

DE SLAGER 5

Vakblad voor leden van de Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie | mei 2013



**COR
MOLENAAR
OVER 'DE
SLAGERIJ VAN
MORGEN'**



**SLAGERSPASSIE
'UNDER CON-
STRUCTION'**



**EERSTE
DAG VAN
DE SLAGER
GROOT SUCCES!**



De slagers Keijzer
& Van Santen

**Natuurslagerij
met een huis-
kamergevoel**



koninklijke nederlandse slagersorganisatie

Column Hans Hulshof: Kansen, pak ze!!	3
Kort nieuws	4
Gastcolumn Jeremy Vermolen: Yeah zomer, spareribs!	5
Natuurslagerij Keijzer & Van Santen met een huiskamergevoel	8
Slagers scoren bij de Spare Ribs Trophy	11
Eerste Dag van de Slager groot succes!	12
Cor Molenaar: "De slager biedt een totaalpakket voor beleving en communiceert pro actief"	16
Betreed de rode loper van het KNS Inspiratiecongres	18
In ontwikkeling: gids voor Goede Praktijken Dierenwelzijn	19
Het arbeidsconflict	22
Slagersmonitor: Kleine huishoudens nemen in belang toe!	24
Arbo-ambassadeur	25
Slagerspassie 'Under Construction'	26
Opleidingen optimaal laten aansluiten bij de praktijk	28
Middeling van inkomens	29
Pensioenzaken direct online regelen	30
MXL deelnemersraad op bezoek bij De Kroes	31
PJS op zoek naar onderscheidend vermogen met de BBQ	32
Ppas ontmoet streekproducten en Livar in Limburg	34

AGENDA

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



Kansen, pak ze!!

“Pak de kansen die een veranderende digitale wereld je bieden. ‘Internet en e-mail zijn nog niet ingeburgerd of je krijgt al weer te maken met sociale media’ hoor ik veel slagers zuchtend zeggen. Anderen zijn enthousiast en zien sociale media als verlengstuk van het persoonlijke contact, één van de sterkste verkoopargumenten in de ambachtelijke slagerij. Ze zien kansen en grijpen deze aan, zeker nu het fenomeen sociale media geen eendagsvlieg blijkt, maar een blijvende invloed heeft op het sociale en maatschappelijke leven.

Een ander belangrijk maatschappelijk issue is de Volksgezondheid. Overheden en maatschappelijke organisaties pleiten voor het verminderen van het vet- en zoutgehalte in voedingsmiddelen. Een kans voor de ambachtelijke slager. Op initiatief van de KNS wordt in dit kader in samenwerking met TNO de Receptenmap voor het Slagersbedrijf aangepast en loopt een onderzoek naar het vetgehalte in het gehakt bij de ambachtelijke slagerij versus het vetgehalte in het gehakt bij de supermarkt. De Ingrediëntendatabase (waarover meer verderop in De Slager) stelt de ambachtelijke slager

"Als ondernemer heb je goed onderbouwde, professionele stuurinformatie nodig"

niet alleen in staat om te voldoen aan wettelijke verplichtingen, maar biedt ook de mogelijkheid het onderscheidende, gezonde product van de ambachtelijke slager aan de consument kenbaar te maken. Een kans dus!

Dierenwelzijn staat eveneens hoog op de agenda van de overheden, zowel nationaal als internationaal. Dit heeft geleid tot een verordening vanuit Brussel, waarin regels worden neergelegd voor het doden van dieren die gefokt of gehouden worden voor de productie van levensmiddelen, wol, huiden, pelzen of andere producten. ‘Weer regels erbij’ is de teneur, maar zijn dierenwelzijn en vleeskwaliiteit niet onlosmakelijk met elkaar verbonden? Een kans dus!

Op dit moment werkt de KNS aan een module Dierenwelzijn in aanvulling op de Hygiëncode voor het Slagersbedrijf om met name de zelfslachtende slager handvatten te bieden om aan de nieuwe wetgeving te voldoen. Een sterk veranderende omgeving maakt het aansturen van een bedrijf er niet makkelijker op. Het onderbuikgevoel alleen volstaat niet meer. Als ondernemer heb je goed onderbouwde, professionele stuurinformatie nodig. In de afgelopen jaren is dan



ook hard gewerkt aan de ontwikkeling van een digitale applicatie, die het de slagerondernemer makkelijker maakt om de bedrijfsprocessen tijdig aan te sturen op basis van de meest belangrijke kengetallen. Deze applicatie is eind 2013/begin 2014 voor alle slagerondernemers beschikbaar. Nog een kans! Een veranderende wereld, met volop kansen voor de ambachtelijke slager.

Je kan er in ieder geval al meer over lezen in deze editie van De Slager. Pak deze kansen!!”

Hans Hulshof

Hoofd Beleid Ondernemerszaken/
Vaktechnologie

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.

De toonbank van Slagerij Pinckaers in Eijsden

“Onze bedrijfsfilosofie omvat kwaliteit, specialisatie en streekproducten. Dit valt op door de Bourgondisch aangeklede winkel. Wij hebben een heel breed vleeswarenassortiment, zoals 18 soorten patés en terrines. Alle droge worstsoorten worden vervaardigd in eigen worstmakerij, we maken veel streekproducten, 25 soorten salades en 16 soorten maaltijdcomponenten; alles bereid in eigen keuken.



Ons rundvlees van Belgische Blauwe kopen wij zelf in bij de boeren uit het Mergelland en verwerken het in zijn geheel (uitbenen, vliezen, portioneren) in ons bedrijf.

Wij verkopen biologisch verantwoord Krull-varkensvlees, scharrelkippen, lamsvlees uit de regio.

Ik presenteer producten in onze toonbank altijd met veel niveaoverschillen en zeer hoog, een strakke toonbank vind ik niet mooi, het moet op een speelse manier royaal worden gepresenteerd. Ons rundvlees-, varkensvlees- en kalfsvleesassortiment is zeer uitgebreid met specials en veel vlugklaar- en gehaktproducten.

Slager Gerrit Koopmans van 't Plein in Lemmer vertelt zijn verhaal



KEN JE MARKT.....

“Wij van Keurslager 't Plein in Lemmer, Friesland hebben in 2011 een complete verbouwing gerealiseerd en hebben daarmee een basis gelegd die ons tot aan de dag van vandaag als een maatpak gegoten zit.

Via een veilingssite hebben we een mooie toonbank kunnen opkopen van goede makelij en laten refitten. Aansluitend hebben we een nieuwe kast geplaatst als ook een vleeswarenkoelmeubel met rijpingskast. Dit geheel in een

nostalgische stijl gecombineerd met moderne techniek.

Ons motto is sfeer, kleur en uitstraling, met mooie verse producten en vlees met een verhaal zoals Livar varkensvlees, scharrelhoen-kipproducten etc.

Door op zoek te gaan naar wat de consument van nu wil, ontstaan er kansen in de markt die moet je gaan benutten. Bijvoorbeeld: een scheurbonnen-kaart waar je vier weken lang, iedere week twee goed uitgekiende reclameproducten



Yeah zomer, spareribs!



Onze vleeswaren worden gepresenteerd op de Duitse manier; voorgesneden op stapels in de toonbank, alleen de gedroogde hammen liggen in het wandmeubel en worden afgesneden als de consument dit vraagt.

Onze toonbank loopt als een S en begint met een ronde hoek met traiteurartikelen, maaltijden verder op het rechte stuk, alle soorten vers vlees een vlugklaar artikelen, in het laatste stuk de patés, terrines, vleeswaren, tapas, en salades.”

TOP DRIE:

- biefstuk en runderschnitzels
- paté en terrines
- eigen gemaakte vleeswaren en worstsoorten.

aanbiedt. Denk daarbij ook aan sociale producten (waar een ieder iets mee kan) en op de achterkant communiceer je het beter leven verhaal van je vlees.

Een boodschap en een reclame in één. Het betreft een verspreiding huis-aan-huis in een oplage van 5.000 stuks. Het voordeel is eenmalig drukwerk en verspreiding en toch 4 weken actie.

Naar de toekomst zie je steeds meer de trend van een 'lekker eten winkel' ontstaan. Daar ligt volgens mij ook een kans, inspelen op de behoefte van de klant, wat voor ons betekent dat we de openingstijden in de zomer waarschijnlijk gaan aanpassen. Zodat af te halen-maaltijden niet meer tot zes uur maar tot zeven uur gehaald kunnen worden."

“Zeer gewaardeerde slager, eindelijk ziet alles weer groen, staat alles in bloei en ben je bezig om allerlei bbq-pakketten samen te stellen voor jouw gasten. Omdat, wanneer het zonnetje nu eenmaal schijnt, Nederland massaal aan de bbq gaat.

Of het nu elektrisch, gas of op houtskool is, er zijn veel manieren waarop compleet dampende dorpen in rook opgaan, de slaggers staan paraat! Nu neemt de bbq'ende thuiskok een enorme vlucht, dankzij allerlei evenementen, nieuwe type bbq's en steeds meer bbq'ende koks op tv nemen de kijker mee op een culinaire ontdekkingsreis.

Natuurlijk blijft het sateetje, worstje en hamburgertje waarschijnlijk het meest populair, maar met wat enthousiasme krijg je de consument steeds meer 'om' naar een mooi stuk entrecôte, een picanha en zelfs hele kippen gegaard op een bierblikje. Voor de doorgewinterde bbq'er wordt het al een stuk interessanter wanneer we een pulled pork maken en spareribs. Spareribs??? Maar dat is toch eenvoudig? Je legt ze op de bbq en maakt ze warm en krokant en voila? Nope, mijn beste slager, zelfs jij moet nu lachen. Want het bereiden van de beste spareribs is als het schilderen van de nachtwacht. Het is Kunst!!!!

Ik heb nu aan een paar wedstrijden NK en EK bbq meegedaan, waar teams uit heel Europa meededen en spareribs is daar altijd een vast onderdeel van. Dit laat zien wie de ware meester op een bbq is.

Het is een vak apart om heerlijk krokante spareribs te bereiden die ook nog sappig zijn, mooi gegaard, aantrekkelijke

gekleurd, de juiste marinade en correct zijn gechopt (zodat er geen beensplinters in zitten).

