

DE SLAGER 6

Vakblad voor leden van de Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie | juni 2013



**KLANTEN
WERVEN EN
BEHOUDEN IN
DE VAKANTIE-
PERIODE**



**ZOUTREDUCTIE
OOK ACTUEEL
IN SLAGERS-
BRANCHE**



**NIEUWE JURY
EN NIEUW LOGO
LEKKERSTE BAL
GEHAKT**



Jan Splinter, Waterlant's Weelde:

**"Eerlijk duurt
nog steeds het
langst"**



koninklijke nederlandse slagersorganisatie

Training Klantgericht verkopen

VERNIEUWD

Inhoud:

- 3 dagdelen in uw eigen winkel
- Inschrijven vóór 1 september: € 100,- korting p.p.
- Verkopen met zelfvertrouwen
- Bepalen van en inspelen op klantbehoefte



Medewerkers beïnvloeden het koopgedrag van klanten
Ik breng ze vaardigheden bij die het verkoopresultaat vergroten

www.svo.nl/slagerij



INHOUDSOPGAVE

Kort nieuws	4
Column Kiezen of verliezen	5
Nieuwe jury en nieuw logo Lekkerste Bal Gehakt	8
Gastcolumn: Kom op, geloof erin!	9
Associate degree voor slagers: Nieuwe 2-jarige hbo-opleiding	10
Zoutreductie ook actueel in slagersbranche	11
Jan Splinter, Waterlant's Weelde: "Eerlijk duurt nog steeds het langst"	12
Ledenvoordeel: energie opwekken met zonnepanelen	15
Makkie Mulder, hoofdredactrice van delicious.: "Pure ingrediënten"	16
Slagerspassie, online omgeving	19
Internationale Slagers Federatie	20
PS voor slagers – hoe werkt het?	22
SVO heet voortaan SVO vakopleiding food	25
Klanten werven en behouden in de vakantieperiode	26
Bewaartermijnen en andere verplichtingen	28
Pensioenen in Nederland gaan veranderen	29
Bedrijfsopvolgingsfaciliteit Successiewet niet discriminerend	32
MVS gaat naar de Zeeuwse eilanden	33
ESBL-bacterie in biefstuk	36

AGENDA

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 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

3 oktober PJS workshop leidinggeven, Houten

31 oktober KNS Regiobijeenkomst Best

NOVEMBER

5 november KNS Adviescommissie Sociale Zaken en Onderwijs, Rijswijk

12 november PJS Trendtour Rotterdam



VAS beurs 2013

Maandag 23 en
dinsdag 24 september



Een huis vol inspiratie!
Food Center Amsterdam

Agterberg Vleeswaren B.V.

Producent van de overheerlijke DARONI producten!



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

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

VITELoke Natuurlijk kalfsvlees

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

Voor meer info en heerlijke recepten
www.vitelco.nl

De toonbank van.... Slagerij Verburg

Slagerij Verburg is gevestigd in het dorp Kortgene, gelegen op het voormalige eiland Noord-Beveland aan het Veerse Meer in Zeeland. Slagerij Verburg is een echt familiebedrijf, sinds 1988 wordt de zaak gerund door Cor en Corine Verburg. Zij zijn daarmee de vierde generatie Verburg die het slagersambacht uitoefent.

Rund- en lamsvlees wordt nog aan de zaak zelf geslacht. Het rundvlees is puur Limousin rundvlees, wat op het dorp levend wordt ingekocht en geslacht, technische delen worden ingekocht bij France Limousin Nederland om binnen dezelfde kwaliteitsnorm te blijven.

Lamsvlees wordt ook levend ingekocht, namelijk het zogenaamde Noord-Bevelam. Dit zijn lammeren die op het voormalige eiland geboren en opgegroeid zijn en hier ook worden geslacht. De toonbank wordt gevuld door middel van een strakke blokpresentatie, wat voor de klant gestructureerd overkomt. Begonnen wordt met het assortiment pluimvee, kenmerkend is hier de presentatie van het Label Rouge kip 'Ancenis', zowel

hele kippen als kippenbouten. Verder maiskipfilet suprême en de coquelettes. Drumsticks, kipvleugels en kipfilet zijn Hollandse kip.



Vervolgens komt het blok rundvlees aan de beurt. Toppers hierin zijn entrecôte, riblappen en sucadelappen. Kenmerkend voor het Limousin rundvlees is de malsheid en de vleeskleur. Daarna in het midden van de toonbank wordt als speerpunt het Noord-Bevelam gepresenteerd. Naast de gebruikelijke producten als lamsbout, lamskoteletten en lamsschouder wordt nog een aantal andere specialiteiten aangeboden zoals: lamsköfte, merquez, lamsburgers, lamsquiche, lamsrillette en gedroogde lamsmetworst. Ook hier geldt: malsheid, kleur en presentatie moeten de klant verleiden tot aankopen.

Na het lamsvlees-blok volgt het varkensvlees-blok. Het varkensvlees wordt ingekocht bij France Limousin Nederland in Spijkenisse, het zogenaamde 'Porc au Grain'. Dit is een stevig en mals



varkensvlees wat zich kenmerkt door de vaste structuur en daardoor weinig vocht loslaat. Na het blok varkensvlees volgen de vlug-klaarartikelen zoals hamburgers, slavinken en de zelfgemaakte salades die per week wisselen.

Patés en vleeswaren worden ingekocht via Fermette Oostende zoals ook de Parmen Serrano hammen. Vleeswaren worden niet voorgesneden maar gepresenteerd in het koelmeubel. Dit om het versaspect te benadrukken. Vleeswaren uit eigen productie zijn: boerenham, boterhamworst, gekookte worst, boerenleverworst, Zeeuws grillspek, gebraden gehakt, rookworst, lamsmetworst, rosbief, fricandeau, ontbijtspek, bacon en runderrollade.

Top 3:

- Boerenham
- Riblappen
- Lamsburger

Ons team waar we mee werken is goed op elkaar ingesteld, dit is zeer belangrijk in de zomermaanden, bij ons is de zomer het hoogtepunt. In deze maanden komen er veel toeristen naar de kust en verkopen wij veel barbecueproducten en stijgt het klantenaantal. Dit was in het begin wel even wennen maar daar rol je zo in. De mensen kunnen ook op onze website online bestellen en dit werpt zijn vruchten af, zeker voor de toeristen die bijvoorbeeld een weekend komen. De zomer komt er aan dus ook weer de drukte, wij hopen op een mooi en brandveilig barbecueseizoen!"

Kiezen of verliezen

De eerste helft van het boekjaar zit er bijna op. Niet het gemakkelijkste half jaar kunnen we wel stellen. De recessie treft ook de detailhandel. Schandalen rondom de herkomst van het paardenvlees, stijgende kosten en strengere handhaving van wet- en regelgeving door de NVWA, zaken waar we allemaal mee te maken hebben. Bovendien staan de omzetten onder druk en missen we bovendien de extra BBQ omzet in het voorjaar.

Gelukkig is het niet allemaal kommer en kwel en zijn er ook fantastische successen te melden! De eerste Dag van de Slager is door vele collega's geweldig opgepakt en tot een doorslaand succes gebracht! Fantastisch om in de fotocollage de diversiteit te zien. Verder waren onze Young Butchers voor de derde keer op rij kampioen. De verschillen waren klein en worden steeds kleiner. Ook hier ligt de concurrentie op de loer. Met enige jaloezie wordt in het buitenland gekeken hoe ons opleidingsinstituut SVO de jonge slagers voorbereidt en samen met hun werkgevers tot grote prestaties brengt.

Ook zijn er goede ontwikkelingen voor onze hele bedrijfstak in opkomst. De mogelijkheid van een Associate degree voor slagers, een opleiding aansluitend op MBO 4 en waarin met name het ondernemerschap centraal staat. De invoering van de Meestertitel, bereikbaar voor werknemers én werkgevers die in hun vak excelleren. De ontwikkeling van Slagerspassie waarmee jou mogelijkheden worden aangereikt om op een moderne manier in de keuken van jouw collega te kijken en zo jouw strategie te bepalen

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.



en/of aan te passen. Dit jaar nog ga je dat meemaken. De ingrediëntendatabase komt eraan. Een prachtig hulpmiddel om in 2014 de voedingswaarde van jouw producten zelf te kunnen bepalen en zo aan de vernieuwde wet- en regelgeving te kunnen voldoen.

Aan jou de keuze om in te spelen op al deze ontwikkelingen. Ook jouw consumenten kiezen steeds bewuster in de aankoop van vlees. Denk daarbij ook aan alle kansen die voortkomen uit de negatieve gebeurtenissen.

Inmiddels ligt de ALV en het Inspiratiecongres alweer achter ons. Een mooi evenement waar ik, samen met de overige bestuursleden, met veel plezier verantwoording heb afgelegd aan de betrokken leden over het gevoerde en het te voeren beleid van de KNS.

Een evenement waar we met elkaar in gesprek zijn en keuzes maken voor onze gezamenlijke toekomst. Natuurlijk is dat lastig, maar zonder moeite gebeurt er niets. Keuzes maken, daar gaat het om! En daarom is mijn motto: kiezen of verliezen!

Ad Bergwerff

Voorzitter KNS en ondernemer te Barendrecht en Pernis



Slager Rob Heersma vertelt zijn verhaal

"Onze slagerij is gevestigd in Oostkapelle, Zeeland. In 1999 hebben wij de slagerij overgenomen van de heer Francke, het was een winkel waar al jaren niets aan gedaan was. In 2004 hebben we de winkel helemaal verbouwd tot een moderne slagerij.

Wij zijn ambachtelijk ingesteld en doen er alles aan om onze kwaliteit en service

hoog te houden. Daarom produceren we veel in onze worstmakerij, ongeveer 70% van de vleeswaren en worstsoorten. De toppers zijn de Zeeuwse producten; boerenham, leverworst, hoofdkaas en rookvlees. Het rundvlees en lamsvlees komt van Zeeuwse bodem, kipproducten zijn van Gildehoen, varkensvlees uit België en ook verkopen wij LIVAR (Limburgs klooster varken).

