

DE SLAGER 1

Vakblad voor leden van de Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie | januari 2013



TRENDWATCHER
ARJAN DE BOER:
**'DE CRISIS
IS EEN ZEGE
VOOR DE
CREATIVITEIT'**



'Maison Moes Culinair': een veelzijdig bedrijf

18-04
DAG VAN
DE SLAGER



DE DAG VAN DE SLAGER
OP 18 APRIL 2013
**IS EEN DAG
OM NIET TE
VERGETEN...**



LANGSTE ROLLADE
**SUCCESSVOLLE
WERELD-
RECORDPOGING**



koninklijke nederlandse slagersorganisatie

Sterk en vitaal door samenwerken

Het samenwerken zit de slagers in het bloed, want sinds de eerste vereniging in 1891 zijn er vele slagersverenigingen opgericht die uiteindelijk alle zijn samengevoegd tot één samenwerkingsverband, namelijk onze Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie, de KNS.

Want het bundelen van alle krachten in de branche heeft er uiteindelijk voor gezorgd dat de KNS een sterke, gezonde en professionele vereniging is geworden, die midden in de maatschappij staat en die werkelijke toegevoegde waarde kan bieden voor de individuele slager en voor de slagers als gehele branche.

Maar het slagersbloed kruipt waar het niet gaan kan en slagers zoeken nog steeds nieuwe vormen van 'samenwerking'. Denk hier bijvoorbeeld aan de meer commerciële organisaties zoals het Worstmakersgilde, de Vereniging van Keurslagers, de Groene Weg Slagerijen, de Topslager, Uw Slager en de Meesterslagers. Rondom beurzen, vakwedstrijden en productkeuringen zie je ook samenwerking ontstaan.

Laten we vooral ook de talloze lokale werkgroepen en samenwerkingsverbanden niet vergeten waar slagers elkaar ontmoeten en waar kennis en vakmanschap worden gedeeld. Overigens is er ook een groep van slagersvrouwen die ik niet onvermeld kan laten, de

"Krachtenbundeling, meer dan 100 slagers die gezamenlijk inkopen"

Ambachtelijke Slagersvrouwen (voorheen de WAS), die regelmatig samenkomen en vaak onzichtbaar goede dingen doen voor de branche.

Een toenemend aantal KNS-leden vindt het leuk om elkaar te ontmoeten, kennis te delen en inspiratie op te doen. Daarom zijn er binnen de KNS de zogenaamde secties opgericht zoals PJS, MVS, Meating XL en Ppas.

Het is duidelijk dat er binnen de branche vele slagersverbanden zijn. Dat maakt niet alleen de branche sterk, maar het levert ook de individuele ondernemer een voordeel op. Een goed voorbeeld van krachtenbundeling is de WSK ofwel de Westfriese Slagers Combinatie waarin meer dan 100 slagers tot afspraken zijn gekomen over een gezamenlijk inkoop. Buiten de branche werken de slagers, via de KNS, ook samen met de vele



stakeholders. Ik noem er een paar met welke de KNS een belangrijke relatie onderhoudt en koestert; SVO, NVWA, Bespeak, Muntz, TNO, WUR, HAS, Hogeschool Rotterdam HR, Comore, KDS, KBBL, SMK, MVO Nederland, PVE, HBD, HBA, MKB Nederland, VNO NCW, Detailhandel Nederland, LTO, Rabobank, PS in Foodservice, BBB accountancy, De Hoge Waerder Accountants, Reed Business, FNV Bondgenoten, CNV Vakmensen, Van Driegroep, Vion, Voedingscentrum, MKB Adviseurs, Members Benefits, VPNL, InVersned, NBPW, NBOV, VNV, ADN AGF, Supergarant en nog vele meer.

Zowel binnen als buiten de branche blijft de KNS zich inzetten voor alle vormen van samenwerken, want hierdoor blijven we als branche sterk en vitaal.

Peter Hoogenboom
Algemeen Directeur KNS

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.

Succesvolle wereldrecordpoging

De wereldrecordpoging om de langste rollade ter wereld te maken is een groot succes geworden! Meer dan 150 meter mat de rollade die op zondag 23 december 2012 is vervaardigd. Een verdiende en officiële vermelding in het Guinness Book of Records is daarmee een feit.

In ongeveer twee uur tijd hebben ongeveer 50 actieve slagers, slagers in ruste, leveranciers en SVO-docenten de 155,25 meter lange rollade handgeknoopt onder toezend oog van het publiek in Haarlem. Onder luid applaus en gejoel werden de meters één voor één afgeroepen terwijl de notaris de officiële meting verrichtte. De rollade is daarna verdeeld in ongeveer 2.200 rollades bestemd voor diverse voedselbanken. Initiatiefnemer was Ben van den Berg van Postma Vleeswaren.



De Slager in nieuw jasje!

Een nieuw jaar, een nieuwe start, zo ook voor het ledenblad De Slager. Natuurlijk nog steeds actueel, informatief met gevarieerde artikelen, reportages en interviews maar anders in uitstraling. Een nieuwe lay-out en een aantal veranderde rubrieknamen. Transparanter en nog beter leesbaar. Dat is het doel van deze nieuwe jas. De Slager verschijnt in 2013 ongewijzigd met 11 edities. Veel leesplezier!



Nederlander eet minder, maar duurder vlees

Nederlanders kopen minder vlees maar geven wel meer geld uit aan het vlees. In het derde kwartaal van 2012 daalde de totale hoeveelheid gekocht pluimveevlees met 1,3%, terwijl er 2,2% méér aan uitgegeven werd. De verkochte hoeveelheid varkensvlees daalde met

5,8%, de besteding met 5,2%. Verder kochten Nederlanders 8,4% minder rundvlees waar ook 4,7% minder aan uit werd gegeven. Dat blijkt uit cijfers van marktonderzoeksbureau GfK.

bron: www.vlees.nl

Genomineerden Worstmakerij en Traiteur van het jaar 2013

Stichting het Worstmakersgilde organiseerde de Worstmakerij en Traiteur van het jaar 2013. Het afgelopen jaar is er verschillende keren onverwachts gekeurd. Diverse producten zijn door een vakjury beoordeeld op o.a. geur, smaak en versheid. Daarnaast heeft TNO Voeding de vleesproducten microbiologisch gekeurd.

Per gekeurd product wordt een aantal punten toebedeeld. Van de 175

deelnemers is uiteindelijk een laatste selectie van de 10 beste Gildeslagerijen bekend gemaakt. Zij stredden om de felbegeerde titel "Worstmakerij en traiteur van het jaar". De genomineerden op alfabetische volgorde zijn:

Gildeslager Ariesen	Veenendaal
Gildeslager Burggraaf	Culemborg
Gildeslager Buurman	Twello
Gildeslager De Goeij	Vianen
Gildeslager Post	Hoogezand
Gildeslager de Roode	Heemskerk

Gildeslager Runderkamp	Volendam
Gildeslager Rutten	Panningen
Gildeslager Scholtes	Rijswijk
Gildeslager Schop	Klaaswaal
Gildeslager Sterrenburg Krimpen a/d Lek	Alkmaar
Gildeslager de Vries	

De winnaar is bekend gemaakt door astronaut Andre Kuipers tijdens de landelijke vergadering op 21 januari in Hotel Vianen. In de KNS Nieuwsbrief wordt hiervan verslag gedaan.



Slager Steltenpool vertelt zijn verhaal!

Slager Steltenpool uit Hoevelaken vertelt: "Duurzaam ondernemen is één van de voornaamste uitgangspunten in ons beleid. Drie jaar geleden zijn wij overgegaan op het varkensvlees van de keten duurzaam varkensvlees. Wij zijn van het begin af aan het vlees ook in de worst en hammenproductie gaan

gebruiken en hebben daarbij zoveel mogelijk hulpmiddelen als fosfaten, smaakversterkers en allergenen weggelaten. Dit hebben wij wel geleidelijk gedaan, soort voor soort om onze klanten te laten wennen dat die ene smaak er niet meer is en je alle smaken gaat proeven. Het gebruik van kant-en-klare mixen is steeds minder geworden (alleen als deze vrij zijn van de bovenstaande hulpmiddelen) en we gebruiken weer meer eenvoudige kruiden.

Wij zijn nu ook volop bezig om het nitriet-pekelsout te vervangen door keukenzout. Zoutreductie hebben wij vele jaren terug al ingezet, je moet hiermee wel oppassen dat je houdbaarheid en je smaak optimaal blijven (anders mogelijk te zoet). Ik ben van mening dat in het verleden ons veel middelen zijn aangeboden en aangepraat die wij met het pure vlees dat wij 'slagers'

gebruiken helemaal niet nodig hebben. Ook wat de marinades betreft die wij gebruiken, willen wij ze alleen nog maar hebben als er geen allergenen (behoudens mosterd, melk of bepaalde kruiden in verwerkt zijn). Dit, omdat de vraag naar gluten- en smaakversterker-vrije producten steeds groter wordt. Alles wat er niet noodzakelijk in gestopt wordt, hoeft je ook niet te vermelden op het etiket of schapkaartje. Dat geeft in de toekomst veel voordeel en daarmee houd je ruimte over voor andere informatie!"



Een nieuw begin van Roy Kemna

"Het nieuwe jaar staat symbool voor een nieuw begin. Een paar maanden geleden maakten mijn vader en ik ook een nieuw begin. In oktober 2012 gingen de deuren open van onze eerste eigen slagerij.

We hebben beiden veel ervaring in het slagersvak, ik ben altijd met het slagersmes bezig geweest. Eerst bij een supermarkt, daarna bij een Keurslager. Machtig mooi. Het ondernemersbloed heb ik ook in m'n aderen. Toen ik jonger was had ik een eigen drive-in show, ook mensen in dienst gehad. Vaak dacht ik; als zich een kans voordoet om een eigen onderneming te beginnen, dan doe ik het.

In Goor vond ik een voormalig slagerijpand. Al sinds 2002 was de slager eruit

"We hebben beiden veel ervaring in het slagersvak, ik ben altijd met het slagersmes bezig geweest"

vertrokken. De ligging is goed, omdat het aan een plein ligt met andere ondernemers: een poelier, bakker, groenteman. En dan begint het nog maar: wat komt er veel op je af als bij een eigen onderneming. We hebben een businessplan geschreven, herschreven en bijgeschaafd tot het klopte. Onderdeel van zo'n businessplan is een marktonderzoek. Hieruit bleek ook dat 50% van de inwoners van Goor behoefte hadden aan een slagerij in hun woonomgeving. De bank ging akkoord met de lening en de verbouwing kon beginnen. De verbouwing duurde 3 maanden en ik dacht dat dat ruim de tijd was, maar het was tot op de laatste dag spannend. De inspiratie voor de inrichting van de slagerij heb ik gehaald uit winkels met een warme uitstraling. Daarom werken we met sfeervolle fotopanelen en gebruiken we hout in de inrichting.

Nu heb ik wel veel geluk met mijn familie: 7 neven en mijn broer hebben meegewerkt in de verbouwing en dat scheelt enorm in de kosten. Ik weet niet of ik het financieel had aangekund zonder hulp van familie. Mijn vriendin en moeder helpen ook mee in de slagerij. Dat werkt heel prettig en kwam natuurlijk extra goed van pas in de decembermaand. Het was de eerste kerst die we als slagerij draaiden, dus dan ga je er helemaal voor. De gemeente Goor had ook besloten om alle zondagen in december de winkels open te stellen, dus het was een hele drukke maand.

Terugkijkend op onze eerste kerst ging het heel goed. Goedlopende producten



waren de meer luxe vleessoorten; varkenshaas, kogelbiefstuk, haasbiefstuk, rollades. Je merkte dat veel klanten eerder in de decembermaand al kwamen uitproberen of die kerstspecialiteiten lekker waren en daarna nog een terug kwamen om een bestelling te plaatsen.

De toekomst zie ik zonnig in. Ondanks dat januari een rustige maand is, hebben we al wat leuke orders binnen. We hebben al een aardige vaste klantenkring, waaronder veel ouderen. In de toekomst richten we ons ook op gezinnen en jongeren. Maar als startende ondernemer ben je altijd druk, zeker als kerst in de eerste drie maanden van je onderneming vallen. Nu streef ik ernaar om ook eens overdag toe te komen aan andere zaken, zoals de administratie. Al met al een enorm positief begin van onze nieuwe onderneming en het nieuwe jaar. Ik wens alle collega-slagers dan ook een succesvol, gelukkig en gezond nieuw jaar!"

Roy Kemna
Slager te Goor

De toonbank van slager traiteur Guido Veugen

"Ongeveer 3 maanden geleden zijn wij verhuisd van een locatie aan de rand van het dorp Beek naar een plek in het centrum tegenover 2 supermarkten. Samen met KMI Apeldoorn is een boekhandel in 3 weken omgetoverd tot een moderne slagerij.

Wij hebben geprobeerd een winkel met een natuurlijke bourgondische uitstraling te creëren die past bij ons product. Onze eigen worstmakerij is open en zichtbaar



voor de klant en er wordt in de winkel gekookt onder het oog van de consument.

Als je binnenkomt loop je eerst tegen ons zelfbedieningsmeubel aan waarin salades, soepen, diverse voorverpakte vleeswaren en binnen- en buitenlandse kazen worden gepresenteerd.

Vervolgens vind je in onze toonbank in blokpresentatie o.a. kip en wild, vers lamsvlees, varkensvlees, Livar rundvlees, Australische striploin, Aberdeen Angus, rib eye, Iberico racks, kalfsvlees, vlugklaar producten en gehakt, paté, snacks en salades en tenslotte kant-en-klare maaltijden.

De maaltijden grenzen aan een kookeiland waar ook belegde warme en koude



broodjes worden verkocht. De bedoeling is om hier op korte termijn ook warme afhaalmaaltijden aan te bieden.

In ons vleeswarenmeubel vind je voor het grootste gedeelte specialiteiten uit eigen worstmakerij. Al deze producten worden ook verwerkt in onze buffetten en saladeschotels.

Het onderscheid zit hem in de vele eigen producten bereid onder het oog van de klant, de grote variatie en keuze, en de liefde en aandacht voor onze producten en vooral voor onze klant."

ONZE TOP 3:

- Gekookte ham
- Koude schotel
- Smikkel spekjes

Jaarlijks één grote slagersbeurs

Er wordt jaarlijks één grote slagersbeurs georganiseerd. De Slavakto, VAS in Amsterdam en NSM in Zwolle wisselen elkaar ieder najaar af. Het bestuur Stichting Slavakto heeft een overeenkomst gesloten met het VAS bestuur (Verenigde Amsterdamse Slagersorganisatie) en het bestuur van de NSM (Noordelijke SlagersManifestatie). In het najaar van 2013 vindt de VAS plaats, de NSM vindt plaats in 2014 en in 2015 wordt de Slavakto georganiseerd. In opvolgende

jaren blijft deze volgorde hetzelfde. Met één beursagenda wordt er structuur en duidelijkheid geboden voor zowel bezoeker als standhouder. Daarnaast ziet de organisatie het als een mogelijkheid de beurzen uit te breiden en groter aan te pakken.