Het begint bij het selecteren van de ribben, de verhouding vet /vlees; wat zorgt voor mondgevoel en vleessmaak. Welke marinades ga je gebruiken? Ik heb ooit de spareribs van de EK-winnaar geproefd (nee, niet die van ons) en dat was een waanzinnige smaakbeleving. Eerst marineren en in zes uur tijd laten roken, garen en lakken. Wauw, het water loopt me weer in de mond en de smaken komen in me boven! De kunst is om ze zo te marineren dat je nog steeds de smaak van het vlees blijft proeven. De winnaars lieten de ribs na het roken, in aluminiumfolie in appelsap vier uur op 110° C garen, om deze vervolgens nog twee uur te lakken met uiteraard het winnende recept (en dat weten alleen zij natuurlijk).

Prachtig ontgaan van beenvlies, geen bloedaders te bespeuren, zorgvuldig geprepareerd; zoals ik het nu meemaak in deze editie van de Spare Ribs Trophy, is dat bijna alle deelnemers dat reeds weten, want het niveau van de ribben die zijn aangeleverd is waanzinnig hoog. Hulde aan de slaggers en mooi om te zien dat het vak op hoog niveau staat. Er zitten werkelijk pareltjes tussen die zo meekunnen doen aan welk bbq kampioenschap dan ook. Ik ben dan ook zeer nieuwsgierig richting de finale of er nog grote verschillen te zien/proeven zijn. Om in de termen van de Dag van de Slager te blijven: Veel succes Rembrandts en blijf creëren!"

Jeremy Vermolen

Chefkok en jury-voorzitter van de Spare Ribs Trophy 2013.

Nederlands team voor de derde keer Europees kampioen International Young Butchers' Competition 2013

Het Nederlandse team heeft voor de derde achtereenvolgende keer de International Young Butchers' Competition gewonnen. Dit is bij de feestelijke prijsuitreiking op 4 mei tijdens de IFFA 2013 in Frankfurt bekend gemaakt. Al twee jaar op rij won het Nederlands team, weliswaar in andere samenstelling, ook deze internationale vakwedstrijd voor slaggers onder de 25 jaar. De feestvreugde was uiteraard groot bij deze fantastische prestatie.

Ad Bergwerff, voorzitter van de KNS, sprak vol bewondering over de prestaties en

vakmanschap van de deelnemers. "Zonder uitzondering hebben jonge vakmensen uit zes Europese landen het vakmanschap getoond waarmee zij zich hebben weten te onderscheiden. De passie waarmee de disciplines werden uitgevoerd getuigen van de liefde voor het slagervak. Alle eer is aan jullie voor de wijze waarop gestreden is voor het behalen van de eerste plaats".

Uit de handen van de voorzitter, Jean-Marie Oswald van de International Butchers' Confederation (IBC) ontving het Nederlands team de trofee. "Ik ben enorm trots op de geleverde prestaties waaruit het vakmanschap van deze jonge slaggers blijkt. Bijzonder dat een land voor de derde keer op rij met elk jaar een ander team de Europees titel veroverd," zei Oswald.

"Met het enthousiasme, de inzet en zelfs fanatisme dat de deelnemers hebben laten zien is de kwaliteit uitmuntend. Vakmanschap heeft hoogtij gevierd tijdens de IYBC. Ons Nederlands team heeft hard gewerkt wat beloond is met wederom de Europese titel aan de haal gegaan" aldus Gjalt Landman van SVO, begeleider IYBC-team.

INTERNATIONAL YOUNG BUTCHERS' COMPETITION 2013

Op 3 en 4 mei vond de International Young Butchers' Competition (IYBC) plaats tijdens de IFFA 2013 in Frankfurt, Duitsland. De IYBC is de internationale vakwedstrijd voor jonge slaggers onder de 25 jaar. Aan deze wedstrijd hebben de landenteams mee gedaan van Duitsland, Frankrijk, Engeland, Oostenrijk, Zwitserland en Nederland. De wedstrijd bestond uit zes wedstrijdonderdelen. Elk jaar wordt deze vakwedstrijd georganiseerd door één van de leden van de International Butchers' Confederation (IBC).

HET NEDERLANDSE TEAM

Het Nederlands team voor de International Young Butchers' Competition bestaat uit Jeroen Kroon en Tommy Kuijten. Samen met reservekandidaat Joey Baan vormen zij het Nederlands team. Jeroen behaalde de 1e plaats in het persoonlijk klassement, Tommy de 3e plaats. Jeroen is werkzaam bij Slagerij Anton van der Pijl in Nieuwegein en Tommy bij Slagerij Beerens in Eindhoven. Joey werkt bij Chateaubriand in Heemstede. SVO en de Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie werken samen vanuit de gezamenlijke doelstelling om vakmanschap te stimuleren onder jonge slaggers.



Op zaterdag 13 april vond de uitreiking van de Confrerie plaats. De winnaar is Keurslager Frits Aalpoel uit Voorst geworden. Hij is opnieuw Europees kampioen bij Confrerie des Chevalliers.



Keurslager Frits Aalpoel wint Confrerie des Chevalliers

Keurslager Aalpoel behaalde de hoogste totaalscore en won daarmee een trofee van meer dan een meter hoog en 25 kilo zwaar. Dat de internationale wedstrijd een Nederlandse winnaar kende was ook een verrassing voor de organisatie, omdat vaak een Duitser wint. Wedstrijd-leider Gerard Marlet heeft de afgelopen maanden veel Nederlandse slaggers persoonlijk benaderd om mee te doen en dat leidde tot beduidend meer binnenlandse inzendingen dan normaliter.

VAN MELIK FOOD PRODUCTIE B.V. TIJDENS VLEESWAREN VAKWEDSTRIJD UITGEROEPEN TOT NATIONAAL KAMPIOEN

Van Melik Food Productie B.V. te Heerlen, producent voor de Van Melik Du Chef

Slagerijen en Bufkes, is tijdens de grote feestavond van de internationale vakwedstijd La Confrerie des Chevalliers du Goute Andouille tot Nederlands kampioen uitgeroepen. Maar liefst 12 van de 13 ingezonden producten zijn met de allerhoogste waardering goud (maximale score) beoordeeld. Om in aanmerking te komen voor de titel nationaal kampioen moesten in maar liefst 5 verschillende categorieën 2 verschillende producten ingezonden worden, die vervolgens door een internationale jury gekeurd zijn.

De gouden producten, kalfsgebraad, limburgs gerookte leverworst, hausmacher leverworst, grillworst, grillworst met kaas, käsegriller, curryworst, jachtworst met peper, lichtgerookte kipfilet, appel

cranberry rollade en limburgse boerenpastei zijn zeer kritisch beoordeeld op onder andere smaak, kleur, uiterlijk en mondgevoel. Deze criteria hebben alles te maken met hoe de consument de producten waardeert.

BESTE PATÉ EN TERRINE

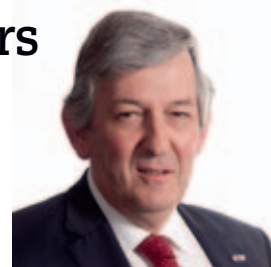
KNS-bestuurder Antoine van Baars had de eer de door de KNS gesponsorde prijs uit te reiken. Het betrof de prijs voor beste paté en terrine. Deze werd uitgereikt aan Slager Jan Pinckaers en zijn jonge medewerker Maurice Rutten, die in 2011 meedeed aan het tv-programma 'De Beste Jonge Slager van Nederland' van BNN. Een compleet overzicht van prijswinnaars en alle foto's zijn terug te vinden op de website van de Confrérie www.confrerie.nl

Bestuursleden Ad Bergwerff en Antoine van Baars stellen zich herkiesbaar voor KNS-bestuur

Tijdens de algemene ledenvergadering van 24 juni a.s. stellen Ad Bergwerff en Antoine van Baars zich beschikbaar voor herkiezing in het KNS-bestuur in hun huidige functies van voorzitter danwel penningmeester. Door de statutenwijziging hebben voorzitter en penningmeester een extra zittingsperiode, zo is al besloten in de ALV van 2009.

BESTUURSVACATURE

Conform het huishoudelijk reglement maakt het bestuur hierbij bekend dat er dus sprake is van een bestuursvacature. Kandidaten kunnen zich tot uiterlijk één week voor de algemene ledenvergadering schriftelijk kandidaat stellen bij het secretariaat van de vereniging. Dat kan via Esmeralda Meijer, op telefoonnummer 070 3314628.



Ad Bergwerff



Antoine van Baars



Natuurslagerij Keijzer & Van Santen met een huiskamergevoel

De slagers Keijzer & Van Santen vinden het belangrijk dat klanten zich thuis voelen in hun slagerij. Daarom krijgt iedere klant een kopje koffie en maken ze met iedereen een praatje. Vijf jaar geleden verkocht slager Ruud Keijzer de helft van zijn zaak aan medewerker Jaap van Santen. “Dat had ik eerder moeten doen,” zegt hij. “Het is goed om samen de kar te trekken.”

Natuurslagerij Keijzer & Van Santen in Wageningen verkoopt vrijwel alleen biologische producten of streekproducten. Toch heeft de winkel beslist geen geitenwollensokken-sfeer. Integendeel, de slagerij oogt fris en modern, maar ook knus en gezellig. De winkel heeft

een groene luifel en groene stoepborden. Binnen springt meteen de presentatie van biologische groente uit de Betuwe in het oog. In het midden is de vlees-vitrine. Tegen de rechter muur staat een authentieke kast met natuurlijke streekproducten. Bij binnenkomst vraagt Jaap van Santen enthousiast aan elke klant of hij of zij een kopje koffie wil. Als klanten twijfelen, dan begint hij de koffie aan te prijzen. "Misschien een lekkere cappuccino of espresso? Ik zou het zeker even proberen." En deze aanpak werkt. Op een rollator zit een oudere man te genieten van zijn kopje koffie. Een andere klant maakt even een praatje. Klanten voelen zich hier thuis.

HONING

De slagers verkopen vooral veel biologische producten. Dit is door de jaren heen zo ontstaan. Zo'n 32 jaar geleden nam Keijzer namelijk een reguliere slagerij over, maar hij merkte al snel dat dat niet bij hem paste. "Ik schrok van de kwaliteit die ik aantrof bij het opensnijden van de runderhalzen. Er zijn natuurlijk veel goede reguliere slagers. Maar ik had hier geen goed gevoel bij." Daarom besloot hij zich te richten op biologische producten en dit sluit goed aan bij het marktgebied. "Veel mensen uit deze omgeving werken bij de Wageningen Universiteit. Ze hebben veel te besteden en begrijpen dat biologisch beter is. Sommigen komen zelfs uit de verre regio en doen hier de boodschappen voor de hele week."

