

DE SLAGER 4

Vakblad voor leden van de Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie | april 2013



RABOBANK
"SLAGERS
MOETEN
DE DRAAI
MAKEN NAAR
ÉCHT ONDER-
NEMERSCHAP"



VOEDSELVEILIG
BARBECUEËN



SLAGERSPASSIE
VOOR ÉN DOOR
SLAGERS



Slagerij van Loo De Bilt
"Op één na
de beste!"



koninklijke nederlandse slagersorganisatie

NECO: van riek tot vork

Karin Broers, vleesadviseur Nederland van NECO/Vandenbogaerde uit Mene (B):



Beste ondernemer/slager,

Op woensdag 29 mei en dinsdag 4 juni opent Neco-bv voor geïnteresseerden haar moederbedrijf Vandenbogaerde (Mene – België). U bent die dagen van harte uitgenodigd voor een rondleiding in ons bedrijf. Het inschrijfformulier staat op www.wegwijzerfood.nl/neco-opendag.

Wij ontvangen u graag tijdens deze interessante en leerzame bedrijfsbezoek.

Schrijf u nu in!

Kijk op www.neco-bv.nl voor meer informatie of bel Karin 06 20 13 48 63, e-mail: karin@neco-bv.nl



Neco Vlissingen BV • Postbus 354 • 4560 AJ Hulst
T: 0800 022 02 18 • F: +32 (0) 56 41 66 64
E: info@neco-bv.nl • I: www.neco-bv.nl

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



TE KOOP AANGEBODEN AMBACHTELIJKE SLAGERIJ IN ZUID LIMBURG

De onderneming is sinds 1997 actief. Het betreft een ambachtelijke slagerij met eigen worstmakerij. Daarnaast heeft de onderneming zich ontwikkeld tot traiteur en cateraar.

Het bedrijf is gehuisvest in een eigen woon-winkelpand gelegen bij diverse andere food detailhandelaren met goede parkeervoorzieningen. Naast overname van de inventaris/voorraden bestaat de mogelijkheid het onroerend goed over te nemen. Huur van het onroerend goed bestaat ook tot de mogelijkheden. Langjarig stabiele klantenkring.

Zeer goede naamsbekendheid in haar verzorgingsgebied. Er zijn op dit moment 3 medewerkers actief. Deze worden ingehuurd

t.g.v. de arbeidsongeschiktheid van een van de vennoten en hebben geen vast dienstverband.

Goed geoutilleerd bedrijf. De vennoten zijn bereid, indien gewenst, om nog een nader te bepalen periode te blijven begeleiden.

Voor meer informatie contacteer:

Conatum Bedrijfsadvies
Sjef Theunissen
Wilhelminastraat 47, 6131 KM Sittard
Tel: 046 4398038, Fax: 046 – 4398034
Mobiel: 06 22963235, E-mail: s.theunissen@conatum.nl



Vacuümszakken
Echte kwaliteit heeft een naam!

www.hevel.nl

INHOUDSOPGAVE

Gastcolumn: Stop met klagen. Doe iets!	7
Slagerij van Loo De Bilt: "Op één na de beste!"	8
Training Vleeskennis: van slachtproces tot winkelproduct	11
Yvonne van Genugten: "Slagers moeten de draai maken naar écht ondernemerschap"	12
De weg naar Europees kampioenschap	14
Ledenvoordeel voor ondernemers en hun team	15
Slagerspassie voor én door slagers	16
Kick-off Dag van de Slager was uit de kunst	18
Het KNS Inspiratiecongres mag je niet missen!	19
Verlaagd btw-tarief bij renovatie woningherstel	20
Forse verschuivingen in de buitenhuishoudelijke verkopen	21
Etikettering voor slagers	24
Voedselveilig barbecueën	27
Ziekteverzuim na arbeidsconflict	28
Winkelopening tijdens Koninginnedag, Hemelvaartsdag en Tweede Pinksterdag	30
UPO: het pensioenoverzicht voor jouw werknemers	31
MVS gaat op de grill	34

AGENDA

APRIL

24 april VGS deelnemersraad
29 april KNS gesloten
30 april Troonswisseling

MEI

5 mei Bevrijdingsdag
9 mei Hemelvaart
10 mei KNS gesloten
12 mei Moederdag
16 mei Spare Ribs Trophy keuring

JUNI

3 en 4 juni MVS in Zeeland
4 juni KNS Adviescommissie Sociale zaken & Onderwijs
6 juni Spare Ribs Trophy finale
11 juni Ppas seizoensafsluiting
11 juni KNS Adviescommissie Ondernemerszaken
16 juni Vaderdag
18 juni KNS Adviescommissie Vlees & Vaktechniek

24 juni

ALV en KNS Inspiratiecongres, uitreiking Spare Ribs Trophy

AUGUSTUS

29 augustus Lekkerste Bal Gehakt keuring

SEPTEMBER

3 september KNS Adviescommissie PR & Communicatie
10 september KNS Adviescommissie Ondernemerszaken
12 september Lekkerste Bal Gehakt finale
12 september PJS workshop leidinggeven
12 september MXL deelnemersraad
16/17 september Ppas bedrijfsbezoeken Noord-Holland en trendtour
17 september KNS Adviescommissie Vlees & Vaktechniek
24 september KNS Adviescommissie Sociale zaken & Onderwijs

23/24 september VAS, Uitreiking Lekkerste Bal Gehakt

25 september MVS trendtour Rotterdam

26 september KNS Regiobijeenkomst Amsterdam

28 september t/m 6 oktober: Week van de smaak 2013

OKTOBER

31 oktober KNS Regiobijeenkomst Best



Keurslagerij Schaafsma vertelt zijn verhaal

Anne en Christa Schaafsma hebben in 1991 de slagerij van Jan Adema overgenomen op één van de mooiste plekken op aarde, bij het werelderfgoed de Waddenzee; Terschelling, gevestigd aan de voet van de vuurtoren de 'Brandaris'. De winkel was een dorpslagerij die weliswaar over het hele eiland bezorgde. Het team toen der tijd: Anne, Christa, Jan en een wisselende zomerhulp.

"In 23 jaar is er heel wat veranderd. De winkel is compleet verbouwd, van dorpslagerij zijn we uitgegroeid tot

eilandslagerij, we zijn reeds 20 jaar Keurslager, het assortiment zelfgemaakte producten blijft zich uitbreiden en het team bestaat vandaag de dag uit 3 fulltime slagers, 6 verkoopmedewerkers en een chauffeur.

Het eerste punt dat ons onderscheid is dat ons rund- en lamsvlees afkomstig is van het eiland zelf. Het vee loopt vrij rond in alle rust, sommigen zelfs op de Boschplaat (Europees natuurreservaat). Rund- en lamsvlees van eigen bodem, en dat verschil merk je.

Om zelf te mogen slachten moet je tegenwoordig aan steeds strengere eisen voldoen, dit resulteert in dat het aantal



zelfslachtende slagers in Friesland nog maar op 2 handen te tellen zijn. Wij zetten alles op alles om deze kwaliteit voort te blijven zetten, want hier komen klanten voor terug: super kwaliteit vlees, gegarandeerd van eigen bodem.

En ander sterk punt waar wij ons mee onderscheiden is onze eigen worstmakerij. Vanaf een rookworst tot aan gerookte bloedworst, en runderrookvlees tot achterham, we maken het allemaal zelf.

Het unieke van ons bedrijf is dat wij deze 2 sterke punten combineren. Van het verse lamsvlees maken we onder andere droge lamsworst en rauwe lamsham, en van het rundvlees maken we een heerlijke rundergrillworst en runderrookworst.

Dit is de kern van ons verhaal."

Het team van Keurslagerij Schaafsma



De Toonbank van Slagerij Pinckaers-van den Eijnden

In 20 jaar tijd zijn wij van een wijk-slagerij uitgegroeid tot een slagerij met klanten door heel Maastricht en omgeving. Dit komt hoofdzakelijk door ons Bourgondische assortiment van eigen producten. Onze klanten gaan voor smaak en kwaliteit en zijn bereid daar een stukje verder voor te rijden.

TOP 3 PRODUCTEN:

- Patés en salades
- Eigen worstmakerijproducten
- Rundvlees



KNS heeft Hart voor Slagers op de Keurdemo

Ook dit jaar was de KNS weer aanwezig op de Keurslager demodagen. Dit jaar was de opzet volledig vernieuwd waardoor er meer één op één contact was met de leden. Onder het motto 'kiezen om gekozen te worden' waren er op twee verdiepingen balies, in plaats van stands, waar verschillende leveranciers en bedrijven hun product centraal stelde. In een apart gedeelte waren er verschillende lezingen van bekende foodwatchers, slagers maar ook TV-kok Robert Verweij.

De KNS was met twee stands goed vertegenwoordigd. Zo konden de Keurslagers meer informatie krijgen over de Dag van de Slager, zich inschrijven of materialen ophalen. Bij de andere balie lieten we ons 'Hart voor Slagers' zien en werden er verschillende ideeën uitgewisseld en gesproken over de taken en activiteiten van de KNS. We kijken terug op twee geslaagde dagen waarin het contact met de leden is geïntensiveerd. Bovendien stond de teller van de Dag van de Slager na deze dagen op 300!



Column

"Op 21 maart en 11 april hadden wij de eerste twee van de vier geplande regiobijeenkomsten van dit jaar. Zoals gebruikelijk waren we weer te gast bij SVO en wij waren allen onder de indruk van de zeer geslaagde nieuwbouw in Zwolle.

Zoals ook in de uitnodiging van deze ledenbijeenkomst was aangegeven bestond het programma uit twee delen. In het eerste deel presenteerde Saskia Bolte of Ellen Leenhouts van Business Openers het geïnteresseerde publiek op een boeiende en humoristische wijze een aantal zeer bruikbare suggesties hoe iedere slager om kan gaan met het zijn van een eigen merk. Gezien de reacties in de pauze had iedere aanwezige voor hem of haar zelf een paar zeer bruikbare tips genoteerd.

Het tweede deel van de avond had tot doel om een echt gesprek te hebben tussen de KNS en de leden en naar mijn idee is dit, gezien de positieve reacties die daar op volgden, goed geslaagd. Aan de hand van een aantal stellingen kwam al snel een levendige discussie op gang. Er kwamen onderwerpen aan de

"De vraag hoe belangrijk het voor de leden is dat de KNS aan individuele dienstverlening doet"



orde met de vraag hoe de leden kijken naar het functioneren van de KNS. De dialoog begon met de vraag hoe belangrijk het voor de leden is dat de KNS aan individuele dienstverlening doet. Vervolgens discussieerden wij over de rol die de KNS gespeeld heeft (als belangenorganisatie) rondom de discussie over de Winkeltijdenwet. Ook het ledenvoordeel (Members Benefits) wat de KNS gerealiseerd heeft voor de leden kwam aan bod. Ook kwam de effectiviteit van de communicatie door de KNS richting de leden aan bod. Als laatste werd uitvoerig stil gestaan bij de waardering die de leden hebben voor het persoonlijke contact met medewerkers van de KNS.

Al met al waren het geslaagde avonden waarbij het mij opviel dat iedere aanwezige slager een bijdrage had in de discussie en een aantal zeer bruikbare suggesties werden gedaan door de aanwezigen, waardoor de KNS haar werk voor de leden en richting de leden kan verbeteren.

Dank hiervoor en ik kijk uit naar de volgende regiobijeenkomst in Amsterdam en Best."

Peter Hoogenboom
Algemeen Directeur KNS

Regiobijeenkomst: van een goede slagerij naar een sterk merk

Tijdens de goed bezochte regiobijeenkomsten in Zwolle en Rijswijk werd het thema van een goede slagerij naar een sterk merk besproken. Branchevreemde merken passeerden de revue en ook werd ingegaan op de verschillende archetypes. Dat maakte de tongen wel los. Het waren interactieve avonden waarbij de



conclusie was dat je keuzes moet maken en de belofte waarmaken. Mensen en beleving spelen hierin een cruciale rol! Aansluitend op de presentatie van Business Openers gingen de aanwezigen in gesprek met Peter Hoogenboom. Er werden ervaringen gedeeld, vragen gesteld hetgeen waardevolle antwoorden opleverden voor alle partijen. In gesprek zijn met leden is enorm waardevol en brengt mensen nog dichter bij elkaar.

Dit najaar zijn er nog regiobijeenkomsten in Amsterdam en Best. Mis het niet en schrijf je in via www.knsnet.nl/regiobijeenkomst.