Uw Slager Sander Duin uit Breezand is Uw Slager van het jaar 2013

Op 22 mei reikte Winkelformule Uw Slager voor het derde jaar op rij de titel 'Uw Slager van het jaar' uit. Door middel van een winkelwedstrijd zijn alle Uw Slagers door een deskundige jury beoordeeld op een groot aantal criteria.

WINKELWEDSTRIJD

Acht vakkundige en onafhankelijke specialisten uit het slagersvak vormden de jury. Zij bezochten de 70 winkels en beoordeelden vele criteria als hygiëne, klantvriendelijkheid, productpresentatie, winkeluitstraling en promotie. Het doel van de winkelwedstrijd is de aangesloten ondernemers inzicht en handvatten te geven waarmee zij in hun winkel direct aan de slag kunnen.

"We mogen erg trots zijn op de Uw Slagers en de huidige stand van zaken"

UITSLAG WINKELWEDSTRIJD

Uit de ruim 70 deelnemers zijn in eerste instantie de 5 best scorende Uw Slagers genomineerd voor de titel. Tijdens de feestelijke avond op 22 mei in Nijkerk zijn de resultaten gepresenteerd. Uw Slager Sander Duin uit Breezand is bekroond tot Uw Slager van het jaar 2013. De overige genomineerden waren Uw Slager Gebr.



Duijzer uit Den Helder (tweede), Uw Slager Daan Ruijter uit Obdam (derde), Uw Slager Wip uit Hallum (gedeeld vierde), Uw Slager Gerald Huft uit Oldeberkoop (gedeeld vierde) en Uw Slager Harry Zunnabeld uit Enkhuizen (vijfde).

Zondagopenstelling definitief zaak van gemeente

Gemeenten mogen voortaan zelf bepalen of winkels op zondag open mogen. Deze initiatiefwet van GroenLinks en D66 is 28 mei met ruime meerderheid door de Eerste Kamer gegaan, nadat de Tweede Kamer zich eerder al achter de wetswijziging schaarde.

De beperking van het aantal koopzondagen per jaar voor niet-toeristische gebieden wordt daarmee geschrapt. Zo mochten winkeliers in Tilburg maximaal twaalf keer per jaar open, omdat het gebied niet toeristisch genoeg was voor meer koopzondagen. Dit leidde tot protesten van veel winkeliers, die

hun winkel graag elk weekend wilden openstellen.

De senaat nam 28 mei ook een motie van de SGP aan om de positie van ondernemers te verbeteren die juist niet op zondag open willen. Vooral winkeliers in winkelcentra worden volgens die partij



vaak onder druk gezet om hun pand toch te openen.

De KNS adviseert leden die geen, of juist wel zondagsopenstelling wensen, om op lokaal niveau samen met gelijkgestemden actief te zijn om de besluitvorming in de gewenste richting te beïnvloeden.

Bron: NOS

Bezoek de vernieuwde website

De KNS heeft een vernieuwde website. De website ziet er nog hetzelfde uit als dat je gewend bent maar teksten en pagina's zijn opnieuw ingedeeld. Met deze indeling sluiten wij beter aan bij de informatiebehoefte en zoekgedrag van onze leden. We hebben ons daarbij ook laten inspireren door andere brancheorganisaties.

WAAR VIND JE WAT OP KNSNET.NL?

'Over de KNS' geeft informatie over onze organisatie en medewerkers, missie, visie, kernwaarden, lidmaatschap en contactgegevens.

'Ledenactiviteiten': onze vakwedstrijden, ALV en Inspiratiecongres, secties en regiobijeenkomsten.

Bij 'Dienstverlening' wordt informatie gegeven over bedrijfsadvies, bedrijfsopvolging, juridische zaken, personeel, slagersvak (vaktechniek), energiebesparing, pinnen en sociale media.

Bij 'Nieuws' vind je het laatste nieuws, nieuwsarchief, De Slager en de newsroom.

'Ledenvoordeel' voorziet je van informatie over KNS Ledenvoordeel, Slagersplein en subsidies.

HOMEPAGE

Op de homepage vind je nog steeds de meest actuele informatie over activiteiten maar ook de laatste tweets.

Aan de rechterkant zie je nu alle Facebookpagina's die de KNS beheert. Nieuw is de Facebookpagina KNS voor slagers. Nog geen fan van de pagina? Like ons op Facebook!



Slagers nu ook bij Gast in de klas

Sinds kort is de slager ook te vinden op www.gastindeklas.nl. Op deze website kunnen onderwijsprofessionals zoeken naar gastlessen, lesmateriaal en educatieve excursies. Ook het lesmateriaal over de slagers, het lespakket 'Lekker Werk' en internetlessen 'Slager in de Klas', worden hier nu aangeboden.

Naast het lesmateriaal kunnen docenten ook een bezoek regelen bij één van de deelnemende slagers.

SLAGER IN DE KLAS

Via de website www.slagerindeklas.nl vinden docenten niet alleen vijf

internetlessen als aanvulling op het lespakket 'Lekker Werk' maar kunnen zij ook een bezoek aanvragen bij één van de 150 deelnemende slagers.

LEKKER OP BEZOEK BIJ DE SLAGER

Steeds meer scholen weten de slager te vinden voor een educatief bezoek met de klas, en andersom. Geregeld vragen slagers om de toolkit 'Lekker op bezoek bij de slager' waarmee een leuk programma samengesteld kan worden. Denk hierbij aan een rondleiding door het bedrijf, een 'herkenningstafel' maar ook het maken van een lekkere hamburger. De toolkit, 'Lekker Werk' en 'Slager in de Klas' zijn ontwikkeld door Stichting Opleidingsfonds Slagersbedrijf (Sovvb).



Nieuwe jury en nieuw logo Lekkerste Bal Gehakt

De strijd om de Lekkerste Bal Gehakt barst los in de zomer. Op 29 augustus is de keuring en op 12 september de finale. Ondanks dat de wedstrijd nog even op zich laat wachten, presenteren we alvast de nieuwe jury.

De jury is een gebalanceerde vertegenwoordiging van een - in lekkere gehaktballen gespecialiseerde - slager, een deskundige docent van SVO en een gelauwerde chef-kok.

Julius Jaspers, de chef-kok die sinds een aantal jaar ook bekend is van tv-programma's Masterchef en De Wereld Draait Door, neemt dit jaar plaats in de jury van



Chef-kok Julius Jaspers is juryvoorzitter van de Lekkerste Bal Gehakt



absoluut meer dan naar gesmolten boter dus. Het gevoel van terug naar de VOC."

"Bij de Lekkerste Bal Gehakt en Gehaktvariant verwacht ik een grote verscheidenheid aan producten. Bij de varianten ben ik benieuwd welke slaggers van het klassieke pad afgaan en creatief zijn om zo tot een hip en modern product te komen qua vorm en zeker ook qua smaak!"

Koen van Vugt won in 2012 de eerste prijs voor de Lekkerste Bal Gehakt. Bovendien heeft hij juryervaring opgedaan bij de wedstrijd om het Lekkerste Worstebroodje van Brabant. Zijn omzet in gehaktballen is enorm gestegen dit jaar.

Koen: "Enorm leuk om, nadat ik zelf in 2012 de titel Lekkerste Bal Gehakt gewonnen heb, naar het product van collega's te kijken. Elke slager is expert op zijn eigen manier en dat resulteert erin dat elke gehaktbal anders en lekker kan zijn. Maar welke gehaktbal is de lekkerste?"

"Natuurlijk moet een lekkere gehaktbal voldoen aan de basiszaken, zoals verse grondstoffen. Alleen een echte vakman neemt de tijd voor de juiste verhoudingen, een lekkere bal moet immers lekker sappig zijn en niet te mager! Het gaat om de kennis van de juiste ingrediënten en goede verhouding daarvan. Pure kruiden maken het verschil."

de Lekkerste Bal Gehakt. Na de lessen die hij samen met Robert Kranenburg op tv gaf, krijgen nu deelnemende slaggers een deskundig advies over een lekkere bal gehakt.

Julius: "Ik vind de bal gehakt behoren bij het erfgoed van de Nederlandse keuken. Ik vind het dan ook een eer om deze productheld van slaggers te jureren."

"Bij een goede bal is alles perfect in balans. In eerste instantie is de smaak goed, een echte vleessmaak dus geen overheersende kruiden en specerijen. Qua structuur moet 'ie veerkrachtig zijn, sappig en aan de buitenkant evenredig gegaard, dus geen deuken en egaal van kleur. Het lekkerste is een bal in een briliante jus, een oud-Hollandse smaakt

"Ik vind de bal gehakt behoren bij het erfgoed van de Nederlandse keuken"

SVO-docent Ruud van Gils geeft al 20 jaar les en leert aanstaande slaggers ook met een culinair oog naar hun gerecht te kijken. Hij laat zich daarbij inspireren door restaurateurs en keukens van andere landen. Ruud: "Een lekkere bal gehakt begint met de juiste voorbereiding, maar daarnaast moet een slager (de kwaliteit van) de bal altijd hoog houden! Dat is precies waar ik met mijn SVO-oog op let: heeft deze slager de basiskennis in huis, maar is deze ook up-to-date om een hele slaggerscarrière lang een lekkere bal gehakt te maken? Een lekkere bal gehakt is eenvoudig van smaak, maar kan bij een goed recept vele monden bekoren! Dan heb je een Lekkerste Bal Gehakt."

NIEUW LOGO

Niet alleen een nieuwe jury maar de wedstrijd om de Lekkerste Bal Gehakt en de Lekkerste Gehaktvariant heeft nu ook een nieuw logo. Dit beeldmerk staat symbool voor het aller-lekkerste exemplaar van deze oer-Hollandse klassieker.

Slaggers die het podium halen ontvangen een oorkonde in deze stijl en de winnaar een banner met deze opmaak. Inschrijven voor de Lekkerste Bal Gehakt kan hier: www.knsnet.nl/lekkerstebalgehakt.

Kom op, geloof erin!

"En dan komt er zo'n verlegen manneke binnen. 'Ik ben op zoek naar werk, heeft u misschien een baantje?' Gelukkig maken we dit allemaal nog regelmatig mee. Ik denk dan altijd meteen aan de toekomst van ons vak en dat het nodig is om jongeren aan ons te binden. Zo kwam 7 jaar geleden Tommy bij ons binnen in onze broodjeszaak.