"Een oudere man geniet van zijn kopje koffie. Een andere klant maakt even een praatje. Klanten voelen zich hier thuis"

BIOLOGISCH RANDASSORTIMENT

Keijzer verkocht in de eerste instantie alleen vlees en vleeswaren. Hij wilde met zijn tijd meegaan en maakte daarom een uitstapje naar de verkoop van maaltijden. Al snel bleek dat de doelgroep daar niet op zat te wachten. De verkoop van een biologisch randassortiment werd wel een succes. Ook dat is door de jaren heen zo ontstaan. "Een klant vertelde een keer dat ze zelf biologische honing maakte. Ze vroeg of ze dat in mijn winkel mocht verkopen. Na de honing, kwam er ook een klant met een perengaard en iemand die enkele walnootbomen bezat. Zo groeide het assortiment." Tegenwoordig kopen de slagers hun biologische groente zelf in. Ze verdienen er niet veel aan. Na een paar dagen kunnen ze enkele



groenten weggooien of nemen deze mee naar huis. Maar de groente geeft de winkel een leuke sfeer en zo kunnen ze de klanten een volledig assortiment bieden.

FRANS RUNDVLEES

De belangrijkste productgroep is nog altijd het vlees en de vleeswaren. De slagers verkopen biologische kip en biologisch varkens- en lamsvlees. Maar ze willen niet koste wat kost alleen maar biologische producten verkopen. Daarom komt een deel van het rundvlees van een Franse boerderij die niet gecertificeerd is. "Biologisch rundvlees heeft niet de kwaliteit die wij graag willen leveren. Het vlees is te rijp of het zijn vrouwelijke dieren, terwijl wij liever met stieren werken. Daarom zijn we verder gaan kijken. De Franse boerderij waar onze runderen vandaan komen, werkt vrijwel helemaal volgens de biologische normen. Alleen de laatste paar dagen staan ze op stal en daardoor is deze boerderij niet gecertificeerd."





De kwaliteit van dit vlees is beter dan dat van biologisch rundvlees en daarom hebben we hiervoor gekozen”, vertelt Van Santen.

HULPSTOFFEN

Ook bij de rest van het assortiment houden de slagers niet star vast aan hun principes. Zo verkopen zij zo veel mogelijk streekproducten. Maar Nederlandse biologische wijn vinden ze echt niet lekker. Daarom staat er een Franse biologische wijn in de winkel. Van Santen vertelt zijn klanten veel over de kwaliteit van biologisch vlees. Zo vindt hij dat klanten alle producten in de supermarkt kunnen

kopen, behalve kip. “Een biologische kip is zoveel beter dan een gewone kip. Bij een gewone kip loopt het vocht eruit tijdens het braden. Een biologische kip houdt zijn gewicht en ruikt erg lekker. Klanten proeven het verschil.”

De slagers produceren ook hun vleeswaren zonder hulpstoffen. Daardoor is de ham en de leverworst slechts vier dagen houdbaar. Ook dat moet goed uitgelegd worden aan klanten. “Ik heb wel eens een klant gehad die daarover klaagde,” vertelt Keijzer. “Ik heb het verhaal uitgelegd en de vleeswaren vergoed. De keer daarop bestelde hij weer negen ons vleeswaren

en vond hij het weer vervelend dat sommige producten na vier dagen bedorven waren. Toen heb ik niets meer vergoed. Uiteindelijk sta ik wel achter mijn eigen producten en mijn eigen verhaal.”

VIS

Keijzer runde de zaak de eerste jaren samen met zijn vrouw. Vijf jaar geleden is zijn vrouw uit de zaak gestapt en heeft medewerker Jaap van Santen zich ingekocht. Keijzer merkt dat dat een goede beslissing is geweest. “Dat had ik veel eerder moeten doen. Het is prettig om samen de kar te trekken. Dat geeft rust. Natuurlijk heeft Jaap soms ideeën waar ik niet zo veel mee heb. Maar ik vind het goed om mijn eigen standpunt soms te verlaten en hem een kans te geven.” Zo houdt Van Santen van vissen en daarom wilde hij op een gegeven moment vis gaan verkopen in de slagerij. Dit vraagt veel van de productie, want vis en vlees moet gescheiden blijven. Keijzer: “Maar het is goed dat we dat zijn gaan doen, want klanten vinden het geweldig.”

PASSIE

Van Santen heeft duidelijk meer passie voor het vak gekregen, nu hij mede-eigenaar is. “Jaap werkt al vanaf zijn zeventiende in de zaak en ik was altijd al tevreden. Maar nu merkt hij pas echt hoe belangrijk het is om enthousiasme uit te stralen. Hij weet van meer dan honderd klanten hoe zij hun koffie drinken en hij geeft elke klant aandacht, ook als het druk is. Hij ziet in de cijfers terug dat dat werkt.”

Wild

De slagers vinden het leuk om af en toe wild te verkopen. Daarom hebben ze contact met jagers die hen bellen als ze iets bijzonders geschoten hebben. “Ik ben ook wel eens met een jager mee geweest,” vertelt Keijzer. “Dat is een hele belevenis: we zaten samen in een boom te wachten tot het

wild kwam.” De slagerij wordt bovendien wel eens gebeld als er een ree aangereden is. Ze maken foto's voor op de website en een jager ontwijdt de dieren. Vervolgens worden ze in de slagerij uitgesneden. “De dieren hebben jaren met hun poten door de modder gelopen. Dus het geeft veel rommel en vuiligheid. Maar klanten vinden het leuk om af en toe iets aparts te eten. En het levert voldoende op.”

Slagers scoren bij de Spare Ribs Trophy



Spareribs scoren bij de slager, weer of geen weer. En slagers scoren met spareribs. Niet alleen bij de consument, maar ook bij de jury van de Spare Ribs Trophy. Op 16 mei vond de keuring van de Spare Ribs Trophy plaats. Ruim 90 slagers hadden zich aangemeld om hun spareribs te laten keuren. In ieder geval hebben alle slagers een juryrapport gescoord en hun inzending bij een kritische jury tegen het licht gehouden.

NIEUWE JURY

De nieuwe jury, bestaande uit chefkok Jeremy Vermolen (eigenaar van Il Forna-retto en ook bekend van tv-programma Rob's grote tuinverbouwing op SBS6), Rinus de Rijder (SVO-docent) en Marco Jurriëns (winnaar Spare Ribs Trophy 2012, Keurslagerij Horst) had zichtbaar zin in de nieuwe klus. Oud-voorzitter Piet van den Berg kwam de jury nog een hart onder de riem steken voordat de beoordeling van de ribs, zowel in koude als warme staat, begon.

MYSTERIESHOPPER

De finalisten, die op 6 juni hun producten voor de beslissende ronde laten keuren, krijgen voor de finaleronde een mysterieshopper op bezoek voor een consumentenaankoop. Deze aangekochte producten worden vergeleken met de inzending om te beoordelen of het wedstrijdproduct zo ook aan de consument wordt aangeboden.

PRIJSUITREIKING 24 JUNI

De Spare Ribs Trophy krijgt een onthulling op 24 juni, ter afsluiting van het KNS Inspiratiecongres. Na de finale op 6 juni is het dus nog even wachten op de uitslag. De slagers die de finale bereiken, krijgen allemaal hun oorkonde uit handen van Jeremy Vermolen. De slager die de Spare Ribs Trophy 2013 wint gaat naar huis met de Trophy en de eer. Ook krijgt de winnaar een persbericht dat landelijk wordt verstuurd en een banner om aan de buitenkant van de winkel te hangen. Tot slot wordt de winnende sparerib het 'gezicht' van de facebook- pagina; I love my spareribs, waar honderden liefhebbers dagelijks bericht ontvangen over lekkere spareribs.

Kijk voor het laatste nieuws ook op: www.knsnet.nl/spareribstrophy



Leden-voordeel: gadgets met korting



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!

GADGE: LAAT DE LENTE MAAR BEGINNEN

PP Productions heeft de lente in het hoofd. In samenwerking met Members' Benefits biedt zij nu een aantal zeer interessante voorjaarsaanbiedingen aan, zoals een Jamie Oliver Barbecue of een digitaal gedrukte tas. Verras jouw klanten met een goed gevoel en profiteer van voorjaarskortingen die kunnen oplopen tot 25% op het gehele assortiment relatiegeschenken.

Kijk voor meer ledenvoordeel en meer kortingen op www.knsnet.nl/ledenvoordeel.

18-04
DAG VAN
DE SLAGER

2013
 'DE KUNST
 VAN DE SLAGER'

Eerste Dag van de Slager groot succes!

Met maar liefst 350 deelnemende slagers die trots zijn op hun vakmanschap en ambacht, kortom de Kunst van de Slager, was het feest op donderdag 18 april. Dat was de eerste Dag van de Slager in Nederland, een initiatief van Stichting Opleidingsfonds Slagersbedrijf (SovvB). Op de Dag van de Slager gingen de ateliers open voor jong en oud. Van proeverij tot klassenbezoek, van demonstratie tot workshops, er was genoeg te doen. De Dag van de Slager was niet alleen een succes bij de individuele slager maar ook een succes in de media. De 350 deelnemende slagers hebben laten zien dat de slager toekomst heeft.

Met een speciale actiewebsite (dagvan-
deslager.nl), posters, flyers, kraskalenders
en persbericht werden de deelnemers

ondersteund. Elke slager heeft zijn
eigen programma ontwikkeld. En ideeën
waren er voldoende! Geweldig om dat





enthousiasme onder de slaggers te zien. Een kleine terugblik:

Zo schreef Slagerij van der Meer in Castricum een gehaktballenwedstrijd uit onder zijn klanten en liet ook alles achter de schermen zien. Bij Keurslagerij Richard Groot dubbelden consumenten voor een gratis ons achterham en bij Keurslager Jilles Kramer kwamen er verse hamburgers van de barbecue. Waterlant's Weelde liet de kunst van de slager zien in een workshop worstmaken en half varken uitsnijden. Keurslager

Johan Taam uit Edam had veel gelukkige winnaars van de krasactie in huis.

Bij Slagerij Meester in Amsterdam werd ook voor de winkel gebarbecueed en bleek de workshop worstmaken ook populair. Keurslagerij Pouw in Abcoude maakte het tot een waar kinderfeest met grillworst maken, runderstomp afvliezen en barbecue. Ook bij Vreeburg culinair stonden kinderen centraal in de verschillende workshops en bij Slagerij van der Werff was er naast barbecue



ook een leuke wedstrijd waarbij een gourmetschotel prijs was. Peter Snel in Hoofddorp liet zijn klanten voor de camera vertellen waarom zij naar hun slager kwamen.