TAAKVERDELING

Het bestuur Stichting Slavakto neemt tijdens de VAS en NSM beurs de expo-santen- en

bezoekerscommunicatie voor haar rekening. Het NSM en VAS bestuur organiseren op hun beurt zelf de vakwedstrijden.



Financieel voordeel voor KNS-Leden

WAARDEVERMEERDERING VAN HET KNS LIDMAATSCHAP

Eind vorig jaar is het ledenvoordeel door collectieve inkoop via Members' Benefits geïntroduceerd. Een inkoopprogramma waarbij je als KNS-lid aanzienlijke kortingen, oplopend tot wel 40%, kan krijgen.

Zo kan je bijvoorbeeld besparen op jouw uitgaven voor brandstof via Esso. Op de landelijke adviesprijs geldt een korting van minimaal 8,33 cent (inclusief btw).

Ook op de zorgverzekeringen gelden interessante kortingen voor KNS-leden. Het SAS ZorgPortaal biedt de keuze uit drie collectieve zorgverzekeraars (De Amersfoortse, ONVZ en Agis) met verschillende verzekeringspakketten. Zelfs als je al bij één van de drie zorgverzekeraars verzekerd bent, profiteer je een korting van 10% op de

basispremie tot 23% op de aanvullende verzekeringen. Andere voorbeelden zijn kortingen op energie en telefonie voor KNS-leden. Als je hier gebruik van maakt heb je dus meer rendement van jouw KNS-lidmaatschap, een waardevermeerdering dus.

In het programma bestaat een aantal langlopende aanbiedingen maar er zijn ook tijdelijke aanbiedingen die steeds worden 'ververst'. In de toekomst wordt het productaanbod nog verder aangepast op basis van behoefte vanuit de slagersbranche. Natuurlijk kies je als ondernemer zelf of je gebruik maakt van de diverse aanbiedingen.

MEDEWERKERSVOORDEEL

Daarnaast kan je als werkgever ook je voordeel doen met deze collectieve



inkoop richting jouw team. Ook voor medewerkers in de slagersbranche gelden er namelijk interessante aanbiedingen. Hoge kortingen op Bosch en Siemens apparatuur, van koffiemachines tot wasmachines, maar ook dagjes uit en verzekeringen. Dat is toch een extra voordeel!

Alleen KNS-leden en hun medewerkers kunnen hier gebruik van maken. Het lidmaatschap wordt gecontroleerd.

Nieuwsgierig? Ga naar www.knsnet.nl/ ledenvoordeel bekijk de site en maak jouw keuzes! Het programma-aanbod wijst zich verder vanzelf. Je kunt je overigens ook aanmelden voor de speciale nieuwsbrief zodat je helemaal goed op de hoogte blijft.

Veel voordeelplezier gewenst.



‘Maison Moes Culinaire’: een veelzijdig bedrijf



‘Maison Moes Culinaire’ uit Breda van Wim en Sandra Moes is een breed en veelzijdig bedrijf. Behalve een slagerij exploiteren ze sinds vier jaar de kookstudio PUUR, hebben ze een goedlopende cateringtak en verzorgen ze barbecues. “We proberen in al onze activiteiten onze toewijding en liefde voor het vak te laten zien.”

Wim en Sandra Moes hebben me uitgenodigd in hun kookstudio. Aan de buitenkant een gewoon bedrijfspand, niets bijzonders eigenlijk. Beneden vang ik een glimp op van een professionele productielocatie, boven stap ik in een verrassend sfeervolle en gezellige kookstudio. Een bar, grote robuuste tafels, stoelen met gezellige kussens. Daarachter een ruime overzichtelijke keuken met een zestal kookeilanden. Daglicht valt door een grote dakkoepel naar binnen.

DROOM

Het begon allemaal twintig jaar geleden, in een slagerij aan het Valkeniersplein in Breda. “Als 19 jarige, ik zat nog op mijn diploma te wachten, heb ik de winkel overgenomen van mijn toenmalige baas,” vertelt Wim Moes bij een kop koffie. “Zo’ n twee jaar later ontmoette ik Sandra.”

“In het bedrijf stappen sprak indertijd vanzelf,” vertelt zij. “Met ons tweeën zijn we er vanaf het begin voor de volle 100 procent voor gegaan. We hadden weinig personeel, in het begin alleen een weekendhulp. Het was werken, werken, werken.” Ze kunnen er nog steeds om lachen, en spijt hebben ze nooit gehad. “Mijn droom was altijd al om iets voor mezelf te beginnen,” zegt Wim met pretlichtjes in zijn ogen. “Een sprong in het diepe was het niet helemaal: als zoon van ouders met een poeliersbedrijf wist ik wel ongeveer wat me te wachten stond.” Inmiddels zijn er bij Maison Moes (verdeeld over de winkel en de productielocatie) zes full-timers en 10 parttimers in dienst. Wim is verantwoordelijk voor alles wat met de slagerij, de catering en BBQTYD te maken heeft. Sandra beheert de kookstudio, verzorgt de boekingen in de kookstudio en de klantcontacten. Daarnaast maakt ze de maaltijden en de kant-en-klaargerechten die in de slagerij worden verkocht.

DE SLAGERIJ

De slagerij aan het Valkeniersplein is



uitgegroeid tot een culinaire eetwinkel van formaat. De locatie is goed: in het winkelcentrum met filialen van grote ketens als HEMA, Gall&Gall en AH is er veel aanloop. Bovendien zijn alle versspecialisten er met een mooie winkel vertegenwoordigd. “Het winkelaanbod is

“Het zijn risico’s die je neemt. Als het dan werkt en succesvol draait, halen we daar heel veel voldoening uit”

al twintig jaar heel stabiel, het publiek is koopkrachtig,” aldus Sandra. “Er komen veel tweeverdieners, met een voorkeur voor luxe vleeswaren en vleessoorten, zoals Parma- en Seranoham. We verkopen ook veel kalfsvlees, lekkere tapenades en tapashapjes.” “Ik koop altijd hele varkens en hele runderen, van De Rooy uit Cromvoirt.

Ook ons kalfsvlees komt daarvandaan,” verklaart Wim. “In de winkel, via de catering en in de kookstudio kunnen we alles van het dier kwijt.”

GROTE STAPPEN

In 1999 besloten Wim en Sandra tot een rigoureuze verbouwing van de winkel: alles moest eruit, de hele winkel werd vernieuwd en de naam werd veranderd: van ‘Slagerij Wim Moes’ naar ‘Maison Moes’. Wim: “Klanten moeten naar de slagerij komen om de winkel; omdat ze de producten goed vinden. Je maakt met zo’n persoonlijke naam de winkel te afhankelijk van jezelf, vind ik.” Het ruimtetekort konden ze met de verbouwing helaas niet oplossen. “We waren al bezig met kant-en-klaarmaaltijden, best vooruitstrevend in die tijd. Op het Valkeniersplein was te weinig ruimte voor de productie ervan en voor opslag. Uitbreiden in de stad bleek niet mogelijk.” Ze weken uit naar een bedrijventerrein aan de rand van Breda. Daar bouwden ze in een bestaand bedrijfspand op de begane grond een praktisch ingerichte productieruimte. Er is een afgesloten koud deel, een goed geoutilleerde keuken met twee fornuizen, een koelruimte, vriesopslag en groot magazijn. Op de productielocatie worden de grote vleesdelen winkelklaar gemaakt.

Lees verder >



KRUISBESTUIVING

Wim en Sandra zien een duidelijke kruisbestuiving tussen de kookstudio, de winkel en de catering. Sandra: "Mensen die de recepten thuis willen maken, komen vaak naar de winkel om hun ingrediënten te kopen. Gisteren hadden we een tapasavond. Dan draaien de gasten zelf gehakt. In de winkel verkopen we handgehaktmolentjes."

Wim: "In het voorjaar lieten we een groep kennismaken met lamsschouder, eigenlijk een 'vergeten' stukje vlees, want iedereen vraagt altijd naar de lamskarbondade. Op deze manier raken meer mensen bekend met de 'lastigere' delen, die wel heel lekker zijn."

De bezoekers van de kookstudio zijn heel divers: van vrienden- en

De maaltijden zijn ze efficiënter gaan bereiden: de ene dag alleen hazenpeper, de andere dag stoofvlees, erwtensoep of pasta's. Sandra: "We maken flinke volumes, pasteuriseren het en slaan het op in de koel- of vriesruimte. Zo hoeven we niet steeds kleine beetjes te maken. Dat scheelt veel tijd en werk." Om ook uit de bovenverdieping van het pand omzet te halen, besloten Wim en Sandra een kookstudio te beginnen. "Beslissingen nemen waarvan niemand zeker kan weten of het gaat lukken, zoals met de verbouwing, het nieuwe pand of het beginnen van de kookstudio is spannend. Het zijn risico's die je neemt. Als het dan werkt en succesvol draait, halen we daar heel veel voldoening uit."

KOOKSTUDIO PUUR

Sinds mei 2009 is de kookstudio in bedrijf: Sandra's domein. Hier kan ze haar passie; gastvrouw zijn, helemaal in kwijt. "Vroeger stond ik meer in de winkel, dat is nu nog maar een dag in de week. In de winkel is contact met de klant veel vluchtiger. Hier in de kookstudio zijn mensen een avondje uit. Ik heb leuke gesprekken, het klantcontact krijgt alle ruimte." Voor het begeleiden van de cursisten huurt ze, op freelancebasis, een chefkok in. Oproepkrachten, meestal studenten met veel horeca-ervaring, ondersteunen hem gedurende de avond. Zij schenken de drankjes in, dekken de tafels en ruimen de kookstudio weer netjes op. "Dat hoeven onze gasten zelf niet te doen," vindt

Sandra, "zij zijn immers een avondje uit!" Aan het eind van de avond krijgen de gasten een flyer mee waarop een code staat. Daarmee kunnen ze via de website de recepten downloaden. "Vroeger hadden we per groep maar één contactpersoon. Nu trekken we ze allemaal via de flyer naar onze site."



"Als 19 jarige, ik zat nog op mijn diploma te wachten, heb ik de winkel overgenomen van mijn toenmalige baas"



vriendinnengroepen tot ondernemersverenigingen en bedrijfsuitjes. "Onlangs was hier een groep ondernemers uit Breda om te koken," gaat Wim verder. "Dan kom ik wel even langs en loop wat rond, praat met ze. Je hebt vanzelf leuk contact met elkaar, beter netwerken kun je je niet voorstellen. Bij bepaalde bedrijven waar we inmiddels cateren, kom je niet zo snel binnen, zoals de Rabobank en de Rechtbank. Die hebben we via de kookstudio binnengehaald."

ALLES OF NIETS

"In de kookstudio heeft alles een vaste plek, logistiek is het allemaal veel makkelijker dan de Catering en BBQTYD," realiseert Wim zich. "De catering is veel chaotischer: de ene week

heb je geen enkele partij, de andere week vier tegelijk. Bezorgen moet vaak op lastige tijden. En je moet later alles weer ophalen, het is veel bijkomend loop- en sjuouwerk. Het lastige is dat we door het ontbreken van regelmaat moeilijk vaste mensen op deze activiteiten kunnen aannemen."

"In het begin zeiden we tegen alles 'ja'," vervolgt Sandra. "We wilden groeien, we moesten wel. Nu kunnen we selectiever zijn." Wim vult aan: "Aanvragen invullen voor een catering die bijna niks mag kosten; dat doen we niet meer. We willen wel kwaliteit blijven leveren." Een goede beslissing was de aanschaf van een goed cateringsoftwaresysteem, dat helemaal om hen heen is gebouwd. Sandra: "Dat

hadden we in het begin niet. Een slecht functionerend systeem maakt het werk een stuk lastiger. Nu verloopt alles veel vlotter en efficiënter. Mensen kunnen via de site reserveren, zowel voor de catering, barbecues als de kookstudio. In februari hopen we dat ook onze nieuwe website online is. Alles wordt door een extern bedrijf verzorgd, tot en met de LCD schermen in de winkel."

BREED BEDRIJF

Hoe kijken ze naar de toekomst? "Met een slagerij moet je vooral een lange termijnvisie hebben," vindt Wim. "Het is nu eenmaal geen branche met snel rendement. In deze tijd staat het vak veel onder druk. Je moet meer uren maken om de klant tevreden te stellen. Om de juiste weg te bewandelen, heb je veel meer papierwerk en administratieve rompslomp. Zo is het nu eenmaal," stelt hij nuchter vast. Dan, weer enthousiast: "We hebben een breed bedrijf: dat vind ik het mooie! Je bent slager, maar moet ook offertes maken, verkoper zijn, mensen ervan overtuigen waarom ze voor de catering bij jou moeten zijn. Daarvoor moet je als slager steeds op een andere stoel gaan zitten. Ik vind dat juist leuk."



De Dag van de Slager op 18 april 2013 is een dag om niet te vergeten...

Op donderdag 18 april 2013 vindt de eerste Dag van de Slager plaats in heel het land. Om van deze dag een feest te maken, hebben we de hulp van elke slager in Nederland hard nodig. Het thema van de dag is 'De Kunst van de Slager'. Het is de bedoeling dat op deze dag de slager met zijn team centraal staat voor zijn klanten, geïnteresseerden, jongeren en kinderen.

DE KUNST VAN DE SLAGER

Met dit thema kun je alle kanten op. Kunst slaat op diverse facetten in de slagerij. Denk aan de kunst van de worstmakerij, de kunst van de medewerker, de kunst van het vlees, de kunst van biefstuk

bakken, de kunst van uitbenen, de kunst van opleiden en de kunst in de winkel.

Aan elk thema kun je leuke en aansprekende activiteiten in je winkel koppelen. Een voorbeeld: de kunst van het opleiden. Nodig een basisschool uit om een bezoek te brengen aan je slagerij of verzorg een gastles op een plaatselijke VMBO. De kunst van de worstmakerij biedt volop kans om je eigen worstmakerij onder de aandacht te brengen door een open huis, demonstratie en proeverij in de winkel. Genoeg mogelijkheden dus!

WAAROM MEEDOEN?

Ongetwijfeld komt deze vraag bij je op. Een aantal redenen om mee te doen:

- Je zet jezelf neer als ambachtelijke vakman voor je klanten.
- Meedoen biedt de kans om je klantenkring en naamsbekendheid te vergroten.