Na anderhalf jaar wilde hij een horecaopleiding gaan volgen, of dat bij ons mogelijk was. Hierop antwoordde ik 'Je kunt beter slager worden' en zo gebeurde het, na een gesprek met zijn vader. Tommy kwam in de slagerij en pikte het werk snel op, werkt met passie en gaat SVO volgen. Houd zich wat op de achtergrond maar groeit goed door.

Bij een bezoek van zijn mentor vraag ik of IYBC iets voor hem zou kunnen zijn Ja maar...was het antwoord en daar zijn we toen aan gaan werken. Ben ik wel goed genoeg? Ja natuurlijk, ik zie toch wat je iedere dag doet? Kom op geloof erin!

De laatste avond voor de nationale wedstrijd samen tot half 12 geoefend en veranderd, ja dit gaan we doen! Donderdag 17.00 telefoon 'Theo, ik ben tweede geworden! Ik mag naar de Europese

"Het is echt een vak' hoor je zeggen, je krijgt waardering voor je vak"



kampioenschappen!!' Je ziet hem groeien, het hele team helpt en leeft mee. Vorig jaar hebben ze gewonnen, ik weet niet of...JA natuurlijk wel! Tijdens de Dag van de Slager zijn alle deelnemers van IYBC bij ons aanwezig voor een openbare training. Klanten vinden dit geweldig. 'Het is echt een vak' hoor je zeggen, je krijgt waardering voor je vak.

Met 12 weken training is het lastig om iedere week een vaste kracht te missen. Het mooie is; je ziet medewerkers groeien en de toekomst voor ons ambacht is te belangrijk. Hier moeten we ALLEMAAL aan meewerken. Het meedoen aan toonaangevende wedstrijden brengt je meer dan alleen bekertjes. Je team groeit, je klanten zien en voelen dat er beleving is en dit resulteert bij ons in mooie omzettingen. De finale! Natuurlijk zijn we in Frankfurt om het team aan te moedigen, stress, rommelige organisatie; de jongens gaan er dankzij de goede voorbereiding prima mee om, met als resultaat KAMPIOEN!!!!!!

Stadsomroep, regionale tv, kranten; iedereen wil weten hoe het gegaan is, hoe het voelde en hoe het beleefd is. Geweldig voor Tommy om mee te maken en absoluut ook prachtig om opleider te mogen zijn!"

Theo Beerens

Slager-ondernemer in Eindhoven

Associate degree voor slagers: Nieuwe 2-jarige hbo-opleiding

Druk is het, heel druk. Eerstejaars student Ondernemen Klaas Diepenveen heeft tijdens de Open Avond van de Associate degrees zijn handen vol. De opleidingen zijn 'hot'; in twee jaar tijd een officieel hbo-diploma halen, het blijkt een aantrekkelijke formule. De drukte doet Klaas weinig. Breed glimlachend en met twinkelende ogen vertelt hij zijn verhaal. De opleiding? De ideale ondersteuning om zijn eigen bedrijfje in de evenementen verder van de grond te krijgen.

Onderwijsmanager Roland van der Poel van de Rotterdam Academy (onderdeel van Hogeschool Rotterdam dat de opleidingen aanbiedt) ziet het met genoegen aan. "Associate degrees zijn de toekomst. In Amerika volgt al 46% van alle studenten zo'n opleiding. In Nederland pas een paar procent, maar ik verwacht dat het ook hier heel hard gaat lopen. Dat is niet vreemd, de wereld

verandert zo snel, dat het lastig is om bij de tijd van de praktijk te blijven als je een vierjarige opleiding volgt." En juist die praktijk maakt het verschil, weet Van der Poel. "Het bedrijfsleven wil geen onderwijs dat niet meer bij de tijd is." De KNS heeft het initiatief genomen om in samenwerking met Hogeschool Rotterdam en SVO tot een inhoudelijk opleiding te komen die toegesneden is op de slagersbranche op hbo-niveau. Het is een goede weg is om, naast een vakdiploma, ook een erkend hbo-diploma te kunnen krijgen. De opleiding sluit aan op de SVO-opleiding en voor havo/vwo scholieren zijn er ook andere combinatiemogelijkheden.

Het is ook een duale opleiding, wat nuttig is voor de ervaren werknemer die na een aantal jaren werkervaring, en de mogelijkheid op het ondernemerschap, zichzelf een goede ondergrond in kennis wil geven. De hbo-opleiding is kortom, de ideale opstap naar het ondernemerschap.

De samenwerking van KNS, SVO en de Hogeschool Rotterdam komt op het juiste moment. Van der Poel: "Wij hebben begrepen dat bedrijfsopvolging vaak een issue is in de branche. In de slagersbranche zijn natuurlijk veel vakbekwame mensen, maar een aantal managementvaardigheden kunnen bijgespijkerd worden, zeker als je jouw eigen onderneming wilt runnen. Ondernemen heeft eigenlijk alles in huis om dat speciaal voor slagers in te kleuren. Het plan is daarom om in september 2013, met hulp van de branche, een speciale slagersklas Ondernemen van start te laten gaan."

ONDERNEMEN

Ondernemen leidt in twee jaar tijd op tot een Associate degree, een wettelijk erkend hbo-diploma. Het programma bevat de drie kerncompetenties van ondernemen: sales (het verkopen van je product), finance (prijsbepalen en boekhouden) en communicatieve vaardigheden (leidinggeven en jezelf presenteren). Je krijgt vakken als Marketing, Presenteren, Bedrijfsopvolging, Omgaan met klanten en Aannemen van personeel. De opleiding duurt twee jaar en je kunt die in duale vorm volgen: je komt dan één dag, of twee dagdelen, in de week naar school en je hebt minimaal een half jaar praktijkervaring. De praktijkopdrachten doe je in het bedrijf waar je werkt. Meer informatie over de opleiding: www.hr.nl/ondernemen. Meer informatie over Associate degrees: www.alleassociatedegrees.nl. Of bel met de Rotterdam Academy, Roland van der Poel, telefoon 06 41253705, of de KNS, Bob van Kessel, telefoon 070 3314625.



Zoutreductie ook actueel in slagersbranche

Zout speelt een belangrijke rol in voeding als het gaat om smaak, textuur en de houdbaarheid. Zoutreductie is deze tijd weer volop in het nieuws. De supermarkten en de vleessector leggen nog voor de zomer afspraken vast over zoutreductie in worst, ham, paté en andere vleesproducten.

Het zoutgehalte gaat met 10% omlaag. Ook het gehalte verzadigde vetten daalt, met 5%. Ook in de slagersbranche is er veel aandacht voor zoutreductie.

TNO onderzoekt in opdracht van de KNS de receptenmap voor het slagersbedrijf op mogelijke aanpassingen. Doel is om zout en vet te reduceren om invulling te geven aan de kernwaarde 'mens en gezondheid' en tevens gehoor te geven aan de wens van de overheid over terugdringen van zout en vet in voeding.

Hammen en worstsoorten worden nader onderzocht en zo mogelijk aangepast. Naar verwachting is hier een reductie van 10-15% te behalen ten opzichte van de huidige receptuur. Inmiddels zijn recepturen voor de groep gehakt, vlogklaarartikelen en maaltijdcomponenten toegevoegd met in achtname van zout- en vetbeperking. Naar verwachting worden de aangepaste recepturen in de receptenmap dit najaar gepubliceerd. Te veel zout kan leiden tot een hoge bloeddruk, hart- en vaatziekten en



nierschade. In Nederland gebruiken we in onze voeding gemiddeld 10 gram zout per dag, 2 gram zou al voldoende zijn. De nieuwe Nederlandse regel geldt niet voor beschermde soorten, zoals bijvoorbeeld de Parmaham.

Nederlander laat vlees ondanks negativiteit niet staan



Uit onderzoek blijkt dat de meeste Nederlanders niet minder of ander vlees te eten naar aanleiding van de recente vleeschandalen. Dat blijkt uit een onderzoek van de Stichting Natuur en Milieu onder 758 Nederlanders van 18 jaar en ouder.

VLEESETERS MINDER GESCHROKKEN

Wel veroorzaakte de vleeschandalen bij 47% van de ondervraagden een schok. Een vijfde van de deelnemers geeft aan vaker

biologisch of duurzaam vlees te eten of juist minder vlees te eten. Dit wordt echter niet gestaafd door de verkoopcijfers. Vooral vegetariërs schrikken van de vleeschandalen. Vleeseters zijn minder onder de indruk dan mensen die geen vlees eten.

VROUWEN MINDEREN EERDER

De onderzoekers van Natuur en Milieu stellen dat vrouwen eerder kiezen de vleesconsumptie te minderen dan mannen. Maar ook hier gaat het om lage percentages, die onder de 10% liggen.

Bron: Vlees.nl

Waterlant's Weelde in het Noordhollandse Oosthuizen is meer dan een slagerij. Slagerondernemer Jan Splinter hanteert in de hele bedrijfsvoering een consequente visie waarin diervriendelijk, streekeigen, kwaliteit en herkenbaarheid centraal staan. "Ik wil de consument een zo eerlijk mogelijk verhaal vertellen. Immers, eerlijk duurt nog steeds het langst." Een gesprek met een bevlogen ondernemer.

Slager Jan Splinter bouwde zijn vleesvakkenis, ervaring als ondernemer en mensenkennis van kinds af aan op. Opa en vader Splinter hadden een slagerij aan de Nieuwendammerdijk in Amsterdam en zelf had Splinter als ambtenaar elf jaar lang direct *feeling* met de maatschappij. "Pas op mijn dertigste ben ik begonnen met het harde werken,"



Jan Splinter, Waterlant's Weelde: "Eerlijk duurt nog steeds het langst"

vertelt hij glimlachend. Nadat de Nieuwendammerdijk in de zeventiger jaren tot een saneringsbuurt werd benoemd, kwamen de Splinters naar Oosthuizen in Waterland, de streek boven Amsterdam waar familie woont.