In Rotterdam werd bij Groene Weg Slager Theo Pronk de dag officieel geopend door het team waarna de gehele dag





in het teken stond van de vakwedstrijd Lekkerste Bal van Rotterdam, rondleidingen en niet te vergeten een proeverij van producten uit eigen worstmakerij. Bij Keurslagerij van Linschoten zijn meer dan 40 rondleidingen gegeven door het bedrijf maar ook demonstraties uitbenen door leerling-slagers onder leiding van slager Hubert. Bij Slagerij Ooteman kon men een workshop worstmakerij volgen waar enthousiast aan mee werd gedaan. Bij jubilaris Slagerij Daan van der Linden in Brakel die niet alleen het 100-jarig bestaan vierde, was het een drukte van belang. De hele dag was het atelier van

Daan en zijn team geopend, twee klassen hebben de slagerij bezocht waar ze na een rondleiding een workshop hamburgertjes maken en bakken kregen. Er waren kinderen die zo enthousiast waren dat zij 's avonds terug kwamen met hun ouders. Daan's reactie op de Dag van de Slager: "Ik zeg een gemiste kans voor die slaggers die NIET mee hebben gedaan."

Bij Keurslager Reas in Zoetermeer begon de dag al vroeg met een grote groep kinderen. Groep 6 was op bezoek en ging zelf gehaktballen maken, meekijken bij het maken van quiches en deden mee

aan de speciale slaggersquiz. Later in de ochtend volgende de tweede groep. Alle vestigingen van Slagerij Kaldenberg in Sligro's door het hele land waren ook actief tijdens de Dag van de Slager. Bij Slagerij Aad van Eijk in Voorschoten werd in de avond een workshop georganiseerd waar de twee slaggers een runderstomp uitbeenden waar bijna 40 mensen op af kwamen.

In Breda werd zelfs een 150-jarig jubileum gevierd bij Slagerij Nooren. Inmiddels staat de 6^e generatie aan het roer. In deze dorpslagerij kwam 's ochtends Hart

18-04
DAG VAN
DE SLAGER





van Nederland langs voor een reportage waar de liefde voor het slagersambacht bij de familie Nooren van het scherm spatte. 's Avonds was er een open huis met receptie. De tentoonstelling van oud gereedschap en vetstukken was bijzonder.

In Schiedam deed Scharrelslager Stok mee, waar 's middags hamburgertjes werden gebakken voor klanten. In Pernis was een basisschoolklas op bezoek in de productieruimte van Slagerij Bergwerff. Zij leerden hapjes en broodjes maken. Bij Culinaire Slagerij Wapenaar in Vlaardingingen was er een vol programma; een



demonstratie biefstuk bakken, basisschoolleerlingen alles bijbrengen over zelf hamburgers maken en 's avonds een 'Slagersfeest' met de band 'Draw the Parade' waarin een van de medewerkers speelt.

Maar, met 350 actief deelnemende slagers is het haast onmogelijk om alle

activiteiten te verslaan. Op Facebook/DagvandeSlager werden vele berichten gepost en gedeeld. De ruim 1.000 volgers konden bijna live volgen hoe bij deelnemende slagers de Dag van de Slager werd gevierd. Uit alle positieve reacties kan eigenlijk alleen maar de conclusie worden getrokken: voor herhaling vatbaar, op naar de Dag van de Slager 2014!



Cor Molenaar over 'de Slagerij van Morgen': “De slager biedt een totaalpakket voor beleving en communiceert pro actief”



Cor Molenaar houdt zich bezig met de invloed van internet en technologie op het klantgedrag van de toekomst. Hij voorspelt dat 'de slager van morgen' kansen heeft door klanten een totaalpakket voor beleving te bieden en pro-actief met hen te communiceren.

WAAR STOND DE SLAGER TIEN JAAR GELEDEN?

“Al in de zeventiger jaren luidde de 'Albert Heijnisering', de opkomst van grote supermarkten, het einde in van de vele ambachtswinkels. Tien jaar geleden bevond de consument zich nog volop in het fysieke koopproces. Hij ging naar de winkel om te kopen en hij had daarin de keus. De enige concurrentie voor de slager was de supermarkt. Tegenwoordig is ook het fysiek winkels

*"Naar winkels
gaan is een
keuze geworden"*

bezoeken een keuze. De slager wordt momenteel van twee kanten aangeval- len: door de supermarkt en het internet. Deze laatste slag start nu ook in het foodkanaal met een snelle toename van het online aankoop- en aflevergedrag in foodproducten.”

WAAR STAAT HIJ NU EN WAT WORDT EEN GEZONDE TOEKOMST VOOR DE SLAGERIJ?

“Het is lastig voor de slager om de klant opnieuw te binden. Hij krijgt het op productniveau heel moeilijk. Hij heeft meer kansen wanneer hij op specialis- men focust en in concepten denkt: een volledig verzorgde barbecue, kerst- of paasdiner, of Koninginnedagparty aanbieden. Het denken in koopassoci- aties voor klanten wordt belangrijk. De klant koopt geen vlees, maar een gezell- ige middag, een mooie maaltijd, kortom: beleving. Hierbij is samenwerken met andere (vers)ondernemers voor levering van apparatuur, pannen, tuinmeubels etc. essentieel. Zo associeert de klant de slager met een totaalpakket voor een bijzondere gelegenheid. Deze denkwijze biedt kansen voor de slager.

Het registreren van klantgegevens wordt van levensbelang. Op basis hiervan wordt hij pro-actief in zijn klantcommunicatie. In de trant van: het wordt mooi weer, het wordt Pinksteren, wij hebben voor u... en dan volgt het totaalaanbod. Slagers kunnen op deze manier inspelen op behoeften van hun klanten.”

WAT IS DE STERKSTE KRACHT VAN DE SLAGER ALS ONDERNEMER?

“Het activeren van de zintuigen biedt kansen voor het moment in de winkel. Dit aspect geldt steeds minder, zeker nu supermarkten versafdelingen upgraden en consumenten minder in winkels komen. Kansen voor de slager liggen in een unieke propositie, een breder aanbod, een bijzonder assortiment,

kortom: meer onderscheid. De consu- ment heeft minder geld over voor alleen een ambachtelijke uitstraling. Focus op beleving en vul zo de klantbehoefte beter in. De locatie blijft doorslaggevend. Een slagerij in de loop, naast een supermarkt of andere ambachtelijke versonderne- mers, geeft meer beleving en toont een totaalconcept.

De slager loopt in klantassociatie, klantcommunicatie en inspelen op klantbehoeften achter bij collega- versondernemers, terwijl deze aspecten tot zijn sterkste kracht kunnen behoren. Dit heeft alles te maken met het slagersambacht. De slager moet zijn producten immers nog be- en verwerken tot verkoop- en winkelklaar. De slager kan verder de kritische houding van vegetariërs en organisaties ten opzichte van vlees ook zien als kans; door vegetarische producten en scharrelvlees te brengen.”

WELKE MOGELIJKHEDEN BIEDEN INTERNET EN ONLINE ACTIVITEITEN VOOR SLAGERS?

“Bied minimaal een bedrijfswebsite met expertise, beeld en een e-mailadres.

Het vastleggen van klantgegevens biedt mogelijkheden om actief te commu- niceren via nieuwsbrieven, menu's, productnieuws. Mobiele toepassingen zijn de volgende stap in de beleving van de winkel. De klant kan op zijn tablet via een chip de herkomst van het vleespro- duct nagaan, of producttips of complete menu-informatie downloaden.

Online is ook geschikt voor een spaar- plan voor klanten. Park, een grote slagerij in Londen, heeft 'Christmas Club', een wekelijks spaarplan waarmee klanten kunnen sparen voor het kerstdiner. Een spaarprogramma voor een wekelijks bedrag voor vleesaankopen is een ander idee voor klantenbinding. Met een bonus per kwartaal ontvangt de klant dan een aanbieding. Hij volgt zijn bestedingen via de app op zijn smartphone.”

KUN JE ENKELE CONCRETE VOOR- SPELLINGEN GEVEN VOOR 'DE SLAGERIJ VAN DE TOEKOMST'?

“De slager van straks toont films over producten en het bereiden van vlees, en volledige menu's in de winkel. Hij stuurt zijn klanten aan via apps. Hij werkt samen met lokale verscollega's. Er ontstaan mogelijk opnieuw versmarkten. Met de opkomst van complete belevings- supermarkten – ik denk aan de nieuwe Jumbo Foodmarkt – staat de complete slagerij-afdeling in de supermarkt weer in de belangstelling. De slager kan zich nog beter onderscheiden en met het bieden van nog meer beleving aanpassen aan de toekomst.”



Cor Molenaar kort

Prof. Dr. Cor Molenaar (1949) heeft een achtergrond in organisatiekunde en bedrijfs- kunde en houdt zich bezig met hoe de klant verandert onder invloed van internet en technologie. Molenaar is buitengewoon hoogleraar aan de Erasmus Universiteit in Rotterdam en geeft les in eMarketing en Distance Selling. Hij werkt tevens als zelfstandig consultant in de retailketen.

Betreed de rode loper van het KNS Inspiratiecongres

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 levensechte 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?

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: Via de site: www.knsnet.nl/inspiratiecongres of via de uitnodiging die leden ontvangen. Omdat niet alle leden de uitnodiging voor de ALV hebben ontvangen, is deze twee keer verstuurd. De 2e uitnodiging kun je als de juiste beschouwen. Excuses voor het ongemak. Tot ziens op 24 juni op het KNS Inspiratiecongres!



Duroc d'Olives,
het varken voor de
betere slager



Contact NL:
Medaillon vlees - Alphen a/d Rijn
www.medaillonvlees.nl
Tel: 0172-425728

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

**Te koop moderne goedlopende ambachtelijke
slagerij. Gevestigd Midden-Limburg.**
Omzet meer dan € 700.000 per jaar.
Gevestigd in huurpand.
INFO: E: info@meulenbergfinancieeladvies.nl;
M: 06-57331329

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.

In ontwikkeling: gids voor Goede Praktijken Dierenwelzijn



Dierenwelzijn staat hoog op de maatschappelijke en politieke agenda in Europa. Vrijwel dagelijks staan er berichten over dit onderwerp in de media. Ook het diervriendelijk slachten van dieren valt hieronder. Om te zorgen dat zelfslachtende slaggers en slachterijen op de juiste manier met slachtdieren omgaan, is een Europese verordening vastgesteld. De nieuwe Europese verordening 1099/2009 'inzake de bescherming van dieren bij het doden' heeft als doel het dierenwelzijn te bevorderen en te zorgen dat alle Europese landen op dezelfde manier met slachtdieren omgaan. Deze verordening is van kracht sinds 1 januari 2013.