- Je helpt mee aan het verbeteren van het imago van onze branche.
- Op lange termijn kan het zorgen voor een gezonde instroom van nieuwe medewerkers en ondernemers.

WWW.DAGVANDESLAGER.NL

Alle deelnemende slaggers worden bekend gemaakt op de website www.dagvandeslager.nl. Ook kan de bezoeker van de website zien welke activiteiten worden georganiseerd bij hun slager in de buurt. Ook ontbreken lekkere recepten niet op de site.

Speciaal voor de slager bevat de website alle informatie voor het organiseren van diverse activiteiten. Denk hierbij aan stappenplan, tips en suggesties.

AANMELDEN

Aanmelden is mogelijk via het bij De Slager ingesloten faxformulier. Ook is het mogelijk om je via www.dagvandeslager.nl aan te melden. Alle deelnemende slaggers ontvangen in februari/maart een speciaal actiepakket met posters voor in de winkel maar ook materiaal om uit te delen zoals bijvoorbeeld een kleurplaat voor de allerkleinsten. De poster en kleurplaat worden ook aangeboden via de online communicatiewinkel Slagersplein zodat de poster gepersonaliseerd kan worden met eigen logo en bedrijfsgegevens.

INITIATIEF

Deze landelijke dag is een initiatief van Stichting Opleidingsfonds Slagersbedrijf (Sovvb).

Worst is thema Helden van de Smaak verkiezing



De Week van de Smaak biedt dit jaar mooie kansen voor slaggers! Het is hét jaarlijkse evenement waarin gezonde en eerlijke voeding onder de aandacht wordt gebracht van een breed publiek, met nadruk op ambachtelijke, seizoensgebonden, natuurzuivere, duurzame en streekgebonden producten. 'Smaak' is hierbij het verbindende element. De Verkiezing van de Held van de Smaak 2013 staat daarbij in het teken van: worst.

HELD VAN DE SMAAK

Slaggers die zich bijzonder inzetten voor het behoud en vernieuwing van het ambacht, bijzondere nieuwe producten maken of zich juist richten op traditionele streekspecialiteiten kunnen in deze verkiezing deelnemen en 'Held van de Smaak' worden. Maar ook helden die zich verdienstelijk maken in het onderwijs of als ambassadeur voor de sector kunnen deelnemen aan de verkiezing. De werving

voor de nieuwe verkiezingskandidaten van de smaakhelden start in het voorjaar van 2013. In de voorrondes wordt per provincie een finalist geselecteerd. Vervolgens bepaalt de vakjury, in combinatie met de publieksjury de winnaar, de smaakheld 2013. De bekendmaking van deze 'Held' is op 28 september.

HOOFDSTAD VAN DE SMAAK

Regio Venlo; een samenwerkings-verband



van 6 gemeentes in Noord-Limburg, maakt zich op als Hoofdstad van de Smaak 2013. Dit jaar worden daar volop activiteiten georganiseerd rondom het thema 'Worst'. De Week van de Smaak vindt plaats van 28 september tot en met 6 oktober.

De aanmelding van activiteiten start in maart. Kijk ook op www.weekvandesmaak.nl voor een terugblik op de afgelopen Helden van de Smaak Verkiezing.





Word jij dit jaar Confrérie kampioen van deze internationale vakwedstrijd?

Ook dit voorjaar wordt in Best voor de 32^e keer de internationale slagersvakwedstrijd van de Confrérie gehouden. Doordat internationale slagers deelnemen aan deze spannende ambachtswedstrijd, is dit een unicum in Nederland. Doe jij dit jaar ook mee aan de vakwedstrijd van de Confrérie?

KEURING

Op 23 en 24 februari vindt de keuring

van de producten plaats bij SVO in Best. Sinds enkele jaren wordt de Confrérie daar verwelkomd en bijgestaan door studenten en personeel van de slagersvakopleiding.

Iedere deelnemer heeft de mogelijkheid om met meerdere producten in meerdere categorieën deel te nemen. De geanonimiseerde producten worden in de week voorafgaand aan de wedstrijd verzonden of ingeleverd bij een van de verzamelpunten. Voor Nederlandse deelnemers is dat het opleidingsgebouw van SVO. De ingeleverde producten worden daar, conform regelgeving bewaard in de juiste omgeving.

DEELNEMERS

Jaarlijks worden zo'n 700-1000 producten aangeboden uit Nederland, maar ook uit Denemarken, België, Duitsland, Oostenrijk, Frankrijk, Italië en soms uit verre oorden zoals Japan, Israël en Barbados. Studenten kunnen tegen gereduceerd tarief deelnemen aan de wedstrijd waardoor zij zich kunnen meten aan de senioren in het vakgebied.

LEERLINGEN IN DE JURY

In 2013 wordt voor het eerst de mogelijkheid geboden voor leerlingen in het vakgebied om deel te nemen aan de jurering. Zij krijgen daarbij een nog beter inzicht in het reilen en zeilen van

"Studenten mogen deelnemen aan de wedstrijd waardoor zij zich kunnen meten aan de senioren in het vakgebied"

de wedstrijd en van het 'keurmeester' zijn. De uiteindelijke beslissing blijft natuurlijk in handen van de professional.

GESCHIEDENIS

Confrérie staat voor broederschap. Oorspronkelijk stamt de Confrérie uit het pittoreske Franse plaatsje Jargeau. Het dorpje kreeg grote bekendheid vanwege een typisch Frans worstje genaamd 'Andouille', met als hoofdingrediënt pens. Om promotionele doeleinden is in de jaren '70 van de vorige eeuw door



een aantal gastronomen een broederschap opgericht. Het confrérie gebeuren in Jargeau bleef beperkt tot een aantal maal bijeenkomen per jaar onder het genot van een goed glas wijn en het eten van die lekkere Andouille. Op een zeker moment wilde men het product ook in het buitenland gaan promoten. Min of meer door toeval haalden een aantal mensen de Confrérie naar Nederland. Zij richtten in 1981 de Nederlandse dochterbroederschap op, die bekend staat als 'grand bailliage des Pays-Bas. Voluit heet de

slagersvakwedstrijd dan ook: Confrérie des Chevaliers de goût Andouille de Jargeau, grand bailliage des Pays-Bas.

WEDSTRIJD

De invoer van de productgegevens vindt plaats in een geautomatiseerd programma. Dit programma registreert niet alleen de productgegevens, maar later ook de scores en helpt de jury bij het vaststellen van de internationaal kampioen.

De tweede dag, 24 februari, is de dag van de wedstrijd. Uit een bestand met keurmeesters wordt door de wedstrijdleider, de heer Gerard Marlet, een selectie gemaakt van nationale en internationale keurmeesters. Zij worden altijd bijgestaan door een notulist, die zorgdraagt voor de administratieve afhandeling van de keuring. Indien er vragen of onduidelijkheden zijn of als er extra expertise gewenst is, is er altijd een extra keurmeester aanwezig die de overall begeleiding van de keuring voor zijn rekening neemt. Om internationaal kampioen te kunnen worden moet aan een aantal voorwaarden voldaan worden. Graag verwijzen wij naar de website van de Confrérie, www.confrerie.nl, waar een volledig reglement te vinden is. 's Avonds zijn alle prijswinnaars bekend.



De KNS in 2013

De slagersbranche heeft wel bewezen dat het heel goed begrijpt dat de wereld verandert en de consument ook. De slager van nu kent zijn toegevoegde waarde en zoekt naar manieren om deze duidelijk uit te dragen.

De wereld verandert in een enorm hoog tempo. Deze dynamiek vraagt focus op ontwikkelingen die relevant zijn voor de branche. Voorbeelden zijn de veranderende rol van de overheid, maar ook consumententrends, economische ontwikkelingen en maatschappelijke pijlers zoals milieu, dierenwelzijn, gezondheid en duurzaamheid. De KNS is zich bewust van deze ontwikkelingen. Juist om toekomstgericht aan de slag te gaan is een visie op langere termijn belangrijk. Op basis van een visie kunnen de strategische plannen voor de toekomst van de slagersbranche gemaakt worden. Aandacht voor zowel het slagersvak als ondernemerschap zijn hierbij enorm belangrijk.

In de vorige editie gaf directeur Peter Hoogenboom een terugblik op 2012. In deze editie kijken wij samen met

hem vooruit naar de toekomst en de activiteiten die de KNS dit jaar in de planning heeft.

Peter: "De ambitie van de KNS is om als richtinggevende brancheorganisatie toegevoegde waarde te bieden aan haar leden en de maatschappelijke omgeving waarin zij zich begeven. Samenwerking is daarin een belangrijke voorwaarde. Hierbij is ons doel de slagersbranche en het daarmee verbonden ambacht op de kaart te zetten. De afgelopen jaren hebben wij al een flink aantal stappen in de goede richting gezet en deze weg vervolgen wij. Het uitdragen van de KNS kernwaarden is hierbij een goed instrument."

ONDERSCHIEDEND VERMOGEN

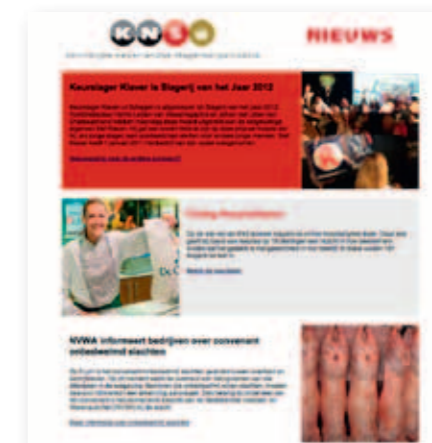
Dat de waarde van het onderscheidende vermogen van de slager voor de consument alleen nog maar groter moet worden, blijkt onder andere uit de Slagersmonitor. Daarom blijft dit thema de komende jaren belangrijk in de beleidsontwikkeling. Professionaliteit is daarnaast essentieel om bijvoorbeeld te voldoen aan regelgeving van de overheid maar ook aan wensen van de consument om zo een goedlopend bedrijf te kunnen runnen.

Denk daarnaast aan het belang van een goede slager die ook een goede ondernemer is en het verhaal kan uitdragen, maar ook een goed functionerend en volledig geïnformeerd team heeft. Authenticiteit van het ambacht, traditie, en de kracht van de korte keten blijven waarden die de basis zijn van het succes van een slagerij.

Slagers zijn weer trots op zichzelf, op het vak en op de veelal ambachtelijk gemaakte producten. Slagers hebben immers een meerwaarde ten opzichte van andere aanbieders van vleesproducten aan de consument. De KNS heeft hart voor slagers en blijft dit ook in 2013 tonen. Er wordt achter de schermen hard gewerkt aan de voorbereiding van een grootscheeps project dat van belang is voor de gehele bedrijfstak. De economische situatie is uiteraard een uitdaging. Wij geloven dat door het continu vertellen van het verhaal de consument zich bewust wordt van de kracht en de kwaliteit van de slager."

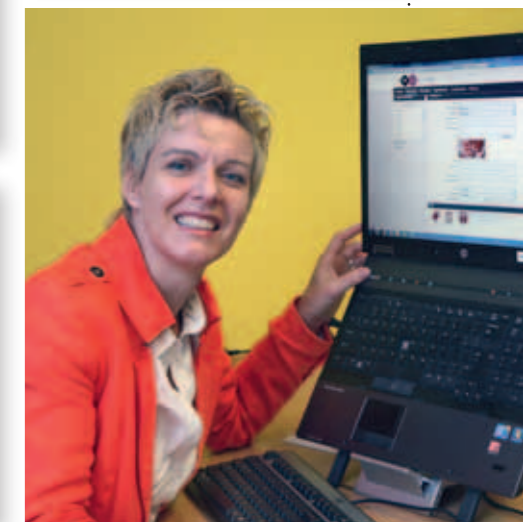
Een vooruitblik naar de geplande activiteiten in 2013:

- De KNS heeft hart voor slagers. Dit blijkt niet alleen in de collectieve belangenbehartiging zoals het onderhandelen van de cao en lobbyactiviteiten, maar ook uit aandacht voor de individuele slagers door juridisch en bedrijfseconomisch advies op maat. Instrumenten zoals het Businessplan en de locatiescan zijn hierbij van belang.
- Het continueren van de adviescommissiestructuur waarbij strategische onderwerpen en beleidszaken worden besproken met slagerondernemers die vervolgens het KNS-bestuur adviseren



over deze onderwerpen. Naar verwachting komen de adviescommissies in 2013 elk twee keer bijeen.

- Zorgen voor intensieve samenwerking met partijen binnen en buiten de branche is en blijft een belangrijk aandachtspunt. Zo wordt de KNS en de slagersbranche goed zichtbaar.
- De Dag van de Slager is een dag om niet te vergeten. Op donderdag 18 april 2013 vindt de eerste Dag van de Slager plaats in heel het land. Het thema is 'De Kunst van de Slager'. Het is de bedoeling dat op deze dag de slager met zijn team centraal staat voor zijn klanten, geïnteresseerden, jongeren en kinderen.
- De ontwikkeling van de online inspiratieomgeving voor ondernemers en medewerkers is in een gevorderd stadium. Eind 2013 is dit middel 'live' om inspiratie voor en kennis van het slagersvak te vergroten.
- De Week van de Smaak is hét jaarlijkse evenement waarin gezonde en eerlijke voeding onder de aandacht wordt gebracht van een breed publiek met dit jaar als thema: worst. De KNS werkt hierin nauw samen met de Week van de Smaak.
- Intensieve communicatie met de KNS-leden. Hiervoor wordt een aantal middelen ingezet zoals De Slager, die dit jaar in een nieuw jasje wordt gestoken. Naast de digitale nieuwsbrief voor een actuele wekelijkse nieuwsupdate over ondernemers- en werkgeverszaken heeft de KNS op twitter (@KNSvoorslagers) inmiddels ruim 700 volgers. In 2013 start een KNS-account op Facebook om contact te hebben met leden en om leden te inspireren.



- De KNS is in samenwerking met MKB Nederland, het HBA en SBB bezig met de mogelijkheden verkennen van het invoeren van de Meestertitel voor excellent, ambachtelijk vakmanschap. Deze titel kan een bijdrage leveren aan de herkenbaarheid en waardering.
- Om zoveel mogelijk leden voor de regiobijeenkomsten te interesseren, wordt dit jaar op een aantal centrale locaties en data ledenbijeenkomsten georganiseerd. Meer informatie volgt. De KNS is in 2013 aanwezig op vakbeurzen. Naast de Keurdemo is de KNS aanwezig op de VAS. Door het persoonlijke contact tussen de KNS en slagers is het mogelijk goed in te spelen op de wensen van de KNS-leden.