VISIE

Hier nam Jan Splinter de zaak in 1990 over. "Al vrij snel ontwikkelde ik een visie waarin ik afstand nam van gekkekoeienziekte, varkenspest en kippengriep. Ik wil de consument een zo eerlijk mogelijk verhaal vertellen. De mogelijkheden had

ik al. Mijn vader nam al jaren koeien af hier uit de omgeving. We hadden het begin van de keten, de levende inkoop dus zelf al in handen."

EIGEN PROTOCOL

Deze werkwijze heeft de ondernemer zelf

geformuleerd in een protocol met regels voor diervriendelijkheid, herkomstgarantie – dieren worden op het bedrijf geboren en gehouden, dus geen gesleep – streekeigen en natuurbeheer, kwaliteit en herkenbaarheid en transparantie. "Ik voorzag toen al dat de vleesconsument kritischer zou worden; hij wil de herkomst van producten weten, of wordt vegetariër. De eerste signalen zag ik al jaren geleden in de maatschappij. Aan de hand hiervan heb ik mijn bedrijfsmatige inzichten ontwikkeld en was ik overtuigd van onze aanpak. Er waren toen al voldoende consumenten die er net zo over dachten als ik." Hij koos voor een specialisme om zijn eigen klantenkring om zich heen te verzamelen. "Door een doelbewuste keuze te maken, duidelijk te zijn voor de consument en vooral te communiceren. Ik maak een goede PR-aanpak met een jaarplan en stel een budget vast. Meer heb ik niet nodig, want vanuit mijn eigen drive ligt mijn focus al heel sterk op PR," aldus de ondernemer.

TEGENDRAADS

Ook in het puntsgewijs acties neerzetten is Jan Splinter tegendraads. "Soms pak ik zaken op die verrassend en uniek zijn en daardoor publiciteit opleveren. Ik zoek als gespecialiseerde slagerij een grotere regio dan mijn dorp. Zo ben ik binnenkort bij een Open Dag van een gerenommeerd autobedrijf in Hoorn. Dat werkt gericht dan stevast wekelijks adverteren in de regio. Deze autodealer zoekt ondernemers die passen in zijn doelgroep, het hogere segment. Ik ben op dat evenement aanwezig met een hovenier, een kapper, een gespecialiseerde fietsenzaak. Kortom, met bedrijven die zich op hetzelfde segment richten en zo profiteren van elkaars klantengroepen." Een ander voorbeeld: op 30 juni organiseert hij een autopuzzeltocht tussen Amsterdam en Oosthuizen. De deelnemers – vaste klanten van de afgelopen twee jaar - kunnen dan de boeren bezoeken die leveren aan Waterlant's



Weelde. Als afsluiting is er een barbecue bij een van de bedrijven. De klanten ontvangen een persoonlijke uitnodiging en betalen alleen inschrijvingsgeld voor de tocht.

LEVENDE INKOOP

Splinter koopt voor het zeer brede vers basisvleesassortiment van Waterlant's Weelde zelf levende dieren uit de omgeving in: kalveren, lammeren, twee sterren scharrel- en biokip. Ze worden in Amsterdam geslacht en komen terug voor verwerking: tot vers vlees- en vlugklaarspecialiteiten, worst en ambachtelijke vleeswaren. Dit laatste is het terrein van chef worstmaker Ronald Smit. Hele geslachte varkens koopt Splinter voor verdere verwerking in van Bon Vivant.

BOEREN IN COÖPERATIE

De dertig boeren waarmee Splinter samenwerkt hechten dezelfde waarde aan herkomst en kwaliteit. "Alle boeren hebben zich verenigd in Waterland

"Wij gaan mee met trends, als die bij ons passen"

Coöperatief. Samen overleggen we over prijs, promotie en kwaliteit. Zo houden de boeren vrouwelijk Blonde d'Aquitaine; vee van zes, zeven jaar oud dat driemaal heeft gekalfd. Dat levert jaarrond eenzelfde vleeskwaliteit op met een mooie structuur en rijpheid. De stiertjes worden verwerkt tot moerkalfsvlees als ze zo'n acht maanden oud zijn. Het lamsvlees komt van streekeigen, drie tot zes maanden oude, Texelaars. Het rund-, kalfs- en lamsvlees draagt het keurmerk van Stichting Waterland, te vergelijken met het Eko-keurmerk. Daarnaast is Waterlant's Weelde lid van het Worstmakersgilde en verkoopt de zaak varkensvlees en kip





met het scharrelkeurmerk Producert en ScharrelHoen en producten met Streekproduct-keurmerk. "Met het eigen keurmerk van Stichting Waterland weten we zeker dat het vlees aan onze criteria voldoet, dat de kwaliteitseisen zijn gegarandeerd en de herkomstgarantie beter is geregeld. Toch ben ik tegen het gekoketteer met keurmerken die halve waarheden dekken. Met ons protocol communiceren we de kwaliteit, daar teken ik voor."

KLANTEN BLIJVEN BINDEN

De afnemers van Waterlant's Weelde zijn groothandels, restaurants en consumenten die ofwel naar de winkel in Oosthuizen komen, of bestellen op natuurvlees.nl. Dit is de webwinkel die echtgenote Yvonne Splinter en Annetiek Sens (hoofd productie veka's en webwinkel) verzorgen. Splinter bezorgt gratis thuis voor klanten in Noord-Holland. "De klanten bestellen via de webwinkel vooral lams- en kalfsvlees. Ze kopen ook andere producten uit de streek of producten met een herkomst met dezelfde filosofie, zoals Beemsterkaas

en vis van Van As en Zalmhuis Steur." Een webwinkel doe je er niet 'even bij', weet Splinter na dertien jaar natuurvlees.nl. "Online verkoop heeft een eigen organisatie met eigen moeilijkheden, wat veel tijd kost. Ook de klantbenadering is anders. Onderzoek terdege hoe je klanten trekt. Je moet deels nieuwe klanten bereiken en verleiden tot bestellen, terwijl je je ook moet blijven afvragen of dit niet ten koste van de winkel gaat," legt de slager uit. "Dan is een duidelijke en onderscheidende bedrijfsvisie essentieel voor een slagerij. In ons geval is dat diervriendelijk en streekeigen vlees bieden. We zagen dat de klanten van overal naar Oosthuizen kwamen. Om ze op een gemakkelijke manier te blijven binden, ook als ze online kopen, bezorgen we gratis thuis."

KEUKENGEREI EN CADEAU-ARTIKELEN

Het aanbod online en in de winkel bevat verder keukengeri en cadeau-artikelen, onder meer van Jamie Oliver. "Dit assortiment hebben we ontwikkeld in nauw overleg met de klanten. Winkelchef Arenden Wolde, juniorkampioen worstmaken en lid van het Platform Jonge Slagers, is

heel actief met productontwikkeling. Ons hele team van achttien medewerkers volgt culinaire trends en kijkt naar kookprogramma's. We zoeken daarbij steeds de verdieping. Voor bijvoorbeeld lamsbout informeren we niet alleen over de basisbereiding, maar ook over een techniek als slowcooking," vertelt Splinter.

VEGETARISCH

Hij ziet de vleesconsument bewegen. "Die consument wordt flexitariër of vegetariër, maar zeker is dat hij steeds vaker bewust kiest voor minder of geen vlees. Daarom brengen we al een jaar of zes een reeks vegetarische producten van lupine, soja of groente, zelf geproduceerd met soja of lupine van lokale boeren, danwel ingekocht. Ook in deze productgroep zoeken we naar eerlijke producten voor de maaltijd, of het nu vlees, vis of vegetarisch is. Je kunt als slager naar mijn mening niet meer om deze trend heen. Je moet in een breder kader denken, richting eetwinkels met groente, fruit en zuivel. Ik denk dat verbreden één van de kansen voor de slagerij is, afhankelijk van het aanbod. Bij Waterlant's Weelde bepalen mijn visie en affiniteit het aanbod in de winkel."

HERKENNING

Streekproducten blijven een trend, ook in crisistijden, daarvan is slager Splinter overtuigd. "Er blijven consumenten die voor massa kiezen, maar er blijft daarnaast ook een continue beweging van principiële consumenten die zoeken naar eerlijke producten. Wij gaan mee met trends, maar zodanig dat ze passen bij onze bedrijfsfilosofie. Op deze manier kan de consument ons direct herkennen".



Ledenvoordeel: energie opwekken met zonnepanelen

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

Er zijn verschillende zakelijke categorieën waarin je als ondernemer korting kan krijgen. KNS-leden kunnen inloggen op 'zakelijke voordelen' voor typische werkgeversaanbiedingen. In het programma bestaan een aantal langlopende aanbiedingen maar er zijn ook tijdelijke aanbiedingen die steeds worden 'ververst'. Alleen KNS-leden en hun medewerkers kunnen hier gebruik van maken. Het lidmaatschap wordt gecontroleerd.

ZONNEPANELEN

Nieuw in het aanbod zijn zonnepanelen met korting. Energieprijzen blijven stijgen, terwijl productiekosten voor zonnepanelen juist dalen. Zelf opwekken

van stroom met zonnepanelen is eenvoudig en heeft veel voordelen. Je verdient de investering dan ook ruimschoots terug.

Het is daarom nu het moment om tegen een zeer scherpe prijs een Rexel-switch2Sun-kit aan te schaffen. Op deze manier maak je snel gebruik van de voordelen van zonne-energie en kun je 'plug and play' stroom opwekken door het installatiegemak van deze zonnepanelen.

Overtuigd van de voordelen? Ga snel naar het www.knsnet.nl/ledenvoordeel. Op de homepage staat het voordeel met de zonnepanelen beschreven.

Nieuwe subsidie vervangt fiscale regeling leerwerkplekken

De fiscale "WVA-subsidie" wordt per 1 januari 2014 vervangen door een nieuwe subsidie. De "WVA-subsidie" is een fiscale regeling om bedrijven die leerwerkplekken aanbieden te compenseren.

Hiermee maken minister Bussemaker en staatssecretaris Weekers een einde aan de zogeheten afdrachtvermindering onderwijs. Dit zonder de doelstelling van de regeling, een financiële stimulans voor bedrijven die leerwerkplaatsen aanbieden, te wijzigen.

De nieuwe subsidie is bedoeld voor leerwerkplekken van opleidingen die deze steun het hardst nodig hebben zoals de bbl-opleidingen van SVO. We adviseren je jouw boekhouder/accountant hierover te informeren.