SAS ZorgPortaal op je mobiel

Sinds kort biedt het SAS ZorgPortaal een mobiele website aan. Surf met je mobiele telefoon naar m.saszorgportaal.nl voor een indruk van de mobiele website. Via deze website kun je medewerkers ziek- en hersteld melden. Ook kun je openstaande dossiers en taken raadplegen. De mobiele website wordt door de eerste gebruikers als laagdrempelig en zeer gebruiksvriendelijk ervaren!

Ook is er een app ontwikkeld voor iPhone gebruikers. De app kun je gratis downloaden in de App store onder de naam Verzuimsign.

Voor meer informatie, kun je contact opnemen met de helpdesk van het SAS ZorgPortaal 070 3011687.

Slagerij van het Jaar wordt Slager met Ster

Vleesmagazine zet de wedstrijd Slagerij van het Jaar om in de Slager met Ster. Dit in nauwe samenwerking met het Nederlands Bakkerij Centrum dat de wedstrijd Bakker met Ster organiseert. Alle ambachtelijke slagers krijgen de mogelijkheid deel te nemen aan de competitie. In tegenstelling tot Slagerij van het Jaar, waar één slager de titel in de wacht sleept, biedt het sterrensysteem meer slagers de mogelijkheid zich te onderscheiden.

De voorrondes van Slager met Ster vinden in mei en juni plaats. In juli worden de genomineerden bekendgemaakt. Inschrijven kan tot en met eind april. In een uitgebreid juryrapport, dat alle deelnemers ontvangen, staat beschreven op welke onderdelen de organisatie is beoordeeld en wat mogelijke verbeterpunten zijn. Met de adviezen uit het rapport kunnen de deelnemers direct aan de slag.

Na de finale wordt in november bekend gemaakt wie zich Slager met Ster mag noemen en uiteraard met hoeveel sterren. Je kunt als slagerij één, twee of drie sterren verdienen. Deelname draagt positief bij aan het imago van de ambachtelijke slagersbranche, de motivatie van jouw team en het bedrijfsresultaat. Kijk voor meer info op www.slagerijmetster.nl.



Stop met klagen. Doe iets!



Onderweg kom ik slagers tegen die steen en been klagen om de krappe omzet, de vergrijzing en de bezuinigingen. Ik ben dat wel eens zat, want op mijn vraag wat ze er aan doen komt, regelmatig een lauwe reactie en geen doordacht aanvalsplan.

Ondanks de geweldige producten die we verkopen en onze moderne slagerijen komen er steeds minder klanten. Tal van collega's laten daarom het hoofd hangen.

"Ga voor mijn part op straat staan schreeuwen dat je de beste en de lekkerste spullen verkoopt"

Ze wachten af als geslagen honden. Ondergesneeuwd en weggedrukt door de reclameacties van onze 'supermarktcollega's die vaak spotgoedkope eenheidsworst verkopen. We antwoorden hooguit met ons buitenbord of we plaatsen een advertentie. Wordt nou eens wakker. Ga aan de bak. Ga voor mijn part op straat staan schreeuwen dat je de beste en de lekkerste spullen verkoopt. Puur natuur

en zonder een overvloed van gebruikte E-nummers. Doe iets. Vergaar bewijzen van jouw vakmanschap op (vak)wedstrijden. Slechts een fractie van de ruim 2.000 slagerijen gebruikt dat wapen. Juist hiermee kun je de bewijzen dat je beter bent dan de concurrent, dat je bewust en actief meedenkt over duurzaam, gezond en vooral ook lekker. Dat jouw vee komt van fokkers die wel bezig zijn met dierenwelzijn. Draag dat uit bij activiteiten als de Dag van de Slager, die speciaal voor jou georganiseerd worden. Nu deden bijna 350 slagers mee. Droevig. Een gemiste kans. Stort je op de moderne media als Facebook en Twitter, niet met foto's van jouw vakantie, maar met productienieuws, leuke weetjes en smakelijke aanbiedingen. Houd ook jouw website up-to-date. Pasen is voorbij. Barbecue moet. Vertel in geuren en kleuren over jouw bedrijf en gebruik indien nodig de informatie van mijn website www.mijnslager.info. Hier bezoeken maandelijks bijna 30.000 consumenten de ruim 350 pagina's informatie die ik bied. Waarom? Ze zijn onzeker, want het ontbreekt ze aan de juiste kennis en hun zorgen over het gerommel met voedsel groeit. Mijn site biedt antwoorden op de vragen die er leven. Vragen die ik voor jou beantwoord. Omdat jij naar mijn mening nog veel te weinig vertelt terwijl je de kennis, de kwaliteit en de vakbekwaamheid in huis hebt. Je hebt zoveel meer te bieden dan de concurrent. Buit dat uit. Blijf je ondanks alles lijdzaam wachten op betere tijden dan moet tegen mij niet meer lopen klagen.

Gerhard Kwak
mijn slager

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 slagerijen.
Bel maar eens:
058-266 69 06
of 06 23 996 388**

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

VOOR OPGAVE ALLE SLAGERTJES:

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

**MAAK
GRATIS
GEBRUIK
VAN DE
RUBRIEK
VRAAG&
AANBOD OP**

WWW.WEGWIJZERFOOD.NL

(VOORHEEN WWW.WEGWIJZERVLEESWERELD.NL)

wegwijzerfood.nl →

Leren grillen?
www.fire-food.nl

Barbecueworkshops





Slagerij van Loo De Bilt

Op één na de beste!

Slagerij van Loo is al bijna 50 jaar een begrip in de Bilt. Met een bijzondere kijk op de hedendaagse slagerij geeft ondernemer Bas van Loo al 10 jaar succesvol leiding aan dit dynamische bedrijf.

“De op-één-na-beste slager van Nederland” is een bekende uitspraak van Bas van Loo. “Dat blijft veel beter hangen bij klanten dan te zeggen dat je de beste bent,” lacht hij. “Als klanten vragen ‘zijn jullie dan niet de beste?’ antwoord ik altijd met ‘wij kennen niet alle slagers in Nederland en misschien is er wel ergens een betere die wij nog niet hebben ontdekt.’” Het is ook precies de reden waarom deze actieve slager altijd probeert tijd vrij te maken om bij collega’s te gaan kijken. “Natuurlijk kijk ik dan niet alleen bij slagers. Ik doe echt overal ideeën op. Delicatessenzaken, restaurants, kledingwinkels of reisbureaus. Bij die laatste zag ik bijvoorbeeld dat klanten een tegoedbon kregen voor de autowasserette als zij een wintersportreis boekten. Ik zie dat en denk ‘dat is slim!’ Je auto is altijd smerig als je terugkomt van zo’n trip. Vervolgens ga ik brainstormen over hoe ik dat concept kan aanpassen dat het positief bijdraagt aan mijn bedrijf. We zitten hier in de Bilt met een aantal versondernemers dicht bij elkaar. Dit vormt een mooie aanleiding om eens te onderzoeken hoe wij elkaar nog meer de bal kunnen toespelen.”

DE KLANT STAAT CENTRAAL

Er wordt bij slagerij van Loo echt geluisterd naar de klant. Dit is bepalend voor het beleid binnen het bedrijf. “Mijn vader is hier in 1964 met het bedrijf begonnen. Zijn stelregel was: ‘de klant is het belangrijkste in je bedrijf, want in de winkel moet je het verdienen.’” Het was een andere tijd en Pa deed naast de winkel ook leveranties aan instellingen/tehuizen en aan de horeca. In die tijd was dat goede business, omdat er onder andere gewerkt kon worden

“De op-één-na-beste slager van Nederland” is een bekende uitspraak van Bas van Loo”

met interventie-vlees. We hebben in die tijd veel gelachen. We hadden om deze grote klanten te belevaren zo’n klein Suzuki-busje, dat we in onze vrije tijd voor heel veel andere doeleinden gebruikten. Een jaar of 10 geleden hebben we toch afscheid genomen van deze handel. De tijd en aandacht die deze leveranties vroegen, gingen ten koste van de aandacht voor de winkel. De totale omzet kelderde hierdoor, maar de brutowinstmarge steeg aanzienlijk”.

DOMEIN VAN JAAP

In de winkel is het smaakvol gepresenteerde assortiment traiteurproducten een echte blikvanger met een scala aan maaltijden, afbakbroodjes, salades,

wraps enzovoort. Naast al deze specialiteiten heeft slagerij van Loo vanzelfsprekend ook een mooi assortiment vers vlees, waarin lamsvlees en kalfsvlees een belangrijk aandeel heeft. De winkel is het domein van Jaap van Wilgenburg, al ruim 31 jaar in dienst bij van Loo. “Ik kan mij geen leuker werk voorstellen dan het verzorgen van de winkel: zowel smakelijke producten maken als ze mooi presenteren, maar ook de omgang met de klanten waarvan ik zo’n 80% bij naam ken, vind ik leuk” vertelt hij. “Dat is iets wat ik van Van Loo senior heb geleerd; persoonlijk contact leggen met de klant. Het wordt erg gewaardeerd en het geeft een enorme binding met de slagerij. Toen ik vorig jaar 50 werd, hebben mijn collega’s dit uitgebreid wereldkundig gemaakt. Het is dan echt overweldigend hoeveel reacties er dan komen van klanten.”

HET WAAROM

Bij slagerij van Loo werken ongeveer 30 mensen. Het is daarom belangrijk een goede planning te maken en te blijven zoeken naar verbeterpunten. “De winkel is niet echt heel groot. Toch staan we zaterdags met 12 personen te verkopen. Dat vergt een goede organisatie, zodat je elkaar niet te veel in de weg loopt,” zegt Bas. “Jaap is de baas in de winkel.



Hij heeft het prima onder controle. Ik vind het nog steeds ontzettend leuk om ook zelf in zo’n ploeg te staan. Op zaterdagmorgen komen de eerste klanten al om half 7 binnen. Rond 2 uur beginnen we een beetje uit te verkopen, er wordt geschoven met producten om de toonbank toch nog goed te laten ogen. We hebben dan aanbiedingen met restanten vleeswaren. Alle begin en eindstukken van de vleeswaren worden dan netjes gesneden en verpakt. De klant weet dat het om uitstekende producten gaat waarvan de plakjes alleen wat minder mooi zijn. Dat loopt als een trein, de klant heeft voordeel en wij hoeven niets te verwerken.

MEER VERKOPEN

Bas van Loo is zeer geïnteresseerd in managementtechnieken en in het begrijpen waarom processen verlopen zoals ze dat doen. “Daarom vraag ik regelmatig waarom men iets op een bepaalde manier doet. Kan het sneller of eenvoudiger, zonder concessies aan de kwaliteit te doen? De input van het team is belangrijk: zij moeten het waarmaken. Ons team is behoorlijk hecht. Afgelopen jaar zijn er drie moeders van medewerkers overleden en als je dan ziet hoe



men dat onderling opvangt, is dat hartverwarmend om te zien. Natuurlijk wil je als ondernemer ook dat er veel wordt verkocht, maar hoe doe je dat? Neem nu bijvoorbeeld Zeeuws Spek: als ik daar een aanbieding mee heb, attendeer ik de klant niet aan het begin van het verkoopgesprek hierop; anders neemt zij het Zeeuws Spek in plaats van iets anders. Dan is het geen extra verkoop." Social media inzetten ziet hij nog niet zo zitten. "Wat moet je dan twitteren? 'Heb nu even een barbecue weggebracht naar mevrouw Jansen?'" Dat is niks voor mij. Informatie over ons bedrijf vindt de klant via de website. Dat werkt voor ons vooralsnog uitstekend."

CATERING

Niet meer weg te denken bij slagerij van Loo is de cateringtak. In de loop der jaren is met de grote diversiteit aan buffetten een enorme naam opgebouwd. De maaltijden worden dagelijks vers gemaakt. Op verzoek wordt er op vers



gekookt naar specifieke klantwensen, bijvoorbeeld voor een specifiek dieet. "Buiten eten bereiden is een niet meer weg te denken trend," zegt Bas. De bekende stokjes maken steeds vaker plaats voor grotere stukken vlees zoals een lamsbout of een stuk ribeye. De topper op dit moment is de Yakitory saté: gemarineerde kippendij; extra lekker is om deze met wat bruine

basterdsuiker te 'kruiden' tijdens het grillen en daarna voor het opdienen met een klein beetje yakitoyorsaus te bedekken. "Regelmatig sta ik bij grote partijen zelf achter de barbecue", zegt Bas, "Mensen hoeven dan niet in de rij te staan; de diverse producten worden dan uitgeserveerd. Door zelf te barbecueën, maak ik eigenlijk permanent promotie voor m'n eigen bedrijf."

