verwachte opbrengst te weinig zijn voor het aflossen van de hypotheek, dan kun je tijdig met jouw bank in overleg treden om tot een oplossing te komen. Mocht verkoop van het object in huidige staat tot problemen leiden, kun je je laten adviseren over mogelijke alternatieve bestemmingen zoals, indien het bestemmingsplan het toelaat, herontwikkeling tot woningen. Omdat dit langlopende trajecten zijn, is het belangrijk tijdig actie te ondernemen.

## 2. NA STAKING VAN DE ONDERNEMING VERHUUR JE HET OBJECT

Indien een object na staking van een onderneming wordt verhuurd, spelen twee belangrijke zaken. Ten eerste: is het object gefinancierd en ten tweede: vindt er een fiscale verschuiving plaats van box 1 naar box 3?

Ten aanzien van het eerste punt: vaak verandert de financiële situatie wezenlijk. Tot het moment van staking worden de vereiste inkomsten om rente en aflossing en te voldoen, gerealiseerd door de ondernemingsactiviteiten. Omdat deze worden gestaakt zet de bank niet zonder meer de lopende financieringen door. De bank moet immers de inkomsten na staking beoordelen om de leningen te kunnen laten doorlopen. Het is niet vanzelfsprekend dat de bank de leningen tegen dezelfde condities zal laten doorlopen.

Ook in dit geval is het belangrijk om tijdig te anticiperen. Belangrijke factoren voor de bank zijn de condities van het huurcontract, een indicatie van de waarde in verhuurde staat, en inzicht

Lees verder >>



*"Tijdig nadenken over de aanwending van jouw bedrijfspand bij staking van de onderneming"*

Met dit artikel hebben wij inzicht willen geven in de huidige dynamiek die wij waarnemen in de vastgoedmarkt en bij banken. Dit heeft niet direct met de dagelijkse gang van zaken van jouw onderneming te maken. Desondanks kan de impact groot zijn, bijvoorbeeld bij onvoorziene waardedalingen en bij gebrek aan financieringsmogelijkheden.

Als vastgoedbelegger vinden wij het belangrijk om je te wijzen op enkele aandachtspunten. De rode draad is dat tijdig nadenken over de aanwending van jouw bedrijfspand bij staking van de onderneming kan helpen om verrassingen op cruciale momenten te voorkomen. Een goede voorbereiding en het inwinnen van de juiste adviezen zijn erg belangrijk en kunnen het verschil maken bij een goed pensioen. Syntrus Achmea staat voor samenwerken aan een houdbaar inkomen voor later. In het groot maar ook zeker in het klein. Daarom informeren wij je graag hierover.

Mocht je nog vragen hebben, neem dan gerust contact met ons op. Syntrus Achmea: Martijn Louwerse, Commercieel Manager Vastgoedfinancieringen, 020 6065819 of Niels van Wonderen, Manager Strategie Business Unit Woningbeleggingen, 020 6065660.

in jouw inkomenssituatie na staking van de onderneming. Indien je van plan bent het object te verhuren maar nog geen huurder hebt gecontracteerd, houdt er dan rekening mee dat de bank moeite heeft met het doorzetten van de financiering. Inzicht in de mogelijke verhuurbaarheid, onderbouwd door een goed ingevoerde makelaar, is dan van groot belang.

Ten aanzien van het tweede punt: indien het object in box 1 is aangehouden en dus als ondernemingsvermogen van de IB onderneming is gekwalificeerd, gaat het object bij staking in veel gevallen over naar box 3, bijvoorbeeld wanneer

het object aan derden wordt verhuurd.. Het verschil tussen de economische waarde en de fiscale boekwaarde wordt in dat geval gezien als winst. Hierover is inkomstenbelasting verschuldigd. Deze belastingclaim kan een aanzienlijke omvang aannemen, zeker als het object al langer in bezit is. Omdat het object in eigendom blijft, komen er geen middelen vrij om de claim te voldoen. Er zijn diverse fiscaal vriendelijke mogelijkheden om deze claim te beperken. Veel van deze mogelijkheden vergen echter de nodige voorbereidingen, die ruim voor staking van de onderneming in gang dienen te worden gezet. Jouw accountant kan je hierin begeleiden.

Over op **IBAN**

# Over op IBAN: Veelgestelde Vragen

Op dit moment worden betalingen vooral op nationaal niveau geregeld. Dit zorgt voor een verscheidenheid aan technische standaarden, infrastructuren en soorten betaalmiddelen binnen Europa. De nieuwe (SEPA)standaarden maken een einde aan de verschillen tussen betalingssystemen, waardoor eurobetalingen overal op dezelfde manier plaatsvinden. Dan hebben we een rekeningnummer (IBAN), overschrijvingen, incasso's en betaalpassen die voor binnenlandse en grensoverschrijdende betalingen (binnen heel SEPA) te gebruiken zijn.

Over circa 5 maanden moet iedereen, zowel ondernemers als burgers en overheid, zijn overgestapt op SEPA betaalproducten. Op 1 februari 2014 is betalen en betaald worden via de Nederlandse girale betaling of automatische incasso niet meer mogelijk. De complexiteit van de overgang is afhankelijk van factoren als betaalgedrag, grootte van bedrijf en software (standaard of maatwerk, wel/geen updates). In de praktijk blijkt dat de tijd en capaciteit die nodig is vrijwel altijd wordt onderschat.

Wat zijn veelgestelde vragen?

**WORDT MIJN ADRESBOEK BIJ HET INTERNETBANKIEREN AUTOMATISCH OMGEZET?**

De adresboeken die je gebruikt voor internetbankieren worden door je bank op enig moment omgezet naar IBAN. Je wordt door je eigen bank geïnformeerd op welk moment dit precies plaats vindt. Het is dus raadzaam om je adresboek zo compleet mogelijk te hebben met alle rekeningnummers waar je geld naar overboekt. Dan kunnen deze straks automatisch door je bank omgezet worden naar IBAN. Je kunt grotere hoeveelheden

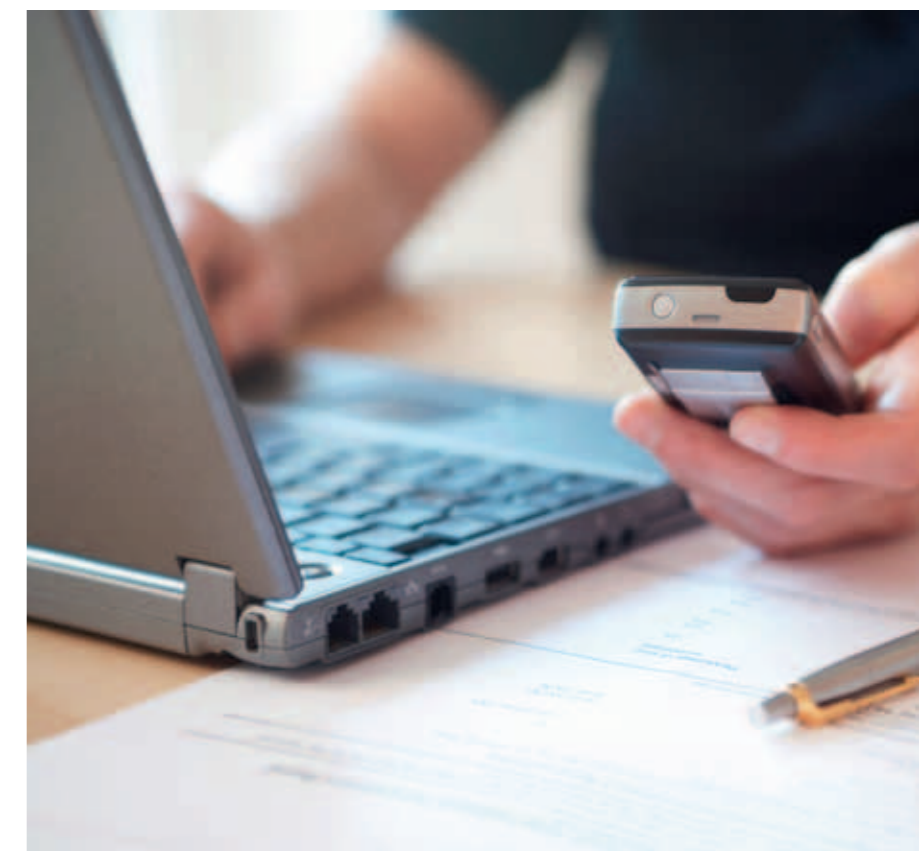
communicatiemiddelen te worden aangepast!

**WAT VERANDERT ER VOOR OVERSCHRIJVINGEN?**

Met de nieuwe standaard voor overschrijvingen (SCT, SEPA Credit Transfer) kan op uniforme wijze binnen Nederland en de overige SEPA-landen worden betaald.

De veranderingen zijn:

- In plaats van het huidige rekeningnummer, wordt gebruik gemaakt van IBAN. Dit nummer kan maximaal uit 34 tekens bestaan.
- Een mededeling kan uit 140 tekens bestaan. Dit is 44 tekens meer dan bij de huidige overschrijvingen.



Lees verder >>



- Het betalingskenmerk wordt uitgebreid van 16 naar 35 tekens en heet voortaan betalingsreferentie.
- Het format voor bedrijven voor het aanleveren van bulktransacties wordt ISO 20022 XML.

De nieuwe standaard voor overschrijvingen bestaat al sinds 2008.

**WAT VERANDERT ER VOOR INCASSO'S?**

Ook incasso's krijgen net als overschrijvingen nieuwe standaarden (SDD: SEPA Direct Debit) en bieden ruimte voor IBAN. Dat betekent dat het mogelijk is om een leverancier in het buitenland te machtigen om geld af te schrijven of om zelf internationale incasso's uit te geven. De nieuwe standaard voor de incasso bestaat al sinds 2010, naast de huidige incasso, maar wordt nog maar zeer beperkt gebruikt. Uiterlijk 1 februari 2014 is de nieuwe standaard volledig ingevoerd.