Makkie Mulder, hoofdredactrice van delicious.:

"Pure ingrediënten en gewone recepten met een twist"



Het internet staat vol met gratis recepten. Toch weet het foodmagazine 'delicious.' haar lezers elke maand weer te inspireren met verrassende recepten. Hoofdredacteur Makkie Mulder vertelt over het geheim van een goed recept en de trends die zij ziet in de markt.

Mensen hebben het steeds drukker en nemen minder tijd om te koken. Toch is foodmagazine delicious. nog altijd succesvol met recepten en culinaire tips. "Het is onze missie om mensen te inspireren om elke dag een feest te maken van de maaltijd", vertelt hoofdredacteur Makkie Mulder. "Ik hoor wel eens van mensen dat ze geen tijd hebben om te koken. Maar dat vind ik echt onzin. Ik heb zelf een drukke baan en mijn kinderen zijn ook klein geweest. Maar als je het slim plant, hoeft koken helemaal niet veel tijd te kosten. Je zoekt gewoon de recepten uit en doet voor drie dagen tegelijk de boodschappen. En daar begint de beleving al. Het koken

"Het is de uitdaging om gewone recepten een twist te geven"

kost je misschien een half uurtje. En je geniet zoveel meer van de maaltijd als deze met zorg is bereid. De maaltijd is bovendien een rustmoment waarbij je even tijd hebt voor elkaar. Dat moet je koesteren."

MET DELICIOUS. WETEN JULLIE LEZERS ENTHOUSIAST TE KRIJGEN OVER KOKEN. HOE DOEN JULLIE DAT?

"In de eerste plaats door veel ruimte te geven aan de foto's. We fotograferen echte maaltijden waar we niets aan manipuleren. Je ziet de puurheid van de ingrediënten en als je de teksten leest dan kun je ze bijna proeven. En het zijn altijd gerechten die mensen thuis ook kunnen maken. Het is instant happiness. Mensen zien een recept en binnen een paar uur hebben ze het zelf op tafel staan. Bovendien hebben alle medewerkers van delicious. een passie voor eten: van de redactieassistente tot de marketingmedewerker. Het blad wordt met hart en ziel gemaakt en dat zie je erin terug."

WAT IS HET GEHEIM VAN EEN GOED RECEPT?

"Het is de uitdaging om gewone recepten een twist te geven. Dit kun je doen met creatieve combinaties of door te werken met bijzondere kruiden. Het is bijvoorbeeld leuk om een keer een toko binnen te lopen of naar een bijzondere markt te gaan. Daar halen wij veel inspiratie vandaan en de adressen staan regelmatig in delicious.

Ook is het belangrijk om met goede ingrediënten te werken, omdat daar veel

meer smaak aan zit. We besteden in ons blad bovendien regelmatig aandacht aan de manier waarop mensen deze ingrediënten het beste kunnen bereiden. Hoe bak je nou een lekker stukje vlees? Welke pan gebruik je? En bak je in boter of olijfolie? Waar moet je op letten?"

WAT VINDT U GOEDE SPECIAALZAKEN?

"Ik vind het bijzonder als een ondernemer het lef heeft om het hoofd boven het maaiveld uit te steken. Ik kom zelf graag bij De Lindenhoff in Baambrugge of Chateaubriand in Heemstede. De dieren hangen daar nog echt aan de haak en ze verkopen topproducten. Maar speciaalzaken kunnen zich ook op andere manieren onderscheiden. Een ondernemer hoeft niet per se een groot assortiment te hebben, als hij maar iets bijzonders te bieden heeft en daar goed in is. Bilder & De Clercq in Amsterdam vind ik een voorbeeld van een goed origineel concept. Deze winkel bestaat uit tafels met op elke tafel een

recept met mooie foto's. Op deze tafels staan de ingrediënten voor dit recept precies afgemeten. Klanten kunnen hier dus voor twee personen rijst kopen. Er staan bakjes met planten, zodat mensen precies voldoende blaadjes koriander kunnen afplukken. De ingrediënten zijn vers en van goede kwaliteit. Dit soort ideeën vind ik verfrissend, nieuw en trendy."

WELKE TRENDS ZIET U IN DE MARKT?

"De belangrijkste trend is: groente. Mensen eten minder vlees en besteden meer aandacht aan groente. Dit kan bijvoorbeeld bloemkool zijn, maar dan geroosterd. Ook venkel, pastinaak, schorseneren of groenten uit een Midden-Oostenwinkel kunnen een bijzondere twist geven aan een recept. Een tweede trend is: biologische en eerlijke producten. De voedselschandalen dragen hier natuurlijk aan bij. Daarnaast zie ik dat lokale initiatieven het goed doen. Mensen willen graag





weten waar hun eten vandaan komt en op welke boerderij een dier is grootgebracht. Er zijn veel bedrijven die daarop inspelen met kratten. Klanten krijgen elke week een krat thuisbezorgd vol met eerlijke streekproducten, inclusief de recepten. Het is leuk om je elke week te laten verrassen."

KUNNEN SLAGERS OP DIE TRENDS INSPELEN?

"Zeker. Maar als je iets doet, dan moet je het wel goed doen. Het heeft geen zin om halfslachtig wat groenten te gaan verkopen. We leven in een tijd waarin samenwerken belangrijk is. Er ontstaan daardoor mooie initiatieven, zoals fietswinkel Lola in Den Haag, waar het niet alleen om fietsen gaat maar waar ook barista's de lekkerste koffie maken. Misschien is het wel leuk om een samenwerking aan te gaan met een boer of de Marokkaanse supermarkt om de hoek?"

Ook zou ik niet bang zijn om in te spelen op de actualiteit. Het paardenvleeschandaal lijkt me bijvoorbeeld een prachtig

"Het is de uitdaging om gewone recepten een twist te geven. Dit kun je doen met creatieve combinaties of door te werken met bijzondere kruiden"

moment om te laten zien dat jij wel mooi paardenvlees verkoopt en dat je weet wat ermee kunt doen."

ZIJN ER OOK KANSEN DIE SLAGERS NU LATEN LIGGEN?

"Ik denk dat de presentatie soms beter kan. Ik vind dat slagers er soms allemaal

ongeveer hetzelfde uitzien. Bakkers zijn bijvoorbeeld goed in staat om een ambachtelijke sfeer over te brengen, bijvoorbeeld met een schoolbord in de winkel of een papieren zakje met een handgeschreven tekst. Slagers zijn natuurlijk vakmensen. Het is de uitdaging om die passie over te brengen, zonder daarin te overdrijven. Het zijn vaak de details, zoals net even dat goede bakadvies, wat extra informatie over de producten of de manier waarop je klanten ontvangt. Mijn slager schrijft bijvoorbeeld met potlood op de verpakking welke vleessoort erin zit. Dat vind ik attent. Ik denk dat het bovendien goed is om regelmatig inspiratie op te doen door winkels te bezoeken in andere steden en uit andere branches. Mode- en kookwinkels hebben verrassende presentaties waar je iets mee kunt in je eigen winkel. Ook tijdschriften en websites zijn vaak inspirerend."

WAAR HAALT U UW INSPIRATIE VANDAAN?

"Ik vind het leuk om te reizen. Europa heeft zoveel mooie culinaire steden zoals Londen, Parijs, Antwerpen. Rue des Martyrs in Parijs is bijvoorbeeld een prachtige culinaire straat met de beste bakkers en de beste delicatessезaken. Als redactie hebben we wel eens bedacht dat we in Nederland ook een culinaire straat hebben, namelijk de Haarlemmerstraat in Amsterdam. In het juninummer van delicious hebben wij een reportage rondom deze straat, met een route uitgestippeld langs de mooiste winkels. Het begint met een ontbijt en dan ga je winkelen in al die specialzaken van mensen die houden van hun vak. En in elke winkel is er iets extra's voor onze lezers. Een mooi brood, iets te proeven en hier en daar iets lekkers. Dat bij elkaar is de strik om de verpakking. En we geven recepten met de producten uit die straat. Zo wordt boodschappen doen onderdeel van de beleving."

Slagerspassie, online omgeving voor de slagersbranche

Het leuke van Slagerspassie is: het is voor iedereen! Voor de ondernemer maar ook voor elke medewerker in de slagerij. Door het online karakter kun je Slagerspassie elke dag en elk moment van de dag bezoeken, op de computer, laptop en op tablet.

Er worden grote stappen vooruit gezet richting de lancering van www.slagerspassie.nl. Een flink aantal mensen is dagelijks aan de slag met Slagerspassie. Er is vanaf het begin al een grote betrokkenheid vanuit de branche. Slagerspassie is inspiratie voor en door slagers voor een andere kijk op jouw vak!

Medewerkers, ondernemers en inhoudskundigen hebben aan tafel gezeten



voor een inhoudelijke bijdrage aan deze digitale inspiratieomgeving. Daarna zijn er veel gesprekken gevoerd met tientallen slagers om voorbeelden te halen die anderen kunnen inspireren. Ook is bij een flink aantal slagerijen gefotografeerd en gefilmd. De slagersbranche wordt dus letterlijk in beeld gebracht!

SLAGERSPASSIE, IN GESPREK MET COLLEGA'S

Naast het opdoen en brengen van inspirerende voorbeelden is Slagerspassie zeker ook een middel om met elkaar in gesprek te gaan. De inhoud van de magazines en artikelen kunnen aanleiding geven om in de slagerij in gesprek te gaan over bepaalde onderwerpen. Als ondernemer heb je de mogelijkheid magazines en artikelen voor de medewerkers klaar te zetten. Zo motiveer je medewerkers over onderwerpen te lezen

die jij belangrijk en interessant vindt voor jouw slagerij.

Maar Slagerspassie geeft je ook de mogelijkheid om met mensen uit andere slagerijen in contact te komen. Iedereen die zich straks heeft aangemeld

op www.slagerspassie.nl kan andere medewerkers en ondernemers in hun netwerk opnemen. Je zet jezelf letterlijk en figuurlijk op de kaart. Je kunt met elkaar 'in gesprek' gaan en elkaars acties op Slagerspassie volgen. Daarnaast is er voor ondernemers een forum waar gediscussieerd kan worden over actuele onderwerpen. Slagerspassie wordt dé omgeving voor de hele branche waar je je eigen slagersnetwerk kunt uitbouwen.