WAT IS EEN EUROPESE VERORDENING?

Verordeningen zijn direct toepasbaar en hoeven niet te worden omgezet in nationale wetgeving. Een verordening wordt

daardoor in alle lidstaten van de Europese Unie op een zelfde manier ingevoerd en moet overal tot een gelijk resultaat leiden. De lidstaten zijn verplicht om verordeningen te implementeren.

VERORDENING 1099/2009

In verordening 1099/2009 worden regels neergelegd voor het doden van dieren die gefokt of gehouden worden voor de productie van levensmiddelen, wol, huiden, pelzen of andere producten, voor het doden van dieren met het oog op ruiming en voor daarmee verband houdende activiteiten.

Centraal in de verordening staat dat bij het doden van dieren (en daarmee verband houdende activiteiten) ervoor wordt gezorgd dat de dieren elke vermijdbare vorm van pijn, spanning of lijden wordt bespaard. De slachterijen moeten de noodzakelijke maatregelen treffen om dit te waarborgen. De Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit controleert of bedrijven zich aan deze regels houden.

GIDS VOOR GOEDE PRAKTIJKEN

Om de toepassing van deze verordening te vergemakkelijken mogen organisaties van bedrijfsexploitanten 'Gidsen voor Goede Praktijken' opstellen en verspreiden. Momenteel wordt door de KNS, in samenwerking met verschillende slachterijen en de NVWA, gewerkt aan een 'Gids voor goede praktijken'.

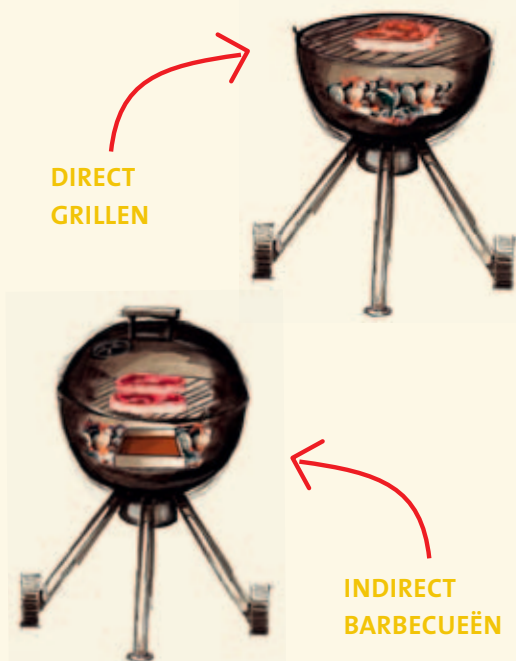
Het betreft een basisdocument waarin standaardwerkwijzen, monitoringsprocedures en registratieformulieren worden opgenomen. Dit basisdocument wordt door ieder bedrijf dat met deze gids gaat werken aangevuld met bedrijfseigen gegevens zoals bijvoorbeeld gebruiks- en onderhoudsinstructies van apparatuur. Meer informatie over de voortgang van het tot stand komen van deze gids volgt uiteraard.

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 (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.



Juniselectie



TOONBANKACTIES

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

PROFITEER

Nog geen abonnee van Lekker koken



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

Grillen of barbecueën

De begrippen 'grillen' en 'barbecueën' worden vaak voor dezelfde bereidingswijze gebruikt: grillen op een rooster, meestal boven houtskool. Toch zijn er enkele principiële verschillen. Welke? Voor een goed begin van de barbecuezomer zetten we ze voor u op een rijtje.

GRILLEN

Grillen betekent het snel garen bij grote hitte (160–300°C). Dat gaat direct

en met relatief een korte afstand (ca. een handbreedte) boven de hittebron. Dat noem je 'direct grillen'. Hierbij is de inwerking van de warmtestraling op het voedsel het sterkst. De tijd voor het gaar worden bedraagt maximaal 30 min. Je producten worden maar één keer gekeerd. Met deze methode kun je ook grotere stukken vlees aanzetten, waarna je ze bij een lage tot gemiddelde temperatuur rustig laat garen.

BARBECUEËN

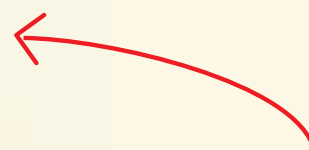
Barbecueën is het langzaam en rustig gaar worden bij een matige hitte (80–160°C). Hierbij ligt het voedsel niet direct boven de warmtebron,



maar ernaast. Bij de meeste barbecues is er direct onder het voedsel een druipbakje dat vet of vleessappen opvangt. Met deze methode, het 'indirect barbecueën', blijft het vlees zacht en krijgt het een heerlijke smaak. Kenmerkend voor de indirecte methode zijn barbecues met deksel (bijv. kogelbarbecue). De gesloten deksel reflecteert de warmte en werkt daardoor ongeveer als een heteluchtoven. Het voedsel wordt gelijkmatig en zonder keren bij ongeveer 150°C gegaard. Grote stukken vlees, zoals hele kippen en spareribs, blijven mals en sappig.

STOER

Een 'stoere mannenburger' grill je dus eerst kort aan en laat je vervolgens indirect even doorgaren. Serveer de burger met uitjes en een robuuste aardappelsalade met spek. Ga je voor



DE STOERE MANNENBURGER IS EEN VAN DE ZES BURGERS IN HET CONCEPT 'BURGER VAN DE WEEK'. VOOR MEER INFORMATIE INFORMEER BIJ UW INTERKRING VERS ADVISEUR.

barbecueën?

grillworst, zoals een Bernerwürzel, dan zorgt de omhulling van buikspek en Emmentalerkaas tijdens het grillen voor een ware reuk- en smaaksensatie. Fijne barbecuezomer!



DE BERNERWÜRZEL



BIJ DE BERNERWÜRZEL SMAAKT PERFECT EEN VERSE SALADE VAN AARDAPPELPARTJES IN SCHIL MET ZONGEDROOGDE TOMAATJES. ALLEMAAL IN HET ASSORTIMENT UW INTERKRING VERS ADVISEUR.



UW INTERKRING VERSGROSSIERS:

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

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

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



Het arbeidsconflict

In de maart en april edities van 'De Slager' is respectievelijk het verzuimprotocol en de verhouding tussen ziekteverzuim en een arbeidsconflict aan de orde gekomen. Ter afsluiting van dit 'drieluik' wordt in dit stuk het arbeidsconflict behandeld.

Wordt het arbeidsconflict losgekoppeld van de al dan niet daarmee vergezeld gaande ziekmelding, dan moet dit conflict uit de wereld worden geholpen, alvorens men überhaupt weer kan

denken aan een gezonde werkrelatie op de werkvloer. Vaak zijn bestaande conflicten zo hoog opgelopen door allerlei randzaken, dat niet eens meer te achterhalen is waar het nu allemaal mee begonnen is. Wat wel vast staat is dat een conflict voor de betrokkene vervelend is, maar dat het ook voor onrust zorgt binnen het bedrijf.

FEITEN

In het vorige artikel is het advies natuurlijk al gegeven dat voorkomen van een arbeidsconflict altijd het beste is. Voor de gevallen waarin dat niet mogelijk is gebleken, dient een bestaand conflict

dan ook opgelost te worden. Eén van de wijze lessen daarbij is dat het de feiten dienen te zijn die benaderd moeten worden en niet de bijkomende emoties. Het oplossen van een conflict dient gericht te zijn op het snel en zakelijk oplossen van het conflict en niet op de gevoelens van ongenoegen jegens een werknemer, omdat dat enkel zorgt voor vertroebeling en verdere escalatie.

Zijn de feiten bekend en de emoties 'uitgeschakeld' dan dien je zo spoedig mogelijk de dialoog te openen. Zijn de gemoederen dermate hoog opgelopen dat de verwachting bestaat dat een 'normaal' gesprek niet mogelijk is, kan het wijs zijn een korte afkoelingsperiode in te lassen.

MEDIATOR

Gebruikelijk vindt de dialoog in eerste instantie plaats tussen werkgever en werknemer, wanneer dit niet mogelijk blijkt kan een oplossing zijn het gesprek te laten leiden door een derde zoals een mediator.

Werkend naar een oplossing is van groot belang dat elke stap schriftelijk wordt vastgelegd. Heeft een gesprek plaats gevonden dan maak je daar een verslag van dat het liefst ondertekend wordt door de werknemer. Wordt dit geweigerd, dan leg je dat vast. Komt men tot afspraken over werkhervatting, dan is het natuurlijk zaak dat deze afspraken ook vastgelegd worden en nageleefd. Wordt al tijdens het traject duidelijk dat je er met de werknemer niet uit gaat komen, dan ligt een einde aan het dienstverband in de rede en sta je met een goed opgebouwd (ontslag)dossier in ieder geval sterker.

EEN VOORBEELD

Vaak ligt de oorsprong van een conflict in de prestatiesfeer. Als werkgever ben je bijvoorbeeld niet tevreden over de werkhouding van iemand. Ondanks de vele momenten waarop dat kenbaar is gemaakt aan de werknemer lijkt het er op dat de werknemer zich daar niets van aantrekt en op die manier het gevoel creëert dat de gezagsverhouding die bestaat tussen werkgever en werknemer wordt ondermijnd. Dit suddert een tijdje voort, totdat de spreekwoordelijke 'bom barst'. Je wordt boos, de werknemer wordt boos en gaat naar huis. Een conflict is geboren. Conflict of niet, het dienstverband blijft bestaan en een dienstverband waarin geen arbeid wordt geleverd kost geld. In dit geval is het dan ook verstandig zo snel mogelijk duidelijk te krijgen wat precies speelt en hoe dat opgelost kan worden.

BRIEF

Naar aanleiding van het ontstaan van het conflict ligt het sturen van een brief naar de werknemer voor de hand, waarin beschreven wordt wat er is gebeurd, wat je verwacht van de werknemer en waarin een datum en tijdstip voor een gesprek genoemd wordt. In dezelfde brief

*"De bom barst.
Je wordt boos,
de werknemer
wordt boos en
gaat naar huis.
Een conflict is
geboren"*

geef je aan dat je voor dat gesprek een reactie wilt hebben van de werknemer met diens visie van het verhaal en wat de werknemer wil bespreken. Op die manier is duidelijk wat partijen over en weer van elkaar kunnen verwachten. Uit dat gesprek komt idealiter de oplossing voor het probleem. De werknemer ziet bijvoorbeeld in dat hij fout zat, belooft beterschap, je doet vervolgens wat water bij de wijn en jullie maken concrete afspraken voor de toekomst.