De nieuwe standaarden voor incasso's brengen de nodige veranderingen met zich mee voor bedrijven: zo gelden er andere aanlevertermijnen voor incasso's bij de bank. Ook zijn er richtlijnen over het vooraf informeren van debiteuren over het bedrag en het moment dat je gaat incasseren (prenotificatie). Tevens vragen de administratie en het machtigingenbeheer de nodige aanpassingen in jouw bedrijfsvoering. Machtigingen voor de standaard incasso blijven geldig, maar machtigingen voor zakelijke incasso's, waarvoor geen terugboekrecht bestaat, moeten opnieuw worden afgegeven. In alle gevallen moet je een nieuw incassocontract afsluiten met de bank.

**WAT GEBEURT ER MET DE ACCEPTGIRO?**

De acceptgiro wordt, evenals de overschrijving en de incasso, aangepast aan de nieuwe Europese (SEPA-)standaarden. Op deze manier kan de acceptgiro straks ook met het (langere) rekeningnummer IBAN worden gebruikt.

**WAT VERANDERT ER PRECIES VOOR DE SOFTWARE?**

Je huidige softwareleverancier kan je het beste informeren over de aanpassingen die moeten worden gedaan om de nieuwe standaarden in te voeren. Als je bijvoorbeeld gebruik maakt van een boekhoudkundig pakket, moet je een aantal aanpassingen doen. Zo verandert het formaat voor het aanleveren van bestanden. Ook moet je van je klanten en andere relaties aanvullende gegevens verzamelen voor je administratie, zoals hun IBAN. Neem daarom contact op met jouw softwareleverancier. Vraag ook of er aanpassingen nodig zijn voor rapportages.

**WAT MOET JE ALLEMAAL DOEN OM OVER TE STAPPEN OP IBAN?**

De impact van de aanpassingen verschilt per bedrijf. Wil je snel inzichtelijk krijgen met hoeveel werk en tijd jouw bedrijf rekening moet houden? Doe dan de IBAN-Impactcheck op: [impactcheck.overopiban.nl/impactcheck](http://impactcheck.overopiban.nl/impactcheck), het invullen kost maximaal 5 minuten.

Het is belangrijk om tijdig actie te ondernemen om op tijd gereed te zijn voor deze overgang. Veel inhoudelijke informatie over de nieuwe betaalmiddelen (inclusief stappenplannen) is te vinden op de website van de Betaalvereniging:

[www.betalvereniging.nl/europees-betalen](http://www.betalvereniging.nl/europees-betalen). Ook kun je veel informatie vinden op de website van jouw eigen bank.

# MKB mist online kansen

Midden- en kleinbedrijven (MKB) missen kansen in het vinden van nieuwe klanten, doordat de websites van deze bedrijven zijn verouderd en onvoldoende scoren op vindbaarheid. Dat blijkt uit de MKB Online Monitor, een halfjaarlijks onderzoek uitgevoerd door TNS NIPO in opdracht van DTG (De Telefoongids B.V.) onder ruim 1.000 ondernemers in het MKB.

Uit dit onderzoek blijkt ook dat een kwart van het MKB een website heeft die ouder is dan vier jaar en 28% zelfs helemaal geen bedrijfswebsite heeft. Bijna 37% van de MKB-bedrijven in Nederland geeft echter aan binnen twee jaar te investeren in een nieuwe website.

Uit gesprekken met de ondernemers die binnen twee jaar in een website willen investeren blijkt dat 51% de bouw van hun website wil uitbesteden, 19% van de ondernemers de website zelf gaat bouwen en 30% de bouw bij familie, vrienden of kennissen neerlegt. De gemiddelde prijs die een MKB'er betaalt voor een nieuwe website is € 1.982 en de maandelijkse kosten voor onderhoud, hosting en overige diensten bedragen ongeveer 40 per maand.

"Dat MKB-ondernemers een website nodig hebben, realiseren zij zich bijna



altijd", aldus Erik Hoekstra, CEO van DTG. "Maar als je doorvraagt of de website bijvoorbeeld ook op een smartphone goed te bekijken is en of de site goed vindbaar is, dan is dat vaak een brug te ver. Als ondernemers een website laten bouwen, moet deze direct geoptimaliseerd zijn voor zoekmachines en goed leesbaar zijn op smartphones."

**PROFESSIELEEL ADVIES**

MKB-bedrijven besteden de bouw van de website uit omdat ze zelf geen tijd hebben en omdat het hen aan online expertise ontbreekt. Als het gaat om advies hechten de meeste ondernemers veel waarde aan het advies van collega's (41%) en vrienden en familie (36%). Slechts 36% van de MKB'ers gaat eerst in gesprek met een professioneel adviseur. "Nog altijd wordt ruim 20% van de websites door een goede bekende van de ondernemer gemaakt. Een grote groep ondernemers mist daardoor belangrijke kansen als het gaat om de vindbaarheid van zijn bedrijf op internet en het bereiken van nieuwe klanten", aldus Erik Hoekstra.

Wat bij elke vorm van communicatie van een bedrijf erg belangrijk is (net zoals bij de advertentie in de krant), is

waarom en voor wie je dit doet. Dus 'wie is de doelgroep?' en 'wat wil je bereiken?' staan centraal bij het inzetten van een communicatiemiddel, dit geldt dus ook bij het inzetten van een website.

**DOELEN**

Bij het bouwen van een website moeten altijd de gewenste doelen en mogelijkheden het uitgangspunt zijn. Een website voor een onderneming kan verschillende doelen hebben. Ook is het van belang om te bedenken wie de website gaan bezoeken en wat deze bezoekers willen (weten). De website kan bijvoorbeeld dienen als visitekaartje van het bedrijf en toont daarom het mooiste van de huisstijl en de (onderscheidende) producten van het bedrijf. Op verschillende sites worden bijvoorbeeld aanbiedingen, recepten en pangerechten geplaatst. Ook filmpjes over het maken van producten, zoals gekookte worst, zijn steeds vaker op websites te vinden. Op deze manier kun je de beleving in de winkel ook online overbrengen.

Een ander doel is meer zakelijk, namelijk het informeren. De website informeert klanten over het bedrijf, de producten of diensten en biedt diverse mogelijkheden om in contact te komen met het bedrijf.

Het goed leesbaar zijn op smartphones kan hiervoor ook belangrijk zijn.

**WEBSHOP**

Een ander doel van een website kan zijn om producten online te verkopen, ook wel een webshop genoemd. Een goede webshop moet gebruiksvriendelijk zijn, goed vindbaar door de zoekmachines, vertrouwen uitstralen naar de bezoeker en snel werken. En, het assortiment dat aangeboden wordt moet ook hier weer aansluiten op de doelgroep die de (web) shop bezoekt.

De activiteiten van de slagerij online zijn dus een verlengde of een aanvulling van wat in de slagerij gebeurt. Een manier om (nieuwe) klanten de weg naar jouw winkel te laten vinden of juist bestaande klanten iets extra's te geven wat in de winkel niet overgebracht kan worden. Zeker met de verandering in consumentengedrag of het aanspreken van een jongere consumentendoelgroep is het laten aansluiten van de website (en de andere online communicatiemiddelen) op de slagerij een must!

(bron: DTG [artikel MKB bedrijven missen online kansen door verouderde websites])

# NECO: van riek tot vork

Met een capaciteit van circa 350 dieren per week is, met het 100% Belgisch wit/blauw, NECO/Vandenbogaerde uit Menen (B) een actieve speler op de Belgische en Nederlandse vleesmarkt. Het vleesras kenmerkt zich door een grote beveleedheid en opmerkelijk rendement.

De samenwerking met Neco en hun aangesloten mesters is de basis van een constante aanvoer van wit/blauwe stieren van 24 maanden oud. Edwin Heuvelink en Karin Broers zijn beide vleesadviseur in Nederland van Neco. "Bij Neco staan diverse mesters onder contract," vertelt Heuvelink. De mesters moeten aan veel voorwaarden voldoen, allemaal aan de hand van een logboek, dat aan een constante, externe, controle onderhevig is. De dieren worden gevoed met gras, stro, maïs en gecontroleerd krachtvoer: zonder genetisch gemanipuleerde ingrediënten, geen antibiotica en vrij van dierlijk vet en meel. Verder zijn rust en voldoende bewegingsvrijheid, op stro, belangrijke elementen voor de juiste ontwikkeling. Ons totale proces staat overigens onder IKB-controle."

## SLACHTPROCES

De slachtingen, wegingen, classificatie en sanitaire controles worden uitgevoerd volgens de Europese normen. Karin Broers: "We controleren continu de Ph



en temperatuur van het vlees. Door analyses van de genomen monsters, bieden we onszelf en de afnemers zekerheid over de juiste bacteriologische waarden van het vlees. Vlees met bijvoorbeeld een te hoge Ph leveren we niet uit aan de slager."

## BEWERKING

In het productiecentrum in Menen zijn circa 170 mensen werkzaam. Nadat het vlees teruggekoeld is in de kern naar zeven graden Celsius, benen ambachtelijk geschoolde slagers het uit en selecteren de diverse onderdelen naar hun bestemmingsmogelijkheden. "Wij beschouwen deze werkzaamheden als een van onze basisactiviteiten," aldus Broers. "De slager die ons vlees op zijn blok krijgt, moet ervan op aan kunnen dat het vlees vakkundig is behandeld en bewerkt. Doordat de onderdelen van de voorvoet ook erg mals zijn, biedt dit vleesras de mogelijkheid om geheel nieuwe bestemmingen aan een technisch deel te geven," vult Heuvelink aan. Heuvelink en Broers bieden klanten graag advies en hun vakkennis aan bij het uitsnijden van het vlees, waarbij een uitgebreide rendementsoverzicht behoort.