- De KNS en SVO werken samen met de Hogeschool Rotterdam aan de ontwikkeling van een associate degree (2-jarige opleiding op mbo/hbo-niveau).

Lees verder >

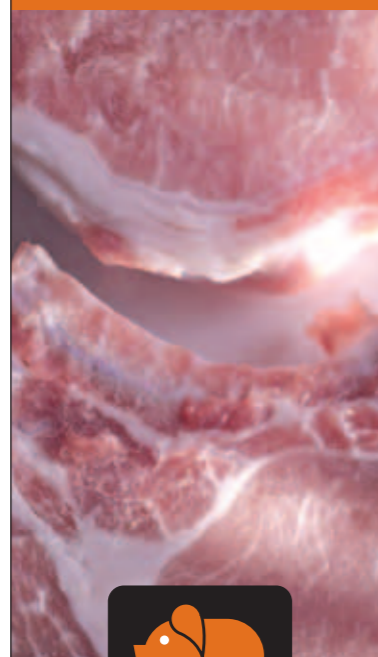


Hygiëne. Snelst voor detectie van micro-organismen en hygiënecontrole.

gullimex INSTRUMENTS

NL 074 265 77 88 BE 053 80 97 54

Duroc d'Olives, het varken voor de betere slager



Tel: 0032/495 18 68 77
www.durocdolives.be

FIRE&FOOD Het grill- en barbecue magazine

Nieuw in Nederland!
Het grill- en barbecue magazine FIRE&FOOD

- Gebruik van een aantrekkelijke toonbankdisplay
- Verschillende abonnements-hoeveelheden
- Een mooie toevoeging aan het barbecue-assortiment
- Inspirerend voor de klant
- Lage investering, hoog rendement
- Ook in te zetten als relatiegeschenk



Word een verkooppunt van FIRE&FOOD, en ga na www.fire-food.nl of bel naar 026 844 5993

SLAGERTJES

COMMUNICEREN MET UW COLLEGA'S?

Plaats een Slagertje. Aanhef en max. 5 regels: 48,50 excl btw.

ULKE WIERSMA
ETALAGEVERZORGING EN WINKELOPMAAK
WINNAAR LANDELIJKE ETALAGE-WEDSTRIJDEN. GESPECIALISEERD IN SLAGERIEN. BEL MAAR EENS: 058-266 69 06 OF 06 23 996 388

GEPENSIONEERDE SLAGER, STELT ZICH 1 à 2 DAGEN BESCHIKBAAR OM IN TE VALLEN, BIJ ZIEKTE OF VAKANTIE. 50 JAAR ERVARING, WAARVAN 40 JAAR ZELFSTANDIG. MIST ZIJN VAK EN DE SOCIALE CONTACTEN. OMGEVING ROTTERDAM. BEL VOOR INLICHTINGEN: 010-4713538

IK BIED MIJ AAN ALS ALLROUND SLAGER VOOR DE MEEST VOORKOMENDE WERKZAAMHEDEN, DIT TER ONDERSTEUNING / VERVANGING TIJDENS VAKANTIE, DRUKKE PERIODES OF ZIEKTE VAN UW SLAGER. INFORMATIE VIA: 06-18255870 OF DEPATROON.SLAGERSWERK@GMAIL.COM

VOOR OPGAVE ALLE SLAGERTJES:

Mail saskia@procamp.com en u ontvangt per omgaande het inschrijfformulier.

BUSINESSCOMMUNICATIE MET SLAGER-ONDERNEMERS? Plaats een Slagertje. Aanhef en max. 5 regels: 68,50 excl btw.

KWALITEITSMETINGEN NU DIGITAAL REGISTREREN

Voordelen digitale registratie:

- Herinneringsmail
- Digitaal ingevuld m.b.v computer, tablet of smartphone
- Direct feedback als de ingevulde waardes te hoog of te laag zijn
- Geen papieren rompslomp

Bestel nu op www.quality4all.nl

TIJD TEKORT?



QUALITY 4 ALL

ACTUEEL



De opzet is om deze opleiding in augustus 2013 van start te laten gaan.

- In 2013 wordt de ingrediëntendatabase 'PS voor slagers' gelanceerd. Slagers kunnen richting de consument (verplichte) productinformatie en ook maatwerk advies bieden dankzij een enorme database met ingrediënten van een slagersproduct. Samenhangend project is de update van de receptenmap voor het slagersbedrijf.
- Regulier overleg met NVWA over onder meer modules Slachten voor Kleine Roodvleesslachterijen (inclusief VKI), deze wordt in 2013 uitgebracht ter aanvulling van de Hygiëncode. Verder zijn de modules Uitsnijderij, Vleesproducten, Vleesbereiding, Gehaktproducten onderwerp van gesprek.
- Het organiseren van de vakwedstrijden

Spare Ribs Trophy en Lekkerste Bal Gehakt zodat slagers op productniveau kwaliteit kunnen verbeteren en zo een positieve bijdrage leveren aan het branche-imagó.

- Door het wegvallen van de het HBD als financierende partij, wordt gezocht naar hoe de applicatie 'Sturen op cijfers' gelanceerd kan worden. Sturen op cijfers biedt kengetallen waarmee slagers kunnen sturen op basis van verzamelde cijfers binnen de slagersbranche.
- Aandacht voor het behoud van voldoende in- en doorstroom binnen de branche om continuïteit te waarborgen. Middelen zijn onder meer het enthousiasmeren van jongeren, het professionaliseren van de branche, ontwikkelen leeftijd bewust personeelsbeleid, het ontwikkelen van

stuurinformatie op het gebied van arbeidsmarkt en onderwijs etc.

- Het organiseren van diverse workshops, bedrijfsbezoeken, excursies en reizen voor de secties MXL, Ppas, MVS en PJS. Gezamenlijk inspiratie opdoen en uitwisselen van ervaringen helpt bij een verdere ontwikkeling van het ondernemers- en vakmanschap!

Kortom, er staat een flink aantal activiteiten op de rol om de slagersbranche zichtbaar en toekomstbestendig te maken. Positief om in te ondernemen en positief om in te werken en zichtbaar te maken. In 2013 geldt zeker ook: KNS heeft hart voor slagers!

PRODUCTEN KNS DIENSTVERLENING

DIENST	PRIJS	REISKOSTEN	BTW
Juridische ondersteuning	€ 97	€ 0,40 per km	21%
Marketing ondersteuning	€ 97	€ 0,40 per km	21%
Locatiescan	€ 800	€ 0,40 per km	21%
Businessplan	€ 3.995	€ 0,40 per km	21%
Quick scan	€ 260	Inclusief	21%
Quick scan op maat*	€ 260 + € 97 per uur	Extra reiskosten € 0,40 per km	21%
Quick scan Plus*	€ 260 + € 97 per uur	Extra reiskosten € 0,40 per km	21%
Predikaat Hofleverancier (begeleiding)	€ 2.995	€ 0,40 per km	21%

* Afhankelijk van extra onderzoeksonderwerpen bij de Quick scan op maat en Quick scan Plus worden de extra ingezette uren doorbelast voor € 97 per uur, exclusief reiskosten en btw.

Trendwatcher Arjan de Boer:

"De crisis is een zege voor de creativiteit"



Arjan de Boer is Managing Partner van Trendwatchbureau Shoot My Food en Food Inspiration. Namens het toonaangevende bureau op het gebied van food, hospitality en trends struinde hij ook afgelopen jaar weer de wereld af: met de voelsprietten op scherp en de ogen wagenwijd open. Welke trends heeft hij zoal gespot? Wat zijn z'n ideeën voor winkelinrichting in 2013? En: waar liggen kansen voor de slager?

Voor het vinden van de essentiële trends voor 2013 reisden de trendwatchers van Shoot My Food af naar alle uithoeken

van de wereld: zowel lijfelijk als virtueel. Bij zijn deskresearch stuitte Arjan de Boer ook op 'FLOSS'. Een van de échte

reizen bracht Arjan de Boer naar Vancouver Island, waar FLOSS floreert in de eerste stad met het predikaat 'CittaSlow-village'. "FLOSS staat voor fresh, local, organic, seasonal, sustainable," legt de trendwatcher uit. Die vijf kernwoorden: vers – lokaal – organic - seizoensgebonden en duurzaam duiken tijdens het gesprek als een rode draad steeds weer op.

LEG EENS UIT, WAT IS CITTASLOW?
"CittaSlow is een internationaal

keurmerk voor gemeenten die op het gebied van leefomgeving, landschap, streekproducten, gastvrijheid, milieu, infrastructuur, cultuurhistorie en behoud van identiteit tot de top behoren. In Nederland zijn er ook vijf gemeenten met dit keurmerk: Midden-Delfland, Alphen-Chaam, Borger-Odoorn, Vaals en Heerde. Door een CittaSlow-netwerk te creëren, kunnen gemeenten samenwerken om de kwaliteit van leven te verbeteren: door het authentieke te koesteren en nieuwe technieken in te zetten die vooruitgang mogelijk maken. Het is een ontwikkeling die past in een trend die we wereldwijd zien opkomen en die we 'van materialisme naar mentalisme' hebben genoemd. Ofwel: van bezit naar 'we gaan het met elkaar oplossen'."

"Op Vancouver Island werd een groep mensen zich bewust van hoe weinig van de voeding die in de lokale winkels te koop was, ook lokaal geproduceerd werd: slechts zo'n 7%. Met elkaar zijn ze gaan kijken hoe ze dat percentage omhoog konden krijgen. Het klimaat is er gunstig, de grond vruchtbaar, dus het moest mogelijk zijn. Met een lokale visser, een bakker, de groenteman enzovoort zijn ze aan de slag gegaan. Zo bakt de bakker nu brood van graan dat op het eiland groeit, de slager verkoopt vlees van dieren die op Vancouver Island worden gefokt. Het draait om verse en zoveel mogelijk pure, dus onbewerkte producten. Lokaal geproduceerd, van lokale grondstoffen, organic, eten wat het seizoen je brengt; kortom duurzaam. Cowichan Bay is bijvoorbeeld volledig fastfoodvrij geworden."

IS DIT NIET HEEL IDEALISTISCH? OF TOCH WEL EEN BREEDGEDRAGEN TREND ONDER CONSUMENTEN?

"Aanbieders hebben de consument jarenlang op hun wenken bediend. Wat vroeger bijvoorbeeld seizoensgebonden was, is nu dankzij de perfecte logistiek het hele jaar verkrijgbaar. Ik vind

"Een andere trend in winkelinrichting is het hergebruik van materialen; er valt veel geld te verdienen met het stoppen van verspilling"

het waanzinnig dat we het hele jaar lamsvlees kunnen krijgen; het komt dan wel helemaal uit Nieuw-Zeeland. Je koopt nu hartje winter biologische aspergepuntjes... uit Peru. Met mij zetten steeds meer consumenten vraagtekens

bij deze producten. Die asperges zijn wel biologisch geteeld, maar als ze met een Boeing 747 ingevlogen moeten worden, is dat niet erg duurzaam. Bovendien zijn consumenten kritischer over wat er in onze voeding zit. Ze willen het





laat zien wat je kan, geef informatie in plaats van de standaard verkoopgerichte vragen te stellen als 'mag het iets meer zijn' en 'anders nog iets?' Belangrijk is ook dat alle medewerkers kennis van zaken hebben. En men zou niet zo bang moeten zijn voor concurrentie. Door goed samen te werken met collega's en lokale horeca-ondernemers ondersteun je elkaar juist."

KUN JE EEN VOORBEELD GEVEN?

"Een mooi voorbeeld is wat er gebeurt bij Bilderberg in Wolfheze. Chef-kok Jacco Rozenberg en general manager Joan Boersma brengen daar het concept 'Nose to Tail' in de praktijk. Zij zoeken zelf van tijd tot tijd een blaarkoprund uit, laten het slachten bij een familieslachterij in de buurt, waarna Jacco voor ieder deel een bestemming zoekt. Alles van het dier wordt verwerkt en gebruikt. Zo hebben ze een sterk verhaal naar de gast, en het is vers, lokaal, organic en duurzaam. Een ander voorbeeld is het restaurant 'FF Swanjee' in Den Bosch: als je daar uit eten gaat, komt er een medewerker bij

weten, waarbij de voorkeur meer en meer uitgaat naar zo min mogelijk onnatuurlijke toevoegingen. Acties zoals 'Power to the pieper', de 2% stickeractie bij de Albert Heijn door de Young Food Movement, de slowfoodbeweging, de talloze burgerinitiatieven rondom het telen van groenten in stadstuinen, de populariteit van een programma als 'De Keuringsdienst van Waarde': het zijn duidelijke indicatoren dat consumenten het anders willen. Dat zij het anders

willen, betekent dat de ondernemer ook anders moet gaan denken."

HOE KAN DE SLAGER HIEROP INSPELEN?

"De slager heeft twee keuzes: hij is óf de goedkoopste, óf de beste. Dat eerste gaat hij verliezen, dus blijft er één optie over. De beste zijn betekent dat je de beste kwaliteit levert: zowel je producten, je verhaal, als je hospitality moeten top zijn. Geef de klant een welkom gevoel,



Samenwerking tussen slager en chefkok levert mooie initiatieven op.

"Die vijf kernwoorden: vers, lokaal, organic, seizoensgebonden en duurzaam"

je aan tafel zitten met een bord waarop een zestal stukken vlees liggen, zoals een chateaubriand, een ribeye, een entrecôte. De medewerker legt de gast uit waar de stukken vandaan komen, welk onderdeel vetter en welk stukje magerder is, en wat dat doet met de smaak en het mondgevoel. Ze hebben kennis van zaken en dragen dat uit. Het wordt enorm gewaardeerd. Ook voor de slager is het belangrijk dat hij zijn medewerkers goed opleidt: dat ze óók weten wat het verschil is tussen een staartstuk en een ossenstaart. De consument waar de slager op mikt is die bewustere consument die wat meer geld wil uitgeven aan de kwaliteit van zijn eten. Daar kan hij naar mijn idee veel meer op inspelen. Op de vraag van de consument naar pure producten speelt de grote restaurantketen La Place goed in. Zij hebben zich ten doel gesteld al hun eigen producten vrij van kunstmatige E-nummers te houden. Alle medewerkers hebben een instructie gekregen en weten het verhaal daarachter aan de consument over te dragen."

EEN TREND DIE IN HET NIEUWE FOOD INSPIRATION TRENDREPORT 2013 WORDT GENOEMD, IS 'URBAN VEGETARIAN'. WAT KAN DE SLAGER DAAR MEE?