Als dat niet mogelijk blijkt is een tweede gesprek met aanwezigheid van een 'onafhankelijk' derde bijvoorbeeld een

mediator een volgende stap. In de basis blijkt daaruit of er überhaupt nog een vruchtbare bodem bestaat voor verdere samenwerking. Is die er niet, dan kan de conclusie zijn dat een einde dienstverband de enige mogelijkheid is. Daartoe kan de werknemer dan een voorstel gedaan worden. Gaat de werknemer daar niet op in, dan moet een kantonrechter of het UWV worden verzocht over te gaan tot ontbinding, dan wel tot het verlenen van een ontslagvergunning. In die gevallen ben je wel afhankelijk van de sterkte van de dossieropbouw. Daarbij wordt nog maar eens benadrukt dat het moet gaan om schriftelijke dossieropbouw! Het liefst al gestart voor het conflict.

Vermoed je dat binnen je bedrijf een conflict nadert, of is er simpelweg al een conflict? Neem dan contact op met de juristen van de KNS, met hen kun je bespreken hoe linksom of rechtsom een einde gemaakt kan worden aan die conflictsituatie. Tel: 070 3314621.





Slagersmonitor:

Kleine huishoudens nemen in belang toe!

In de vorige editie van De Slager zijn de resultaten van de landelijke Slagersmonitor aan bod gekomen.

Net als in afgelopen jaren heeft onderzoeksbureau GfK, in opdracht van de KNS, in 2012 de landelijke Slagersmonitor uitgevoerd. Het doel van dit onderzoek is inzicht te krijgen in de positie en de ontwikkeling van de slagersmarkt. Ook is de Slagersmonitor

"Door relevant voor je klanten te zijn, maak je je markt groter"

een goed instrument om individuele slagers nog beter te adviseren.

In deze editie van De Slager wordt aandacht besteed aan het groeiend belang van de kleine huishoudens, een groep die momenteel ruim 75% van de omzet van de slagers realiseert. Een enorm hoog percentage en het is daarom zeker de moeite waard om deze belangrijke doelgroep nader onder de loep te nemen.

Ten opzichte van 2009 kopen met name de kleinere huishoudens (de 1- en 2-persoonshuishoudens) vaker bij de slager. Opvallend is vooral de toename van de 1-persoonshuishoudens (toename van 18% ten opzichte van 2009).

In 2020 bestaat 40% van alle gezinnen uit slechts één persoon. Dit percentage loopt op tot 50% in 2050. Dit komt omdat Nederland vergrijsst en individualiseert. Deze grote verandering in

de bevolkingssamenstelling heeft een directe relatie met de samenstelling van het winkelend publiek. Ben jij je hier als ondernemer van bewust? Wat doe jij om deze klanten naar je toe te trekken, te binden en tevreden te stellen?

KANSEN

Een- en tweepersoonshuishoudens vormen een belangrijke doelgroep, die vooral speelt naar gemak. Ze koken minder frequent, eten vaker op werk of school, halen meer maaltijden af, laten relatief vaak bezorgen en kopen frequenter producten in de horeca. Het aankooppatroon van deze doelgroep kenmerkt zich ook door een hoger percentage online aankopen. Zij hebben daarnaast behoefte hebben aan andere openingstijden. De huidige bezorgmomenten en afhaalmogelijkheden matchen niet goed met de werktijden. Zij willen de bestelling afhalen in de winkel wanneer het hen schikt.

ASSORTIMENT

Dit betekent dat je voldoende aandacht moet schenken aan gerechten, die eenvoudig te bereiden zijn. Anderzijds moet je, als ondernemer, aandacht schenken aan kleinere porties. Door jouw klanten hierop te wijzen in je winkel en in de communicatiemiddelen die je inzet, laat je zien dat je precies weet wat je klanten nodig hebben. Maaltijden voor in de oven voor één persoon of twee personen zijn hiervan een voorbeeld.

GEMAK

Als gekeken wordt naar de aspecten die de kleine huishoudens belangrijk vinden bij de keuze van hun winkel dan speelt gemak een belangrijke rol. Dit zijn, voor jou als slager, bij uitstek kansen om deze doelgroep aan je te binden. Deze binding levert namelijk omzet op. De artikelgroepen kant-en-klarmaaltijden, maaltijdcomponenten en vlug- en panklare artikelen verdienen extra aandacht. Veel slagers hebben inmiddels smakelijk bereide maaltijden en/of maaltijdcomponenten in de toonbank liggen. Het is echter de vraag of jouw (potentiële) klanten hiervan op de hoogte zijn.

SERVICE

Uitgebreidere service wordt op prijs gesteld. Het is vanzelfsprekend dat hier een prijskaartje aan hangt. Service is zeker niet per definitie gratis. Natuurlijk kun je als ondernemer altijd in gesprek gaan met jouw klanten om zo de daadwerkelijke wensen nog beter te leren kennen. Een voorbeeld van een uitgebreidere service is het thuisbezorgen van producten. Indien je jouw aanbod en services op deze 'nieuwe' consument weet af te stemmen, betekent dat meer potentiële klanten in jouw verzorgingsgebied. Door relevant voor ze te zijn, maak je je markt groter. Dit betekent vaak wel dat niet alleen jouw assortiment aanpassingen behoeft, maar ook in jouw dienstenaanbod en openingstijden. Doe er je voordeel mee!

Arbo-ambassadeur

De stichting SAS ZorgPortaal heeft een pilot gehouden waarin de mogelijkheden zijn onderzocht om een arbo-ambassadeur in de slagersbranche aan te stellen. Dit is een arbospecialist die, verspreid over het land, de slagersbedrijven bezoekt en in gesprek gaat met ondernemers en medewerkers over de arbeidsomstandigheden in het bedrijf.

Tijdens de pilot zijn 22 bedrijven bezocht. Werkgevers waren bijna allemaal positief over het afgelegde bezoek. Men stelt het op prijs dat een relatief onafhankelijke partij een blik werpt op de arbeidsomstandigheden in het bedrijf en aanbevelingen doet. Er is ook een aantal goede oplossingen gevonden voor risico's die zich in de praktijk blijken voor te doen. Deze oplossingen worden in de branche-RI&E opgenomen. Tegelijkertijd is geconstateerd dat de branche-RI&E gebruiksvriendelijker

moet, wil men dit instrument vaker gaan gebruiken.

De KNS is met SAS ZorgPortaal in overleg om een vervolg te kunnen geven aan de pilot en om te bezien of er een nieuwe branche-RI&E ontwikkeld moet worden. Naar verwachting word je hierover in het najaar worden geïnformeerd.





Slagerspassie 'Under Construction'

Als je nu naar www.slagerspassie.nl gaat zie je “Op dit moment wordt hard gewerkt aan Slagerspassie, dé digitale inspiratieomgeving voor ondernemers en medewerkers in de slagersbranche. Uiterlijk in december vind je hier inspiratie, verrijking en verdieping! Tot ziens”

Dat klopt! Er wordt enorm hard gewerkt aan deze digitale inspiratieomgeving; zowel inhoudelijk als qua vormgeving. We laten je alvast meekijken. Op het moment dat de site Slagerspassie live

gaat hoor je het natuurlijk!

IN SLAGERSPASSIE

In Slagerspassie is veel te doen. Zo kun je onder andere digitale magazines en

artikelen lezen, online discussiëren en inspiratie opdoen in de mediabibliotheek. Zoals gezegd: we zijn nog volop in ontwikkeling, maar we laten graag alvast wat dingen zien zodat je meer een beeld krijgt hoe Slagerspassie eruit komt te zien en wat je er kunt doen.

AANMAKEN PROFIEL

Voordat je als medewerker of ondernemer met Slagerspassie aan de slag kunt moet je een persoonlijk account aanmaken. Registreren kan via een computer, laptop of een tablet. Je kunt je registreren met je e-mailaccount of een bestaand Facebookprofiel. Registreren is gemakkelijk en snel.

HOME

Na het inloggen kom je binnen op home waar allerlei interessante onderwerpen klaar staan voor je, de zogenaamde aanraders. Dit kunnen artikelen of magazines zijn, maar ook bijvoorbeeld een poll waarin naar jouw mening



"We zijn nog volop in ontwikkeling, maar we laten graag alvast wat dingen zien zodat je meer een beeld krijgt hoe Slagerspassie eruit komt te zien"

gevraagd wordt. Daarnaast vind je onderwerpen die veel bekeken worden door collega's uit de branche of die speciaal voor jou geselecteerd zijn op basis van je interesse. Vanuit home kun je dus kiezen waar je meer over wilt lezen.

MAGAZINES EN ARTIKELN

In dit overzicht vind je alle magazines en artikelen over uiteenlopende onderwerpen. Misschien is het lastig voor te stellen wat een digitaal magazine of een artikel is. Eigenlijk is het heel simpel: de inhoud die op papier staat, staat in een



SlagersPASSIE
Een andere kijk op jouw vak!

digitale omgeving maar wel in een andere vorm. Want digitaal is meer mogelijk. Denk aan het bekijken van films, het bekijken van slideshows en het invullen van een poll.

Naast beleven kun je ook zelf actief aan de slag. Je kunt reacties plaatsen, reageren op anderen en zelf foto's en films toevoegen. Juist jouw eigen unieke verhaal biedt collega's een andere kijk op het vak. In Slagerspassie inspireer je elkaar.

Op Slagerspassie zijn er straks magazines en artikelen over de volgende categorieën:

- Van dier tot product
- Van inkoop tot verkoopklaar
- Verkoopinspiratie
- Ondernemen (alleen toegankelijk voor ondernemers)
- Werken in de slagerij



Naast het opdoen en brengen van inspirerende voorbeelden is Slagerspassie ook een middel om binnen de slagerij met elkaar in gesprek te gaan. Als ondernemer heb je ook de mogelijkheid om magazines en artikelen voor de medewerkers klaar te zetten. Je ziet als medewerker dan wat je ondernemer graag wilt dat je bekijkt.