## MAATWERK EN STANDAARD

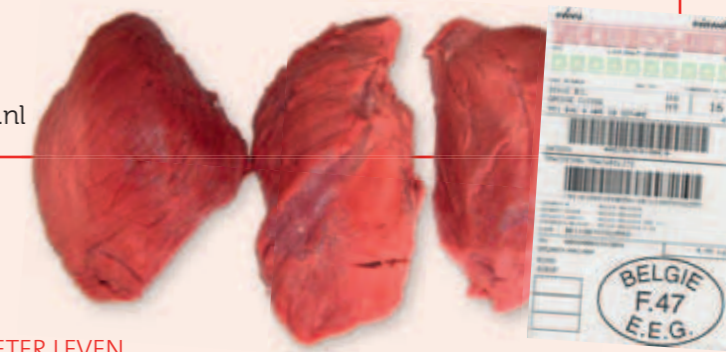
Neco biedt de slagerondernemer een breed assortiment van technische delen van de wit/blauwe kwaliteit. Broers: "We hebben standaard onder andere biefstukpakketten bestaande uit alleen kogels of andere biefstukdelen. De kwaliteit van het vlees is zo goed, dat we ook van bijvoorbeeld delen van de voorvoet biefstuk kunnen snijden. Ook die delen bieden we volledig gevlied en in kleine verpakkingen aan. Wil men echter (ook) een voet of pistola geleverd hebben, dan kan dat zeker. De onderdelen leveren we af in kratten met een inhoud van circa 20 kilo. Elk vleesdeel is voorzien van een etiket met alle relevante gegevens zoals, land van herkomst, slachtdatum en THT. Neco geeft bij aflevering van het vlees een minimale THT van drie weken. Op snippers veertien dagen."

## Vleesadviseur Karin Broers

Karin Broers volgde het slagersvak bij SVO; vanaf gezel tot specialiteitslager. Als chef-slager heeft ze veel ervaring opgebouwd bij slagerondernemers en ook binnen de retail.

Haar vakmanschap staat borg voor een gedegen advies op het velerlei gebied; waaronder inkoop, calculatie, uitsnijden, bereiding enzovoort. Haar functies binnen de retail staan borg voor het scherpe berekeningen en het realiseren van voldoende rendement. Nederlandse slagerondernemers die met het Belgische wit/blauwe vleesras willen kennismaken, is zij graag van dienst met haar kennis.

Karin Broers bellen of mailen? Tel. 06 201 34 863  
e-mail [karin@neco-bv.nl](mailto:karin@neco-bv.nl). Voor meer informatie: [www.neco-bv.nl](http://www.neco-bv.nl)



## BETER LEVEN

In samenwerking met de Dierenbescherming is Neco bezig om eenzelfde IKB traject op de zetten voor Blonde Aquitaine onder het Beter Leven label. Dit zijn lichtere dieren die op natuurlijke wijze geboren worden.

## CONSTANTE KWALITEIT

Neco wil zich graag bewijzen bij de Nederlandse slager. "Ik ben ervan overtuigd dat wij de Nederlandse slager een uitstekend stukje vlees bieden. Vlees dat mals is en mooi van kleur, mager is en van constante kwaliteit. Bovenal kan er een uitstekend en hoog rendement mee worden behaald. Ik wil de slager graag van informatie te voorzien en kan hem of haar begeleiden naar een op maat afgestemde inkoop. We leveren nu al bij een groot aantal slagers. Sommigen hebben aan de hand van de opgedane ervaringen, ervoor gekozen alléén nog rundvlees van de wit/blauwe kwaliteit te verkopen."

## ASSORTIMENTSBOEK

Een assortimentsboek met alle relevante gegevens over het vlees wordt bij een eventuele samenwerking met Neco door Karin afgeleverd. Alle onderdelen worden samen met de bestelnummers en beeld van het product aangegeven. Ook staat hier het afleveringsschema in.



"De slager die ons vlees op zijn blok krijgt, moet ervan opan kunnen dat het vlees vakkundig is behandeld en bewerkt"



# Slagerspassie: afwisselend en interactief

'Slagerspassie' staat een heel eind in de steigers. Alle inhoud is af. Het grootste deel van de filmreportages zijn gedraaid. Er komt nog een aantal fotografiedagen aan, maar dan zijn we op het punt dat al die inhoud, media en de vormgeving samenkomen in magazines en artikelen. Doel is dat het sprankelend en inspirerend wordt! In de magazines kom je straks verschillende soorten pagina's tegen. Benieuwd? Lees dan snel verder!

## REPORTAGES

Er is een aantal reportages opgenomen in de magazines en artikelen. In deze films vertellen collega-ondernemers en medewerkers hoe zij de dingen in hun slagerij doen. Wij kunnen alvast verklappen dat dit informatief, inspirerend en vaak ook



verrassend is. Het brengt zelfs de meest ervaren ondernemers en medewerkers op ideeën. Je eigen inhoudelijke bijdrage leveren kan door jouw reactie of voorbeeld te plaatsen. Zo inspireer je anderen en door in gesprek te gaan kun je je eigen werkwijze misschien nog wel verbeteren. Twee weten altijd meer dan één, samen heb je veel kennis en goede ideeën en

waardoor je samen nog meer kennis maakt en op nieuwe ideeën komt.

## DIASHOW

De reportage is natuurlijk niet de enige pagina van de magazines in 'Slagerspassie'. Zo is er ook de diashow. Hier zie je een aantal voorbeelden 'in beeld' bedoeld als inspiratie. De tekst vertelt je het hoe, wat of waarom. Zo weet je precies wat je ermee zou kunnen. Dat helpt je om te bedenken of en op welke manier het iets voor jou is. Natuurlijk wil je rustig kijken. Je kunt daarom zelf doorklikken op de dia's. Op deze manier bepaal je zelf je het tempo. Ook hier kun je zelf een reactie in beeld of tekst plaatsen. Goede toevoegingen zien je collega's graag!

## POLL

Het is natuurlijk leuk om zelf je mening te geven én te weten wat de mening van anderen is. Daarvoor is de poll. Door het invullen van de poll kun je een andere kijk op je vak krijgen. Wil je zelf nog iets



"Twee weten altijd meer dan één, samen heb je veel kennis en goede ideeën"

kwijt of iets aanvullen? Dan plaats je een reactie.

## STRIP

Om situaties in beeld te brengen wordt soms een strip gebruikt. Dit zijn soms grappige strips omdat situaties erg overdreven worden, maar de strip brengt ook heel serieuze situaties in beeld. De strip zet je op een andere manier aan het denken over een situatie. Komt dit bij jou ook voor? Hoe ga jij om met dit soort dingen? Zet je reactie op de pagina en lees ook de reacties van je collega's.

## VOLG DE ONTWIKKELING VAN 'SLAGERSPASSIE'

Natuurlijk zijn er nog meer varianten van de pagina's in 'Slagerspassie'. In de basis zijn die allemaal afwisselend en interactief. Wat daarnaast belangrijk is dat je in de magazines en artikelen alles vindt wat je nodig hebt. De opbouw is daarom overall ongeveer hetzelfde. Vergelijk het maar met een tijdschrift waarin je weet wat je waar kunt vinden en zin hebt om te lezen.

Nieuwsgierig geworden naar wat er verder te vinden is in 'Slagerspassie' en de voortgang van het project? Kijk op [www.facebook.com/slagerspassie](http://www.facebook.com/slagerspassie) en [www.twitter.com/slagerspassie](http://www.twitter.com/slagerspassie) en [www.slagerspassie.nl](http://www.slagerspassie.nl) staan alle sociale mediaberichten samengevat.

# Professionele reclame via Slagersplein

Wil je in jouw slagerij eens iets anders dan handgeschreven posters of borden? Kijk dan eens in 'Slagersplein'. 'Slagersplein' is jouw eigen digitale reclamebureau waar je al je reclame- en communicatie-uitingen in één muisklik kunt ontwerpen en (laten) afdrukken. Bovendien helpt 'Slagersplein' je bij het opstellen van een marketing- en reclameplan. Met dit plan kun je al jouw reclame-uitingen in een jaarplanning verwerken en op deze manier op tijd inspelen op bijvoorbeeld het seizoen of groot (sport)evenement. Het is nu bijvoorbeeld een mooie tijd voor een 'back to school' campagne. Ook kun je heel gemakkelijk en snel reclame-uitingen afdrukken zoals



toonbankkaartjes, posters, advertenties en flyers. Je kunt jouw eigen beeldmateriaal gebruiken bij het maken van de posters of flyers maar ook de gratis beelden die in 'Slagersplein' staan.

Wil je gebruik maken van 'Slagersplein'? Log in via Mijn KNS (rechterbovenhoek van deze site) met je gebruikersnaam en wachtwoord. Je wordt dan stapsgewijs begeleid om deze middelen te ontwikkelen.

## LEDENVOORDEEL

# 35% korting op Siemens en meer met KNS Ledenvoordeel

Met het ledenvoordeel van de KNS krijg je nu tot wel 35% korting op huishoudelijke apparaten van Siemens. Siemens staat bekend om zijn kwaliteit, energiezuinige apparatuur en nieuwste technologie. Je bestelling wordt gratis thuisbezorgd. Zowel ondernemer als medewerker profiteert van kortingen op diensten, verzekeringen, hotelovernachtingen en nog veel meer.

Als KNS-lid kan je namelijk profiteren van ledenvoordeel door de collectieve inkoop van Members' Benefits. De



medewerkers van jouw team trouwens ook. Als je dit inkoopprogramma gebruikt kan je kortingvoordeel krijgen, oplopend tot wel 40%. Dat is wat je noemt toegevoegde waarde. Kijk gauw op [www.knsnet.nl/ledenvoordeel](http://www.knsnet.nl/ledenvoordeel).



# Rundergehakt van de slager bewezen magerder

Uit recent onderzoek van TNO blijkt dat rundergehakt van de zelfstandige slager minder vet bevat dan dat van de supermarkt. Het onderzoek dat is uitgevoerd in opdracht van de KNS toont aan dat het gemiddelde vetgehalte van rundergehakt van de zelfstandige slager 10,9% bedraagt, dit ten opzichte van een totaal vetgehalte van 19,8% bij supermarkt gekocht. Gehakt is enorm populair bij consumenten vanwege toepassingsmogelijkheden, smaak en de prijsstelling.