"Er zijn verkiezingen voor sexy vegetariërs, vegetarische restaurantweken



en de 'vegetarische slager' wint prijzen met zijn vegaconcepten waar ook niet-vegetariërs van onder de indruk zijn. Vegetarisme is hot, daar kun je niet omheen. Toen de Meesterslagers mij vorig jaar tijdens een sessie vertelden dat zij allemaal op vegetarische kooklessen waren geweest, was ik onder de indruk. Dat vind ik geweldig. Het is een feit dat steeds meer mensen bewust minder vlees eten, er komen steeds meer flexitariërs. Het is dan ook vooral slim om als slager de klant, naast het reguliere vlees, ook lekkere vegetarische gerechten en hapjes aan te bieden: morgen al doen! Het is de tijdsgeest, doe er je voordeel mee. Maak de lekkerste vegetarische burgers van het dorp."

STEL DAT EEN SLAGER NU WIL GAAN VERBOUWEN. WAT ADVISEER JE DAN VOOR ZIJN WINKELINRICHTING?

"Je ziet een hang naar nostalgie en authenticiteit, zonder protserigheid en overbodige luxe: eten is geen sprookje. Informatie geven en de vraag om transparantie vertaalt zich ook letterlijk naar de inrichting, laat maar zien wat je doet en wat je in huis hebt. Openheid, koelingen die je kan zien; dat is de toekomst. Verwijder die muur, en

plaats een glazen wand, zodat klanten kunnen zien wat er achter in de slagerij gebeurt. Het betekent misschien dat je daar schoner moet werken, en de boel constant strakker aan kant moet hebben, maar daar is natuurlijk helemaal niets mis mee."

"Een andere trend in winkelinrichting is het hergebruik van materialen; er valt veel geld te verdienen met het stoppen van verspilling. Je moet alleen wat creatiever gaan nadenken. Heb je een nieuwe toonbank nodig, kijk dan eens op e-bay. Er zijn helaas heel veel slagers failliet gegaan, maar dat heeft ook een keerzijde. Er zijn genoeg goede tweedehands spullen te vinden. Laat het eventueel reviseren. Echt, de crisis is een zege voor de creativiteit!"

HOE ZIE JE DE TOEKOMST VOOR DE SLAGER?

"Zorg ervoor dat je als slager de consument een duidelijke meerwaarde biedt. Veranderingen in de maatschappij, en ook de crisis, vragen om 'anders denken'. Wanneer de omstandigheden ongunstig zijn, wordt er een beroep gedaan op je creativiteit. Wie anders durft te denken, kan op nieuwe markten stuiten die wachten om aangeboord te worden."

Food Inspiration Trendreport 2013

Onlangs lanceerde Food Inspiration het Trendreport 2013. Een omvangrijk interactief digitaal masterpiece, een essentieel tijdsdocument waarin actuele marktontwikkelingen worden geduid. Met een uitgebreide maar praktische beschrijving van 15 essentiële trends die de richting van de foodservice zullen bepalen. Meer dan 400 pagina's vol nieuwe inzichten, de laatste feiten en cijfers, producttrends, videoreportages en meer dan 150 hot concept-beschrijvingen. Vanzelfsprekend hebben veel van de beschreven trends ook hun uitwerking op de slagerijbranche. We noemen er 8.

1. NEW RITUALS

Wie is toch die man die op zondag het vlees snijdt? Het eten wordt weer verbonden met rituelen, vooral rondom feestelijkheden, zoals de voorbije kerstdagen. Er wordt uitgekookt, uitgebreid gekookt en getafeld. We zien de terugkeer en populariteit van oude ambachten. Worstmaken, slowcooking, zelf roken en inmaken. Naast de heropleving van tradities staan consumenten ook open voor nieuwe gebruiken.

2. FOOD TRIBES

Consumenten verbinden zich graag rondom eten. En de kennis & kunde



over voeding en bereiding ervan neemt toe. Van kinderkookscholen tot sushiworkshops, van cook-offs tot semi-professionele kookclubs. Er zijn steeds meer mogelijkheden om bij te leren. De consument aan de toonbank is geen leek meer. Vakmanschap ligt erin om als specialist zijnde zowel de beginner als de gevorderde foodie iets bij te brengen. Wees daarom transparant, toon de technieken, geef bereidingsadvies voor 'gevoorderden'.

3. ROUGH KITCHEN

Elke trend kent zijn tegentrend. Als reactie op de feminisering worden oerinstincten door mannen weer opgepakt en tot leven gewekt. Dan krijg je concepten met een ruig randje, die trouwens ook onder vrouwen populair zijn. Onder de 'mannelijke' keuken scharen we de hang naar vlees – maar wel ambachtelijk, van hoge kwaliteit en nose to tail. Grote

stukken vlees gaan de Big Green Egg op en het filetlapje delft het onderspit. Het verklaart ook de grote populariteit van vleesgerichte restaurants: rotisserie's, burgerbars en ballenrestaurants zoals Fa. Speijkervet, Bar Spek, Meatballs, Ball's & Glory en Burgerbar.

4. NO WASTE

Afval bestaat niet. De topgastronomie brak in de voorbije jaren een lans voor de herwaardering van het hele dier, met de Brit Fergus Henderson als pionier voorop. Topchefs hebben zich bekwaamd in het bereiden van orgaanvlees, dooraderd vlees en oude vergeten delen en ook de rest van de markt volgt nu gestaag. Wat eerst restproducten waren, zijn nu populair. Zure zult, balkenbrij en bloedworst staan weer met trots op de kaart.

5. FLEXIBLE PRICING

In economisch zware tijden gaan consumenten op zoek naar prijszekerheid. Wie minder te besteden heeft, denkt goed na en dan is transparantie van de prijs erg belangrijk. Nieuwe horecabedrijven



spelen op deze behoefte in met flexibele menuprijzen. Bijvoorbeeld om hun zaak met twee shifts te vullen of juist doorweekse dagen beter bezocht te krijgen. Een dergelijke formule geeft ook kansen voor de slagerij: earlybird korting (tot 10.00 uur) of donderdagse karbonade-deals. Of wat denk je van 'last minute' aanbiedingen of 'restjespakketten'?

6. ANDERS DENKEN

De crisis is een zegen voor de creativiteit. Wanneer geld niet voor het oprapen ligt, moet je als ondernemer, concept of product onderscheidend zijn om succesvol te zijn. Van belang is dus je te spiegelen aan mensen die anders zijn dan jij om na te denken over vernieuwing. Samenwerken biedt kracht. Ook met partijen die op het eerste oog misschien je directe concurrent lijken. Welke

toeleveranciers kan je laten meedenken en erbij betrekken? Kun je samenwerken met andere detaillisten?

7. NEW SOCIAL

De manier waarop we communiceren is drastisch veranderd. Alles en iedereen is overall online en met elkaar verbonden via sociale media. Dit biedt een fun en laagdrempelige manier om met je consument in contact te komen. Plak bijvoorbeeld eens een QR code op je varkenshaas, die de klant doorstuurt naar een recept op je website. Hou klanten op de hoogte van aanbiedingen via Twitter of doe een prijsvraag via Facebook. En reageer op vragen die consumenten stellen via de sociale kanalen, kom in gesprek.

8. URBAN VEGETARIAN

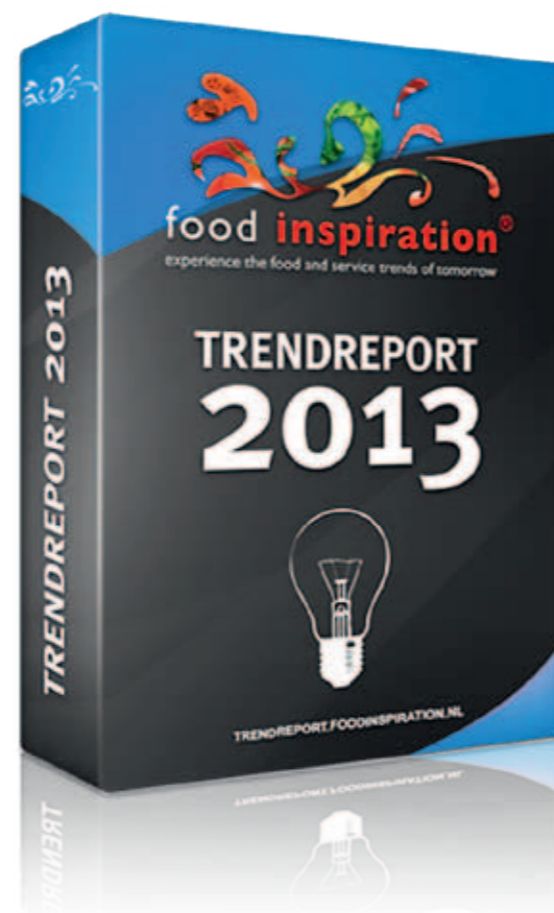
Een trend die in eerste instantie vooral een bedreiging lijkt, is de groeiende

populariteit van vegetarisch eten. 5% van de Nederlanders eet vegetarisch. Opvallend is wel dat het aandeel 'flexitariërs' sterk toeneemt, nu al 35%. Zij omarmen een bewustere eetstijl, waar minder maar beter vlees een onderdeel van uitmaakt. Een restaurant zonder vegetarische optie word door deze doelgroep niet meer serieus genomen. Schenk daarom in je assortiment serieus aandacht aan kwalitatieve vleesvervangers die de supermarktalternatieven overstijgen en hou bijvoorbeeld bij barbecue pakketten of gourmetschotels ook altijd ruimte voor groente of vleesvervangers.

Doe je voordeel met deze trends en grijp je kansen! Lees vooral ook het interview met Arjan de Boer op pagina 22.

MEER INSPIRATIE?

Kijk op www.foodinspiration.nl



Lekker Koken met... Uw versspecialist

Vertelt u met passie over uw producten? Over de herkomst, smaak en bereidingswijzen? Meer en meer bepaald juist dit aspect of klanten bij u terugkomen. Zij nemen graag (mét 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. Een

maand voor verschijning 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, die meestal gekoppeld zijn aan een recept of maaltijdtip. Bent u een klant van Interkring Vers? Dan ontvangt u ook de actie-leaflet die u op uw toonbank legt.

ENTHOUSIASTE SLAGERS

Lekker Koken met... is een fris vormgegeven receptenmagazine met gerechten die voor iedereen goed te maken zijn. Voor de zelfstandige slager is het prettig om je aan te kunnen sluiten bij acties die terugkomen bij Interkring versproducten in het receptenmagazine. Met het uitdelen van het -voor uw klant



gratis- magazine bouwt u aan klantenbinding en loyaliteit. Al vele slaggers zijn enthousiast over Lekker Koken met... en inspireren hun klanten maandelijks met verrassende recepten.

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. Vraag het abonneerformulier aan via www.lekkerkokenmet.nl of via uw Interkring versadviseur.

Februariselectie

SAUCISSON SEC PICALOSTE

Deze lekkere gedroogde Franse worst hoort gewoon thuis op de borreltafel. In mooie plakjes gesneden, valt dit zeker bij de gasten in de smaak.



ROASTED PORC RIB

Voor stoere mannen een robuust broodbeleg. Dus deze 'roasted porc rib' past daar precies bij. Wedden dat ze een broodje extra nemen...

MORTADELLA GRAN SIGILLO

Uit de prachtige Italiaanse streek Bologna komt het authentieke recept van deze boterhamworst. De pistachenootjes geven net dat extraatje aan dit smaakvolle broodbeleg.



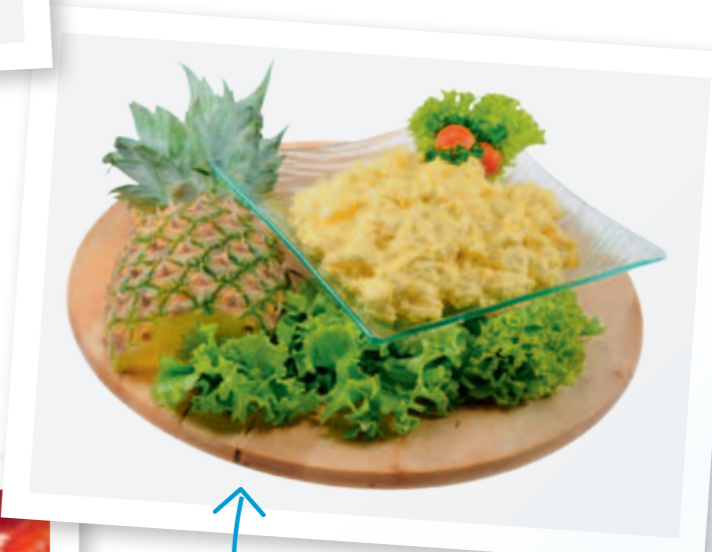
ITALIAANSE LASAGNE

Snel en makkelijk op tafel, maar bovenal lekker is deze Italiaanse lasagne. Gemaakt volgens originele Italiaanse receptuur. Combineer deze lasagne met een frisse komkommer-rauwkostsalade en je maaltijd is compleet.



GRIEKSE PATÉ

Uit het land van Aphrodite, de godin van de liefde, komt deze half-grove paté. Mede door de rode en groene paprikaslierten, groene peperbollen, olijven en de geheime Griekse kruiden is dit de ideale paté voor het Valentijnsontbijt!



KIP-KERRIESALADE

Onmisbaar op de weekend ontbijttafel: de kip-kerriesalade. Deze salade is rijk gevuld met malse kip en een romige kerriesaus. Altijd een succes.



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

Professioneel personeelsbeleid maakt bedrijf sterker

Natuurlijk zijn producten van topkwaliteit van groot belang. Maar het is net zo belangrijk wie die producten verkoopt. Want goed opgeleide, enthousiaste medewerkers helpen om jouw bedrijfsdoelen te bereiken. Voor ondernemers die een professioneel personeelsbeleid willen ontwikkelen, biedt SVO de praktische training Succesvol Ondernemen: personeelsbeleid en verandermanagement.

"Je kunt je bedrijfsprocessen nog zo goed op orde hebben en nog zulke mooie producten inkopen, uiteindelijk maken de medewerkers het verschil", zegt Sjoerd Kaljee, trainer/docent bij SVO. "Klanten kunnen hun vlees overal kopen, maar ze kiezen voor een winkel vanwege de medewerkers. Kunnen zij goed adviseren, zijn ze klantvriendelijk? Goed personeelsmanagement verbetert je organisatie. Als de juiste mensen op de juiste plek zitten en goed samenwerken, sta je als winkel sterk. En dat is in deze economisch lastige tijden van groot belang."

VISIE

Voor elke ondernemer die een personeelsbeleid wil ontwikkelen, geldt dat het begint met toekomstvisie. Sjoerd: "Pas als je visie helder is, kun je bepalen wat voor soort mensen je nodig hebt om je doelen te bereiken. Welke eigenschappen en vaardigheden moeten ze hebben? Die lat mag je hoog leggen. Je hebt mensen nodig die de zaak kunnen runnen, ook als jij er niet bent. Dat maakt je minder kwetsbaar en het geeft je de ruimte om je bezig te houden met de ontwikkeling van het bedrijf."