Hoe meer slagers en medewerkers gebruik maken van Slagerspassie hoe beter! Kom straks niet alleen inspiratie halen, maar voeg ook inspirerende voorbeelden toe en deel met deze 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 mediaberichten samengevat. Heb je vragen over Slagerspassie, stuur dan een mail naar info@slagerspassie.nl.





International Butchers' Confederation (IBC)

Internationale Slagers Federatie

In mei heeft in Frankfurt de voorjaarsvergadering plaatsgevonden van de Internationale Slagers Federatie (IBC). Als aangesloten lid was ook de KNS met een delegatie, bestaande uit KNS-voorzitter Ad Bergwerff en Hans Hulshof, Hoofd Beleid Ondernemerszaken & Vaktechnologie, vertegenwoordigd.

IFFA

De IBC-vergadering vond plaats terwijl de IFFA in de Frankfurter Messe losbarstte. IFFA is de toonaangevende internationale vakbeurs voor verwerking, verpakking en verkoop in de vleesindustrie. Het is het internationale platform voor de vleesverwerkende industrie en 's werelds belangrijkste forum voor investeringsbeslissingen sinds 1949. Dankzij het enorme scala aan producten, evenals het uitzonderlijk grote aantal

internationale exposanten en bezoekers, geeft de IFFA om de drie jaar een goed beeld van de sector. Fabrikanten van over de hele wereld toonden innovaties en trends op het gebied van onder meer slachtlijnen, verwerking en snijden, verpakking, weegapparatuur en ingrediënten.

TRENDS OP DE IFFA

Opvallend was de aandacht voor zoutreductie, met name in gekookte worst en

gekookte ham, maar ook in traditionele producten zoals salami en leverpastei. Het aandeel gemaksproducten blijkt toegenomen en de trend naar gemarineerd vlees blijft overeind en niet alleen in het barbecueseizoen. Kant-en-klaar en voor een deel ook gekruid vers vlees zijn groeiende segmenten in de gemakssector. Door het gebruik van verpakkingen onder beschermende atmosfeer (MAP, ofwel modified atmosphere packaging, red.) kan de houdbaarheid van vleesproducten worden verhoogd, zo lieten diverse standhouders zien. Specerijen en kruiden worden niet alleen gebruikt om de smaak van voedingsmiddelen te verfijnen, ze worden ook steeds vaker ingezet om het uiterlijk van voedsel een beter aanzien te geven.

De vertegenwoordigers van de IBC werden hartelijk ontvangen op de stand van het Deutscher Fleischer Verband (DFV), de zusterorganisatie van de KNS. Op deze stand vond zaterdagavond 4 mei tevens de prijsuitreiking plaats van de International Young Butchers' Competition (IYBC), waarbij het Nederlandse team de eerste plaats wist te veroveren.

AGENDAPUNTEN

Belangrijkste agendapunt tijdens de IBC-vergadering vormde de 'Verordening voor de verstrekking van voedselinformatie aan de consument', die in de zomer van 2011 door het Europees Parlement is aangenomen.

Deze verordening vervangt de huidige versnipperde etiketteringwetgeving met als doel de consument beter te informeren bij het kopen van voedingsmiddelen, waardoor een meer gezonde keuze kan worden gemaakt.

Na publicatie van de verordening in het Publicatieblad van de Europese Unie (22 november 2011) gaan de voorschriften na drie jaar in (13 december 2014); de verplichte voedingswaardedeclaratie kent een implementatieperiode van vijf jaar (13 december 2016). Dat betekent dat binnen twee jaar, uiterlijk 13 december

2013, de verplichte aanduiding van het land van herkomst verder uitgewerkt moet zijn door een werkgroep van de Europese Commissie, ook voor verwerkt vlees en gebruikt vlees als ingrediënt.

ETIKETTERINGWETGEVING: BELANGRIJKE WIJZIGINGEN

De belangrijkste wijzigingen ten opzichte van de huidige wetgeving zijn de herkomstaanduiding bij vlees, de verplichte voedingswaardedeclaratie en de verplichte vermelding van allergenen, ook bij onverpakte producten.

- Land van herkomst: Bij vlees moet straks altijd het land van herkomst worden vermeld. Hoe deze verplichting er precies uit komt te zien, is nog niet duidelijk.
- Voedingswaardedeclaratie: Daarnaast moet bij voorverpakte producten op het etiket de voedingswaardedeclaratie worden vermeld (energie, vet, verzadigd vet, koolhydraten, suikers, eiwit en zout). De vermelding is niet verplicht bij onverwerkte producten, die uit één ingrediënt bestaan (zoals vlees) en ook niet voor onverpakte producten.
- Allergenen: Ook moet straks bij alle producten (ook niet voorverpakte) informatie over de aanwezige

allergenen aanwezig zijn. Deze informatie hoeft niet per sé op een bordje bij de producten te staan, als de informatie maar beschikbaar is. Met de NVWA wordt nog overlegd hoe dit praktisch wordt ingevuld.

GEVOLGEN VOOR SLAGERS?

De KNS is met betrekking tot de nieuwe of gewijzigde bepalingen een actieve lobby gestart voor praktisch uitvoerbare, nationale regels en wordt hierbij ondersteund door het Productschappen Vee en Vlees (PVV) en Pluimvee en Eieren (PPE) en MKB-Nederland. Daarnaast is de KNS – in samenwerking met PS in Foodservice – bezig met de ontwikkeling van een speciale ingrediëntendatabase voor slagers als digitaal antwoord op de gestelde wettelijke eisen van de overheid en de informatiebehoefte van afnemers. Dit project is beter bekend als PS voor slagers. Nadere informatie over de Ingrediëntendatabase vind je elders in dit blad.

Via participatie van de KNS in het bestuur van PVE en het door het lidmaatschap van de KNS en onze leden van MKB-Nederland, zijn daarmee nog twee krachtige partijen actief in de Europese politiek.

INTERNATIONAL BUTCHERS' CONFEDERATION (IBC)

De IBC is een federatie van nationale verenigingen van kleine en middelgrote ambachtelijke slagerij- en cateringbedrijven. Je kan het een Europese branchevereniging noemen. De IBC vertegenwoordigt op dit moment 16 organisaties uit Europese landen met een totaal van meer dan 150.000 ambachtelijke slagerij- en cateringbedrijven, die samen werk bieden aan bijna 1 miljoen mensen. De totale omzet van deze sector bedraagt in de aangesloten landen meer dan € 60 miljard per jaar. Nederland is vertegenwoordigd door de KNS.

Sinds 1991 is de IBC vertegenwoordigd in Brussel met een permanent secretariaat-generaal. Met een eigen

vertegenwoordiging in de hoofdstad van Europa spreekt de Europese ambachtelijke slagerijsector met één stem als het gaat om de verdediging van haar belangen binnen de instellingen van de Europese Gemeenschappen, zoals het Europese Parlement, de Europese Commissie en de Europese Raad.

Samen met deskundigen uit de aangesloten landen is de IBC vertegenwoordigd in werkgroepen die de Europese Commissie adviseren als het gaat om de voedselketen en dierenwelzijn. Op deze wijze kunnen de belangen van de Europese ambachtelijke slagerijsector vroegtijdig en rechtstreeks worden verdedigd.

PS voor slagers – hoe werkt het?

In de vorige edities van De Slager is al veel gecommuniceerd over de mogelijkheden van PS voor slagers. Maar hoe ziet het er nu eigenlijk uit? Hierbij alvast een voorproefje.

INLOGGEN

Elke slager heeft in PS voor slagers zijn eigen omgeving. Via de homepage kan je met een gebruikersnaam en wachtwoord inloggen. Deze inlog wordt na aanmelding per mail toegestuurd.

BEHEER

Onder de 'Beheer' kan men kiezen uit 4 opties. Bij 'Gebruiker' kan je de NAW-gegevens invullen en het wachtwoord beheren. Ook het beheer van etiketinstellingen kan op deze pagina.

DIGITALE MAGAZIJN

Bij 'Merken' kan je aangeven wie de leveranciers zijn van je eigen grondstoffen, ingrediënten en hulpstoffen. De specifieke producten zijn dan onder 'Ingrediënten' te selecteren. Deze gegevens worden vanuit de PS-database gehaald, variërend van rauw vlees (NEVO-gegevens) tot poederkruiden van een specifieke leverancier/merk. Gebruik



je een product dat niet beschikbaar is via de PS database dan kun je dit zelf toevoegen. PS activeert de leverancier/fabrikant om voortaan de productinformatie via PS beschikbaar te stellen. Met deze toepassing wordt het opbouwen van een eigen digitale magazijn heel makkelijk.

RECEPTENOPBOUW

Wanneer het eigen digitale magazijn is samengesteld, is het mogelijk om met de geselecteerde grondstoffen en ingrediënten recepten te maken.

Het is niet alleen mogelijk om zelf een nieuw recept in te voeren, een recept kan ook gekopieerd worden. Dit laatste is bijvoorbeeld handig wanneer je een nieuwe variant maakt op een bestaand recept. Wanneer bijvoorbeeld het product 'gekruid gehakt' wordt gebruikt om 'grootmoeders gehaktballen' te maken.

Een groot voordeel van PS voor slagers is dat de KNS-receptenmap digitaal beschikbaar is en de recepten direct kunnen worden overgenomen in de eigen

omgeving binnen PS voor slagers. Naast het aangeven van de ingrediënten en hoeveelheden (ook de KWID), kan je ook een bereidingswijze aangeven. Door een bepaalde bereiding (grillen, pasteuriseren, braden) kan het zout-, vocht- en /of vetgehalte van het product veranderen. De formules zijn door TNO samengesteld. Door het invoeren van het begin en eindgewicht worden de voedingswaardes 'automatisch' via PS voor slagers gecalculleerd.

PRODUCTINFORMATIE

Onder de button 'Producten' worden alle producten getoond die de slager in het assortiment heeft; voor consument en/of professionele klanten. Dit kunnen de eigen samengestelde producten zijn, maar ook bestaande producten, zoals brood, wijn, kazen.