De conclusie is getrokken op basis van een representatieve (anonieme) steekproef door bemonstering bij zowel slagers als supermarkten. Op basis van analyse van het totaal vetgehalte van rundergehakt bij 24 aangesloten KNS slagers en 22 landelijke supermarkten wordt geconcludeerd dat het totaal vetgehalte van rundergehakt van de slagers significant lager is dan het totaal vetgehalte van het rundergehakt van de supermarkt. Het gemiddeld totaal vetgehalte van de slager is 10,9 gram per 100 gram met een spreiding van 5,1 gram, van de supermarkt is dit 19,8 gram totaal vet per 100 gram met een

spreiding van 3,4 gram.

KNS-directeur Peter Hoogenboom stelt: "Een van onze kernwaarden is mens en gezondheid. Doel is de consument te ondersteunen in zijn behoefte aan gezonde voeding en in de wens om een bewuste voedingskeuze te kunnen maken. De uitslag van dit onderzoek draagt zeker bij aan transparantie van verantwoorde voedingswaarden. Het terugdringen van vet en zout zijn enorm belangrijk voor de volksgezondheid. Dit slagersproduct levert zo een goede bijdrage aan gebalanceerde voeding. De Slager heeft als specialist de rol van adviseur richting de consument als het gaat om een verantwoorde keuze

*"Een van onze kernwaarden is mens en gezondheid"*

voor het product en de wijze waarop dit wordt bereid."

Hoofd Beleid Ondersnemerszaken & Vaktechnologie Hans Hulshof voegt toe "Ook de update van de Recepten- en Informatiemap voor het Slagersbedrijf – eveneens uitgevoerd door TNO – sluit aan op de kernwaarde mens en gezondheid. Door de recepten uit te breiden met het assortiment gehakt, vlog- en panklare artikelen en maaltijden respectievelijk maaltijdcomponenten is het mogelijk deze map als standaard te gebruiken voor

alle leden. Tevens worden er aanpassingen gedaan met als doel het assortiment zo veel als mogelijk aan te laten sluiten op adviezen van de Gezondheidsraad en te laten passen in een gezond dieet. Met andere woorden: we streven er naar het vet- en zoutgehalte in de recepten zoveel mogelijk te beperken zonder op smaak en lekker in te leveren."

## ACHTERGRONDINFORMATIE

In 2011 is het Nederlandse Voedingsmiddelenbestand (NEVO) bijgewerkt en hierbij zijn alle relevante gegevens van metingen van rundergehakt van zowel supermarkten als slagers bij elkaar gevoegd. De KNS stelde dat het rundergehakt, dat door de slager geproduceerd en verkocht wordt, magerder zou zijn dan het gehakt dat via de supermarkt verkocht wordt. Om dit aan te tonen zijn er in april 2013 bij 30 slagers en 23 supermarkten monsters rundergehakt gekocht en geanalyseerd op totaal vetgehalte. Het resultaat van dit onderzoek bewijst inderdaad dat het gemiddelde totaal vetgehalte van rundergehakt van de slager met 10,9% een stuk lager ligt dan dit product bij de supermarkt. Bij de slager ligt namelijk 95% van het totale vetgehalte van het rundergehakt tussen de 1,7 en 19,3 gram per 100 gram. Bij de supermarkt ligt het 95% van het totaal vetgehalte tussen de 8,0 en 25,3 gram vet per 100 gram.

Op basis van deze data heeft de KNS een aparte categorie aangevraagd in het Nederlandse Voedingsmiddelenbestand (NEVO tabel) onder de naam 'Gehakt runder- ambachtelijke slagerij rauw'. Door het creëren van deze extra categorie wordt slagersrundergehakt een onderscheidend product. Slagers kunnen er voor kiezen om op basis van deze analyse het product ook aan te duiden als mager rundergehakt (maximale vetgehalte 15 gram per 100 gram). De KNS is in gesprek met het Voedingscentrum om te onderzoeken of er mogelijkheden zijn deze bevindingen te communiceren richting consumenten.



## Controle arbeidsinspectie

Bij de KNS is het bericht binnengekomen dat de arbeidsinspectie controles uitvoert onder middelgrote en grote productiebedrijven in de slagersbranche. Daarbij wordt bijzondere aandacht geschonken aan de arbeidsrisico's die bij het schoonmaken van de productieruimten en machines kunnen optreden. De arbeidsinspectie let vooral op schermen en beveiligingsinrichtingen voor bewegende delen van machines en het niet goed functioneren ervan. Maar ook op gevaarlijke situaties bij het werken op hoogten en bij het gebruik van hogedrukreinigers en de mogelijkheid tot uitglijden of struikelen op gladde of oneffen vloeren. Voor wat betreft biologische agentia (stoffen van biologische oorsprong of levende

organismen bedoeld die de gezondheid van mensen kunnen aantasten) wordt vooral gelet op de maatregelen die zijn genomen om het risico op overdracht van micro-organismen op een goede manier te beheersen.

### RI&E

Bij de inspectie wordt ook gevraagd naar de aanwezigheid van een actuele risico-inventarisatie en -evaluatie (de branche-RI&E). Deze RI&E is gratis beschikbaar via [www.rie.nl](http://www.rie.nl) en is verplicht in de slagerij. We adviseren je om voor vragen over de RI&E contact op te nemen met de helpdesk van SAS ZorgPortaal op telefoonnummer 070 3011687.



# Ongeluk zit in een klein hoekje

## Werkgeversaansprakelijkheid – WEGAM

Als één van jouw medewerkers in het verkeer betrokken raakt bij een ongeval kun je als werkgever aansprakelijk gesteld worden voor de schade. Een werkgever is namelijk verantwoordelijk voor de omstandigheden waarin en waaronder een werknemer zijn werk moet doen.

### HET ARENA-ARREST

De Hoge Raad heeft in 2001 een belangrijke uitspraak gedaan (het 'Arena-arrest'). Aanleiding was een ongeval waarbij werknemers tijdens het werk met een busje gewond raakten. Alle werknemers konden hun schade verhalen op de WA-verzekering van de betreffende auto waarin ze zaten, alleen de chauffeur zelf kon dat niet. Deze chauffeur/werknemer heeft daarop van zijn werkgever een schadevergoeding geëist.

De Aansprakelijkheidsverzekering voor Bedrijven van de werkgever biedt voor deze schade geen dekking, aangezien schade met of door motorvoertuigen daarop standaard is uitgesloten. De Hoge Raad stelde de werknemer in het gelijk. Als ondernemer kun je dus aansprakelijk worden gesteld voor schade die jouw werknemer als bestuurder,

in- of opzittende van een motorvoertuig oploopt. Na de uitspraak van de Hoge Raad is toen de zogenoemde WEGAM polis ontwikkeld. WEGAM staat voor Werkgeversaansprakelijkheid bij Gebruik van Motorvoertuigen. Hoe men met voetgangers- en fietsongevallen tijdens 'werktijd' om moet gaan was nog niet uitgesproken, maar zeker was wel dat deze werkgeversaansprakelijkheid niet onder de dekking van de in het leven geroepen WEGAM-verzekering viel.

### HET VERVOLG

In 2008 heeft de Hoge Raad duidelijkheid gegeven in een uitspraak over een fietsongeval. Hierbij ging het voor de goede orde om een werk-gerelateerd fietsongeval van een thuiszorgmedewerker, dus niet om puur privé of puur woon-werk-fietsverkeer. Ook deze werknemer werd in



het gelijk gesteld.

In reactie op dit vonnis werd het daarna mogelijk om de dekking van de WEGAM polis of van de Aansprakelijkheidsverzekering voor Bedrijven uit te breiden met een dekking voor ongemotoriseerde verkeersdeelnemer/werknemer die tijdens werk gerelateerd transport/vervoer iets overkomt.

Verzekeraars bieden dus verschillende oplossingen. De risico's kunnen zowel onder de Aansprakelijkheidsverzekering voor Bedrijven als onder de WEGAM polis vallen. Laat je hierover goed informeren door jouw verzekeringsadviseur want het zijn risico's om bij stil te staan aangezien de financiële gevolgen aanzienlijk kunnen zijn. Want bij het verhalen van letselschade, inkomensschade, smartengeld en dergelijke kan het om serieuze bedragen gaan.

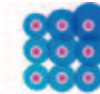
### TOT SLOT

Moeten werknemers voor de zaak gemotoriseerd reizen dan is het dus gelet op de rechtspraak zaak om te bekijken of een WEGAM-verzekering wenselijk is om aansprakelijkheid te verzekeren, en of het wenselijk is om de verzekering uit te breiden indien de werkgever in de praktijk ook te maken heeft met werknemers die zich te voet of te fiets voor de werkgever in het verkeer begeven.

Of we er hier nu mee zijn is nog maar de vraag. Er wordt over gesproken om ook het woon-werkverkeer onder de aansprakelijkheid van de werkgever te laten vallen. Laat je niet verrassen! Voor meer informatie kun je contact opnemen met SuperGarant: 070 3204680.



# Antwoorden die je kan geven indien jouw werknemer vragen heeft over...



'stichting de samenwerking' pensioenfonds voor het slagersbedrijf

### ZIEKTE

In het geval van ziekte is de loonbetaling van een medewerker, op grond van de Slagers-cao, het 1e half jaar 100%, het 2e half jaar 90% en het hele 2e jaar 80%. De pensioenopbouw vindt plaats op basis deze loonbetaling. Na twee jaar ziekte komt jouw werknemer in de WIA terecht. Was de werknemer ziek vóór 1 januari 2004? Dan heeft de werknemer te maken met de WAO. Krijgt de werknemer een WAO- of WIA-uitkering? Dan wordt de betaling van de pensioenpremie (gedeeltelijk) overgenomen door het pensioenfonds.

### VAN BRANCHE VERANDEREN

Bij verandering van branche, kan je werknemer deelnemer aan een andere pensioenregeling worden. De pensioenopbouw bij het pensioenfonds voor het Slagersbedrijf stopt. De werknemer kan het opgebouwde pensioen meenemen (maar, niet altijd!) en inbrengen in de pensioenregeling van de nieuwe werkgever.