PRAKTISCHE TIPS

Om ondernemers te ondersteunen bij het maken van goed personeelsbeleid, biedt SVO de training Succesvol Ondernemen: personeelsbeleid en verandermanagement. Tijdens vijf dagdelen krijgen de deelnemers volop praktische tips om hun beleid vorm te geven. "In de eerste bijeenkomst schetsen we de kaders voor een goed personeelsbeleid", vertelt Sjoerd. "Deelnemers gaan nadenken over hun visie en doelen, de mensen en functies die daarbij nodig zijn en de werkzaamheden die daarbij horen."

WERVING EN SELECTIE

De tweede bijeenkomst draait om werving en selectie. Hoe vind je de juiste mensen? Hoe maak je een goede advertentie? Hoe



verloopt een sollicitatieprocedure en hoe voer je een goed sollicitatiegesprek? "Dat gaan we oefenen", zegt Sjoerd. "Dat doen we ook tijdens de derde bijeenkomst, waarin we ingaan op het opleiden van medewerkers. Hoe stippel je een ontwikkelingspad uit voor je medewerker? Op een goede manier leidinggeven en communiceren zijn daarin heel belangrijk. We gaan aan de slag met het maken van een opleidingsplan en het voeren van loopbaan- en functioneringsgesprekken."

GOEDE COMMUNICATIE

In het vierde blok staan leiderschap, teambuilding, doorstroom en uitstroom centraal. Het laatste blok staat in het teken van het doorvoeren van veranderingen op het gebied van personeelsbeleid. Sjoerd: "Ondernemers leren tijdens de training in korte tijd hoe ze hun bedrijf verder kunnen professionaliseren. Ze krijgen volop praktische handvatten, zodat ze meteen aan de slag kunnen." De training start op 13 februari bij SVO in Zwolle. Voor meer informatie: www.svo.nl.

"Goed personeelsmanagement verbetert je organisatie"

Veranderingen premiekortingen

In sommige gevallen kunnen werkgevers een korting krijgen op de premies voor werknemersverzekeringen. Voor de premiekortingen verandert per 1 januari 2013 het volgende:

- De premiekorting in dienst hebben oudere werknemers vervalt.
- De premiekorting in dienst nemen oudere werknemers wordt hoger.
- De hoogte en berekening van de premiekorting arbeidsgehandicapte werknemers verandert.
- Je mag de premiekortingen niet meer tegelijk toepassen.

PREMIEKORTING IN DIENST HEBBEN OUDERE WERKNEMERS VERVALT

De premiekorting voor het in dienst hebben van een werknemer van 62 jaar of ouder vervalt. Ook als jouw werknemer in 2013 nog voldoet aan de voorwaarden die gelden tot 1 januari 2013, heb je geen recht meer op deze premiekorting.

PREMIEKORTING IN DIENST NEMEN OUDERE WERKNEMERS WORDT HOGER

De premiekorting in dienst nemen oudere werknemers gaat omhoog van € 6.500 naar € 7.000 per jaar bij een werkweek van ten minste 36 uur.

HOOGTE EN BEREKENING PREMIEKORTING ARBEIDSGEHANDICAPTE WERKNEMERS VERANDERT

De premiekorting arbeidsgehandicapte werknemers gaat in 2013 omhoog naar maximaal € 7.000 per jaar bij een

werkweek van ten minste 36 uur. Heb je een jonggehandicapte in dienst die je vanwege zijn arbeidsbeperking minder betaalt dan het wettelijk minimumloon (loondispensatie)? Dan gaat de korting voor deze werknemer omhoog naar maximaal € 3.500 per jaar bij een werkweek van tenminste 36 uur. Als de werknemer minder dan 36 uur per week werkt, dan moet je vanaf 1 januari 2013 de premiekorting evenredig verlagen. Bij werknemers zonder vast overeengekomen arbeidsduur ga je uit van de uitbetaalde uren in het aangiftetijdvak gedeeld door de normuren per 4 weken (144) of per maand (156). Omdat de premiekorting per 1 januari afhankelijk is van het aantal arbeidsuren, pas je

de premiekorting toe per aangiftetijdvak en niet meer per loontijdvak.

PREMIEKORTINGEN NIET MEER TEGELIJK TOEPASSEN

Je mag de premiekorting arbeidsgehandicapte werknemers en de premiekorting in dienst nemen oudere werknemers per 1 januari 2013 niet meer tegelijk toepassen. Heeft de werknemer recht op beiden kortingen; de premiekorting arbeidsgehandicapte werknemers en op de premiekorting in dienst nemen oudere werknemers? Dan pas je alleen de premiekorting arbeidsgehandicapte werknemers toe. Meer informatie vind je op www.belastingdienst.nl en www.uwv.nl



Subsidies

Het opleidingsfonds Sovvb verleent aan werkgevers en medewerkers onder bepaalde voorwaarden subsidie voor de kosten van opleidingen, cursussen en trainingen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de BBL-opleidingen, cursussen, EVC en de diverse thematraiteurtrainingen van SVO.

Aan slagersbedrijven die gebruikmaken van payrollmedewerkers en aan payrollmedewerkers zelf wordt géén subsidie verleend. Ter voorkoming van oneigenlijk gebruik worden subsidie-aanvragende bedrijven gecontroleerd op de afdracht van premie VOS aan het VOS-fonds, waarvoor Syntrus Achmea de administratie voert.

Op de website www.slagers.nl en op www.knsnet.nl/subsidies tref je het nieuwe subsidiebeleid voor 2013 aan.



Bedrijfshulpverlening

Een werkgever moet maatregelen nemen op het gebied van eerste hulp bij ongevallen, brandbestrijding en evacuatie van werknemers en andere aanwezige personen. Dit kan door het aanstellen van één of meer bedrijfshulpverleners binnen het bedrijf. De organisatie van de bedrijfshulpverlening moet zijn afgestemd op de risico's binnen het bedrijf.

De risico's worden bepaald aan de hand van de RI&E. De (branche-)RI&E is te downloaden via de website www.rie.nl. De bedrijfshulpverlener moet beschikken over een opleiding en uitrusting zodat

hij/zij de hulpverleningstaken goed kan uitvoeren. De werkgever kan zelf de bedrijfshulpverlening op zich nemen, maar moet wel tenminste één werknemer aanwijzen die hem bij afwezigheid

vervangt. Er is niet meer wettelijk voorgeschreven hoe vaak en hoeveel uur er moet worden besteed aan herhalingscursussen en oefeningen. De RI&E en het gezonde verstand is hierin bepalend, maar de KNS adviseert in ieder geval één keer per jaar een herhalingscursus te doen.

Kijk voor meer informatie ook op www.knsnet.nl/RIE



PREMIES 2013

PREMIES IN % VOOR DE SECTOR SLAGERSBEDRIJF

		2012	2013
Stivus (VUT-fonds)		2,00	2,00
Vormings- en ontwikkelingsfonds (VOS)		0,80	0,80
Pensioenfonds (BPS)*	Werkgeverspremie (over de pensioengrondslag)	11,28	11,28
	Werknemerspremie (over de pensioengrondslag)	7,52	7,52
SAS ZorgPortaal (Ziekte) Incl. verzuimbegeleiding, casemanagement en re-integratiekosten	Werkgeverspremie		
Loonsom < € 150.000			
Eigen risico periode	2 weken		4,66
	6 weken	3,70	3,83
Gebaseerd op de bonus/malusregeling trede 3, indien van toepassing: Loonsom > € 150.000 < € 400.000			
Eigen risico periode	2 weken	4,70	4,87
	6 weken	3,86	4,00
Gebaseerd op de bonus/malusregeling trede 3, indien van toepassing: Loonsom > € 400.000			
Eigen risico periode	2 weken	5,33	5,52
	6 weken	4,37	4,52
SAS ZorgPortaal WGA-gatverzekering uitgebreid incl. IVA-module	Werknemerspremie	0,47	0,58
WAO/WIA Kleine bedrijven hebben een loonsom tot € 757.300 (in 2011) Grote bedrijven hebben een loonsom vanaf € 757.300 (in 2011)			
Basispremie WAO/WIA	Werkgeverspremie	5,05	4,65
Gedifferentieerde premie WGA:			
Kleine bedrijven	Werkgeverspremie	Minimaal 0,48	0,47
	Werkgeverspremie	Maximaal 1,59	1,56
Grote bedrijven	Werkgeverspremie	Minimaal 0,13	0,13
	Werkgeverspremie	Maximaal 2,12	2,08
Compensatie rentehobbel WGA (artikel 48 cao)		0,07	0,00
Zorgverzekeringswet (ZVW) Inkomensafhankelijke bijdrage	Werkgeverspremie	7,10	7,75
Werkloosheidswet			
Sectorfonds	Werkgeverspremie	2,95	3,31
Sectorfonds	Opslag kinderopvang (werkgeverspremie)	0,50	0,50
Awf	Werkgeverspremie	4,55	1,70
Awf	Werknemerspremie	0,00	0,00
Franchise Awf per dag in €		66,27	0,00
OR-heffing	Werkgeverspremie	0,013	0,00

* Informatie over de pensioenpremie kunt u opvragen bij pensioenuitvoeringsorganisatie Syntrus Achmea 0900 - 2656565

De jaar- en uurfranchise BPS 2012 bedragen resp. € 10.940 en € 5,52

De maximum premie-inkomengrens in 2013 voor de bovengenoemde regelingen, m.u.v. de ZVW, is € 195,58 per dag, € 977,94 per week, € 3.911,76 per 4 weken en € 4.237,75 per maand.

Het maximum te verzekeren bruto jaarsalaris voor zowel de premieberekening als de schade-uitkering van de verzuimverzekering van SAS ZorgPortaal bedraagt € 110.000 per verzekerde.

Ledengroepen, sluit je aan!



Binnen de KNS zijn verschillende ledengroepen, de zogenaamde secties, actief: Ppas, Platform Jonge Slagers, Mannen Vakgroep Slagers en Meating XL. Er worden voor deze groepen (bedrijfs-) excursies georganiseerd in binnen- en buitenland. Maar ook beursbezoeken, korte cursussen, studiebijeenkomsten en workshops behoren tot het geregeld tot het programma.

Per kalenderjaar organiseert de KNS vier bijeenkomsten per sectie. Tijdens deze activiteiten wisselen de leden bovendien

informatie uit waar zij in hun eigen bedrijven hun voordeel mee kunnen doen. Je kunt lid worden van één van de secties als je lid bent van de KNS en onder de Cao voor het Slagersbedrijf valt.

PLATFORM JONGE SLAGERS (PJS)

PJS is een groep jonge slagers waarin recent gestarte en aankomende ondernemers samenkomen. Dit platform heeft als doel om elkaar te enthousiasmeren maar ook kennis en ervaring te delen. Met een groepsgrootte van ongeveer 30 personen hebben zij in 2012 veel ervaring opgedaan op het gebied van

personeel, sociale media, gastvrijheid en beleving. Een studiereis naar Antwerpen mocht niet ontbreken. In 2013 bezoekt PJS de boerderij en bedrijven in de omgeving van Livar. Maar ook volgt PJS dit jaar een barbecueworkshop en een workshop leidinggeven. Het jaar wordt afgesloten met een tweedaagse trendtour door Rotterdam waar veel inspiratie wordt opgedaan in verschillende winkels en belevenissen.

PROJECT VOOR PARTNERS VAN AMBACHTELIJKE SLAGERSONDERNEMERS (PPAS)

Bij deze ledengroep zijn vrouwelijke partners of dochters van slagerondernemers aangesloten. Het doel van Ppas is onder meer kennisuitwisseling maar ook netwerkvorming onder deze enthousiaste groep vrouwelijke partners van slagerondernemers. Vorig jaar hebben de dames drie dagen lang inspiratie opgedaan in België en volgden verschillende workshops. Ook dit jaar staat er weer een aantal leerzame activiteiten op de planning zoals een workshop 'Leren motiveren en leiderschap', een bezoek aan Livar en een workshop Tapas bij een van de leden. Jaarlijks organiseert een aantal leden de seizoensafsluiting met als doel gezellig samen zijn. Dit jaar vindt de seizoensafsluiting plaats in Zuid Holland. Daarnaast vinden er bedrijfsbezoeken plaats in Noord Holland en een trendtour door Amsterdam.



MANNEN VAKGROEP SLAGERS (MVS)

MVS vormt een interessant platform voor slagerondernemers die lid zijn van de KNS. De werkgroep heeft onder andere als belangrijke doelstellingen: elkaar versterken, netwerken, samenwerken en kennis maken met verschillende bedrijven in binnen- en buitenland. Dit jaar bezoekt MVS Vleesvee Integratie Twente, slagerijen in Zeeland en volgt de trendtour door Rotterdam. Ook MVS doet de barbecueworkshop om klanten optimaal te adviseren in de winkel.

MEATING XL

Meating XL bestaat uit directeurs en managers met een eindverantwoordelijke functie in hun bedrijf (filiaalbedrijven of vleesproductiebedrijven), waar minimaal 15 fte personeel werkt. Naast de doelstellingen elkaar versterken en netwerken is de belangrijke meerwaarde van Meating XL de mogelijkheid tot samenwerken en kennisverbreding. Dit loopt als een rode draad door het jaarprogramma met studiereizen naar bedrijven binnen en buiten Nederland. Voor 2013 staan er twee deelnemersraden met verschillende thema's op het programma.

Voor meer informatie en de voorwaarden, kijk je op www.knsnet.nl/secties.

De nieuwe vakantiewetgeving, één jaar later



In eerdere edities van De Slager is al uitvoerig ingegaan op de 'nieuwe' vakantiewetgeving, per 1 januari 2012, en de gevolgen daarvan. Omdat deze nieuwe wetgeving een aantal cruciale veranderingen meebrengt, kan het geen kwaad het een en ander opnieuw onder de aandacht te brengen. Met name het naderen van 1 juli 2013 als datum waarop niet genoten wettelijke vakantiedagen opgebouwd over 2013 komen te vervallen verdient de aandacht.

Voordat we ingaan op een aantal belangrijke punten uit deze wet, eerst nog even een korte uiteenzetting van deze wet.

ARBEIDS(ON)GESCHIKT

Dat de vakantiewetgeving in Nederland per 1 januari 2012 is aangepast werd ingegeven door Europese regelgeving en rechtspraak. Met name het feit dat de Nederlandse wetgeving onderscheid maakte tussen arbeidsgeschikte en -ongeschikte werknemers waar het gaat om vakantieopbouw, maakte het noodzakelijk om de wet aan te passen.