'EEN KLACHT IS EEN KANS!'

"Het klinkt zo cliché, maar het is echt zo. Ik kreeg eens een bief van een klant waarin zij aangaf het vervelend te vinden om het in de winkel te zeggen, maar dat het wel van haar hart moest. Ze had namelijk tot tweemaal niet het bakje filet americain meegekregen dat zij had besteld. Het stond wel op de kassabon. Gelukkig had zij in de brief haar adres vermeld. We hebben direct een bakje filet laten bezorgen inclusief een grote bos bloemen. In de winkel controleren we sindsdien zorgvuldig of we alles meegeven. De klant is nog steeds klant. Ze heeft het verhaal al veel doorverteld, want wij horen het nogal eens terug van andere klanten."



Training Vleeskennis: van slachtproces tot winkelproduct



Waar komt runderhaas vandaan? Wat is het verschil tussen diverse soorten biefstuk? Hoe zit een slachtdier in elkaar en waar kun je de verschillende delen voor gebruiken? De training Vleeskennis behandelt het complete proces van slachten tot het presenteren van het vlees in de winkel, afgestemd op de behoeften van de deelnemers. "Met deze kennis kun je klanten optimaal adviseren."

De training Vleeskennis brengt deelnemers terug naar de basis. Het is voor slagerijmedewerkers belangrijk om te weten hoe slachtdieren in elkaar zitten, waar de verschillende delen vandaan komen en hoe je die kunt gebruiken. Peter Bolkenbaas, trainer/docent bij SVO: "We bespreken de belangrijkste slachtdieren: pluimvee, rund, lam en varken, afhankelijk van de locatie van de training. We kunnen het hele proces behandelen, van slachten* tot het presenteren van het product in de slagerij. Zo gaan we in op de anatomie van dieren, het herkennen van verschillende delen, het gebruiken van die delen, vleestechnologie en presentatietechnieken voor in de zaak. We bekijken de leerbehoefte van de deelnemers en daar gaan we mee aan de slag."

PRAKTISCH AAN DE SLAG

De training is praktisch van opzet.

Deelnemers gaan zelf bijvoorbeeld rollades knopen, een vers worstje stoppen en vleessoorten herkennen. "Want door zelf te doen leer je het meeste", zegt Peter. "Met de kennis die de deelnemers opdoen, kunnen ze in de slagerij meteen aan de slag. Ze kunnen klanten precies uitleggen waar het vlees vandaan komt, welke delen van het dier ervoor zijn gebruikt en dat het dier op diervriendelijke wijze is geslacht. Dat is belangrijk voor klanten en het laat zien dat je veel kennis in huis hebt." De duur van de training is afhankelijk van de wensen van de deelnemers. "In zes dagdelen leg je de complete basis, maar we kunnen het aantal dagdelen ook inkorten. We stellen de training op maat samen of plannen dagdelen met de belangrijkste onderwerpen in."

VEEL GELEERD

Gerwin Pouw van Keurslagerij Pouw in Abcoude volgde de training Vleeskennis

vorig jaar. Nadat hij acht jaar als accountant werkte, keerde hij een paar jaar geleden terug in het slagersvak. "Ik heb van jongs af aan in de slagerij gewerkt, maar ik merkte dat mijn kennis van vlees niet zo sterk was. Nu ik de slagerij ga overnemen, vind ik het belangrijk om daar alles van te weten. Klanten willen weten waar het vlees vandaan komt en ik wil laten zien dat ik die kennis heb. Tijdens de training heb ik geleerd hoe koeien en varkens in elkaar zitten en welke delen je waarvoor gebruikt. Ook liet de trainer/docent zien hoe je moet slachten en uitbenen. Die basis zit nu goed tussen de oren. Ik vond het een leuke training en ik heb er in korte tijd veel van geleerd."

Voor meer informatie: www.svo.nl.

* Het slachtproces wordt wel besproken, maar niet in de praktijk uitgeoefend.



Yvonne van Genugten, Rabobank:

"Slagers moeten de draai maken naar écht ondernemerschap"

De Rabobank staat open voor financieringsaanvragen van slagers. Dan moeten ze wel écht iets bijzonders te bieden hebben: "De markt groeit niet. Dus als slagers groeikansen zien, moeten ze dat goed onderbouwen."

De detailhandelsbranche heeft het op dit moment moeilijk. Yvonne van Genugten, sectormanager detailhandel van Rabobank Nederland, ziet dat terug in de cijfers. "Twintig procent van de winkels doet het altijd goed; twintig procent doet het altijd slecht. De middenmoot, zestig procent, doet het over het algemeen

redelijk tot goed. Toch heeft deze groep het nu lastig. We willen hen graag helpen en weer perspectief bieden, maar dan moeten ze wel met een goed verhaal komen."

WAAR MOET EEN ONDERNEMINGS-PLAN AAN VOLDOEN?

"Het belangrijkste is het doel en de strategie. Het is niet meer voldoende om gewoon een goede vakman te zijn. Je moet goed weten wat je doelgroep is en wat je hen te bieden hebt. Misschien richt je je bijvoorbeeld op tweeverdieners. Waarom komen zij bij jou en gaan ze niet naar de supermarkt, of bestellen ze vlees online? Misschien kunnen zij bij jou overdag iets bestellen en kom je het 's avonds langsbrengen? Daarnaast vragen we om een goed onderbouwde prognose. Slagers kunnen aangeven dat ze na een verbouwing tien procent gaan plussen. Maar die groei zien we niet in de markt terug. Daarom willen wij weten waarom zij het beter gaan doen dan de markt. Ook willen we

graag inzicht in de omzet en de marges per categorie. Als slagers dit inzicht hebben, dan kunnen ze daarop sturen. Verder willen we dat er rekening wordt gehouden met meerdere scenario's. Wat doet een slager als de omzet tien procent tegenvalt? Hoe vangt hij dit op? Welke maatregelen kan hij nemen? Het is nuttig als slagers hun jaarrekening vergelijken met de branche, het zogenaamde benchmarken. De Rabobank en de KNS hebben daar goede tools voor.

WAAR WIJKEN DE EIGEN CIJFERS AF? WAAROM IS DAT ZO? SLAGERS KUNNEN RELATIEF HOGE PERSO-NEELSKOSTEN HEBBEN. STAAT DAAR EEN HOGERE MARGE TEGENOVER?

"Afhankelijk van de investering vragen we ook om een marktonderzoek. Gespecialiseerde bureaus of de KNS kunnen daarbij helpen. Tot slot willen we weten hoeveel eigen vermogen slagers inbrengen. Eigen vermogen vormt een buffer om tegenvallers op te vangen en is van groot belang bij aanvang van een investering."

WELKE ROL SPEELT DE GEDREVENHEID VAN DE ONDERNEMER?

"Dat is het allerbelangrijkste. Zij moeten het maken. In een gesprek willen we

ervaren of een ondernemer gelooft in zijn eigen strategie. Het gaat om het enthousiasme, de passie en de twinkeling in de ogen. We willen zien dat een slager niet alleen bezig is met zijn eigen vak, maar dat hij écht open staat voor de vraag van de klant."

IS HET VRIJWEL ONMOGELIJK VOOR SLAGERS OM IN DEZE TIJD NOG EEN FINANCIERING TE KRIJGEN?

"Nee, zeker niet. Maar de tijden zijn wel veranderd. Het is niet meer vanzelfsprekend dat klanten naar een slager gaan. Ze kunnen hun vlees ook online kopen of bij een supermarkt. Dus slagers moeten hun doelgroep actief gaan benaderen. Dit vraagt om creatieve en verrassende oplossingen. Slagers moeten die draai maken. Alleen passie voor het vak en hard werken is niet meer voldoende."

WELKE ALGEMENE TIPS HEEFT U VOOR SLAGERS?

"Zoek de samenwerking op. Samenwerkingsverbanden, zoals De Keurslager, laten vaak betere cijfers zien dan individuele slagers. Het belangrijkste voordeel is dat slagers dan gebruik kunnen maken van bewezen succesvolle ideeën. Daarnaast is het goed om samenwerking te zoeken met winkeliers in het winkelcentrum. Samen kun je ervoor zorgen dat het winkelcentrum schoon is en dat er voldoende, gratis parkeerplaatsen zijn. Als die basis goed is, kun je ook denken aan extra koopavonden

of evenementen. Een tweede tip is: maak het klanten zo gemakkelijk mogelijk. Help ze bijvoorbeeld bij het maken van keuzes door het aanbieden van een vleespakket of een menu.

Een derde tip: zorg voor onderscheidend vermogen. Waarom komt een klant bij jou? En als laatste: zorg dat je een betrouwbare partner bent. Als er in de krant staat dat je plofkippen verkoopt, kun je de zaak wel sluiten. Klanten verwachten bij een slager de beste kwaliteit. Daar mag je geen concessies aan doen."

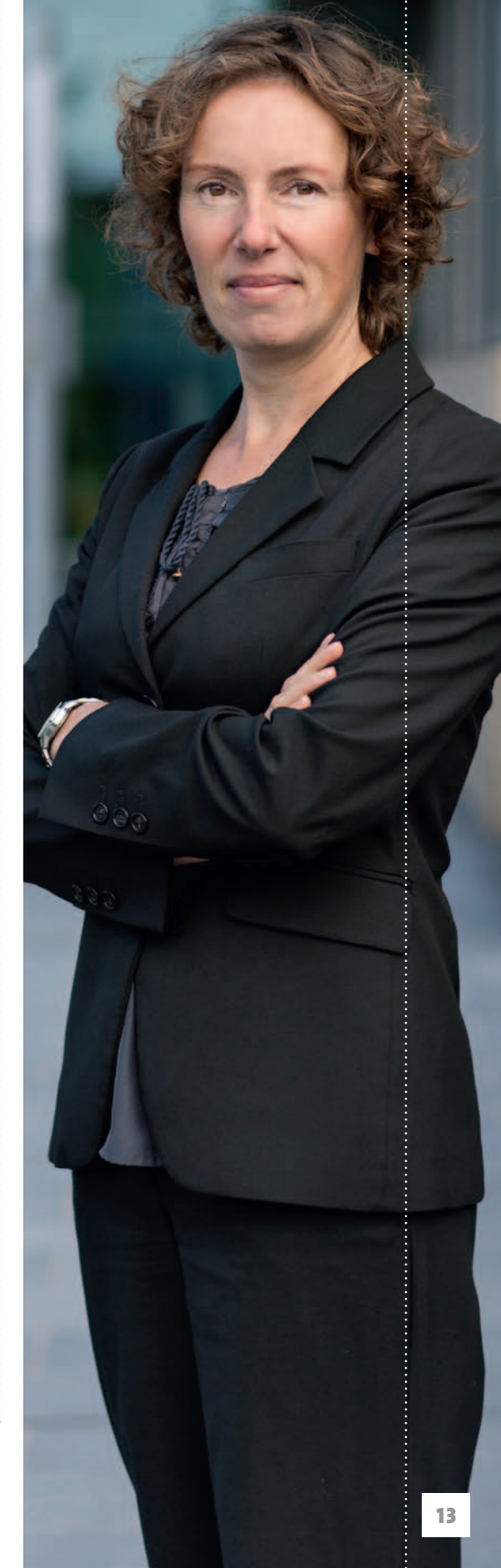
IS HET OOK BELANGRIJK OM TE WERKEN MET DE SLAGERSMONITOR?

"De Slagersmonitor is zeker een goede tool. Het geeft de ondernemer informatie over de omzetontwikkeling bij collega's. Als een ondernemer achterblijft, dan kan hij bijsturen."

WELKE VERWACHTINGEN HEEFT U VOOR DE TOEKOMST?

"2013 is nog een moeilijk jaar. We verwachten dat de markt in 2014 een kleine plus laat zien. Maar het is de vraag of alle slagers daarvan meeprofiteren. Slagers moeten bewijzen dat ze nog bestaansrecht hebben. Niet iedereen heeft dat in zich. Toch verwacht ik dat er slagers zijn die die draai kunnen maken. Zij gaan het redden, ook in de toekomst."