### ONBETAALD VERLOF OPNEMEN

Onder betaald verlof vallen onder andere ouderschapsverlof, zorg- en adoptieverlof. Het is mogelijk om tijdens onbetaald verlof de opbouw van ouderdoms- en partnerpensioen vrijwillig voort te zetten. Bij het pensioenfonds kan de werknemer haar pensioenopbouw soms zelf tijdelijk vrijwillig voortzetten. Daarmee voorkomt de werknemer dat er een gat ontstaat in de pensioenopbouw.

### ONTSLAG KRIJGEN

Als de werknemer ontslag krijgt en werkloos wordt, stopt in principe ook de pensioenopbouw. Dit geldt voor het

ouderdoms- en partnerpensioen.

Het pensioen dat de werknemer in de pensioenregeling heeft opgebouwd blijft staan. Bij het pensioenfonds voor het Slagersbedrijf kan de werknemer de pensioenopbouw soms zelf tijdelijk vrijwillig voortzetten. Daarmee voorkomt de werknemer dat er een gat ontstaat in de pensioenopbouw.

### SCHEIDEN

Het beëindigen van een huwelijk, geregistreerd partnerschap of ongehuwde samenleving op grond van een notarieel samenlevingscontract heeft bijna altijd gevolgen voor het pensioen van de werknemer. Bij een echtscheiding krijgt de ex-partner (later) een deel van het ouderdomspensioen. Dit wordt verevening genoemd. Verevening is een wettelijke regeling. De werknemer kan onderling ook een andere regeling afspreken. Dit moet dan duidelijk vastgelegd worden in de huwelijkse voorwaarden, partnerschapscontract of echtscheidingsconvenant.

### PARTNER AANMELDEN

Huwelijken, partnerregistraties (en de eventuele ontbinding daarvan) en ongehuwde samenleving op grond van een notarieel samenlevingscontract worden via de Gemeentelijke Basisadministratie doorgegeven. De werknemer hoeft zelf zijn/haar partner niet aan te melden, behalve als de woonplaats niet in Nederland ligt. Dan moeten de partnergegevens schriftelijk doorgeven worden aan het pensioenfonds.

### KINDEREN

De werknemer hoeft de geboorte van een kind niet bij het pensioenfonds te melden. Er verandert namelijk niets in de opbouw van het pensioen van de werknemer. Als de werknemer overlijdt, hebben de kinderen (onder bepaalde voorwaarden) recht op een uitkering: het wezenpensioen.

Meer informatie? Verwijs je werknemer/werkneemster naar de website [slagerspensioen.nl](http://slagerspensioen.nl)



# Lekker Koken met... de versspecialist

U hebt passie voor uw producten, vertelt uw klanten graag over de herkomst, smaak en bereidingswijzen. Meer en meer bepalen kwaliteit en deze passie of ze bij u terugkomen. De klant neemt bovendien graag (samen met uw topkwaliteit producten) de juiste informatie mee naar huis. De samenwerking tussen Interkring Versgrossiers en het consumentenreceptenblad Lekker koken met... speelt naadloos in op deze klantbehoefte.

## TOONBANKACTIES

Elke maand heeft Interkring Vers een actie met diverse specialiteiten. Eén maand voor verschijning van het volgende nummer van Lekker koken met... plaatsen we in Vakblad De Slager de versproducten die in het magazine aan bod zullen komen. Dit blijkt een prima hulpmiddel om toonbankacties op poten te zetten. Uw klant leest in Lekker koken met... over de lekkerste specialiteiten, meestal gekoppeld aan een recept of maaltijdtip. Bent u een klant van Interkring Vers? Dan ontvangt u ook de actie-leaflet voor op uw toonbank.

## PROFITEER

Nog geen abonnee van Lekker koken met...? Neem dan de proef op de som en profiteer van de samenwerking tussen Interkring Vers en het aantrekkelijke consumentenreceptenblad. Met het uitdelen van het -voor uw klant gratis- magazine bouwt u aan klantenbinding en loyaliteit. Vraag het



abonneerformulier aan via [www.lekkerkokenmet.nl](http://www.lekkerkokenmet.nl) of via uw Interkring versadviseur. [www.interkring-vers.com](http://www.interkring-vers.com)



## September selectie

# Oven aan!



Lekker makkelijk! Deze Italiaanse lasagne warmt de klant op in de oven en wordt geserveerd met een frisse komkommersalade. Bestel deze lasagna en salade bij uw Interkring Vers adviseur.

De oven is één van onze oudste keukenhulpen; over de hele wereld zijn resten van voorhistorische houtovens gevonden. De vorm en techniek is natuurlijk fors gemoderniseerd, maar één aspect is onveranderd gebleven: de oven is een ideale keukenhulp om lekkere, mooie en vooral ook smakelijke gerechten te creëren.

Bijna iedereen heeft wel een oven of combimagnetron in de keuken staan, en of je nu een bakfreak bent, of er nauwelijks gebruik van maakt: iedereen heeft wel eens zin in makkelijk. Kant-en-klare gerechten die alleen in de oven geschoven hoeven te worden zijn dan ook een prima aanwinst in uw vitrine.

## MINDER VET, VOLOP SMAAK

Een groot voordeel bij het bereiden van hartige gerechten in de oven, is dat er minder vet in het gerecht komt. Zeker bij het bereiden van vlees en vis hoeft je immers geen of minder boter of olie toe te voegen. Je kunt het allemaal heerlijk kruiden en het gerecht krijgt ook nog eens een heerlijk krokant korstje. Groentes die in een ovengerecht verwerkt worden, behouden beter hun vitamines omdat ze niet in water gekookt worden.



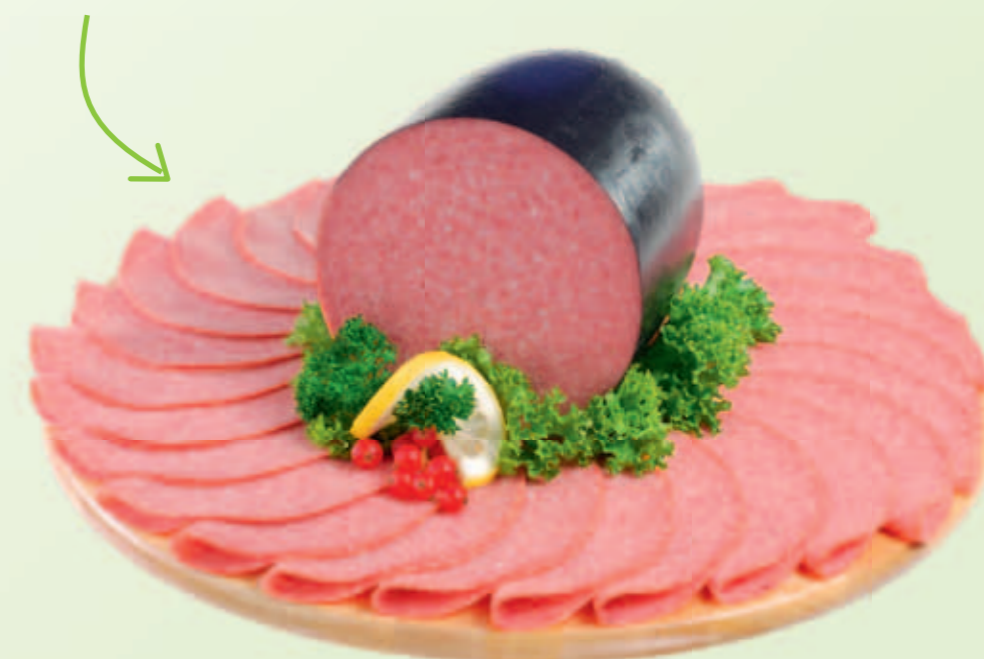
## REINIGINGSTIPS

Belangrijk is dat de oven goed schoon gehouden wordt, dus na gebruik altijd schoonmaken met een citroensopje. Als je dit doet als de wanden (nog) warm zijn, laat het vuil gemakkelijker los en is dit klusje sneller geklaard. Om nare luchtjes in de oven tegen te gaan, zet je een ovenvaste schaal met warm water en het sap van twee citroenen in de oven. Breng dit aan de kook en laat het een paar minuten doorborrelen. Dan de oven uitzetten, de deur dichthouden

en een paar uur wachten. Door de hete stoom weekt het vuil los en de citroen geeft een heerlijk frisse geur af. Met een doekje is het vuil nu gemakkelijk af te nemen.

Vooral de bakplaat heeft het vaak flink te verduren. Om deze schoon te krijgen strooi je er wat 'baking soda' op. Giet er kokend water overheen en laat het een paar uur intrekken. Afspoelen, schoonvegen en je bakplaat is weer pico bello in orde.

Laat uw klanten eens een ambachtelijke boerenachterham of wijncervelaat op een vers gebakken pistoletje uit de oven proeven: allemaal in het assortiment uw Interkring Vers adviseur.



## UW INTERKRING VERSGROSSIERS:

Jelco Verswaren: .....(058) 288 49 44  
Verscentrum Ter Brugge: .....(074) 265 99 88  
PalVéco: .....(072) 540 55 33

Van Den Berg Vleeswaren: .....(071) 402 01 01  
Havé Vers: .....(030) 666 53 04  
Verscentrum Ede: .....(0342) 41 35 65  
De Waal - Vers: .....(078) 681 79 00  
V.A.V.: .....(076) 504 30 00

Unifresh: .....(0475) 51 90 90  
Unifresh (B): .....0032 89 572 614  
Blancke (B): .....0032 25 590 900  
Franky (B): .....0032 56 689 575  
Vagro (B): .....0032 33 262 611

# Scherp, juridisch advies van de KNS



Verderop in De Slager 8 staat het artikel 'Wat doet de KNS nu eigenlijk?' met een opsomming van voordelen van het KNS-lidmaatschap. In de rubriek 'wettelijk' komen onderwerpen van een juridische of rechtelijke aard aan bod waar je als slager mee te maken kan krijgen. Deze keer in de rubriek 'wettelijk' het verhaal van een slager die onlangs met de juristen van de KNS contact opnam. Zijn vraag was tweevoudig; hij had een probleem met een werknemer en had de mogelijkheid zijn bedrijf in andere handen over te laten gaan. De juristen van de KNS stonden deze slager bij met advies en bespraken diverse scenario's. Lees zijn (anonieme) verhaal hieronder. De naam van slager Jan is fictief.