OPBOUW EN AFBOEKEN VAN VAKANTIEDAGEN

De nieuwe wet maakt dit onderscheid dus niet meer en zodoende bouwen

zowel de arbeidsgeschikte als -geschikte werknemers evenveel vakantie op. Voor elke werknemer in de slagersbranche, ziek of niet, geldt dus een opbouw aan vakantiedagen van 5 keer de overeengekomen arbeidsduur per week. Concreet betekent dit voor de fulltime werknemer (38 uur per week) 190 vakantie-uren.

Het feit dat ook de zieke werknemer volledig opbouwt, brengt voor deze werknemer wel met zich mee, dat deze dagen bij opname van vakantie tijdens ziekte afgeboekt mogen worden. De uitzondering daarop is de situatie dat de werknemer tijdens een vakantie ziek wordt en de werknemer hiervan een doktersverklaring kan overleggen, dan mogen de vakantiedagen voor het restant van de vakantie, in de basis, niet afgeboekt worden.

VERJAREN OF VERVALLEN VAN VAKANTIEDAGEN

De nieuwe wet heeft ook aanpassingen gebracht waar het gaat om verjaring en verval van de vakantiedagen. Voorheen was het zo dat alle opgebouwde, maar nog niet opgenomen vakantiedagen, pas na een termijn van vijf jaren verjaarde, waardoor een werknemer een aanzienlijke hoeveelheid vakantiedagen kon opbouwen. In de praktijk kon dit resulteren in grote hoeveelheden vakantiedagen, die in normale bedrijfsvoeringen lastig meer op te nemen waren en in geval van ontslag zorgde voor grote bedragen in de eindafrekening.

Lees verder >

In de huidige wet is naast een verjaringstermijn van vijf jaren nu ook een vervaltermijn opgenomen. Dit betreft een vervaltermijn van 6 maanden voor de dagen opgebouwd in het voorgaande kalenderjaar. Met het invoeren van deze vervaltermijn is een grotere nadruk gekomen op het onderscheid tussen de zogenaamde wettelijke vakantiedagen en de bovenwettelijke vakantiedagen. De vervaltermijn geldt namelijk alleen voor de 20 wettelijke dagen op basis van een fulltime dienstverband. Wettelijk, omdat de wet bepaalt, dat een werknemer met een fulltime dienstverband minimaal 20 dagen (4 weken) vakantie per jaar moet opbouwen. Op basis van de cao betekent dit dat de fulltime werknemer per jaar dus nog maar 5 vakantiedagen opbouwt met een verjaringstermijn van 5 jaren, want in totaal 25 vakantiedagen per jaar voor een fulltimer, 20 wettelijk en dus 5 bovenwettelijk.

De zojuist aangehaalde vervaltermijn van 6 maanden voor de dagen opgebouwd in het voorgaande kalenderjaar 2012 dient zich dus aan, waardoor de eerste niet opgenomen wettelijke vakantiedagen komen te vervallen per 1 juli 2013.

REMINDER

In dat kader kan dit stuk ook gezien worden als een reminder. Om discussie te voorkomen wanneer dagen als 'vervallen' worden aangemerkt na het passeren van 1 juli 2013, doet een werknemer er verstandig aan in ieder geval zijn of haar opgebouwde wettelijke vakantiedagen op te nemen voor die datum, ook de zieke werknemer.

REDELIJKHEID

Alleen voor de werknemer die redelijkerwijs niet in staat is geweest om vakantiedagen op te nemen, kan beredeneerd worden dat zijn of haar dagen niet komen te vervallen. Maar wanneer is dat het geval? Dat lijkt in ieder geval zo te zijn voor de werknemer



die wel vakantie wil opnemen en daartoe ook verzoekt, maar daar van zijn of haar werkgever geen toestemming krijgt in verband met zwaarwegende bedrijfs- of dienstbelangen. In dergelijke gevallen moet natuurlijk wel gekeken worden of op een ander moment vakantie genoten kan worden. Hier ligt voor de werkgever dus een actieve rol.

Een ander voorbeeld is de zieke werknemer die gezien de ernst van de arbeidsongeschiktheid niet kan re-integreren en derhalve geen vakantie kan genieten. Door het niet kunnen re-integreren vervalt daarmee ook de herstelfunctie van het opnemen van vakantie. Natuurlijk staat het werkgevers en werknemers vrij om onderling afspraken te maken over het verlengen van deze vervaltermijn.

Aangezien 1 juli 2013 de eerste keer is dat vakantiedagen komen te vervallen, ontstaan de discussies omtrent het 'terecht' zijn daarvan vanzelf. Daarom is verstandig deze discussie voor te zijn, door ervoor te zorgen, dat dagen al opgenomen zijn en/of werknemers daartoe in de gelegenheid te stellen.

OPNEMEN VAN DAGEN

Voor de werknemer die tijdens ziekte met vakantie wil gaan, blijft de procedure in grote lijnen hetzelfde. De basis is natuurlijk het formele

vakantieverzoek aan de werkgever, die op zijn of haar beurt het vakantieverlof toekent. Om zeker te zijn, dat de vakantie de re-integratie niet belemmert kan het oordeel gevraagd worden van de bedrijfsarts.

Alleen als deze weg gevolgd wordt, is duidelijk of een werknemer met vakantie is tijdens ziekte of niet, zodat de dagen ook echt afgeboekt kunnen worden. Vaak genoeg, zeker bij langdurige ziekte, waarbij het contact tussen werkgever en werknemer een beetje verwaterd en door de werknemer 'gewoon' op vakantie gegaan wordt, weet je als werkgever niet altijd dat een werknemer op vakantie is, of hoor je dat pas veel later. Dit is natuurlijk essentieel, want het is natuurlijk ook weer niet de bedoeling van de wetgeving om de (langdurig) zieke werknemer te bevoordelen ten opzichte van de niet-zieke werknemer.

Wil je meer weten over de vakantiewetgeving die per 1 januari 2012 is ingegaan, dan is dat in ieder geval te vinden in De Slager nummer 6 2012. Ook is door de KNS een nieuwe vakantiekaart voor het bijhouden van de vakantiedagen (zowel wettelijke als bovenwettelijke) opgesteld, een voorbeeld van een vakantiekaart vind je op www.knsnet.nl/verlofregelingen. Bij de kaart wordt uitgebreid uitleg gegeven. Uiteraard kan je ook altijd contact opnemen met de KNS, tel: 070 3314621.

Plaagdieren bestrijden doe je niet alleen!

Plaagdieren, zoals muizen en ratten, mogen niet aanwezig zijn op plaatsen waar eet- en drinkwaren worden bereid, behandeld of bewaard. Bovendien mogen ze ook niet in andere bedrijfs- en verblijfruimten zijn. Er is in de afgelopen jaren, door zowel de NVWA als verschillende brancheorganisaties, geconstateerd dat de overlast van ongedierte (plaagdieren) toeneemt. Veel voorkomende probleemgebieden zijn winkelcentra en overige integrale bebouwing.

Plaagdieren worden niet gehinderd door deuren en zijn dus niet alleen aanwezig in bedrijven waar levensmiddelen zijn. Ze schuilen en nestelen ook graag bij bijvoorbeeld banken, kappers en kledingzaken. Een gezamenlijke aanpak, met een samenwerking tussen de ondernemer, de eventuele winkeliersvereniging, de vastgoedeigenaar, de gemeente en een plaagdiermanagementbedrijf, is dan ook noodzakelijk bij de bestrijding van ongedierte.

KRITISCHE FACTOREN

Als er problemen zijn met plaagdieren dan hebben deze een relatie met verschillende kritische factoren. Vaak worden deze factoren niet voldoende beheerd en ontstaat er voor de verschillende plaagdieren een ideale situatie om te eten, te schuilen, te slapen en zich voort te planten. De kritische factoren zijn van toepassing op de winkel, maar ook op het winkelcentrum en het gehele winkelgebied:

Technisch en bouwkundig: openingen en kieren groter dan 0,5 cm maken het mogelijk voor plaagdieren (muizen) om binnen te komen in het winkelcentrum en de winkels.

Inrichting – inboedel: de feitelijke inrichting, het winkelcentrum en de winkels

dragen er vaak toe bij dat inspectie, beheersing en bestrijding van plaagdieren vaak niet of onvoldoende uitgevoerd kunnen worden. Denk hierbij aan opslag van materialen, middelen, goederen en (openbare)afval (bakken), groenstroken etc.

Bedrijfsvoering – management: een goede omschrijving van alle bedrijfsprocessen, van ontvangst goederen, uit te voeren activiteiten tot en met afvalstroomverwerking, is een noodzakelijk onderdeel van plaagdierbeheersing. Denk aan de groenvoorziening, afvalstromen, schoonmaakregime en vooral hygiënisch werken. De processen met betrekking tot hygiënisch werken staan beschreven in de Hygiëncode voor het Slagersbedrijf.

PLAN VAN AANPAK

Als vestigingsverantwoordelijke ben je zelf altijd verantwoordelijk voor het voorkomen, signaleren en bestrijden van plaagdieren. Je dient onder andere de kritische factoren met betrekking tot ongedierte bestrijding binnen je bedrijf te controleren (hiervoor is een checklist te vinden op de website van de KNS/nieuws).

Onderneem bij voorkeur zelf geen actie om plaagdieren te bestrijden. Ga dus niet zelf met gif aan de gang. Dit kan gevaar

opleveren voor de voedselveiligheid en volksgezondheid. Daarnaast kan onjuist/onzorgvuldig gebruik van middelen resistentie van plaagdieren veroorzaken.

Binnen een winkelcentrum hebben winkeliers, beheerders en winkelformules een samenwerking met een eigen plaagdiermanagementbedrijf. Samenwerking en het opstellen van een integraal plaagdierbeheersingsprogramma met alle betrokken partijen is noodzakelijk. Denk hierbij aan gebruik van middelen, bezoekfrequentie en weringsmaatregelen.

In winkelgebieden is een geïntegreerde aanpak essentieel om doeltreffend te zijn. Doeltreffende plaagdierbeheersing wordt uitgevoerd door een professioneel plaagdiermanagementbedrijf met gediplomeerde medewerkers en een beheersingsprogramma volgens de regels van Integrated Pest Management (IPM).

Plaagdieren kunnen onder andere veroorzaker zijn van economische schade (bijvoorbeeld knaagschade en vervuiling van goederen), schade voor de volksgezondheid (overdracht van bijvoorbeeld salmonella) en schade als gevolg van een imagoprobleem (foto's op Twitter en krantenkoppen). Redenen genoeg dus om de overlast (gezamenlijk) aan te pakken!





Nieuwtjes en tips

FISCAAL PARTNERSCHAP

Ongehuwd samenwonenden die allebei op hetzelfde woonadres in de gemeentelijke basisadministratie persoonsgegevens staan ingeschreven (GBA), zijn fiscale partners als aan één of meer van de volgende voorwaarden wordt voldaan:

- Zij hebben een notarieel samenlevingscontract gesloten.
- Zij hebben samen een kind.
- Eén van de partners heeft een kind en de ander heeft dit kind erkend.
- Zij zijn aangemeld als partners voor een pensioenregeling.
- Beide partners zijn eigenaar van de woning die het hoofdverblijf is.
- Een minderjarig kind staat ook ingeschreven op hetzelfde woonadres en er kan geen zakelijke huurovereenkomst

tussen de samenwonenden worden overlegd.

- Zij waren vorig jaar al fiscaal partners.

AANPASSEN HUWELIJKSGOEDERENREGIME

Ondernemers die hun huwelijks-goederenregime willen aanpassen, kunnen staande het huwelijk alsnog huwelijksvoorwaarden aangaan of die voorwaarden wijzigen. Sinds 1 januari 2012 kan dat zonder toestemming van de rechtbank. De rechterlijke goedkeuring is niet meer nodig, de bevoegdheid tot het opstellen of aanpassen van huwelijksvoorwaarden komt geheel toe aan de notaris. Dat maakt het alsnog aangaan of aanpassen van huwelijksvoorwaarden een stuk gemakkelijker en goedkoper. Een aanpassing van het huwelijks-goederenregime kan van groot belang

zijn, bijvoorbeeld als de ondernemer verwacht dat zijn onderneming het niet zal redden.

DEBITEUR BETAALT NIET (BTW)

Als een debiteur niet betaalt kun je onder omstandigheden de btw die je hebt afgedragen aan de Belastingdienst terugvragen. Je moet hiertoe een apart verzoek indienen bij de Belastingdienst binnen een maand na het aangiftetijdvak waarin duidelijk is dat jouw debiteur de factuur niet meer betaalt.

Indien jij afspraken maakt met jouw debiteur omtrent de betaling van de factuur kan het zijn dat jouw vordering wordt omgezet in een lening. In geval van een lening kun je geen teruggaafverzoek indienen.

TERMIJN TERUGVRAGEN BUITENLANDSE BTW

Nederlandse aftrekgerechtigde ondernemers kunnen de in andere EU-landen betaalde btw terugvragen via een elektronisch verzoek bij de Belastingdienst. Voor de verzoeken gelden drempelbedragen. Het verzoek moet binnen zijn voor 1 oktober van het jaar dat volgt op het jaar waarover je btw terugvraagt. Verzoeken die hierna binnenkomen, worden mogelijk door het andere EU-land niet meer in behandeling genomen.

KLEINE-ONDERNEMERSREGELING IN DE BTW

Als de btw die je verschuldigd bent na aftrek van voorbelasting per saldo over 2012 niet hoger is dan € 1.883, kom je in aanmerking voor de kleine-ondernemersregeling. Op grond hiervan hoeft je (een deel van) de verschuldigde btw in het geheel niet aan de Belastingdienst te voldoen. Deze korting wordt dan wel gerekend tot het inkomen in Box 1. Deze regeling geldt alleen voor ondernemers/natuurlijke personen die in Nederland wonen of zijn gevestigd.

VERZUIMBOETE WEGENS NIET (TIJDIG) DOEN VAN AANGIFTE

Wanneer een belastingplichtige zijn aangifte inkomstenbelasting, vennootschapsbelasting en schenk- of erfbelasting niet of niet op tijd indient, dan riskeert hij een verzuimboete die tot maximaal € 4.920 kan oplopen. Om het tijdig indienen te stimuleren wordt er voorgesteld om de verzuimboete voortaan niet meer gelijktijdig met de aanslag op te leggen. Daarmee wordt het mogelijk dat de verzuimboete eerder wordt opgelegd dan de aanslag. Ook kan daardoor de boete worden gematigd wanneer de belastingplichtige alsnog -binnen een gestelde termijn- aangifte doet.