"Het is nuttig als slagers hun jaarrekening vergelijken met de branche, het zogenaamde benchmarken. De Rabobank en de KNS hebben daar goede tools voor"



IYBC: De weg naar Europees kampioenschap

Het is niet zo maar wat, meedoen aan een internationale wedstrijd. Zeker niet als de Nederlandse teams de afgelopen twee jaren het Europese kampioenschap in de wacht sleepten. Dat verhoogt de druk voor het huidige enthousiaste IYBC-team absoluut om dit te evenaren! Het team dat bestaat uit drie jonge slagers: Jeroen Kroon, Tommy Kuijten en Joey Baan. Jeroen is werkzaam bij Slagerij Anton van der Pijl in Nieuwegein en Tommy bij Slagerij Beerens in Eindhoven. Joey werkt bij Chateaubriand in Heemstede. Joey is reserve-kandidaat en is in 2014 in elk geval zeker van een wedstrijdplaats.

Op 3 en 4 mei gaan de jonge slagers de strijd aan met deelnemers uit Oostenrijk, Zwitserland, Duitsland, Frankrijk, Luxemburg en Engeland. Dat is echt een uitdaging die deze jonge slagers met fanatisme aangaan.

Op de vooravond van de wedstrijd wordt er hard gewerkt. In totaal zijn er 12



dagen om te trainen voor de zes onderdelen. Per dag is een aantal onderdelen ingepland waarbij de kandidaten serieus werken aan kwaliteit en dat binnen de gestelde tijd. Een kijkje tijdens één van de trainingdagen waarbij het maken en presenteren van grill- en barbecuespecialiteiten en van twee keukenklare producten op het programma stonden. Zelfs een correspondent van De Telegraaf kwam een kijkje nemen bij deze

voorbereidingen op de internationale wedstrijd.

Er is een heel team van specialisten op de been om de deelnemers te begeleiden en te coachen. Natuurlijk SVO-docenten maar ook andere inhouds- en ervaringsdeskundigen zoals Lida Koelewijn, Antonette van der Velden en Jan van der Donk. Alle deelnemers zijn erg te spreken over deze intensieve begeleiding en de één op één tips en aanwijzingen die zij krijgen. Het gaat namelijk echt om details in de afwerking, perfectioneren is het doel. Detailafwerking, dat is ook waar de internationale jury tijdens de wedstrijd op let.

Jeroen vertelt vol enthousiasme: "Ik ben zeker 4 dagen van de week bezig met de wedstrijd. Mijn werkgever geeft ook alle ruimte. Zo benen wij nu uit terwijl we dit normaal al in technische delen laten binnenkomen. Oefening baart kunst

"De voorbereidingen gaan echt goed en we gaan om te winnen!"

tenslotte! Ik merk al in mijn gewone werk dat je veel preciezer werkt. Dat is nu dus al mooi meegenomen van deelname! Natuurlijk doe ik mee om te winnen wat dacht je dan?!"

Tommy beaamt de uitspraken van Jeroen en zegt trots: "De voorbereidingen gaan echt goed en we gaan om te winnen! Ik besteed er veel tijd maar dat werpt vast zijn vruchten af. Keukenklaar is echt mijn ding, lekker creatief. Het is echt gaaf om zo de kunst van de slager te laten zien. Tijdens de dag van de slager trainen wij ook bij ons in de slagerij, kan iedereen het zien!"

Joey, die pas 11 maanden in het slagersvak zit, vertelt: "Ik ben reservekandidaat maar train volledig mee. Volgend jaar zit ik zeker in het team. Ik heb dus een bevoorrechte positie want zo kan ik twee jaar trainen."

Coördinator Gjalt Landman: "Het is en blijft geweldig om te werken met enthousiaste en gedreven jonge slagers. Het is echt een uitdaging en ja, de druk is hoog gezien de resultaten van vorige jaren maar ik heb zeker veel vertrouwen in dit team. Als je ziet wat ze al neerzetten, petje af hoor! De creativiteit is hoog, het komt nu in de laatste trainingen op het strak zetten van de producten. Het zou toch mooi zijn drie keer scheepsrecht met een Europese titel. We gaan er voor!" In een volgende editie van De Slager blikken we terug op de behaalde resultaten. Tot die tijd allemaal duimen!



Ledenvoordeel voor ondernemers en hun team

Als KNS-lid kan je als ondernemer profiteren van ledenvoordeel. Met Members' Benefits, het inkoopprogramma waarbij je aanzienlijke kortingen olopend tot wel 40% kan krijgen. Het leuke is dat jouw teamleden ook voordeel kunnen behalen. Dat is nog eens goed werkgeverschap!

CATEGORIEËN VOOR KORTINGEN

Werkgevers en medewerkers kunnen bijvoorbeeld korting genieten voor bijvoorbeeld reizen met Corendon, Disneyland Parijs maar ook elektronica (huishoudelijke apparaten), huis & tuin, vakantieparken en hotels.

Er zijn verschillende zakelijke categorieën waarin je als ondernemer korting kan krijgen. KNS-leden kunnen inloggen op 'zakelijke voordelen' voor typische werkgeversaanbiedingen op het gebied

van drukwerk, telecom, logistiek, brandstof en verzekeringen. Ook voor ongediertebestrijding geldt er via ISS Pest Control een korting.

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. 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 van zelf. Je kunt je overigens ook aanmelden voor de speciale nieuwsbrief zodat je helemaal goed op de hoogte blijft.

Lid zijn van de KNS, dat scheelt!



Slagerspassie voor én door slagers

De digitale inspiratieomgeving Slagerspassie.nl is volop in ontwikkeling. Het wordt veel meer dan alleen een website, het doel is een bron van inspiratie voor een andere kijk op je vak. Slagerpassie laat het verhaal zien van slagers en medewerkers. Onderwerpen die slagers en slagerijmedewerkers alle dagen tegenkomen worden uitgebreid in beeld gebracht.

Inmiddels is een groot aantal slagers al betrokken bij de ontwikkeling van Slagerspassie. Vorig jaar kwamen een aantal werkgroepen bij elkaar met daarin slagerondernemers, medewerkers, inhoudsdeskundigen en docenten van SVO. De werkgroepen

waren samengesteld naar thema's zoals vaktechniek, marketing, sociale zaken, financiële zaken. In deze groepen is uitgebreid gesproken over de onderwerpen waarbij zowel kansen als knelpunten zijn benoemd en verschillende voorbeelden zijn aangegeven.



Slagers zijn al vanaf de start betrokken zijn bij Slagerspassie. Robert Nagtegaal, regioadviseur bij de Vereniging van Keurslagers vertelt: "Mooi om te zien en te voelen dat er met passievolle ondernemers/slagers/medewerkers en het team van Bespeak een website ontstaat waar je passie kan vinden, brengen en beleven."

John Gielen van de gelijknamige slagerij zegt: "Mijn bijdrage in het project Slagerspassie was meepraten over financiële zaken. Een onderwerp is inzichtelijk te maken hoe een slagerondernemer zo snel mogelijk inzicht krijgt in zijn marge en of het rendabel is om op een bepaalde manier in te kopen. Wat ik zeer voorname vind, is dat we in Slagerpassie als collega's met elkaar omgaan en helpen in deze economisch moeilijke tijd."

Jos Gelderblom uit Montfoort, ook deelnemer in de werkgroep: "Ondernemen in het slagersvak is net zoals een berg op fietsen. Elke dag begin je onderaan en je moet harder en beter fietsen dan de rest anders kun je nooit als eerste en beste de top bereiken. Slagerpassie brengt inspiratie om de top te bereiken."

Audrey van Schaik van Speciaalslagerij van Schaik is enorm enthousiast: "Een inspiratie- en kennisomgeving als Slagerspassie sluit naadloos aan op de



Franny van Linschoten vertelt over veilig werken

dynamiek van het werk in de slagersbranche. De inzet van nieuwe media versterkt deze dynamiek.

Het is bijzonder leuk om hieraan een bijdrage te mogen leveren in de eerste aanzet vanuit de werkgroepen sociale zaken/onderwijs en ondernemerszaken. Ik heb gemerkt dat de deelnemers op die middagen ieder vanuit eigen perspectief en ervaring hun bijdrage leveren. Als je daarvoor openstaat, doe je er je voordeel mee. Ik denk dat Slagerspassie ook dit effect heeft. In potentie hebben we het dan over kruisbestuiving van zo'n enorme aantallen deelnemers, ondernemers en medewerkers. Daar ben ik héél enthousiast over!"

Op basis van deze gesprekken is het team van Bespeak, samen met het team van de KNS, volop aan de slag gegaan met de inhoud. Er is een aantal categorieën zoals Inkoop en voorraad, Vlees- en versproducten be- en verwerken, Vlees en versproducten presenteren, Producten verkoop gereedmaken en verkoop, Interne communicatie en personeelsbeleid,

Financieel en Marketing. Een lekker breed aanbod! Bij het lanceren van Slagerspassie is een aantal magazines per categorie beschikbaar, voor elk wat wils dus.

Een belangrijk onderdeel in Slagerspassie is het verhaal van de slager. Er zijn dan ook heel veel slagers maar ook medewerkers aan het woord en in beeld, om hun ervaringen te delen. Elk voorbeeld is uniek, dat wil zeggen de persoonlijke ervaring van een ondernemer. Iedere slager werkt op zijn eigen manier. Misschien herken je je in het verhaal, maar het kan je ook een andere kijk op jouw vak geven. Ook kun je zelf actief deelnemen aan Slagerspassie door inspirerende voorbeelden toe te voegen. Verder kun je op thema 'in gesprek' met je collega's.

Inmiddels is een aantal collega-slagers aan het woord geweest over de verschillende onderwerpen. Zo vertelde Keurslager Gerard Steltenpool uit Amersfoort over allergenen, Dennis van der Ven uit Schijndel over toonbankpresentatie en Carla van Eijk uit Voorschoten

"Een inspiratie- en kennisomgeving als Slagerspassie sluit naadloos aan op de dynamiek van het werk in de slagersbranche"

over marketing. Ook is al een flink aantal ondernemers door de camera in beeld gebracht om hun ervaringen te delen. Een paar voorbeelden van slagers die hun eigen verhaal vertellen. Zo vertelt Slager van Vulpen uit Amersfoort over bereidingsadvies, Manolito Bastiaanse van Slagerij Hendrikse uit Bussum maar ook Geertjan Zwaard uit De Lier over voorverpakken. Marco van Strien ('s Gravenmoer) inspireert met zijn verhaal over innovatie in zijn producten.

Marco van Strien reageert: "Ik vind het belangrijk en ook leuk om zo een bijdrage te leveren aan Slagerspassie. Slagers moeten elkaar helpen en niet als concurrent zien. Samen moet je zorgen dat de consument naar de slager komt en blijft komen en niet naar de supermarkt gaat. Het delen van ervaringen via Slagerpassie gaat daar zeker in helpen."

De ontwikkeling van Slagerspassie gaat enorm hard. Nieuwsgierig naar de voortgang? Natuurlijk lees je er in De Slager meer over maar ook kan je foto's en weetjes achterhalen via www.facebook.com/slagerspassie en www.twitter.com/slagerspassie. Voor een andere kijk op jouw vak! Op www.slagerspassie.nl staan alle sociale media berichten samengevat.



De nieuwe winkel van Geertjan Zwaard vormt een goede inspiratiebron voor het onderwerp 'voorverpakken'

Kick-off Dag van de Slager was uit de kunst

Om 11.55 uur precies stonden meer dan 30 slagers als een levend schilderij stil op het Museumplein in Amsterdam. Met deze 'kunstvorm' werd de Dag van de Slager officieel afgetrapt. De Dag van de Slager vindt plaats op donderdag 18 april plaats bij meer dan 340 slagers in Nederland en heeft als thema de 'Kunst van de slager'.

Om 11.55 uur nam Ad Bergwerff, als slagerondernemer, voorzitter Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie (KNS) en voorzitter Commissie Ambachtseconomie, het op voor het belang van de ambachtseconomie en in het bijzonder voor de Nederlandse slager. Hierbij sprak hij het volgende uit:

"Vandaag staan wij, slagers, ook stil bij het belang van de ambachtseconomie in Nederland waar de slagers onderdeel van zijn. Ambachten zijn onmisbaar en vormen een vitale motor voor onze economie. Wij staan als ambachtelijke sector voor een uitdaging: zorgen dat jonge mensen hun weg vinden naar een ambachtelijk beroep. Werken in een ambachtelijk beroep heeft carrièreperspectief. De vraag naar ambachtelijke vakmensen blijft bestaan. Denk aan slagers maar ook aan loodgieters, kappers, bakers of groenteboer. Werken met je 'handen' is tegenwoordig meer dan dat. Innovatief, vakmanschap, ondernemerschap en creativiteit zijn steekwoorden die het ambacht van nu kenmerken."