Slager Jan heeft per 1 maart zijn slagerij van de hand gedaan. Na twee generaties slagers en op zijn 70 jarige leeftijd neemt hij afscheid van de slagerij waar hij en zijn vader ruim 80 jaar in gewerkt hebben. Voordat het zover was, speelden zich

een aantal dingen in de slagerij af waar slager Jan de hulp van de KNS bij heeft ingeschakeld.

Al enige tijd speelde deze slager met de gedachte om de slagerij van de hand te

doen. Tegelijkertijd waren er helaas sterke aanwijzingen dat een werknemer, die al ruim 20 jaar bij de slagerij in dienst was, vlees en geld stal. Een vervelende situatie. In eerste instantie besprak slager Jan het probleem met zijn vrouw en kinderen. Daarna zocht hij een klankbord bij de KNS. Eigenlijk verwachtte slager Jan alleen advies van sociale aard van de KNS. Maar, in overleg de juristen van de KNS werd het onderwerp van meerdere kanten belicht en de verschillende voor- en nadelen van scenario's besproken.

"Ik had sterke aanwijzingen dat een van mijn medewerkers stal, zowel vlees als geld. Bij de werknemer speelde een aantal persoonlijke redenen die aanleiding kunnen zijn voor de diefstal. Maar voor mij geldt: je werkt met elkaar op een basis van vertrouwen, en dat was verbroken. Bovendien, diefstal heeft vele gevolgen voor de slagerij; vanuit financieel oogpunt, voor de sfeer en onderlinge samenwerking, de consequenties die het heeft voor je rol als werkgever en tot slot moet je je verantwoordelijkheid dragen naar een mogelijke overnemer van jouw bedrijf. Voor mij werd gauw duidelijk dat ik in de situatie van ontslag op staande voet een hele duidelijke bewijslast nodig had. Ik kreeg het advies om de medewerker te confronteren, maar wel met feitelijk bewijs. Daarom heb ik uitgebreid onderzoek gedaan, waaruit bleek dat inderdaad deze werknemer geld en vlees stal. Daarna heb ik mijn medewerker geconfronteerd met het bewijs dat ik had en heb ik de werknemer de gelegenheid gegeven zijn reactie te geven. Voorafgaand aan het gesprek heeft de KNS een brief opgesteld waarin het ontslag en de argumentatie zwart op wit staat en die gelijk op tafel gelegd kon worden. Dit was een rake confrontatie waartoe de medewerker besloot het dienstverband met wederzijds goedvinden op neutrale gronden te eindigen.

Terwijl dit speelde was er een partij die geïnteresseerd was in mijn slagerij. Ook hierin heb ik met de KNS kunnen bespreken wat voor soort contract het juiste was. Omdat KNS kennis heeft van de diverse contracten in combinatie met het wel en wee in een slagerij, kon ik goed worden bijgestaan. Naast de verkoop van mijn slagerij en inventaris, moest ook de huur worden geregeld, omdat ik het pand, waarin de slagerij is gevestigd, aan de koper ging verhuren. Al die dingen hangen met elkaar samen en er komen aspecten aan bod die op het eerste gezicht niet duidelijk zijn. Een goede voorbereiding en een duidelijke uitleg van de contracten heeft geholpen bij het voeren van de onderhandelingen. In een onderhandeling is het een kwestie van geven en nemen, maar met een zakelijke inslag. Via een makelaar was dit anders geweest, want zij kennen de branche, nog kennen de juridische valkuilen niet.

In beide trajecten heb ik veelvuldig overleg gehad met de KNS en hebben we uitgebreid besproken welke mogelijkheden ik had en wat de voor- en nadelen van elke mogelijkheid zijn. Daardoor had ik de informatie om een strategie te kiezen en punten van onderhandeling in te zetten of aan te (laten) passen.

Voordat ik naar de KNS belde dacht ik dat de KNS niet 'scherp' genoeg zou zijn in haar advies, maar uiteindelijk heeft het mij enorm geholpen om een aantal kwesties in een breder perspectief te benaderen en goed beslagen ten ijs te komen. Het contact is ook altijd heel persoonlijk en betrokken en altijd wordt er meegedacht. Ik zou collega's dan ook zeker aanraden om dit soort kwesties met de juridische afdeling van de KNS op te nemen." Telefoon juridische afdeling KNS: 070 3314621.

# Diverse belasting-tips

## AANGIFTEBRIEF BTW

De belastingdienst heeft bekendgemaakt dat de aangiftebrieven btw per 1 januari 2014 niet meer worden verstuurd. Ook de acceptgiro bij de aangiftebrief verdwijnt. Btw-plichtigen zijn zodoende zelf verantwoordelijk voor het tijdig indienen van de aangifte en de betaling hiervan. Dit wordt vermeld in het beveiligde gedeelte van de internetsite van de Belastingdienst. Begin januari 2014 stuurt de Belastingdienst een overzicht toe met de aangiftetijdvakken, de uiterste inlever- en betaaldaten en de betalingskenmerken.

## TIJDELIJKE WILLEKEURIGE AFSCHRIJVING VANAF 1 JULI 2013

Ondernemers kunnen van 1 juli 2013 tot het einde van dit jaar direct tot de helft van nieuwe bedrijfsmiddelen afschrijven en van de belasting aftrekken. Hierdoor kunnen ondernemers hun belastingafdracht verminderen. Met de maatregel moeten ondernemers meer ruimte krijgen om te investeren. Zowel bedrijven die vennootschapsbelasting als bedrijven die inkomstenbelasting betalen kunnen er gebruik van maken. Voorwaarde is dat de investering voor 1 januari 2016 in gebruik wordt genomen. Indien niet aan deze voorwaarde wordt voldaan wordt de willekeurige afschrijving teruggenomen.

## BANKREKENING ONDERNEMINGSVERMOGEN?

Een zakelijke bankrekening van een ondernemer in de inkomstenbelasting is in principe verplicht ondernemingsvermogen en valt derhalve in Box 1. Het is echter niet toegestaan om, ter vermindering van opnemings in Box 3 en dus betaling van inkomstenbelasting over het saldo, iedere bankrekening aan te merken als ondernemingsvermogen. Indien er sprake is van blijvend overtollige liquide middelen, moeten de liquide middelen worden opgenomen in Box 3 in plaats van in Box

1 (ondernemingsvermogen). Indien de liquide middelen niet direct nodig voor de normale bedrijfsuitoefening zijn, is er sprake van overtollige liquide middelen. Overtollige liquide middelen kunnen tijdelijk of langdurig aanwezig zijn. Tijdelijk overtollige middelen blijven wel tot het ondernemingsvermogen behoren (Box 1). Verplichte overheveling naar Box 3 is hier niet aan de orde. Immers, als je de liquide middelen op korte termijn weer nodig hebt voor de bedrijfsuitoefening of voor een investering binnen jouw onderneming dan blijven de liquide middelen ondernemingsvermogen (Box 1). Als de liquide middelen blijvend overtollig zijn, vervullen zij geen functie meer binnen de onderneming en moet de ondernemer de liquide middelen tot zijn Box 3 vermogen rekenen.

## AUTO EN VAKANTIE

Als je een onderneming voor de inkomstenbelasting drijft, behoort de auto vaak tot het ondernemingsvermogen. Wordt deze auto ook voor privé-doeleinden gebruikt, dan moet een winstcorrectie worden aangebracht. Dit gebeurt door middel van de zgn. autokostenfictie. De totale autokosten zijn hierbij geheel aftrekbaar, dus ook voor reizen van woning naar werk, voor reizen in het weekend en de vakantie.

### Denk hierbij aan de volgende regels;

- Tol en parkeergelden, autoslaaptrein en bootreizen zijn aftrekbaar
- Schade ontstaan door bijvoorbeeld rijden onder invloed kun je niet ten laste van de winst brengen
- Boeten zijn niet aftrekbaar van de winst, door de gemeente als belasting geheven parkeergelden daarentegen wel.



Accountantskantoor B.B.B.  
Visseringlaan 18  
2288 ER Rijswijk  
070-3907860  
info@bbbadvies.nl



# ChocExperience: gekruide chocolade maakt van kwaliteitsvlees culinair product

ChocExperience brengt beleving en verrassing bij de slager en collega-versspecialisten. "Het nieuwe concept met gesmolten gekruide chocolade maakt van kwaliteitsvlees zoals vlees, vis en groenten culinaire producten. Een unieke kans voor de versspecialist om zich te onderscheiden", vertellen Aart Wielaard van Palvéco, Jeroen van der Graaf van Verstegen en Sjaak Seesing van Interkring Vers.

ChocExperience is een unieke kans om beleving en verrassing in de winkel te brengen en voor vrolijke, smullende klanten te zorgen. Het concept van gekruide chocolade werd ontwikkeld door Aart Wielaard, directeur van versgroothandel Palvéco en Jeroen van der Graaf, productontwikkelaar van Verstegen en

voormalig patissier. Aart Wielaard kreeg het idee toen hij in een restaurant blije gasten zag die bij een chocoladefontein fruit in warme chocoladesaus doopten. "Ik dacht aan gesmolten chocolade met kruiden en zag mogelijkheden om dit als nieuw product ook bij de versspecialzaak te brengen. Beleving, inspiratie en informatie tijdens het winkelen worden steeds belangrijker voor de consument. Dit concept komt aan deze behoefte tegemoet." Wielaard benaderde Jeroen van der Graaf, voormalig patissier en creatief innovatiemanager bij Verstegen. "Ik experimenteerde al met chocolade en kruiden. Fascinerend om dit uit te breiden naar hartig, zoals vlees," vertelt Van der Graaf.

## TWEE SOORTEN

De samenwerking leidde tot veel enthousiasme en inspiratie en resulteerde in ChocExperience. Dit concept bestaat uit een 200 grams tablet gekruide

kipfilet met tuinkruiden in plakken



## DIT IS CHOC EXPERIENCE

Smelt de benodigde blokjes ChocExperience au bain marie tot ze vloeibaar zijn. De chocolade mag maximaal 40° C worden. Giet de saus vervolgens over het product of serveer hem ernaast.