SUCCESS VAN SLAGERSPASSIE

Hoe meer slagers en medewerkers gebruik maken van Slagerspassie hoe beter! Kom straks niet alleen inspiratie halen, maar voeg het ook toe en deel met je collega's. Slagerspassie is een site van slagers, voor slagers, maar vooral ook door slagers!

SLAGERSPASSIE OP DE VOET VOLGEN?

Nieuwsgierig geworden over wat er straks nog meer te doen en te vinden is in slagerspassie en wat de voortgang is van het project? Natuurlijk lees je er in De Slager meer over maar je kunt ook foto's en weetjes achterhalen via www.facebook.com/slagerspassie en www.twitter.com/slagerspassie. Slagerspassie: voor een andere kijk op jouw vak! Op www.slagerspassie.nl staan alle sociale media-berichten samengevat.



Opleidingen optimaal laten aansluiten bij de praktijk



Voor het zelf bedenken en maken van worst en vleeswaren zijn veel creativiteit en specifieke vaardigheden nodig. Slagers die zich in dit ambacht willen specialiseren, kunnen bij SVO de mbo 3-opleiding Slager-worstmaker volgen. Om te zorgen dat die exact aansluit bij wat de praktijk vraagt, vroeg SVO worst- en vleeswarendeskundige Paul van Trigt om de opleiding stevig onder de loep te nemen.



Paul van Trigt

Paul van Trigt was tien jaar worstmaker en zes jaar worstmakerij-docent bij SVO, voordat hij startte als zelfstandig adviseur op het gebied van worst en vleeswaren. "Bij het maken van worst ligt mijn hart", vertelt hij. "Vroeger was worst een opruimartikel, dat gemaakt werd van restproducten. Inmiddels is worst een delicatessen en is de werkwijze 180 graden gedraaid: slagers bedenken nu een worst en gaan daar de ingrediënten bij zoeken. En van die verschillende ingrediënten maken ze een culinair eindproduct. Worst biedt volop kansen om innovatieve producten te ontwikkelen.

Het is heel belangrijk dat de opleiding Slager-worstmaker van SVO naadloos aansluit op wat de praktijk nodig heeft."

ENTHOUSIASME

SVO vroeg Paul om te bekijken hoe de opleiding Slager-worstmaker nog meer kan betekenen voor de ambachtelijke slagerij. Paul woonde lessen en examens op alle onderwijslocaties van SVO bij en bracht de sterke en minder sterke punten van de opleiding in kaart. "Ik beoordeelde de vaardigheden van de leerlingen, de lesstof, de kwaliteit van de docenten en de onderwijslocaties", zegt Paul. "Voor mij sprong de uitstekende organisatie van toetsen en Proeven van Bekwaamheid er echt uit. Bovendien geven de toetsen een goede indicatie van het niveau van een deelnemer, zodat ze pas aan de eindproef beginnen als ze daar klaar



voor zijn. Ook het enthousiasme van deelnemers en docenten is opvallend. De docenten zijn heel talentvol in het lesgeven en bovendien is hun betrokkenheid bij de deelnemers enorm groot."

RECEPTEN

Aandachtspunten bleken de worstmakerijrecepten, die aan vernieuwing toe zijn. Ook de kennis van deelnemers van kruiden en specerijen mag uitgebreider, vindt Paul. "Het is belangrijk om de recepten te actualiseren en de kruidenkennis te updaten", zegt hij. "Mijn idee is om een commissie van vakmensen bij elkaar brengen die samen de recepten gaan aanpassen. Zo zorgen we dat SVO nog betere vakspecialisten opleidt, die hun klanten steeds weer verrassen met culinaire worsten en andere creatieve vleesproducten."

Kijk voor meer informatie over de mbo-opleiding Slager-worstmaker op www.svo.nl.



Middeling van inkomens

Bij sterk wisselende inkomens en bijzondere baten kan de regeling voor middeling jou een belastingteruggaaf opleveren.

Als het inkomen van jaar tot jaar sterk in hoogte verschilt, is de belastingdruk in veel gevallen hoger dan wanneer de inkomsten gelijkmatig worden ontvangen. Dat komt doordat het tarief hoger is naarmate jouw inkomen hoger is. De middelingsregeling biedt de mogelijkheid over een periode van drie aaneengesloten kalenderjaren een herrekening toe te passen, waarbij jouw inkomen gelijkmatig aan deze drie jaren wordt toegerekend. Als de herrekenende belasting en premie lager zijn dan de belasting en premie die in werkelijkheid zijn geheven, is – onder bepaalde voorwaarden – een teruggaaf mogelijk. De driejaarperiode waarover kan worden gemiddeld, kun je vrij kiezen, zij het dat een bepaald jaar slechts in één middelingstijdvak kan worden begrepen. Het is niet mogelijk de keuze van een herrekentijdvak te wijzigen na een verzoek dat tot een onherroepelijke middelingsbeschikking heeft geleid.

De middelingsregeling heeft alleen betrekking op het belastbaar inkomen uit werk en woning van box 1 en zij wordt toegepast zonder rekening te houden met de heffingskorting. Bijzondere baten in box 1 kunnen aanleiding tot

een middelingsteruggaaf geven. Ook het jaar waarin je 65 wordt, kan in een middelingstijdvak van drie jaar worden betrokken. De middelingsregeling is niet van toepassing op de inkomens- afhankelijke bijdrage ZVW.

De middelingsregeling voorziet in een herrekening van belastbare inkomens uit werk en woning van box 1 over een periode van drie jaar. De regeling wordt toegepast zonder rekening te houden met de heffingskorting. Vereist is dat je de hele periode binnenlands belastingplichtig bent.

Hieronder geven we enkele voorbeelden van situaties waarin de middelingsregeling van belang kan zijn (tenzij je in dezelfde tariefschijf blijft):

- sterke schommelingen in de hoogte van het inkomen
- sterke wisseling van de winst uit onderneming
- eenmalige hoge aftrekposten, bijv. bij aankoop van een huis
- het genieten van een bijzondere bate, bijv. een gouden handdruk enz.

De herrekening die nodig is bij de middelingsregeling, vindt plaats op basis van de belastbare inkomens uit werk en woning van box 1 over de drie jaar van het herrekentijdvak. De belasting die je over die jaren in aanmerking neemt, is het bedrag dat in box 1 is geheven zonder

daarbij rekening te houden met heffingskortingen of verrekenende voorheffingen. De heffingskortingen blijven bij de herrekening ongewijzigd. De belastbare inkomens worden gelijkmatig aan de jaren van het herrekentijdvak toegerekend en ten minste op nihil gesteld (verliezen worden betrokken bij de berekening van belastbare inkomens van andere jaren).

Ook jaren waarover geen aanslag is opgelegd, komen in aanmerking voor herrekening. Over die jaren moet alsnog het belastbare inkomen in box 1 worden berekend. Als 'geheven belasting en premie' gelden daarbij de ingehouden loonbelasting/premie volksverzekeringen en dividendbelasting voor zover die betrekking hebben op box 1.

Bij de herrekening worden heffingskortingen en voorheffingen buiten beschouwing gelaten. Voor een teruggave geldt wel een drempelbedrag van € 545.

Een verzoek om middeling moet, vergezeld van een berekening van de middeling, binnen 36 maanden ingediend worden bij de belastingdienst, nadat de laatste op de jaren van het middelings-tijdvak betrekking hebbende aanslag definitief is opgelegd.



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



Je pensioenzaken direct online regelen

Wil je een aanpassing in je pensioenadministratie doorvoeren? Bijvoorbeeld: het pensioenfonds machtigen om de premies automatisch te incasseren. Of wil je doorgeven dat je tijdelijk geen personeel in dienst hebt? Op de website pensioenslagers.nl kun je veel pensioenzaken direct online regelen.



PERSOONLIJKE PENSIOENPAGINA

Nadat je bent ingelogd in 'Mijn omgeving' kom je op je persoonlijke pensioenpagina. Doordat je ingelogd bent, kan het pensioenfonds formulieren vooraf invullen met de bij het pensioenfonds bekende gegevens. En... alles staat in een beveiligde omgeving. Met één druk op de knop worden de formulieren verzonden. Je krijgt direct een bevestigingsmail van je aanvraag.

WELKE FORMULIEREN KUN JE ONLINE INVULLEN EN VERZENDEN?

- Je hebt tijdelijk geen personeel

- Je hebt definitief geen personeel meer
- Je wilt jouw registratie als werkgever beëindigen
- Hoe wil je jouw premies betalen?
- Je wilt een kopie van jouw factuur.

KIES DIRECT HET JUISTE FORMULIER

Door op de homepage op 'direct regelen werkgever' of in de banner op 'direct online regelen' te klikken kom je direct bij het juiste formulier uit.

HEB JE WERKNEMERS MET EEN JAARCONTRACT?

Vul dan alléén de datum van indiensttreding in als je deze mensen aanmeldt. Vul de uitdienstdatum niet in. De werkelijke uitdienstdatum wijkt vaak toch af van de eerder aangegeven datum. Je kunt nog 31 dagen na de laatste werkdag de medewerker afmelden met de juiste datum. Dit is belangrijk omdat we wijzigingen niet geautomatiseerd kunnen verwerken.

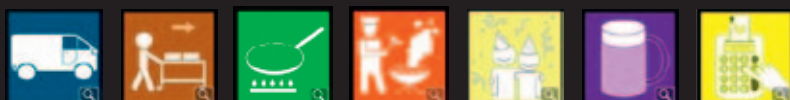
HANDMATIGE VERWERKING VIA HET WEBPORTAAL

Maak je voor het aanleveren van je gegevens gebruik van de handmatige verwerking via het webportaal? Kies dan voor de optie 'uitdiensttreding' en niet voor de optie 'correctie uitdiensttreding' als je de werknemer uitdienst wilt melden. Dan wordt dit geautomatiseerd verwerkt. Je ziet dit de volgende dag al terug in het werknemersoverzicht op het werkgeversportaal.

departyslager

Lift mee op ons succes!

De Partyslager is op zoek naar partners met passie voor barbecueën en buffetten. Verhoog uw omzet! Kijk nu op www.departyslager.nl



www.departyslager.nl - T: 0162-454069 - E: info@departyslager.nl



'stichting de samenwerking', pensioenfonds voor het slagersbedrijf

MXL Deelnemersraad op bezoek bij De Kroes

Dit voorjaar combineerden de grootslagers van Meeting XL de voorjaarsvergadering met een bedrijfsbezoek aan De Kroes Toeleveringsbedrijf in Almere. Na de vergadering vertelde directeur Peter de Vos over de visie van dit moderne bedrijf dat gespecialiseerd is in het produceren van verse maaltijden, maaltijdcomponenten, gebraden en gegrilde vlees en vleeswaren, snackspecialiteiten en ambachtelijke worstsoorten.