Een product uit het digitale magazijn kan in dit veld geselecteerd worden, waarna er een etiket of productspecificatie kan worden geprint. Hierop wordt in ieder geval de naam van het product aangegeven, de voedingswaarde en de ingrediënten, waaronder de allergenen. Met de Europese Wetgeving 1169/2011 worden er nieuwe eisen gesteld aan het vermelden van allergeneninformatie op het etiket. Met PS voor slagers is het

heel makkelijk om hieraan te voldoen. Toevoegen van eventuele extra informatie is ook mogelijk, bijvoorbeeld de houdbaarheidsdatum, bewaaradvies, foto en omschrijving van het product.

Door middel van deze software kan een slager zijn klant optimaal informeren. PS voor slagers kan natuurlijk gebruikt worden om vragen van klanten optimaal te beantwoorden. Ook komt de mogelijkheid om de informatie te tonen op de eigen website/bestelsite (vermelden van allergenen is eind 2014 wettelijk verplicht).

Op de hoogte blijven van de ontwikkelingen van PS voor slagers? Bekijk de website: www.PSvoorslagers.nl of volg ons via twitter: @PSvoorslagers.

KNS RECEPTENMAP

De 'Recepten- en Informatiemap' stamt uit 1996 en wordt op dit moment geactualiseerd. Samen met TNO en Paul van Trigtr wordt de receptenmap uitgebreid met de productcategorieën gehakt en verse worst, vlog- en panklare artikelen, maaltijden en maaltijdcomponenten. Tevens zijn recepten aangepast naar meer gewenste (nutriënten)samenstelling op adviezen van de Gezondheidsraad. De vernieuwde recepten passen in een verantwoord dieet. Een groot voordeel van PS voor slagers is dat hierin de KNS-receptenmap (digitaal) is verwerkt en voor alle slagers toegankelijk is.

DEMO PS VOOR SLAGERS

Op dit moment bevindt PS voor slagers zich in de testfase en wordt de



software verder geoptimaliseerd. De verwachting is dat PS voor slagers eind juni beschikbaar is. Wil je meer weten? Bel 06-13782098 of mail naar: info@PSvoorslagers.nl.

Na de zomer worden tijdens diverse KNS-overleggen of werkgroepen demo's gegeven.

HOEVEEL KOST PS VOOR SLAGERS?

Voor PS voor slagers betaal je eenmalig een basisfee van € 250.* De abonnementskosten bedragen € 25 per maand.* Deze prijzen gelden uitsluitend voor KNS leden.

* Prijzen exclusief btw.



HEVEL Vacuümzakken
Echte kwaliteit heeft een naam!



ESBL-bacterie in biefstuk

De Telegraaf kopte op vrijdag 24 mei dat in 40% van het kalfsvlees en 13% van de biefstukken die in de schappen liggen in de supermarkt en bij de slager, de bacterie ESBL zit. Die bacterie zorgt ervoor dat antibiotica niet meer werken.

Dat blijkt uit onderzoek van de Consumentenbond in opdracht van het ministerie van Economische Zaken, waarvan de resultaten bekend zijn gemaakt. De Consumentenbond nam monsters van 210 stukken rundvlees uit supermarkten en slagerijen verspreid over Nederland, en testte deze op de risicovolle bacterie. De resultaten noemt de bond 'zorgwekkend'.

Wie in aanraking komt met ESBL wordt niet direct ziek, maar de bacterie kan zich wel in het lichaam nestelen en grote schade veroorzaken. "De bacterie kan

bijvoorbeeld voor een blaasontsteking zorgen en antibiotica helpen dan niet", aldus Jan Kluytmans, hoogleraar microbiologie aan het VU medisch centrum en het Amphia Ziekenhuis.

De KNS verwijst naar de informatie die aanwezig is op de KNS-website. Bij goed verhitten van vleesproducten geeft de ESBL-bacterie geen gezondheidsgevaar voor de consument. Daarnaast is het essentieel dat slagere werken volgens de regels van de Hygiëncode van het Slagersbedrijf.

Het Productschap Vee en Vlees, PVE, licht toe: "ESBL is een bacterie, die komt van buiten, zit overal in het milieu en kan daarom voorkomen op alle soorten voedingsmiddelen. Het is geen specifiek probleem van alleen vleesproducten.

Omdat de bacterie van buiten komt, zit de bacterie dus niet in een biefstuk, maar aan de buitenkant van vlees. Voor gehakte producten ligt dat anders. Het goed verhitten van vlees en thuis ook de nodige hygiëne-regels in acht nemen is dus belangrijk en afdoende om deze bacterie onschadelijk te maken."

Voor meer informatie kun je contact opnemen met de PVE, het Productschap Vee en Vlees: www.pve.nl.



Bedrijfsopvolgingsfaciliteit Successiewet niet discriminerend

Op 13 juli 2012 besliste de rechtbank Breda dat de bedrijfsopvolgingsfaciliteit in de Successiewet discriminerend is. Het onderscheid in de behandeling tussen ondernemingsvermogen en privé-vermogen leidde volgens de Rechtbank tot bevoordeling van ondernemingsvermogen en gaat veel verder dan het doel van de regeling.

Het doel van de regeling was het voorkomen van liquiditeitsproblemen bij de onderneming als gevolg van heffing van erf- of schenkbelasting. Na deze uitspraak hebben we diverse andersluidende uitspraken van verschillende Rechtbanken gekregen. Dit heeft geleid tot het massaal indienen van bezwaarschriften.

Op 18 april 2013 heeft het Hof Den Bosch echter beslist dat de bedrijfsopvolgingsfaciliteit niet discriminerend is. Het Hof is het wel eens met de Rechtbank dat het verkrijgen van ondernemingsvermogen en privé-vermogen gelijke gevallen zijn. Echter, de verruiming van ondernemingsvermogen in 2005 tot 60% werd echter door het Hof als niet onredelijk beoordeeld. Tevens was volgens het Hof het doel dat de wetgever met de bedrijfsopvolgingsfaciliteit voor ogen had gehad inmiddels gewijzigd, waardoor de hoogte van de vrijstelling in 2007 tot 75% niet meer van belang was. Bij de bedrijfsopvolgingsfaciliteit dient immers

volgens het Hof voor op te staan dat de continuïteit van de (materiële) onderneming gewaarborgd is. Ook als het betalen van erfbelasting niet op problemen stuit. Deze waarborg vindt het Hof een acceptabele onderbouwing voor de verschillende behandeling van de verkrijging van ondernemingsvermogen en het verkrijgen van privé-vermogen.

BTW DUBIEUZE DEBITEUREN NIET ALS VOORBELASTING AFTREKBAAR

Indien een belastingplichtige daarom verzoekt, wordt er een teruggaaf btw verleend indien in verband met leveringen en diensten voor zover de vergoeding niet is en niet zal worden ontvangen. De btw van de dubieuze debiteuren of oninbare vorderingen moet worden teruggevraagd op grond van een verzoek (artikel 29, lid 1, onderdeel a, van de Wet Omzetbelasting) en mag niet als voorbelasting worden verwerkt in de aangifte omzetbelasting. De btw die is begrepen in creditnota's kan wel rechtstreeks op de aangifte in mindering

worden gebracht maar dat betekent volgens Hof Amsterdam niet dat dit ook geldt voor de btw die is begrepen in de vorderingen op dubieuze debiteuren. De ondernemer die een creditnota verzendt, geeft daarmee zijn vordering prijs. Dit is niet dezelfde situatie als de ondernemer die denkt dat hij een vergoeding niet of niet geheel ontvangt van een debiteur.

Er kan echter ook sprake zijn van een situatie dat een vergoeding niet is of niet wordt ontvangen als de prijs is verlaagd of als de goederen ongebruikt zijn teruggenomen. Het gaat hier om de situatie dat de btw verschuldigd wordt omdat de voorbelasting in aftrek is gebracht en de vergoeding waarop dat bedrag betrekking heeft, niet of niet volledig wordt betaald dan wel wordt terugontvangen. Het terugvragen of afdragen van deze btw moet in een apart verzoek worden gedaan. Het is namelijk niet toegestaan om de btw in de aangifte omzetbelasting aan te geven als voorbelasting of als af te dragen omzetbelasting.



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

Klanten werven en behouden in de vakantieperiode



In het algemeen neemt de klantentrouw op alle fronten af, al is het alleen maar omdat er zo veel meer keuzemogelijkheden zijn. Maar toch zijn er, zeker ook in de slagersbranche, veel voorbeelden van hele hechte en vaste klantenkringen die eerder groeien dan kleiner worden. Een klant die langer klant blijft is veel waard. Een vaste klant is overtuigd van je kwaliteiten en je service en is voor jou een belangrijke promotor naar anderen. Als ondernemer moet je er dus moeite voor doen om deze relatie in stand te houden. Nu de vakantieperiode weer aanbreekt is het ook van belang om de omzet in de vakantie op peil te houden en je vaste klanten extra service te bieden.

Een klant wil altijd het gevoel hebben dat hij wordt gewaardeerd. En dat hij door jou erkend wordt als een belangrijke klant. Hoe langer een klant bij jou koopt, hoe meer je je best moet doen om de relatie krachtig en verrassend te laten zijn. Denk ook tijdens de vakantieperiode met je klanten mee. Er zijn klanten die op vakantie gaan en die je de mogelijkheid wil bieden om op hun vakantiebestemming van je product te laten genieten. Er zijn ook klanten die thuis blijven tijdens de zomerperiode en ook daar liggen kansen. Een aantal suggesties!

ASSORTIMENT

Het assortiment van je slagerij ziet er in de zomer anders uit dan in de winter. Tijdens de zomerperiode wordt meer de nadruk gelegd op het buitenkoken.



Uiteraard is het barbecue-assortiment hierbij van belang. Maar ook het gemak speelt bij warme dagen een rol. Bij de presentatie kunnen naast de barbecue ook vlug- en panklare artikelen, salades/rauwkosten en de belegde broodjes worden geaccentueerd.