"De kracht van onze branche zit in het vakmanschap, creativiteit en ondernemerschap van de Nederlandse slager waardoor de consument met vertrouwen bij de slager terecht kan voor vlees maar ook voor maaltijden en catering.

Kortom, de slagersbranche, heeft toekomstperspectief voor jongeren en is van onmisbare waarde voor de consument en Nederlandse economie."

WINNENDE SLAGZIN

Op Facebook konden consumenten de volgende zin afmaken: de Kunst van de Slager is... Dit is de winnende slagzin: de kunst van de slager is om een zichtbare vriend aan tafel te zijn.

Wat de consument verder zegt over de 'Kunst van de Slager'

"De kunst van de slager is dat ik bij het kopen van het vlees al een feestgevoel krijg!"

"De kunst van de slager is zijn ambachtelijke werkwijze om het goed mogelijk te doen voor zijn klant, dan eten ze uit zijn hand!"

"De kunst van de slager is dat het vlees bij hun het lekkerst is."

"De kunst van de slager is om het product te maken dat een feest is voor de klant om te proeven en ervaren."

"De kunst van de slager is zijn kracht, kennis en ambacht."

In de volgende editie van De Slager volgt een fotoverslag van de Dag van de Slager.



Het KNS Inspiratiecongres mag je niet missen!

De KNS is een vereniging voor ambachtelijke slagers. Daarom nodigen we al onze leden van harte uit voor de jaarlijkse Algemene Ledenvergadering (ALV) op 24 juni 2013. Tijdens deze ALV wordt verslag gedaan van het beleid en de financiën van de KNS.

Aansluitend ben je welkom bij hét Inspiratiecongres voor de slager. Een avond die herkenbaarheid, humor, inspiratie en leermomenten biedt voor jou en jouw slagerij. Kom genieten en leren bij het KNS Inspiratiecongres.

KNS INSPIRATIECONGRES

Op het programma van het KNS Inspiratiecongres staat een flinke dosis humor, afgewisseld met slimme inzichten hoe de zintuigen van de klant werken in jouw slagerij en een powerspeech met levenschte ervaringen opgedaan bij de slager. Tot slot wordt de prijswinnaar bekend gemaakt van de Spare Ribs Trophy, welke slager wint dit jaar de prijs voor de lekkerste spareribs?

"Onweerstaanbare verleiding op de winkelvloer. Prikkel AL onze zintuigen!"

Wenda Kielstra vertelt in duidelijke taal welke kansen de slager heeft door te leren van 'onbewust gedrag van klanten' en hoe ondernemers hun winkelomgeving, productpresentatie én communicatie nog beter op hun publiek af kunnen stemmen. Wenda heeft o.a. een wetenschappelijk experiment uitgevoerd naar de impact van geur en muziek op het gedrag van consumenten.

Spoedcursus Humor. In de hilarische en interactieve Spoedcursus Humor leert succesvol grapschrijver Rob Urgert je hoe je succesvoller kunt worden met humor. Er wordt gebruik gemaakt van verschillende beelden, foto's en filmpjes, waaronder Fokke en Sukke-plaatjes. De

techniek van het grappen maken en van het grappig zijn, worden je haarfijn uit de doeken gedaan en er wordt kraakhelder antwoord gegeven op de vragen 'hoe krijg je iemand aan het lachen?' en 'hoe kan je een grap maken, of breken?'.

Powerspeech. 'Entertainer' Andre Troost trakteert de zaal op een interactieve peptalk rondom alles wat te maken heeft met klantgerichtheid binnen de slagerij. Zijn

LET OP
ter voorbereiding op de powerspeech legt Andre Troost een aantal mysteriebezoeken af bij slagerijen. Slagers kunnen zich aanmelden voor zo'n mysterybezoek. Leerzaam, grappig en een spiegel voor elke slager.

Wil jij een mysterybezoek krijgen? Meld je aan via e.westerhof@knsnet.nl

bevindingen zijn scherp, grappig, soms confronterend, maar zeker waarheidsgetrouw. Voor zijn powerspeech bereidt André zich gedegen voor en heeft hij mysteriebezoeken gebracht aan een aantal slagerijen.

Spare Ribs Trophy 2013. Welke slager mag zich de winnaar noemen van de Spare Ribs Trophy 2013? Het wordt bekend gemaakt op het podium op 24 juni. Geen 1e plaats maar wel in de top 10? Alle finalisten van de Trophy krijgen een plaats op het podium. Chefkok Jeremy Vermolen (bekend van TV-programma 'Rob's grote tuinverbouwing' op SBS6) is de nieuwe juryvoorzitter en reikt de prijzen uit.

PROGRAMMA

15.30 tot 16.00 uur	Ontvangst
16.00 tot 18.00 uur	Algemene Ledenvergadering 2013
18.00 tot 18.30 uur	Aperitief
18.30 tot 20.00 uur	Dinerbuffet
20.00 tot 22.15 uur	KNS Inspiratiecongres
22.15 tot 22.30 uur	Uitreiking Spare Ribs Trophy 2013
22.30 tot 23.30 uur	Slagersborrel
23.30 uur	Einde

Locatie: Theater Spant! in Bussum.

Adres: Dr. Kuyperlaan 3, 1402 SB, Bussum.

Aanmelden kan vast via de site: www.knsnet.nl/inspiratiecongres of via de uitnodiging die leden ontvangen. Tot ziens op 24 juni op het KNS Inspiratiecongres!





Verlaagd btw-tarief bij renovatie woningherstel

Eén van de maatregelen van het gesloten akkoord over de woningmarkt is het verlaagde btw-tarief van 6% op arbeidskosten bij renovatie en herstel van woningen na meer dan twee jaren na het tijdstip van eerste ingebruikneming daarvan. In een besluit is goedgekeurd dat het verlaagde btw-tarief met ingang van 1 maart 2013 tot 1 maart 2014 mag worden toegepast op renovatie en herstel van woningen.

DE HOOFDPUNTEN VAN HET BESLUIT ZIJN DE VOLGENDE:

- Het verlaagd btw-tarief van 6% is van toepassing op alle renovatie- en herstelwerkzaamheden die in en aan een woning worden verricht. Onder renovatie- en herstelwerkzaamheden worden verstaan: het vernieuwen, vergroten, herstellen of vervangen en onderhouden, van (delen van) de woning.
- Het verlaagde tarief is uitsluitend van toepassing op de arbeidskosten en niet op de gebruikte materialen. Ook bij het aanbrengen van goederen in of aan een woning, die van rechtswege in eigendom overgaan op de eigenaar van de woning doordat zij in bouwkundig opzicht deel gaan uitmaken van de woning, kan op de daarbij verrichte arbeid het verlaagde btw-tarief worden toegepast.
- De verhouding tussen de materialen en de arbeidscomponent van de

renovatie- of herstelwerkzaamheid wordt vastgesteld door de ondernemer die de dienst verricht. Als voor het geheel één vergoeding in rekening wordt gebracht en op de facturen geen splitsing is aangebracht tussen materialen en arbeid, moet voor de splitsing worden aangesloten bij de marktwaardemethode. Bij het ontbreken hiervan moet worden gesplitst op basis van kostprijs.

- Het verlaagde tarief is alleen van toepassing als de dienst is afgerond op of na 1 maart 2013 en vóór 1 maart 2014.
- Voor toepassing van het verlaagde tarief is het niet nodig dat de opdrachtgever een particulier is.

De staatssecretaris keurt specifiek goed dat het verlaagde btw-tarief vanaf 1 maart 2013 tot 1 maart 2014 wordt toegepast op:

- Het ontwerpen en vervaardigen van

bouwtekeningen door architecten en dergelijke ondernemers mits zij tevens de renovatie van de woning begeleiden.

- De arbeidskosten van de, in opdracht van de opdrachtgever, op maat gemaakte goederen die een onderdeel gaan vormen van de woning.
- De arbeidskosten van hoveniers voor het aanleggen en onderhouden van tuinen.

GOEDKEURING AFTREK BOUWRENTE

In een nieuw besluit is goedgekeurd dat de bouwrente in aftrek kan worden gebracht. De schuld aan de aannemer kwalificeert als eigenwoningsschuld en de verschuldigde bouwrente kwalificeert als aftrekbare eigenwoningsschuld. De periode waarover de bouwrente wordt berekend telt niet mee voor de maximale termijn van 360 maanden waarin een eigenwoningsschuld verplicht ten minste annuïtair moet worden afgelost. Daarnaast wordt goedgekeurd, dat de periode waarover de bouwrente in rekening wordt gebracht niet van invloed is op de resterende maximale looptijd in maanden of op de toepassing van de aflossingsstand. De lening wordt meestal later pas afgesloten en pas uitbetaald bij de levering van de woning bij de notaris. De periode start in dat geval voor de resterende maximale looptijd in maanden op het moment van levering bij de notaris.



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

Slagersmonitor:

Forse verschuivingen in de buitenhuis-houdelijke verkopen

In de vorige editie van De Slager is de ontwikkeling van het markt-aandeel van de zelfstandige slagerij aan bod gekomen als één van de conclusies van de landelijke Slagersmonitor. Net als in afgelopen jaren heeft onderzoeksbureau GfK, in opdracht van de KNS, in 2012 de landelijke Slagersmonitor uitgevoerd. In deze editie van De Slager worden de buitenhuishoudelijke verkopen onder de loep genomen.

Naast winkeldomzet kent de slagerij omzet aan partyverzorging, catering, horeca, instellingen, bedrijven en omzet aan derden (wederverkopers). Deze niet-winkeldomzet bedroeg in 2011 circa 12,6% van de totale omzet. In 2009 was dit eveneens 12,6%. Er hebben echter wel forse verschuivingen plaatsgevonden binnen de verschillende segmenten van de niet-winkeldomzet.

PARTYVERZORGING/CATERING

Het omzetsegment partyverzorging en catering genereert in 2011 circa 36% van de niet-winkeldomzet. Dit is ruim 6% meer dan in 2009 en is hierdoor het belangrijkste segment binnen de niet-winkelverkoop geworden. In relatie tot de consumententrend 'gemak' is dit mogelijk een interessante aanvulling op je winkelverkoop. Cateringactiviteiten kunnen zowel plaatsvinden ten behoeve van particulieren als van bedrijven. Een voorbeeld hiervan is het verzorgen van buffetten en barbecues, maar ook het aanbieden van schalen met hapjes die op bestelling worden gemaakt.

Voordat je aan de slag gaat met partyverzorging en catering is het van belang te weten wie de andere aanbieders zijn in je marktgebied, en met welk product, en voor welke doelgroepen. Op basis hiervan kun je bepalen welk assortiment je wilt gaan aanbieden en tegen welke prijsstelling. In dat kader is het van belang na te

denken over de productiekosten en welke investeringen je moet doen in eventuele extra materialen. Vervolgens is de promotie een volgende en heel belangrijke stap om succesvol te worden en te blijven met deze activiteit.

HORECA/INSTELLINGEN/BEDRIJVEN

De afgenomen bestedingen in de horeca, maar ook in de kantines van instellingen en bedrijven (onder meer door de economische crisis), zorgen voor een daling van het omzetbelang van dit segment bij de zelfstandige slager. Bestond in 2009 nog ruim 51% van de niet-winkelverkoop van de slager uit leveringen aan horeca/instellingen/bedrijven, in 2011 is dit net iets minder dan 35%. Al met al nog wel een belangrijk aandeel van de niet-winkelverkoop, dus is het van belang om hier wel aandacht aan te blijven besteden.

Enkele tips voor de afzet aan deze klantgroep:

- Richt je vooral tot zelfstandige ondernemers in je regio;
- De persoonlijke relatie met bijvoorbeeld een kok is hierbij van wezenlijk belang alsmede regelmatig overleg;
- Verras en inspireer de klant. Lever bijvoorbeeld af en toe een productidee gratis mee met de reguliere order;
- Kijk ook samen met een collega-verspecialist zoals bakker en groenteman naar invulling van lunches voor bedrijven.