LEVENSLLOOP

In verband met het niet in werking treden van vitaliteitssparen is het overgangsrecht voor de levensloopregeling aangepast. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen tegoeden die op 31 december 2011 lager of gelijk waren aan € 3.000 en tegoeden die hoger waren dan € 3.000.

Werknemers kunnen vanaf 1 januari 2013 het tegoed op de Levenslooprekening bestedingsvrij opnemen. Dat

"Werknemers kunnen vanaf 1 januari 2013 het tegoed op de Levenslooprekening bestedingsvrij opnemen"

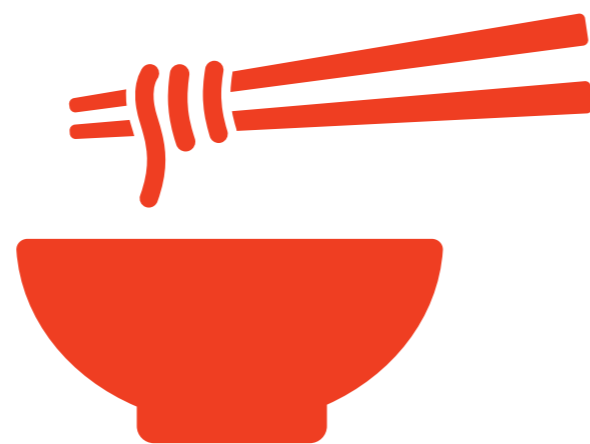
betekent dat je jouw levenslooptegoed ook voor andere doeleinden mag gebruiken dan alleen voor het opnemen van verlof. Kiest de werknemer ervoor om het levenslooptegoed op te nemen? Dan zijn er een aantal mogelijkheden.

Werknemers kunnen ervoor kiezen om in 2013 het tegoed volledig (in één keer) via de werkgever op te nemen. De werkgever houdt dan over 80% van het levenslooptegoed dat op 31 december 2011 op de levenslooprekening stond belasting in (eventueel onder verrekening van het opgebouwde recht op levensloopverlofkorting). Over de resterende 20% hoeft geen belasting worden betaald. Het tegoed dat vanaf 1 januari 2012 is opgebouwd, wordt wel volledig belast. Na volledige opname in 2013 mogen werknemers niet meer deelnemen aan de levensloopregeling en wordt de rekening opgeheven.



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

Gemak & vers haalt u uit



HET VERSE OOSTEN

Verstegen brengt het vers uit het Verre Oosten naar Nederland, met Ready2Cook® verse Oosterse maaltijden voor vlees, vis en kip. Deze ambachtelijk bereide maaltijden, voor twee tot drie personen, bevatten verse Oosterse ingrediënten en hoeven alleen nog te worden bereid in de wok of oven. Zo worden vers én gemak moeiteloos met elkaar gecombineerd.



Verstegen, with pleasure.

De vier nieuwe sauzen van Verstegen zijn ontwikkeld in samenwerking met de Belgische topkok Peter De Clercq, tevens wereldkampioen BBQ en eigenaar van Grill-restaurant Elckerlijc. Peter heeft de ervaring in zijn restaurant gebruikt om, in samenwerking met Verstegen, de Oosterse sauzen te ontwikkelen, te perfectioneren en zijn signature eraan te geven. De sauzen zijn overigens allemaal houdbaar buiten de koeling.

LAKSAUS

Behalve als maaltijdsaus zijn deze sauzen ook perfect te gebruiken als 'laksaus'. Vlak voor het uitserveren het vlees aflakken en nog even kort om en om op de grill/bbq grillen. Dit geeft het vlees extra smaak en het krijgt een mooi glanzend en bruin korstje.

WOKKEN

Bij wokken worden de ingrediënten op een hoog vuur bereid. Groenten hebben daardoor een zeer korte bereidingstijd. Het is een van redenen waarom wokgerechten zo gezond zijn: de vitamines en voedingsstoffen blijven behouden en de groenten zijn vaak nog lekker knapperig.

PRESENTATIE

De heldere verpakking van PlusPack zorgt daarbij voor een extra vers-beleving. De PlusPack containers kunnen zonder deksel direct in de oven worden geplaatst. Ze zijn bij alle reguliere groothandels in Nederland verkrijgbaar. U kunt de maaltijd perfect met deksel in uw toonbank presenteren. Welkom in het Verse Oosten!



DE VIER NIEUWE OOSTERSE SMAKEN:

Oosterse Sesamsaus is een lichtbruine, verfijnde saus op basis van lekkere geroosterde sesam, sojasaus en pinda's. Door de subtiele toets en de fijne smaak van geroosterde sesam laat deze Sesamsaus de commerciële satésauzen ver achter zich. Toepassing: Heel succesvol als woksau, dipsaus en om Oosterse maaltijden te maken. Heerlijk bij kip, konijn en witte vis. Eveneens een goede basis voor dressing en rijstschotels.

Oosterse Sparerib Saus is een bruinrode, frisse saus met mooie zure zoetbalans, op basis van sojasaus/tomaat. Diepe subtiele toetsen van appel/ananas en citroen geven de saus zijn bijzondere smaak. Toepassing: ideaal voor wok of ovengerechten, als glacé, als dipsaus, als begeleidend saus bij BBQ/kip aan het spit/gourmet en fondue



Oosterse Kip Wrap ovenschotel

Ingrediënten

1 kilo kipfilet (in reepjes)
Paprika geel, (in reepjes)
Suger snaps (schoon)
Uien rood (gesnipperd)
Ready2Cook bakje: Art.nr. 00940
600 gram Verstegen Oosterse szechuansaus 477802
Verstegen Wraps 475002
Verstegen Decoratiemix Dijon 198002
Verstegen Bamboosticks looped 95mm 420202

Bereidingswijze

- Vermeng de kipfilet reepjes met de Oosterse Szechuansaus, sugarsnaps, gesnipperde rode ui en de reepjes gele paprika.
- Vul een wrap met circa 100 gram van dit mengsel.
- Wrap oprollen en vast zetten met een Bamboostick looped.
- Bovenzijden van de wrap bestrijken met de Oosterse Szechuansaus en bestrooien met de Decoratiemix Dijon.
- Leg twee wraps in een Ready2Cook bakje.
- Presenteer bij voorkeur met het deksel erop.

Consumentenbereidingsadvies

Verwijder het deksel. Gaar de Oosterse Kip Wrap schotel in een voorverwarmde oven op 175°C.

Oosterse Szechuan Saus is een dieprode, licht transparante, getomateerde friszure saus, met subtiele toets van szechuan peper. De combinatie van tomaat, groentjes, paprika en gember met de friszure tamarinde en de szechuan, maken van deze saus een hedendaagse Oosters getinte begeleider van tal van gerechten die een mooie afwisseling kan brengen aan tafel voor onze klassieke mayonaise, ketchup of pickles. Toepassing: Heerlijk bij eend, konijn, kip, paté en vis. Ideaal voor BBQ/ gourmet, wok fondue en ovengerechten. Ook heerlijk bij hamburger en omelet.

Oosterse Zwarte Pepersaus is een donkere, lichttransparante Oosterse saus met een mooie tekening van gestampte lampong peper. Heel mooie subtiele zoetzure balans door het combineren van lekkere stroop met kwaliteitsvolle sojasaus en frisse zuren. Deze balans is de perfecte drager door de aromatische lampong peper. Toepassing: Heerlijk bij steak, entrecôte, gevogelte en wild. Ook heel lekker bij wok, stoofpotjes en als dipsaus voor BBQ en gourmet.



Oosterse Procureur wokschtel

Ingrediënten

1 kilo Procureur (reepjes)
Broccoli (kleine roosjes)
Shi-taki (paddenstoelen)
Lente-ui (ringen)
Ready2Cook bakje: Art.nr. 00940
600 gram Verstegen Oosterse szechuansaus 477802

Bereidingswijze

- Vermeng de procureurreepjes met de Oosterse Szechuansaus.
- Verdeel dit mengsel over de Ready2Cook bakjes.
- Decoreer de bovenzijden met de diverse groenten.
- Presenteer bij voorkeur met het deksel erop.

Consumentenbereidingsadvies

Wok de Oosterse Procureur schotel op hoog vuur met olie in korte tijd gaar.



PJS op bezoek bij Noord Hollandse bedrijven

Met een hoofd vol inspiratie gingen de PJS'ers in november na een lange dag met slagerijbezoeken naar huis. De combinatie van veel gezien hebben en ook veel onderlinge gesprekken, maakte de dag tot een succes.

Een dag die begon bij Runderkamp in Volendam, een begrip! Een familiebedrijf waarbij de derde en vierde generatie de scepter zwaaien over maar liefst vier bedrijven. Twee keurslagerijen, de worstmakerij en een professioneel cateringbedrijf zijn de peilers die ondergebracht zijn in drie locaties. Naast de twee winkels/slagerijen is er een groot pand waarin het cateringbedrijf en worstmakerij gevestigd zijn. De groep jonge slagers keek hun ogen uit en hadden vooral veel aandacht voor de geautomatiseerde processen in de bedrijfsvoering. Een planbord voor alle partijen met daar achter een systeem met heldere verdeling voor werkzaamheden, kosten en opbrengsten. Ook de toelichting op de strikte regels voor de interne

leveringen werd met aandacht beluisterd. Door het consequent registeren van de leveringen van bijvoorbeeld worstmakerij naar slagerij of catering is per bedrijf heel goed te sturen op cijfers. "Aandacht voor omzet en voor kosten. Dat is een must in deze tijden waarbij alleen slager zijn niet meer genoeg is maar het vooral ook op ondernemen aankomt." aldus Sandra Runderkamp, directielid en ook lid van PJS.

Een volgende stop bij Verstrade in Spanbroek van Jos en Ria Leegwater. Deze ambachtelijke slagerij is in 1990 overgestapt naar het Verstrade concept en werkt hierin samen met een bakker. Door



het vertrek van de groenteman beheert het Leegwaterpaar nu ook succesvol het gedeelte met agf. Spanbroek heeft veel aandacht in de media gehad door het DSB-debacle. "Voorheen leverden we wel 1.000 broodjes, dat viel weg, dus je moet goed kijken naar alternatieven. Wij zijn nu vooral met maaltijden en traiteurproducten sterk. Ook buffetten doen we veel. We hebben daar onze eigen manier voor en dat werkt prima!" De groep was zeker geïnteresseerd in de opzet van het versconcept.

Door naar Van Dalen's Vleescentrale waar PJS'er Dick Wever, mede-eigenaar van dit bedrijf, de groep met veel enthousiasme rondleidde en de verschillende processen toelichtte. De stallen, de slachtlijn waar op maandag de runderen worden geslacht, uitsnijderij voor runderen en een aparte voor de varkens, de worstmakerij; alles werd bekeken en besproken. Transparantie ten top! Alle onderdelen van het proces worden in eigen beheer uitgevoerd. Zo zag je al runderen op naam van de slagers waarbij ook bij het uitsnijden en verpakken helemaal op wens van de klant wordt afgestemd. "Voor

"Verkoop alleen vlees van dieren die op een dier-vriendelijke manier zijn groot gebracht, dit komt de kwaliteit van het vlees ten goede"

zowel vers vlees maar ook kant-en-klaar ambachtelijke producten uit de worstmakerij is het allemaal maatwerk en dat willen slagers, dat is onze kracht."

Arie en zoon Stef Klaver van de gelijknamige Keurslager en Slagerij van het Jaar 2012 ontvingen de PJS'ers in de feestelijk aangeklede winkel in winkelcentrum Makado, tegenover de Albert Heijn. De meterslange toonbank met een grote keus aan verse maaltijden tot verschillende soorten vlees, vleeswaren en salades lokte enthousiaste reacties uit en veel 'fotomomenten'. Recepten voor de grote variëteit aan maaltijden werden uitgewisseld, keuzes voor bepaalde vleesproducten, toekomstplannen en ook cijfers over klantenaantallen en productiviteit werden gedeeld. Ook de broodjesverkoop stond centraal. Absoluut een leerzaam en inspirerend bezoek waarbij duidelijk



werd dat de beleving in deze slagerij, door in het zicht maaltijden en broodjes te bereiden, op en top is!

In het hart van Alkmaar bezocht PJS ook nog De Groene slager. Een prima voorbeeld van 'slager, vertel je verhaal' bij deze royaal opgezette biologische ambachtelijke slagerij. Slager Ad Dekker vertelt: "Ik verkoop alleen vlees van dieren die op een diervriendelijke manier zijn groot gebracht, dit komt de kwaliteit van het vlees ten goede." De jonge ondernemers keken met interesse rond naar maaltijden, soepen, wijn en natuurlijk vlees en vleeswaren.

Keurslager Richard Groot is gevestigd in een winkelcentrum, namelijk Daalmeer in Alkmaar. Gelegen naast de C1000 heeft deze slagerij die hier al 20 jaar gevestigd is zeker ook een regiofunctie. De focus ligt vooral op 'lekker'. "Het is vooral een eet-ideeënwinkel met specialiteiten zoals Livar en Wieringerland rundvlees en veel verse maaltijden." Aldus Richard Groot. Naast de slagerij is Richard ook partner in het restaurant STEAK in het centrum van Alkmaar. Naast de verantwoordelijkheid voor de keuken is de kwaliteit van vlees natuurlijk zijn taak. Belangrijkste 'held' in dit nu al populaire restaurant is de biefstuk ossenhaas met grootmoeders jus. Andere opvallende gerechten waaruit de slagershand blijkt zijn het slagersplankje, steak tartaar en carpaccio. PJS heeft hier heerlijk gegeten als afsluiting van een inspirerende dag. Ook dit jaar staat er weer een flink aantal activiteiten op de planning voor PJS. Interesse om lid te worden van deze ledengroep? www.knsnet.nl/secties

COLOFON

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: @KNSvoorslagers

REDACTIE

Marian Lemsom: hoofdredacteur, Eva Westerhof: eindredacteur, Vera de Jonge, Maikel Nicolai, Bob van Kessel, Petra Westerhout, Hans Hulshof, Arthur Tarmond, Cees van den Berg, 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 en ProCa - MPP Communicatie B.V. Velp

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:

- Een voorproefje op de regiobijeenkomsten
- Reportage bij Slagerij Zwaard te De Ier
- De toonbank van Eetwinkel Meertens
- Meer over de Dag van de Slager

DE SLAGER NR. 2 ONTVANG JE OP 26 FEBRUARI

SNIJMACHINES

 **FOODLOGISTIK**
Fleischereimaschinen GmbH



BIZERBA



VRAAG UW VERKOOPADVISEUR OF BEL NAAR:
Gouda-Groningen-Hengelo-Schagen-Tilburg-Zeist
tel. (088) 8543 900
fax. (088) 8543 901
email: 900@delmo.nl

www.delmo.nl

Delmo
werkt beter!



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, dijen, 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