'De hele wereld op uw tafel' is de slogan en dat blijkt ook wel uit het gevarieerde assortiment. Hollandse specialiteiten, Mediterrane en Indische schotels maar ook een populaire Surinaamse lijn zijn onderdelen van het aanbod.

Tijdens de rondleiding zagen de MXL'ers in alle processen dat deze zijn gericht op kwaliteit en smaak. De verschillende



productielijnen, waar professionele koks verantwoordelijk zijn voor de productie van pasta's en rijstmaaltijden tot aardappelgerechten en ovengebakken schotels hadden de aandacht. Alle componenten worden afzonderlijk bereid en in de juiste volgorde toegevoegd om de pure smaak te waarborgen. Een deel van het proces is gemechaniseerd, een deel is ook handwerk. Juist omdat er in grote volumes wordt gewerkt is een constante kwaliteit essentieel. "Wij maken zoveel mogelijk gebruik van verse grondstoffen en ontwikkelen onze eigen recepturen. Uiteraard zijn deze recepturen zo opgebouwd en getest dat de producten door de consument nog eens worden verwarmd. Het juiste mondgevoel en

juiste smaakbeleving zorgen voor smaak en kwaliteit, dat zijn onze speerpunten. Zo werken we zoveel mogelijk met streekproducten en natuurlijke ingrediënten. En om mooie aansprekende producten te ontwikkelen werken we samen met topchef Paul van Stavereen" aldus Peter de Vos.

Tevens werd uitgebreid stil gestaan bij de logistieke aspecten waarop De Kroes haar grondstoffen inkoop, produceert tot eindproducten en vervolgens na koelopslag distribueert naar haar afnemers. Een fantastisch bedrijf zo luidde de conclusie na afloop!

Vervolgens was het de beurt aan Arjan de Boer van Foodinspiration. In een sprankelende presentatie liet hij een aantal belangrijke trends de revue passeren. Veel beelden en inspirerende verhalen als voorbeeld van trends zoals transparantie, gezondheid maar ook opkomst vegetarisme, van bulk naar bijzonder, de rol van sociale media en feminisering. De wereld volop in beweging dat bleek. Na afloop van deze aansprekende presentatie was het tijd om de verschillende maaltijden te proeven. Dit gebeurde met smaak. Kortom, een leerzame en inspirerende bijeenkomst.



"Een fantastisch bedrijf zo luidde de conclusie na afloop!"



PJS op zoek naar onderscheidend vermogen met de BBQ

Een grote groep jonge, enthousiaste slagers meldde zich aan voor de BBQ-workshop en bedrijfsbezoeken in de omgeving van Velp. Ruim 20 PJS'ers gingen naar LuJaBa voor informatie over BBQ's en de kansen voor de slagerij. Eigenaar Jaco Luijendijk belichtte vooral de mogelijkheden van 'groot vlees' op de BBQ, waarmee de slagerij zich kan onderscheiden van het aanbod in de supermarkt.





DORPSSLAGER

Na een proeverij, natuurlijk bereid op de barbecue, vertrokken de jonge slagers richting Lunteren. Hier bezocht de groep Keurslagerij van Rooijen. Een dorpslager met goedgevulde toonbank en veel verschillende, ambachtelijke producten uit eigen keuken en worstmakerij. Na een uitgebreide introductie en een proeverij van verschillende worsten, mocht PJS een kijkje nemen achter de schermen.

KLANTCONTACT

Evert van Rooijen hecht veel waarde aan een goede communicatie met de klanten. In dat kader heeft het gehele team onlangs een opleiding 'klantcontact' gevolgd. Ook de communicatie met het team vindt hij een belangrijk speerpunt. Zo voert hij bijna iedere dag teamoverleg. Daarnaast heeft hij iedere medewerker verantwoordelijk gemaakt voor een belangrijke functie. Dit werkt duidelijk motiverend voor alle medewerkers. Met

een luxe belegd broodje op, vertrok de groep naar de volgende slagerij.

FILIALEN

Een enthousiaste slager Wim Buurman uit Gendt schetste aan PJS het verloop van zijn carrière. Begonnen in Huissen heeft het bedrijf op dit moment ook een vestiging in Gendt en in Bemmelen. Belangrijk speerpunt van het bedrijf vormt de worstmakerij annex keuken, gevestigd in de nieuwbouw achter de winkel in Gendt. Van hieruit worden ook de vestigingen in Huissen en Bemmelen beleverd. Na een proeverij van ham uit eigen worstmakerij volgde een bezoek aan het recent geopende filiaal in Bemmelen.

GEROOKTE PANNA COTTA

Daarna kon de BBQ-workshop eindelijk beginnen! Na een stuk theorie van BBQ-kampioen Bastiaan Schlosser mochten de PJS-slayers zelf aan de slag met het driegangen diner. Veel gerechten lenen zich goed om op de BBQ bereid en gegaard te worden, zelfs het toetje van gerookte panna cotta met aardbeien-saus. Een geslaagde dag met een certificaat als beloning waardoor alle PJS'ers vol kennis en inspiratie het BBQ-seizoen tegemoet gaan! Lijkt PJS iets voor jou? Kijk dan op www.knsnet.nl/pjs





Ppas ontmoet streekproducten en Livar in Limburg

Prachtig lenteweer, innoverende bedrijven en gastvrijheid vormden de ingrediënten van de inspirerende trip, die Ppas medio april maakte naar Limburg. Een ontmoeting met een keur aan streekproducten en het Limburgs Kloostervarken eindigde in een uitgebreide, culinaire proeverij.

WORSTMAKER

De dag begon bij Slagerij Joosten in Horst. Het bedrijf, dat vier jaar geleden geheel is gerenoveerd, presenteert zich als worstmaker, als barbecuespecialist en als cateraar. Belangrijke pijler onder het bedrijf vormt de productie van tal van (streek)specialiteiten, zoals braadworst in blik. Sinds korte tijd maakt ook het Meat & Meals concept een passend onderdeel uit van de bedrijfsstrategie: dagverse producten uit eigen keuken aanbieden,

geënt op recepten uit de eigen streek. Na genoten te hebben van een stuk onvervalste Limburgse vlaai werd koers gezet naar het volgende bedrijf.

FAMILIEBEDRIJF

Keurslagerij Keulen is een familiebedrijf, dat sinds de start in 1983 in Hulsberg naast de Keurslagerij ook een vleeswarenfabriek exploiteert. Wat begon met een beperkte productie van streekeigen producten voor lokale supermarkten

en collega-slagers is uitgegroeid tot een modern productiebedrijf met productie-units op verschillende locaties in Nuth. De regionale producten zoals boerenzult, Limburgse boterhamworst, hoofdkaas en pasteien, onder het label 'lekker uit Limburg', scoren goed bij regionale maar ook landelijke supermarkten. De slagerij vormt nog steeds een belangrijke poot van het bedrijf. Hier worden maaltijdcomponenten, zoals het populaire zuurvlees, geproduceerd. Tijdens de aangeboden lunch viel vooral de 'koude schotel' goed in de smaak.

ENTERTAINMENT

Vervolgens werd de groep hartelijk welkom geheten bij Savelkoul Catering. Ook hier ligt de oorsprong in de slagerij. 'Ik ben van beroep slager': aldus een enthousiaste Ron Savelkoul. In Topslagerij Savelkoul te Echt wordt een hoogwaardig assortiment aan vleesproducten aangeboden en een wisselend assortiment aan zelfbereide kant-en-klare maaltijden, aangevuld met een ruime keuze aan groenten en fruit, diepvriesproducten en wijnen. Ook hier voeren streekproducten de boventoon. Sinds 1995 is Savelkoul actief op het gebied van party-service. Vanuit een up-to-date bedrijfspand verzorgen zij het sfeervol inrichten van ruimtes (thuis of op locatie), smaakvolle buffetten en boeken zij zelfs 'entertainment'. Een uitgekiende logistiek en professionele medewerkers staan garant voor een geslaagd evenement op toplocaties, waaronder kastelen in de regio.

KLOOSTERVARKEN

Het laatste reisdoel betrof het Limburgs

"De regionale producten zoals boerenzult, Limburgse boterhamworst, hoofdkaas en pasteien, onder het label 'lekker uit Limburg', scoren goed"

Kloostervarken, het Livarvarken. De verwachting was een beeld van in de modder wroetende varkens bij de Abdij van Lilbosch en dat was precies wat Ppas aantrof. Een enthousiaste Frank de Rond verhaalde over het Livarvarken dat door aandacht voor het ras, voeding en manier van houden smaak heeft gekregen. Varkens, die een 'gewoon leven' leiden en bij 10 tot 12 maanden worden geslacht (gewicht rond de 150 kilo).

Na een interessante toelichting over de abdij, het leven van de monniken en het beheer van de landerijen was het tijd om dit unieke product te proeven. Bij Van de Ven Vleeswaren werd door chef Floris een keur aan Livar producten gepresenteerd met als hoogtepunt de op de klassieke wijze bereide ham met asperges in botersaus. 'Echt lekker en onderscheidend': luidde het unanieme oordeel van de dames ter afsluiting.

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: @KNSvoorslaggers

REDACTIE

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

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

ONTWERP EN VORMGEVING

Muntz, Amersfoort

FOTOGRAFIE

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

ADVERTENTIES

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

REACTIES/AANLEVEREN KOPIJ

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



VOLGENDE KEER IN DE SLAGER:

- Meer Slagerspassie
- Waterlant's Weelde vertelt
- Ondernemen: vakantie en klantenbinding
- Update PS voor slaggers
- Slager Heersma vertelt

De Slager nr. 6 ontvang je op 25 juni



NECO: van riek tot vork

Met een capaciteit van circa 350 dieren per week is, met het 100% Belgisch wit/blauw, NECO/Vandenbogaerde uit Menen (B) een actieve speler op de Belgische en Nederlandse vleesmarkt. Het vleesras kenmerkt zich door een grote beveesheid en opmerkelijk rendement. Neco biedt de slagerondernemer een breed assortiment van technische delen van de wit/blauwe kwaliteit.



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



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

Kijk op www.neco-bv.nl voor meer informatie, bel met Karin Broers: 06-20134863, of stuur een e-mail naar karin@neco-bv.nl, ik kom graag bij u langs.



vleeshandel
NECO BV
VLISSINGEN

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



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, dij, 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