LEVERINGEN AAN DERDEN

Leveringen aan derden genereert circa 29% van de niet-winkeldomzet. In 2009 was het aandeel van dit segment nog 18,5% van de niet-winkelverkoop van de slagerij en dus fors lager. Bij leveringen aan derden kun je denken aan leveringen aan wederverkopers van vleesproducten (groentespecialisten, collega-slagers). Dit biedt omzetmogelijkheden en een hogere omzetsnelheid. Bedreigingen zijn echter het loslaten van de traditionele brutowinstmarge en de transportkosten. Let er ook op dat je niet te afhankelijk wordt van enkele klanten. Indien een grote klant wegvalt, heb je direct een grote omzetsdaling, wat ook gevolgen heeft voor je personele bezetting.

Om tot een juiste beoordeling te komen inzake de bijdrage van bovenstaande bedrijfsactiviteiten aan het totale bedrijfsresultaat, dien je de kosten afzonderlijk toe te rekenen aan deze bedrijfsactiviteiten. Het advies is dan ook om je administratie hierop in te richten.

AANVULLING

Duidelijk is dat het segment buitenhuishoudelijke verkopen zeker kansen biedt en daarmee een welkome aanvulling vormt op de reguliere winkelverkoop. Dit is één van de artikelen naar aanleiding van de Slagersmonitor. De cijfers uit de Slagersmonitor zijn voor leden van de KNS ook te vinden op het ledengedeelte van de KNS. Log in op 'mijn KNS' en kijk onder 'documenten'.

Stoere mannen BBQ & Ladies Tapas



Lang leve de zomer! Verstegen introduceert een buitengewoon inspirerend concept voor de buitenkeuken: Grill Bill & Tapa Jane: heerlijke vleesgerechten voor op de barbecue, gericht op stoere mannen en trendy vrouwen. Grill Bill zijn gerechten met spierballen; Tapa Jane zijn verfijnde tapas-specials. Een buitengewone combinatie.



Binnen het nieuwe concept introduceert Verstegen drie bijzondere nieuwe smaken: twee heerlijke nieuwe trendy sauzen en een nieuwe World Grill.

Sauzen

Een saus die niet mag ontbreken bij een stoere barbecue anno 2013 is de Machosaus, met de smaak van mierikswortel en peterselie is dit een heerlijke saus bij zowel vis als vlees, maar vooral is het een echte 'dipper'. De Man heeft bijna geen kruidenboter meer nodig.

Voor de trendy vrouwen heeft Verstegen een heerlijke Lemoncello saus ontwikkeld: een frisse gele saus op basis van citroen met een vleugje grappa en een tekening van zwarte peper. Deze past perfect bij smakelijke tapasgerechten voor de barbecue, maar is ook prima toe te passen als basis voor een heerlijke saladedressing of fruitsalade.

World Grill

Verstegen ontwikkelde speciaal voor de barbecue de World Grill Ginger-Lemon Chili. Een frisse oliemarinade met pit! Smaakmakers in deze nieuwe marinade zijn gember, citroen, chilies en is toepasbaar op bijna elk product; vlees, vis, kip, wild, etcetera. De nieuwe World Grill voldoet vanzelfsprekend aan de Pure normen van Verstegen.

Inspiratiebanier

Bij aankoop van de nieuwe World Grill Ginger-Lemon Chili, krijgt u nu een A1-groot BBQ inspiratiebanier cadeau! Een handig hulpmiddel om uw klanten te inspireren. De inspiratieposter is verkrijgbaar in een vlees- en een visvariant. Hij is vervaardigd van hoogwaardig zeil,



waardoor de poster makkelijk afneembaar is met een vochtige doek. Raak geïnspireerd bij het maken van de recepturen en inspireer uw eigen klanten. Hang de poster op in uw werkkeuken of misschien zelfs in de winkel. Vraag ernaar bij uw Verstegen vertegenwoordiger. De posters zijn verkrijgbaar zolang de voorraad strekt.

Interesse?

Heeft u interesse in een van de nieuwe BBQ producten en/of de inspiratiebanier voor vis of vlees, neem dan contact op met uw Verstegen vertegenwoordiger of met de verkoopafdeling. Alle nieuwe producten zijn ook verkrijgbaar via uw reguliere grossier.



Verstegen, with pleasure.

Voor meer informatie kunt u terecht bij uw vertegenwoordiger of stuur een email naar ambacht@verstegen.nl



Etikettering voor slagers



Het WEL (Warenwetbesluit Etikettering van Levensmiddelen) regelt de verplichte aanduiding van levensmiddelen en maakt daarbij onderscheid tussen:

- Voorverpakte levensmiddelen
- Niet-voorverpakte levensmiddelen

VOORVERPAKTE LEVENSMIDDELEN

Het levensmiddel in verpakking is bedoeld voor de consument en instellingen. Op voorverpakte producten moet de volgende informatie aanwezig zijn door middel van een etiket:

- De aanduiding (de wettelijke of gebruikelijke productnaam)

- De ingrediëntenlijst
- De allergenen (aangegeven in de ingrediëntenlijst)
- De hoeveelheid van kenmerkende ingrediënten of ingrediëntencategorieën
- De nettohoeveelheid van het levensmiddel
- De datum van minimale houdbaarheid of de uiterste consumptiedatum
- De bijzondere voorwaarden voor opslag en/of gebruik
- De naam of de handelsnaam en het adres van de exploitant

Daarnaast geldt voor rund- en kalfsvlees de verplichte herkomstaanduiding.

Maar omdat slagers vooral versproducten verkopen, zijn vooral de aanduidingseisen voor niet-voorverpakte levensmiddelen van belang.

NIET-VOORVERPAKTE LEVENSMIDDELEN

Niet-voorverpakte producten zijn onverpakte producten of producten in een verpakking die niet als voorverpakking worden gezien. Niet-voorverpakte producten zijn te onderscheiden in:

1. Onverpakte levensmiddelen
2. Op verzoek verpakte levensmiddelen
3. Levensmiddelen die op de plaats van verkoop met het oog op de onmiddellijke verkoop zijn verpakt
4. Levensmiddelen die ten behoeve van de ambulante handel zijn verpakt
5. Op verzoek verpakte maaltijden of maaltijdcomponenten
6. Verpakte levensmiddelen (B2B)

Let op: bij punt 1 en 2 geldt een informatieplicht, maar niet zozeer etiketteringsplicht. Voor punt 3 t/m 6 geldt er wel een etiketteringsplicht.



1. ONVERPAKTE LEVENSMIDDELEN:

Producten zonder enige vorm van verpakking, die in die vorm aan de eindgebruiker worden aangeboden.

Denk hierbij aan vlees in de toonbank.

Let op: een 'darm of darmvervangend omhulsel' wordt niet gezien als een verpakking; producten in de darm zijn dus onverpakte levensmiddelen (zie Warenwetbesluit Vlees, gehakt en vleesproducten, artikel 1, lid 2).

Bij deze onverpakte levensmiddelen moet op dit moment vermeld zijn:

- de aanduiding;
- de prijs per standaardhoeveelheid (kilogram of 100 gram);
- de herkomst van rund- en kalfsvlees.

Vanaf eind 2014 is dit:

- de **benaming*** (dit is hetzelfde als de aanduiding);
- de **prijs per standaardhoeveelheid**;
- de **herkomst van rund- en kalfsvlees**;
- de **allergenenformatie**;

De allergeneninformatie hoeft niet bij het product te staan, maar moet in ieder geval makkelijk toegankelijk/schriftelijk aanwezig zijn in de winkel.

2. OP VERZOEK VERPAKTE LEVENSMIDDELEN:

Onverpakt aangeboden producten, die op verzoek van de koper op de verkoopplek zijn verpakt.

Denk bijvoorbeeld aan gesneden vleeswaren die in een zakje worden meegegeven aan de klant (zie punt 1). Voor deze verpakking gelden **geen etiketteringsverplichtingen**.

De verpakking (zakje, doosje) waarin het product wordt meegegeven, hoeft dus géén vermeldingen te dragen.

Echter, bij kip moet de volgende aanduiding op de verpakking aangebracht zijn: 'Let op, geef schadelijke bacteriën geen kans.'

Zorg daarom dat deze bacteriën niet via de verpakking, uw handen of het keukengerie in uw eten terecht komen. Maak dit vlees door en door gaar om deze bacteriën uit te schakelen'. (Warenwetbesluit Bereiding en behandeling levensmiddelen, art. 4a)

Naar verwachting verandert er bij de inwerkingtreding van de nieuwe etiketteringsverordening niets in de etikettering van deze producten. Er geldt echter wel een **informatieverplichting**; zie punt 1.

3. LEVENSMIDDELEN DIE OP DE PLAATS VAN VERKOOP MET HET OOG OP DE ONMIDDELLIJKE VERKOOP ZIJN VERPAKT:

Producten die op de verkoopplek zijn verpakt om direct te verkopen.

Denk bijvoorbeeld aan een barbecuepakket. Op het etiket moet de **benaming** (de wettelijke of gebruikelijke benaming van het product) en de **nettohoeveelheid** staan. Daarnaast moet vanaf eind 2014 de **allergeneninformatie** makkelijk toegankelijk/schriftelijk aanwezig zijn in de winkel.

4. LEVENSMIDDELEN DIE TEN BEHOEVE VAN DE AMBULANTE HANDEL ZIJN VERPAKT:

Dit zijn producten die in de onderneming zijn verpakt om te worden verkocht op de markt, op straat, aan het water, of huis-aan-huis.

Denk bijvoorbeeld aan een vleespakket dat op de markt wordt aangeboden. Op het etiket moet de **benaming** (de wettelijke benaming) en de **nettohoeveelheid** staan.**

5. OP VERZOEK VERPAKTE MAALTIJDEN OF MAALTIJD COMPONENTEN:

Producten die zijn voorverpakt op verzoek van de koper, om dan door de koper in het kader van een maaltijdverstrekking te worden afgeleverd.

Denk bijvoorbeeld aan leveringen aan kantines waar per plakje verpakte vleeswaren worden aangeboden. Op de verpakking hoeft in principe niets te staan, maar bij verkoop moet de **benaming** van het product (de officiële of gebruikelijke benaming) en **allergeneninformatie** beschikbaar zijn.

6. VERPAKTE LEVENSMIDDELEN (B2B):

Verpakte levensmiddelen zijn producten die niet aan een eindgebruiker worden verkocht, maar aan andere partijen.

De **benaming**, **productiepartij** en **allergeneninformatie** moeten zijn aangebracht op de verpakking of de recipiënt, óf, indien dat niet mogelijk is, op het handelsdocument dat het desbetreffende levensmiddel vergezelt.

Tijdlijn:

Verplichtingen die ingaan op 13 december 2014

Vanaf 13 december 2014 is de slager verplicht om voorverpakte producten te etiketteren volgens de nieuwe etiketteringsverordening. De belangrijkste verandering daarbij is dat bij alle soorten voorverpakt vlees de herkomst vermeld moet worden. Daarnaast moet met de term 'ontdooit' bij de benaming worden aangegeven dat een product ingevroren is geweest. Voor niet-voorverpakte producten geldt vanaf dat moment als aanvullende eis dat de allergeneninformatie beschikbaar moet zijn. De slager is verplicht deze informatie inzichtelijk te maken als zijn klanten hierom vragen. Let er hierbij op dat deze informatie dan ook via bestelsites gecommuniceerd moet worden.



Verplichtingen die ingaan op 13 december 2016

Etiketten van voorverpakte producten dienen vanaf 13 december 2016 te zijn voorzien van voedingswaarden. Deze verplichting geldt niet voor producten die uit één ingrediënt bestaan, zoals onbewerkt vlees. Let er hierbij op dat deze informatie dan ook via bestelsites gecommuniceerd moet worden.

Bronnen:

- Warenwetbesluit Bereiding en behandeling levensmiddelen, art. 4a
- Warenwetbesluit Vlees, gehakt en vleesproducten, artikel 1, lid 2.
- Besluit van (...) houdende regels inzake de verstrekking van voedselinformatie aan consumenten (Warenwetbesluit informatie levensmiddelen) (ontwerp)
- Warenwetbesluit Etikettering van levensmiddelen
- Verordening (EG) nr. 1169/2011 betreffende voedselinformatie voor consument

Graag verwijzen wij je naar De Slager van December 2012. In opdracht van KNS en ondersteund door TNO en SVO, is PS in foodservice bezig met 'PS voor slaggers'. Deze applicatie maakt het voor slaggers makkelijk om wettelijke verplichtingen snel door te voeren en direct te communiceren naar je klant via een etiket of website.