**Tip:** De chocoladesaus wordt mooi vloeibaar door op 250 gram chocoladesaus 10 tot 15 gram olijfolie toe te voegen.

chocolade van het Belgische Hamlet, verdeeld in 10 grams blokjes. Een tablet pure en witte chocolade bevat ongeveer 5 gram kruiden. In de pure chocolade is zwarte peper, chili en rozemarijn verwerkt en aroma van vanille, aardbeien, framboos en bosbes. De witte chocolade heeft extra smaak met gemberwortel, kurkuma, witte peper, karwijzaad, venkelzaad, komijn en lavas en aroma van vanille en sinaasappel. "Ik ontwikkelde deze mengsels voor meerdere vleessoorten als rund, varken, wild, lamsvlees. De pure chocolade heeft een bepaald bittertje en zuurgraad en bevat gedroogd fruit en warme specerijen. Deze geur- en smaakstoffen komen vrij bij het verwarmen, ze combineren prima met vleessappen en geven vlees een mooie braadsmaak," vertelt Van der Graaf. "De wat zoetere witte chocolade is meer geschikt voor kalf en kip. De gele spicy Aziatisch kruiden als citroengras, gember en kurkuma passen goed bij licht vlees."

## ZO LAAT U CONSUMENTEN KENNISMAKEN:

- Warme chocoladesaus kan de hele dag zonder problemen au bain marie klaarstaan. Snijd rosbief of varkensrollade heel dun, doe hier een streepje warme pure saus over en laat proeven. Kalfsrollade, kalkoen- of kipfilet doet het goed met warme witte saus. U kunt ook warme vleesproducten laten proeven. Bak een varkenshaasje of biefstukje, giet er saus over, snijd het vlees in stukjes en laat proeven.
- Presenteer een assortiment kant-en-klare hapjes of vers vleesproducten met gekruide chocoladesaus in de toonbank. Zo krijgen basisproducten extra toegevoegde waarde.
- Gekruide chocolade past bij een brede reeks vers vleesproducten, van biefstuk tot speklappen. De pure variant is geschikt voor bijvoorbeeld biefstuk en varkensvlees, puur en wit zijn beide smaakmakers voor kipfilet, speklappen en varkensfilet.
- De slager kan met ChocExperience verrassende hapjes, voorgerechten, hoofdgerechten met ambachtelijke vers vleesproducten, maar ook desserts maken. "Denk eens aan een ChocExperience hapjesschotel, of een ChocExperience verrassingsmenu voor een feestelijke gelegenheid. In feite zijn bijna alle versvleesproducten geschikt voor de ChocExperience, afhankelijk van de recepturen", vertelt Wielaard.

- Bied de klant een compleet culinair pakket aan met versvleesproducten, al dan niet voorverpakt, een tablet ChocExperience en een receptenfolder.
- Verras jonge vleesconsumenten met een pakket voor kinderparty's met daarin gehaktballetjes, stokjes en een tablet ChocExperience. Of bied een workshop speciaal voor kids aan. Presenteer dan ook kant-en-klare producten zoals chocogehaktballetjes of een fruitspies. "Het is aan de creativiteit van de ambachtelijke vakman," aldus Wielaard. "Die heeft met dit concept een uitgelezen kans om als vakman-specialist een verhaal te vertellen, kortom: contact met de klant te hebben, van jong tot oud."

## KOKEN MET GEKRUIDE CHOCOLADE

De consument kan ook zelf een 'ChocExperience' organiseren. Hij koopt de vleesproducten bij zijn slager en neemt van de displaydoos op de toonbank een tablet ChocExperience en receptenfolder mee. Op de achterzijde van de displaydoos zien de medewerkers welke vleesproducten geschikt zijn.

## IN DE WINKEL

Laat ChocExperience in de winkel zien, informeer de klant en laat vooral proeven, adviseren Sjaak Seesing en Aart Wielaard. "Houd een kookdemonstratie en zet in het weekend voor wachtende klanten een instructie met deze chocoladesaus op narrowcasting. Dit concept is voor de ambachtelijke versspecialist een unieke kans om beleving en verrassing in de winkel te brengen, zijn vakmanschap te tonen en een compleet pakket aan te bieden. Hij onderscheidt zich op een bijzondere manier met zijn basisassortiment kwaliteitsvlees."

## VOOR VEEL MOMENTEN

Koken met gekruide chocolade is geschikt voor veel momenten: culinair bezig zijn in het weekend, koken met familie en vrienden, verrassen met nieuwe hapjes of een bijzonder menu, een creatief kinderfeestje, een kookworkshop met collega's of vrienden, bedenk het maar. In het najaar zijn wildproducten en feestelijke producten en hapjes voor de decembermaand mooie verkoopkansen.





## Biefstuk ChocExperience

250 gram kogelbiefstuk  
60 gram aardappelgratin  
80 gram paprikareepjes  
60 gram Romanesco  
70 gram ChocExperience puur

Braad de kogelbiefstuk kort met rosé kern en trancheer het vlees. Smelt de blokjes ChocExperience au bain marie.



## Gehaktballetjes ChocExperience

300 gram gegaarde gehaktballetjes  
150 gram vers fruit  
100 gram ChocExperience puur of wit naar keuze

Smelt de blokjes ChocExperience au bain marie. Verwarm de gehaktballetjes in de oven, doe er een prikker in en doop ze in de chocoladesaus. Garmeer er het verse fruit bij.



## 300 gram kipfilet met tuinkruiden in plakken

12 bosbessen  
60 gram ChocExperience puur

Smelt de blokjes ChocExperience au bain marie. Bestrijk de plakken kipfilet met de gesmolten chocolade en stapel deze 8 lagen op elkaar. Zet dit 15 minuten in de koeling. Snijd het vlees dan in kleine punten en zet op elk puntje een prikker met een bosbes.



## Serranoham ChocExperience

400 gram grillworst  
6 plakken serranoham  
70 gram ChocExperience puur

Droog de plakken serranoham 15 minuten in de oven bij 170 °C. Smelt de blokjes ChocExperience au bain marie. Maak inkepingen in de grillworst. Doop de gedroogde plakken ham in de chocoladesaus en leg ze op bakpapier 15 minuten in de koeling. Doop de korte zijde van een plak ham opnieuw in de saus en zet dit dan in een inkeping van de grillworst.

De introductie van ChocExperience bij de consument wordt breed ondersteund. De displaydoos voor op de toonbank vermeldt productinformatie en bevat receptenfolders. Via de QR code op de folders zijn meer recepten te zien. De QR-code op de verpakking van een tablet leidt naar [www.chocexperience.nl](http://www.chocexperience.nl). Hier vinden slager en consument productinformatie met alle recepturen, plus een filmpje over koken met gekruide chocolade.

De app ChocExperience is te downloaden op iPhone en iPad, en te volgen op Twitter en Facebook.

ChocExperience houdt een prijsvraag waarbij de klant met het afmaken van een slagzin kans maakt op een chocoladeworkshop bij Verstegen. De klant wordt gelinkt met de versspecialist waar hij ChocExperience kocht. De prijsvraag loopt tot eind dit jaar.

ChocExperience gekruide chocolade is nu leverbaar via de Interkring Vers groothandels. [www.interkring-vers.com](http://www.interkring-vers.com)

## Workshops

ChocExperience gaat van start met exclusieve workshops 'Koken met gekruide chocolade voor slagers', georganiseerd door Verstegen en Interkring Vers.

### 16 september:

- PalVéco – Heerhugowaard (tijdens Versbeurs in Bob's Partysaloon)
- Verscentrum Ter Brugge – Borne
- De Waal Vers – Hendrik-Ido-Ambacht

### 17 september:

- V.A.V. – Etten-Leur
- Van den Berg Vleeswaren – Noordwijk
- Havé Vers – De Meern
- Verscentrum Ede – Ede

Informatie en aanmelden:  
[www.chocexperience.nl](http://www.chocexperience.nl)



# De eerste aanmeldingen voor de Meat Your Future Karavaan

Bijna 3.500 onderwijsprofessionals op het vmbo en havo zijn deze zomer uitgenodigd om de Meat Your Future Karavaan op hun school te verwelkomen. Van september tot december rijdt de Meat Your Future Karavaan door Nederland met een speciale les over de slager en slagersvak.

## HET SLAGERSVAK IS EEN ECHT VAK

Tijdens de interactieve les die 50 min-uten duurt (1 lesuur) wordt door middel van beroeps- en opleidingsinformatie stilgestaan bij het vak slager. De les is zo opgebouwd dat de aandacht van de jongeren wordt vastgehouden maar bovenal past bij hun belevingswereld.

De les start met een kort filmpje met sfeerbeelden over het werken in de slagerij. Na dit filmpje gaat de klas aan de slag met een aantal stellingen om zo

vooroordelen te ontcrachten. Daarna is het tijd voor ontspanning. Aan de hand van een speciale quiz, Koe L, worden vijf vragen over het slagersvak beantwoord. Bij een goed antwoord krijgt Koe L een koeienvlek. Bij een fout antwoord, krijgt Koe L een hoed, pruik, laarzen of sneakers aan. De klas die het snelst de game goed doorlopen heeft, krijgt aan het einde van het schooljaar een klasenbarbecue aangeboden. Met uiteraard een slager die aan het bakken is. Na de game is het tijd voor meer serieuze zaken en gaat de klas in groepjes aan de slag met een speciale opdracht om dat af te sluiten met een andere film. Dit is een compilatie van de twee eerder uitgezonden MoneyMakers-afleveringen waarin jonge slagers Marco van der Hout en Carla van Eijk meer vertellen over het slagersvak. En daarmee is dan een eind gekomen aan 50 minuten slagersvak.



Aan het einde van de les hebben de jongeren een beeld bij de beroepsgroep, benodigde competenties en de diverse uitdagende beroepen in onze branche.