* naar verwachting, want hiervoor zijn nog Nederlandse wettelijke maatregelen nodig

** "In de nieuwe etiketteringsverordening bestaat geen expliciete mogelijkheid om "voor de ambulante handel verpakte producten" uit te zonderen van de etiketterings-eisen voor voorverpakte producten. De inschatting van Hidde Rang van het Productschap Vee en Vlees (PVV) is dan ook dat deze uitzondering zal komen te vervallen en dat de uitzondering voor de ambulante handel dan beperkt zal worden tot die vormen van verpakking die vallen onder het begrip "met het oog op onmiddellijke verkoop voorverpakte levensmiddelen."

Voedselveilig barbecueën

Het is mooi weer en een klant haalt vlees bij de slager om 's avonds gezellig te gaan barbecueën. Na de aankopen staat de klant met gevulde tassen nog ruim 20 minuten in de volle zon met een voorbijganger te praten... Geen ondenkbare situatie maar wel een situatie die kan leiden tot klachten bij de slager. "Iedereen is ziek geworden, slager." Daarom is het belangrijk om consumenten naast advies over keuze en bereiding van producten ook te adviseren over voedselveiligheid.

Iedereen hoopt dat de weergoden de slaggers (en consumenten uiteraard) goed gezind zijn en dat er heel wat succesvolle, gezellige en smakelijke barbecuefeestjes volgen deze zomer. Belangrijk is ook dat deze barbecue een (voedsel)veilig feest wordt. In de vorige De Slager is voedselveiligheid al benoemd als trend bij het barbecueën. Voor slaggers ligt er namelijk een belangrijke taak in het informeren van consumenten. Geef goed advies over het voorkomen van kruisbesmetting, en over het bewaren en bereiden van jouw producten.

De Slager ging in gesprek met het Voedingscentrum die informeert en stimuleert consumenten in het maken van een gezonde voedselkeuze. Door veilig om te gaan met je eten, voorkom je dat je ziek wordt.

Wieke van der Vossen (kennisspecialist voedselveiligheid bij het Voedingscentrum) licht het onderwerp verder toe. "Jaarlijks lopen ongeveer 725.000 Nederlanders een voedselinfectie op. Slechte hygiëne thuis is in 40% van de gevallen de oorzaak, maar weinig mensen zijn zich hier bewust van. Door veilig om te gaan met je eten, voorkom je dat je ziek wordt. Ook uw klanten lopen dat risico als zij niet veilig omgaan met de producten van de slager. Denk bijvoorbeeld aan het te lang buiten de koelkast buiten bewaren

van vlees voor de BBQ of het vlees in een warme auto laten liggen terwijl nog andere boodschappen worden gedaan. Maar ook het niet goed scheiden van rauwe en bereide producten of onvolgende garen van bijvoorbeeld kip of worstjes kan een vervelende bijzaak aan de BBQ geven en bij de klant blijft het idee hangen dat ze ziek geworden zijn van het vlees van de slager.

TIPS VAN HET VOEDINGSCENTRUM

Dit jaar vraagt het Voedingscentrum speciale aandacht voor voedselveiligheid bij de barbecue. Het Voedingscentrum geeft bruikbare tips om veilig te barbecueën zonder buikpijn. Als slager is het belangrijk om hier op in te spelen. Wieke van de Vossen legt uit hoe slaggers dit eenvoudig kunnen doen. "U kunt uw klanten helpen door de tips van het Voedingscentrum, 5x Veilig Barbecue, mee te geven bij het barbecuevlees of bij uitleen/verhuur van barbecues. Het adviseren in de winkel over het goed koel houden is ook enorm belangrijk. Een tip geven om op warme dagen een koeltas mee te nemen bij het boodschappen

doen sluit hier mooi op aan. Leuk om ook cadeau te geven! Een andere tip is om een assortiment barbecuevlees voorgedaard aan te bieden. Ook zo maakt u de barbecue veiliger voor uw klanten."

PROMOTIEMATERIALEN

Het Voedingscentrum heeft een aantal uitingen ontwikkeld met speerpunten dat consumenten bij het KOPEN, KOKEN en BEWAREN denken aan voedselveiligheid. Op al deze momenten kunnen consumenten zelf keuzes maken die de veiligheid van hun eten ten goede komt. Zo is er de kaart 5x tips voor veilig barbecueën. Via Slagersplein kan je deze personaliseren en vervolgens printen om mee te geven aan consumenten.

Kijk op www.knsnet.nl voor de checklist veilig barbecueën. Dat helpt!





Ziekteverzuim na arbeidsconflict

Het komt geregeld voor dat een conflict op de werkvloer wordt gevolgd door een ziekmelding. Als dit gebeurt is het natuurlijk zaak het ontstane conflict en de daaraan gekoppelde ziekmelding zo snel en structureel mogelijk op te lossen.

Als het ziekteverzuim het gevolg is van een conflict op de werkvloer, tenminste als dat vermoeden bestaat, geldt voor de ziekmelding net zo goed als bij elke andere ziekmelding dat direct melding wordt gemaakt bij de betreffende arbodienst. Bij de melding aan de arbodienst doe je er verstandig aan duidelijk aan te geven wat de reden is geweest van

de ziekmelding; namelijk het conflict of de gebeurtenissen die hebben geleid tot een conflict (zoals het feit dat een werknemer wordt aangesproken op zijn functioneren). De arbodienst kan dan in ieder geval 'gericht' contact opnemen met de werknemer.

SPANNINGSKLACHTEN

Uit het contact met de werknemer wordt dan duidelijk, of de ziekmelding van de werknemer inderdaad het gevolg is van een conflict op de werkvloer. Volgens de Wet Poortwachter is een conflict op de werkvloer namelijk geen legitieme reden voor een ziekmelding. Wel kunnen de gevolgen van een conflict leiden tot ziekte. Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan spanningsklachten, waarbij onderscheid moet worden gemaakt

tussen echt ziekmakende klachten en gewone werk- of conflictgerelateerde stress.

Volgens de Wet Poortwachter dient een arbeidsconflict dus buiten het 'ziektekanaal' om opgelost te worden. Een ziekmelding is immers geen oplossing voor het conflict.

MEDIATOR

Dit betekent dat wanneer duidelijk is dat de ziekmelding het gevolg is van een conflict het gesprek, al gelang na een korte afkoelingsperiode, gestart moet worden. Dit moet in eerste instantie tussen werkgever en werknemer zelf gebeuren en als dat niet mogelijk (b)lijkt, begeleid door bijvoorbeeld een mediator. Belangrijk daarbij is dat in ieder geval onderscheid gemaakt wordt tussen feiten en emoties. In de feiten ligt immers de basis van de oplossing, terwijl emoties vertroebelend kunnen werken.

SCHRIFTELIJK VASTLEGGEN

Van groot belang is dat het conflict en het traject daaropvolgend schriftelijk vastgelegd wordt. Heb je bijvoorbeeld

"Het belangrijkste blijft natuurlijk het voorkomen van (arbeid)conflicten en de vervelende gevolgen daarvan, zoals een ziekmelding"

een gesprek met een werknemer, zet dan voorafgaand aan een dergelijk gesprek op papier wat je wilt bespreken. Bijvoorbeeld wat je van de werknemer verwacht, zoals dat hij of zij op papier de punten zet die de werknemer wil bespreken. Heb je een gesprek gehad, maak daar dan altijd een schriftelijk verslag van. Uit gesprekken moet dan blijken welke oplossing voor het conflict het beste is. Soms is het opstellen van een plan voor de toekomst voldoende om hier richting aan te geven, in andere gevallen is de verhouding dermate verstoord, dat een einde aan het dienstverband de meest voor de hand liggende oplossing lijkt.

VOORKOMEN IS BETER DAN GENEZEN

Het belangrijkste blijft natuurlijk het voorkomen van (arbeids)conflicten en de vervelende gevolgen daarvan, zoals een ziekmelding. Dit kan gerealiseerd worden, door te proberen in een vroeg stadium het ontstaan van een conflict te herkennen, zodat hierop geanticipeerd kan worden. Negen van de tien keer gaat het om irritaties, die maar blijven doorsudderen, tot het moment dat de spreekwoordelijke bom barst. Bestaat er spanning tussen collega's, dan is het zaak dit op tijd te signaleren en die spanningen te laten verdwijnen. Bijvoorbeeld door de werknemers te wijzen op die spanningen en deze spanningen door een goed gesprek te laten verdwijnen. Hetzelfde geldt in grote lijnen voor irritaties voortkomende uit het niet naar wens functioneren van een werknemer. Ter voorkoming van conflicten als gevolg daarvan, is het verstandig de werknemer in een vroeg stadium bij te sturen, zodat het functioneren op dat punt verbetert en spanning door het geven van duidelijkheid weggenomen kan worden.

Word je in de praktijk hiermee geconfronteerd, of heb je gewoon een vraag over het bovenstaande, neem dan contact op met één van de juridisch adviseurs van de KNS, 070 3314621.

IFFA

De nummer 1 van de vleessector
Frankfurt am Main, 4 t/m 9.5.2013

Het internationale
aanspreekpunt voor
het slagersambacht.

De IFFA is een unieke marktplaats voor de nieuwste trends, producten en diensten. Alleen hier kunt u uw knowhow vergroten en krijgt u belangrijke suggesties voor uw zakelijk succes.

www.iffa.com

info@netherlands.messefrankfurt.com

Tel. +31 (0) 70 262 90 71



Scan nu de
QR-code
voor meer
informatie!

 messe frankfurt

Winkelopening tijdens Koninginnedag, Hemelvaartsdag en Tweede Pinksterdag

Dit jaar wordt voor het laatst Koninginnedag gevierd en wel op dinsdag 30 april 2013. Deze dag is volgens de cao een algemeen erkende feestdag. Wat betekent deze dag voor de openstelling van de winkel? De Winkeltijdenwet stelt geen beperkingen aan de openstelling op Koninginnedag. De ondernemer is vrij in de keuze tot openstelling of sluiting op deze dag. De gemeente kan in de Algemene Politieverordening echter regels hebben gesteld. Het is verstandig deze regels op te vragen bij de gemeente.

Koninginnedag is voor de medewerkers een vrije dag. Ben je geopend op Koninginnedag dan moet je op grond van artikel 1 en 19 van de cao over de gewerkte uren een toeslag te betalen aan jouw werknemers, als zij instemmen met het werken op deze dag. Voor elk gewerkt uur ontvangen de werknemers, bovenop

hun normaal geldende loon, hun uurloon vermeerderd met een toeslag van 100% van het uurloon.

VOORBEELD

Voorbeeld: Een werknemer werkt 38 uur per week en verdient € 380 per week (€ 10 per uur). De werknemer ontvangt, als hij op Koninginnedag werkt, naast zijn normale weekloon van € 380 per daadwerkelijk gewerkt uur € 10 extra loon plus nog eens een toeslag van € 10.

Ben je tijdens Koninginnedag dicht, dan ben je verplicht het loon van de op, in dit geval, dinsdag vast ingeroosterde medewerkers door te betalen. Een medewerker die volgens zijn/haar normale arbeidspatroon niet op de dinsdag werkt, heeft geen recht op doorbetaling van het loon over die dag.



WINKELOPENING TIJDENS HEMELVAARTSDAG EN TWEDE PINKSTERDAG

Donderdag 9 mei 2013 is het Hemelvaartsdag en maandag 20 mei 2013 is het Tweede Pinksterdag. Dit zijn feestdagen en op deze dagen dient de winkel volgens de Winkeltijdenwet te zijn gesloten.

Echter, de gemeente kan voor het verbod op opening tijdens deze twee dagen vrijstelling verlenen en het is verstandig bij de gemeente hiernaar te informeren. Mocht de gemeente vrijstelling verlenen en je laat jouw medewerkers na hun verkregen instemming op één van deze twee dagen werken, dan moet je op grond van artikel 1 en 19 van de cao over de gewerkte uren een toeslag betalen. Voor elk gewerkt uur ontvangen jouw werknemers, bovenop hun normaal geldende loon, hun uurloon vermeerderd met een toeslag van 100% van het uurloon. Zie ook het voorbeeld hierboven beschreven.

Ben je tijdens Hemelvaartsdag en Tweede Pinksterdag dicht, dan ben je verplicht het loon van de op deze dagen vast ingeroosterde medewerkers door te betalen. Een medewerker die volgens zijn/haar normale arbeidspatroon niet op de maandag of donderdag werkt, heeft geen recht op doorbetaling van het loon over deze dagen.



UPO: het pensioenoverzicht voor jouw werknemers

Begin april kregen jouw werknemers het uniform pensioenoverzicht (UPO) van het Pensioenfonds voor het Slagersbedrijf. Hierin staat hoeveel pensioen zij bij het pensioenfonds hebben opgebouwd. Maar ook hoeveel pensioen zij ongeveer krijgen als zij met pensioen gaan. En wat er voor een eventuele partner en kinderen is geregeld als zij overlijden.

EXTRA INFORMATIE OP WWW.PENSIOENSLAGERS.NL/UPO

Het pensioenfonds helpt je werknemers graag het pensioenoverzicht beter te begrijpen. Zij vinden op www.pensioenslagers.nl/upo extra uitleg over het pensioenoverzicht. Op deze pagina staat een voorbeeld-UPO en veelgestelde vragen over het UPO. Ook staat er dit jaar een filmpje met uitleg over het UPO op. Via een banner op de homepage van de website en via de QR-code op het UPO is de pagina bereikbaar.

MEER INFORMATIE VOOR WERKGEVERS

Voor jou als werkgever is er via www.pensioenslagers.nl/toolkit ook extra informatie beschikbaar. Deze informatie helpt je om vragen van je werknemers te beantwoorden over het UPO. Het pensioenfonds heeft hiervoor een aantal hulpmiddelen ontwikkeld. Op de website kun je zelf de hulpmiddelen downloaden. Het bestaat uit:

- Een artikel dat je kunt plaatsen op een eigen intranetsite of in een nieuwsbrief aan de medewerkers.
- Een poster (zie afbeelding) die je op kunt hangen op een goed zichtbare plek, bijvoorbeeld in de kantine of bij het koffiezetapparaat.

MIJN OMGEVING

Op de website www.pensioenslagers.nl vinden je werknemers ook 'Mijn omgeving'. Dit is de persoonlijke omgeving van je werknemer bij Pensioenfonds voor het Slagersbedrijf. Zij vinden hier:

- De pensioenplanner waarmee zij zelf berekeningen kunnen maken.
- Het pensioenoverzicht.

"Het pensioenfonds helpt je werknemers graag het pensioenoverzicht beter te begrijpen"



'stichting de samenwerking', pensioenfonds voor het slagersbedrijf



Lekker Koken met... Uw versspecialist

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

Meiselectie

SPECIALITEIT: BOURGONDISCH GEMAK BEENHAM

Maak voor uw klant dit overheerlijke broodje 'Bourgondisch gemak Beenham' met peperroomsaus en jonge kaas. Uw klant verwarmt deze verwennerij ± 10 minuten in een voorverwarmde oven op 160°C. Bestel deze specialiteit bij uw Interkring Vers adviseur.



TOONBANKACTIES

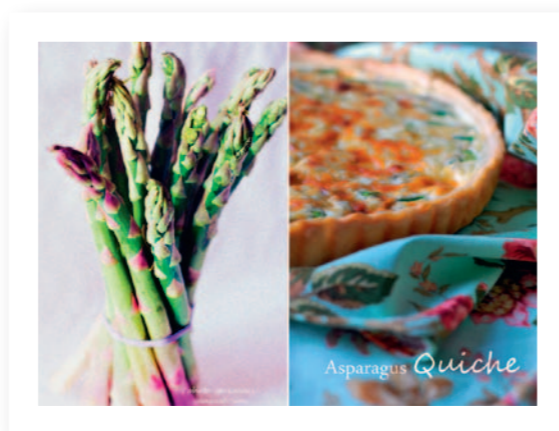
Elke maand heeft Interkring Vers een actie met diverse specialiteiten. Een maand voor verschijning van Lekker koken met... plaatsen we in Vakblad De Slager de versproducten die in het magazine aan bod zullen komen. Dit blijkt een prima hulpmiddel om toonbankacties op poten te zetten. Uw klant leest in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

PROFITEER

Nog geen abonnee van Lekker koken met...? Neem dan de proef op de som en



profiteer van de samenwerking tussen Interkring Vers en het aantrekkelijke consumentenreceptenblad. Met het uitdelen van het -voor uw klant gratis-magazine bouwt u aan klantenbinding en loyaliteit. Vraag het abonneerformulier aan via www.lekkerkokenmet.nl of via uw Interkring versadviseur. www.interkring-vers.com



PURE VERWENNERIJ: ASPERGE-BEENHAMQUICHE

Deze quiche is heerlijk als lunch of als borrelhap. Door de toevoeging van asperges en beenham heeft hij een luxe uitstraling: moederdag-waardig! Bestel de Asperge-beenhamquiche bij uw Interkring Vers adviseur.



Laat mama maar stralen!

Op de tweede zondag in mei vieren we Moederdag. Tijd om de moeders eens lekker in de watten te leggen. Met ontbijt op bed, een lekker geurtje, bloemen. Vaders en kinderen gaan deze dag natuurlijk de keuken in!

De moederdagtraditie zoals wij die vieren komt uit Amerika. Het begon met de Amerikaanse Ann Maria Reeves Jarvis. Zij zorgde tijdens de Amerikaanse

Burgeroorlog (1861-1865) voor medicijnen en andere goederen voor moeders. Twee jaar na haar dood kwam haar dochter Anna Marie Jarvis op het idee om haar moeders' inspanningen te eren met een nationale Moederdag. Op deze dag in mei deelde Anna 500 witte anjers uit, de lievelingsbloem van haar moeder en symbool voor toewijding en waardigheid. Verder diende ze het verzoek in bij de Nationale Overheid om van deze tweede zondag in mei een erkende feestdag te maken. Dit lukte in 1914. Vanaf deze datum kreeg Moederdag ook internationale allure.

Rond 1925 werd de speciale dag in Nederland geïntroduceerd. Volgens de traditie zijn moeders het stralende middelpunt deze dag en worden ze lekker verwend. In de begintijd kregen ze alleen bloemen. In de zestiger jaren werden dit doorgaans huishoudelijke apparaten (of ze dáár nu blij mee waren?). Tegenwoordig zijn er de prachtige knutselwerken van de kinderen, en natuurlijk haar favoriete gerechten, gemaakt door de rest van het gezin.

Leuke tip: Maak de uit Engeland afkomstige 'Mothering cake': een met marsepein omhulde vruchtentaart. Ga je voor een meer hartig accent, maak dan bijvoorbeeld een aspergequiche met blokjes beenham of een Bourgondisch broodje beenham met peperroomsaus en jonge kaas. Heerlijk om bij de brunch of lunch te serveren. Fijne Moederdag!

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

MVS gaat op de grill

Een grote groep slagers meldde zich aan voor de BBQ-workshop en bedrijfsbezoeken in de omgeving van Velp. Aan het einde van de ochtend vertrokken de 22 MVS'ers naar LuJaBa voor informatie over BBQ's en de kansen voor de slagerij. We werden enthousiast ontvangen door Jaco Luijendijk, eigenaar van LuJaBa.

VUURKRUIDEN

LuJaBa is een groothandel, importeur en specialist op het gebied van barbecue en levert aan slagerijen, webshops en horecagelegenheden. Belangrijk speerpunt is duurzaamheid. Het bedrijf levert houtskool, kokosbriketten, smokers, keramische barbecues, rookhout, vuurkruiden, marinades en nog veel meer. Ook geeft LuJaBa winkeldemonstraties bij slagerijen om klanten te

trekken en enthousiasmeren. Zo vertelde Jaco alle ins en outs over de Monolith maar ook dat rubs een ander woord is voor kruiden en dit een andere beleving geeft bij klanten. Verschillende weetjes passeerden de revue zoals dat er 10 tot 18 cm moet zitten tussen het houtskool en het vlees.

Na een proeverij van spareribs en hamburgers met verschillende unieke sauzen vertrokken de slagers richting Lunteren. Hier bezocht de groep Keurslagerij van Rooijen. Een dorps-slager met goedgevulde toonbank en veel verschillende producten. Na een uitgebreide introductie en een proeverij van verschillende worsten, mocht MVS een kijkje nemen achter de schermen. Tijdens de rondleiding vertelde slager van Rooijen dat het productiegedeelte vroeger een slachthuis is geweest. De rookkamers staan achterin en de slager vertelde dat bijna alles zelf wordt gemaakt. Zo heeft hij ook een meester worstmaker in dienst.



IEDERE MEDEWERKER BELANGRIJKE FUNCTIE

De slager hecht veel waarde aan een goede communicatie met het team. Zo voert hij bijna iedere dag teamoverleg. Daarnaast heeft hij iedere medewerker verantwoordelijk gemaakt voor een belangrijke functie. Zo is er een medewerker die reclame verzorgt, een medewerker die sauzen inkoop maar ook een medewerker die zich bezig houdt met de verpakkingen. Dit werkt duidelijk motiverend voor alle medewerkers. Met een luxe belegd broodje op, vertrok de groep naar de volgende slagerij.

WINNENDE WORSTEN

Keurslagerij Pepijn Putman is gevestigd in een drukke winkelstraat in Arnhem. De slagerij is 6 dagen per week geopend en staat onder leiding van inmiddels de 5^e generatie. Pepijn staat bekend om zijn winnende worsten. Zo is hij bekroond als 'Kampioen worstmakerij Midden-Nederland' en won hij diverse prijzen op de Slavakto. De groep was onder de indruk van de toonbank en het broodjesgedeelte aan het begin van de winkel. Medewerkers waren druk bezig met het aanvullen van producten en het maken van salades



Hij had een interessante test en vroeg de mannen of ze het verschil proefden tussen een stuk vlees op houtskool, gas of op een elektrische barbecue. De mannen mochten allemaal proeven en de belangrijkste conclusie was dat er weinig verschil zat in smaak! Ten slotte werd de finishing touch voorbereid voor het dessert wat op de barbecue werd verwarmd: appel cranberry crumble met warme custard. Na dit overheerlijke toetje werden de diploma's uitgereikt aan alle deelnemers. Een geslaagde dag met een certificaat als beloning waardoor alle MVS'ers vol kennis en inspiratie het BBQ-seizoen tegemoet gaan!

en het marinieren van vlees. In het productiegedeelte achter de slagerij liet Pepijn zijn Dry Aged kasten zien. Een waardevol bezoek!

PICANHA

Daarna kon de BBQ-workshop eindelijk beginnen! Na een stuk theorie van BBQ-kampioen Bastiaan Schlosser mochten de MVS-slagers zelf aan de slag. De groep werd in drieën verdeeld en ging aan de slag met het driegangen diner. Het eerste gerecht was gerookte zalm met rucola en dillemayonaise. Het hoofdgerecht was geroosterde picanha (staartstuk) met chimichurri, little gem en zoete aardappel. Dit alles werd geroosterd op de BBQ's onder leiding van Bastiaan.



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, Wendy Raats: redacteurs.

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

ONTWERP EN VORMGEVING

Muntz, Amersfoort

FOTOGRAFIE

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

ADVERTENTIES

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

REACTIES/AANLEVEREN KOPIJ

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



allesondercontrole.com

ThermoMitter en TempWeb. Draadloze temperatuurbewaking en -registratie via internet.

gullimex INSTRUMENTS

NL 074 265 77 88 BE 053 80 97 54

VOLGENDE KEER IN DE SLAGER:

- Natuurslagerij Keyser en Van Santen vertelt
- Retaildeskundige Cor Molenaar aan het woord
- Gastcolumn van Jeremy Vermolen
- De Dag van de Slager in beeld
- Slagersmonitor: doelgroepenbeleid

De Slager nr. 5 ontvang je op 21 mei



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, satévvlees, 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

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

Duroc d'Olives,
het varken voor de
betere slager



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

Agterberg Vleeswaren B.V.

Producent van de overheerlijke DARONI producten!



In opmars met
zelfgemaakte producten!









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



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



**Natuurlijk
kalfsvlees**

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

Voor meer info en
heerlijke recepten

www.vitelco.nl

Wij maken het!



- Braderie pannen 60 cm en 92 cm
- Wadjang/ Partywok 70 cm
- Complete R.V.S. gasbarbecues
- Alle onderdelen voorradig

BOUDRIE
METAALBEWERKING

Thorbeckestraat 80, 7577 RB Oldenzaal
Telefoon 0541-512755
www.boudrie-oldenzaal.nl info@boudrie-oldenzaal.nl