Uitgangspunten voor de Meat Your Future Karavaan zijn:

- Het slagersvak is een echt, ambachtelijk vak
- Het slagersvak is een creatief en afwisselend vak
- Het slagersvak is een vak volop in beweging en ontwikkeling
- Het slagersvak is mensenwerk en een gastvrij vak

Een bezoek van de Meat Your Future Karavaan is kosteloos. Docenten kunnen zich aanmelden via [www.meatyourfuture.nl](http://www.meatyourfuture.nl).

## INITIATIEF

De Meat Your Future Karavaan is ontwikkeld en gefinancierd door Stichting Opleidingsfonds Slagersbedrijf (Sovvb). Het doel is om jongeren meer te leren over de slager, het toekomstperspectief binnen de branche en imago van de branche te verbeteren.



Slager Rob van Velzen ontwikkelt innovatieve hamsoort met technisch advies van SVO-docent

# “Ham bevat 40% minder zout, maar is minstens even lekker”

In vleeswaren zit veel zout en dat is niet goed voor de gezondheid. Het is echter lastig om het zoutgehalte te beperken, maar de smaak van een product te behouden. Keurslager Rob van Velzen uit Krabbendijke slaagde erin om een innovatief product te ontwikkelen: 'Mer et Terre', gekookte ham gemaakt met gezuiverd Oosterscheldewater. Minstens even lekker als 'gewone' ham, maar met 40% minder zout. Rinus de Rijder, docent van SVO vakopleiding food, zorgde tijdens de ontwikkeling voor het technologische advies.

De overheid heeft plannen om zoutreductie in voedsel verplicht te stellen. Om nieuwe regels voor te zijn, zocht Keurslager Rob van Velzen naar een manier om de hoeveelheid zout in vleeswaren te beperken. "Ik hoorde dat Aqua Divina uit Yerseke gezuiverd Oosterscheldewater produceerde", vertelt Rob. "Ik was benieuwd of ik dat water kon gebruiken om zoutarme ham te maken. Ik begon mijn ham met het water in te spuiten, maar dat ging niet meteen goed. Het duurde even voordat ik de juiste mix van zeewater en kruiden had gevonden, die ervoor zorgde dat het product even goed werd als de reguliere ham. Ik ben zo'n twee jaar bezig geweest met de ontwikkeling van de 'Mer et Terre-ham'."

## TECHNISCHE UITDAGING

Intussen hoorde ook SVO-docent Rinus de Rijder van het bestaan van het gezuiverde Oosterscheldewater. "Ik wilde weten of het water al voor vleeswaren gebruikt werd en zo kwam ik bij Rob terecht", zegt Rinus. "Technisch gezien was het maken van de nieuwe hamsoort een complexe uitdaging, want bij zoutreductie verandert het product:

*"Ik was benieuwd of ik dat water kon gebruiken om zoutarme ham te maken."*

smaak, kleur en houdbaarheid. Het valt niet mee om een ham met minder zout te maken die net zo lekker smaakt als een gewone ham."

## UITSLAGEN ANALYSEREN

Rinus bood Rob zijn hulp aan, waar hij graag gebruik van maakte. "Bij het ontwikkelen van zo'n product komen heel wat formules en berekeningen kijken", zegt Rob. "Elke keer als wij de resultaten van het laboratorium terugkregen, vertaalde Rinus die voor ons in heldere taal. Hij ondersteunde ook bij het bepalen van de zoutreductie, zodat



wij weer verder konden experimenteren. Een mooie samenwerking." Rinus: "Ik heb ook geholpen bij de etikettering van de ham. Op het etiket moeten alle voedingswaarden en ingrediënten duidelijk vermeld staan en dat is best lastig. Het is mooi dat de ham zo'n succes is. Rob heeft de verkiezing 'Held van de Smaak in Zeeland' al gewonnen, en gaat nu proberen om de landelijke winst binnen te slepen. Terecht, want dit product draagt echt bij aan de gezondheid."

## LANDELIJKE WINST

Rob: "We gebruiken de nieuwe pekkel op alle hamsoorten en gekookte worstsoorten. We verkopen nu 20% meer ham dan voorheen. Want de nieuwe ham is niet alleen gezonder, het vlees wordt ook malser door het zeewater. Het water werkt ook uitstekend in marinades voor schnitzels en satés en we zijn bezig om een marinadelijn te ontwikkelen. Bovendien willen we de toepassing van het water uitrollen naar de vleeswarenindustrie en horeca. We zien volop mogelijkheden om het succes ook over de landsgrenzen uit te bouwen."

# Nieuwe wetgeving voedselinformatieverstrekking – behoefte van de consument!



Met de EU-wetgeving over de verstrekking van voedselinformatie aan consumenten gelden er eind 2014 een aantal nieuwe regels, ook voor onverpakte producten. Hoe ga je hier als slager mee om? Zie je het als een 'onnodige verplichting', als 'niet haalbaar' of zelfs als een 'extra belasting'? Er bestaat ook een groep slagers die positief tegenover deze veranderingen staat. Indien je echter tot een van de eerste 3 groepen behoort, wat moet je dan in gedachten houden?

## BEHOEFTE VAN CONSUMENT

Uit een onderzoek onder diverse slagers blijkt dat de consument steeds nieuwsgieriger wordt naar de producten. De laatste jaren hebben steeds meer consumenten te maken met een allergie. Vragen van de consument hebben daarom over het algemeen te maken met de aanwezigheid van allergenen, met name gluten (paneermeel), koemelk, lactose en noten. Ook stellen steeds meer klanten vragen over ingrediënten en E-nummers. Bij actualiteiten, bijvoorbeeld bij thema's als 'de plofkip' of 'paardenvlees' worden ook vragen gesteld. Met betrekking tot de herkomst stellen consumenten vaak de vraag of het Nederlands is en wat de leefomstandigheden van het dier zijn geweest.

De behoefte van de consument wordt dus eigenlijk vertaald in de nieuwe EU-wetgeving 1169/2011. Zie het voldoen aan deze wetgeving daarom niet als een verplichting maar juist als goede service voor de klant!

## DENK VERDER

Wat je als slager natuurlijk vooral wilt is het verkopen van kwaliteitsproducten. Dit

is je passie, je hobby, je vak. Persoonlijke service, klantgerichtheid en flexibiliteit is echter een goede manier om je als slager van concurrenten te onderscheiden. Eerlijkheid en openheid staan hierbij voorop. Dit wordt gedaan door beleving bij het product te creëren, denk bijvoorbeeld aan een consument laten zien hoe je uitbeent, of bijvoorbeeld het communiceren van (keur)merken. Ook een goede presentatie van je product draagt bij aan vertrouwen van je klant.

## EN VERDER...

Maar hoe ga je als slager dan aan de toenemende behoefte van productinformatie voldoen? 'PS voor slagers' neemt deze zorg uit handen. Met 'PS voor slagers' heb je als slager je eigen digitale magazijn met ingrediënten en grondstoffen van je leveranciers. Dit betekent dat je etiketinformatie niet meer hoeft over te typen of deze snel moet opzoeken bij vragen van klanten. Door de leveranciers wordt deze productinformatie namelijk zelf ingevoerd en altijd up-to-date gehouden. Met 'PS voor slagers' kan ook heel makkelijk een recept worden opgebouwd, waardoor etiketten snel en eenvoudig kunnen worden geprint en de productinformatie altijd aanwezig is op het moment dat de consument er naar vraagt.

## STATUS PS VOOR SLAGERS

'PS voor slagers' bevindt zich nog in de ontwikkelfase en is later dit jaar beschikbaar. Hoe ziet 'PS voor slagers' eruit? Kijk voor meer informatie het artikel 'PS voor slagers – hoe werkt het?' in De Slager 6 van juni 2013.

Meer informatie? Bel 06 13782098 of mail naar tirza@PSvoorslaggers.nl.

Het maandblad De Slager is een uitgave van de Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie voor haar leden en relaties. De Slager verschijnt 11 keer per jaar in een oplage van 2.250 exemplaren.

## ADRES

Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie  
Diepenhorstlaan 3, 2288 EW Rijswijk  
Postbus 1234, 2280 CE Rijswijk  
Telefoon 070 3906365, fax 070 3904459  
redactie@knsnet.nl, www.knsnet.nl

Volg de KNS op Twitter: @KNSvoorslaggers

## REDACTIE

Marian Lemsom: hoofdredacteur, Eva Westerhof: eindredacteur, Vera de Jonge, Maikel Nicolai, Bob van Kessel, Petra Westerhout, Hans Hulshof, Arthur Tarmond, Wendy Raats: redacteurs.

De redactie van De Slager bedankt alle slagers en slagerijmedewerkers voor hun bijdrage en medewerking bij het maken van artikelen voor De Slager.

## ONTWERP EN VORMGEVING

Muntz, Amersfoort

## FOTOGRAFIE

KNS, ProCa - MPP Communicatie B.V. Velp en Leo de Jong, Muntz

## ADVERTENTIES

ProCa - MPP Communicatie B.V. Velp  
Telefoon 026 3700027, www.proca-mpp.com

## REACTIES/AANLEVEREN KOPIJ

De redactie van De Slager nodigt haar lezers uit om onderwerpen of kopij aan te dragen. Deze kun je mailen naar: redactie@knsnet.nl. De redactie behoudt het recht om hieruit een keuze te maken of niet te plaatsen. Overige reacties op de inhoud van De Slager kun je ook naar dit adres sturen.



## VOLGENDE KEER IN DE SLAGER:

- Gildeslager Arno de Best vertelt
- KNS op de VAS
- Welke slager wint de Lekkerste Bal Gehakt?
- De ontkenning van de Held van de Smaak
- Het verhaal van Slager Aling

De Slager nr. 9 ontvang je op 1 oktober

# We inspireren u graag. En dat begint met kwaliteit.



Kwaliteit. Dat is bij Verstege altijd het uitgangspunt. Dat begint bij de oorsprong en wordt tijdens het hele proces gehandhaafd: van de best mogelijke grondstoffen tot de mooiste eindproducten. Zo blijven we elkaar inspireren, rekening houdend met vandaag én morgen. Dát is de duurzame kwaliteit van Verstege. En dát is wat Verstege voor u kan betekenen.



Zo werkt Verstege aan een betere wereld. Scan de QR code!



*Verstege, with pleasure.*