PICKNICK

Klanten willen op een zomerse dag graag uitpakken met een heerlijke picknick en gezellig eten in de buitenlucht. Hier kan je als versspecialist mooi op inspelen. Dit kan in eerste instantie al met je standaard assortiment, bijvoorbeeld

"Een klant wil altijd het gevoel hebben dat hij wordt gewaardeerd. En dat hij door jou erkend wordt als een belangrijke klant"

gezouten en gerookte vleeswaren zoals salami en gerookte ham. Deze hebben de voorkeur boven verse vleeswaren zoals filet américain. Ook het nevenassortiment kan hierbij onder de aandacht worden gebracht. Een lekkere wijn en het aanbieden van belegde broodjes past hierbij. Het aanbieden van complete picknickmanden sluit hier mooi op aan. Het adviseren over de te nemen voorzorgsmaatregelen m.b.t. hygiëne bij warm weer is erg belangrijk.

VLEES MEE OP REIS

Door vlees vacuüm te verpakken kan dit worden meegenomen naar een vakantiebestemming. Mits gekoeld bewaard, kan de klant op vakantie van zijn vertrouwde vlees genieten. Ook kunnen kant en klaar gemaakte maaltijden worden gevaccineerd, zodat deze op de plaats van bestemming alleen even hoeven te worden opgewarmd. Een goede productkwaliteit en advisering zijn, om teleurstellingen te voorkomen, essentieel.

Een andere mogelijkheid om je klant vlees mee te laten nemen op vakantie is door het inblikken van vlees. Ook dit proces dient goed te worden beheerst en

het product dient van goede kwaliteit te zijn. Een microbiologisch onderzoek van deze producten kan hierbij nodig zijn.

NA DE VAKANTIE

Het is natuurlijk ook van belang dat je klanten na de vakantie weer bij je terugkomen. Dit kun je realiseren door aan het begin van de vakantieperiode te starten met een stempelactie en het uitdelen van stempelkaarten. Een ander voorbeeld is het uitdelen van een 'koelkastkaartje'. Dit kaartje is ideaal voor klanten om thuis achter te laten als ze op vakantie zijn. Op het kaartje kunnen belangrijke onderwerpen worden geschreven, die klanten bij terugkomst van vakantie niet mogen vergeten. Natuurlijk staan ook de meest actuele aanbiedingen van je slagerij op het kaartje vermeld.

Constance kwaliteit en constante service zijn erg belangrijk voor je klanten. In de loop der jaren is er vertrouwen ontstaan. Dat vertrouwen is onbetaalbaar. Jij en je team zijn de enige die deze unieke relatie kunnen laten voortbestaan. Een constante productkwaliteit en goed advies is de beste klantenbinding, ook tijdens de zomerperiode.

Bewaartermijnen en andere verplichtingen

Als slagerondernemer heb je met veel controlerende instanties te maken. De belangrijkste zijn de belastingdienst, de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) en de Inspectie Sociale Zaken en Werkgelegenheid (SZW). Al deze organen hebben de bevoegdheid om te controleren en zo nodig te handhaven bij misstanden. Ter voorkoming van misstanden doe je er verstandig aan de regels te volgen.

BELASTINGDIENST

Als ondernemer dien je volgens de wet dat wat van belang is voor belastingheffing minimaal 7 jaar te bewaren, de zogenaamde fiscale bewaarplicht. Het gaat hierbij met name om basisgegevens als; het grootboek, de debiteuren- en crediteurenadministratie, de voorraadadministratie, de in- en verkoopadministratie en de loonadministratie. De belastingdienst vraagt basisgegevens ouder dan 7 jaar niet meer op.

Op deze 7 jaartermijn bestaan natuurlijk uitzonderingen. Met de belastingdienst kunnen desgewenst afspraken worden gemaakt over een kortere bewaartermijn voor gegevens die niet tot de basisgegevens behoren. Een vaste uitzondering op de 7 jaartermijn betreft de bewaarplicht voor gegevens van onroerende zaken, deze moet je 10 jaar te bewaren.

Het bewaren van gegevens zit niet alleen op (uitgeprinte) schriftelijke stukken, maar ook documenten op harddisks, cd-rom's, usb-sticks, computerprogramma's, brongegevens en administratie bij een derde, enzovoorts. De belastingdienst wil dat alles bewaard blijft. Wil je bepaalde gegevens in een andere vorm bewaren dan de oorspronkelijke, dan kan dit alleen onder bepaalde voorwaarden.

Dat de fiscale bewaarplicht niet te lichtvaardig opgevat moet worden blijkt wel

uit de sancties die de belastingdienst kan opleggen. Controleert de belastinginspecteur en constateert de inspecteur dat je niet voldoet aan de fiscale bewaarplicht, dan loop je naast het opgelegd krijgen van een boete, ook het risico op strafrechtelijke vervolging.

INSPECTIE SZW

De inspectie SZW controleert bedrijven waar het gaat om handhaving van wetten en regels aangaande werk en inkomen. Met het oog hierop is het natuurlijk verstandig de wetten en besluiten aangaande werk en inkomen na te leven.

Controle op arbeidsomstandigheden en arbeidsverhoudingen spreken het meest tot de verbeelding. Met betrekking tot de arbeidsomstandigheden geldt dat de veiligheid en gezondheid van werknemers onderwerp van controle is. Daar waar het gaat om de arbeidsverhoudingen, worden die gecontroleerd op naleving van regels omtrent bijvoorbeeld minimumloon,

illegale tewerkstelling, arbeidsuitbuiting enzovoorts. Met betrekking tot het laatste geldt dat het voorhanden hebben van onder andere kopieën van identificatiebewijzen van werknemers, zelfs tot 5 jaar na het eindigen van een dienstverband, verplicht is en er voor kan zorgen dat een inspectie vlot en zonder nare gevolgen verloopt. Met het oog op de veiligheid van werknemers is het hebben van een risico-inventarisatie & -evaluatie (RI&E) door de Inspectie SZW verplicht gesteld. Het hebben van een volledig ingevulde RI&E zorgt ervoor dat voor jouw bedrijf voor de Inspectie SZW inzichtelijk is waar de risico's op het gebied van arbeidsomstandigheden liggen en hoe daarmee wordt omgegaan binnen het bedrijf.

Ook hier geldt dat een inspecteur bij een geconstateerde overtreding handhavend optreedt. Afhankelijk van de ernst van de overtreding en de wet die wordt overtreden kan de inspecteur bijvoorbeeld een waarschuwing geven, een boete opleggen of zelfs een bedrijf stilleggen.

NVWA

De NVWA is misschien wel de instantie waar de branche in de praktijk het meest mee geconfronteerd wordt waar het gaat om controles. Voor de ambachtelijke slagerij die niet zelfslachtend is, zou het voldoende moeten zijn om de Hygiëncode voor het Slagersbedrijf te volgen om

niet tegen overtredingen aan te lopen. Voor de groep slagerondernemers die ook zelfslachtend zijn, geldt dat zij veel vaker met de NVWA te maken hebben, denk alleen al aan de keuringen rondom een slachting. Voor deze groep slagers is de module 'slachten voor kleine roodvleesslachterijen' een leidend document om aan de noodzakelijke verplichtingen te voldoen.

Als de NVWA komt controleren, dan wil de NVWA natuurlijk gegevens inzien. Met betrekking tot HACCP-gerelateerde zaken is de regel dat documenten een passende periode bewaard dienen te worden en de informatie actueel moet zijn. In de hygiëncode is opgenomen dat een jaar een passende periode is voor bewaren van deze gegevens. Met betrekking tot bijvoorbeeld doorlevering/vervoer van levensmiddelen of dierlijke bijproducten wil de NVWA de gangen ook na kunnen gaan. Daarbij behorende handelsdocumenten dienen voor langere termijn bewaard te worden. Hier wordt met het oog op de fiscale bewaarplicht snel aan voldaan, omdat met het oog op die verplichting facturen, pakbonnen enzovoorts bewaard dienen te blijven. Ook waar het gaat om een door een NVWA-inspecteur geconstateerde overtreding geldt dat de inspecteur een sanctie kan opleggen. Hierbij kan weer gedacht worden aan waarschuwingen, boetes en stilleggen van bedrijven.

VAN BELANG

Kijkend naar het bovenstaande is het van belang dat gerealiseerd wordt dat het noodzakelijk is dat je als ondernemer met betrekking tot de verschillende instanties die toezicht houden en/of handhaven de administratie op orde is. Hierboven is slechts een aantal punten aangehaald die van belang zijn. Mocht je daarvoor aanleiding zien dan is het zaak om na te gaan of je zaken op orde zijn. Mocht je vragen hebben dan kun je natuurlijk ook contact opnemen met de KNS, tel: 070 3314621.



Pensioenen in Nederland gaan veranderen

De komende jaren gaat er veel gebeuren rondom de AOW en de pensioenen. Ook het Pensioenfonds voor het Slagersbedrijf krijgt met veranderingen te maken. Er zijn twee belangrijke redenen om het pensioenstelsel aan te passen.

NEDERLANDERS WORDEN STEEDS OUDER

Nederlanders krijgen dus steeds langer pensioen. Maar daar is niet genoeg premie voor betaald. Ook zijn er steeds meer gepensioneerden en steeds minder mensen die werken en premie betalen. Hierdoor is er misschien te weinig geld in kas om ook in de toekomst de AOW en de pensioenen te kunnen betalen.

HET PENSIOEN MOET IN DE TOEKOMST VEILIGER ZIJN

Een financiële crisis heeft nu veel invloed op het pensioen. Dat hebben

we de afgelopen jaren gemerkt. Als de beurskoersen dalen en de rente laag is, komen pensioenfondsen in de financiële problemen. De overheid wil het pensioenstelsel moderner en stabiel maken. Het kabinet gaat dit met werkgevers en werknemers uitwerken. De bedoeling is dat er per 2015 een nieuwe pensioenregeling komt. Een pensioenregeling die schokbestendig is en waarin de koopkracht beter op peil blijft.

DE AFSPRAKEN STAAN IN EEN NIEUW SOCIAAL AKKOORD

Het kabinet, werkgevers en werknemers sloten in april dit sociaal akkoord om de economie en de werkgelegenheid weer op gang te krijgen. In de slagersbranche zijn werkgevers en werknemers in overleg over nieuwe cao-afspraken. De pensioenen horen daar ook bij. We houden je op de hoogte.

Sommige ouderen krijgen een compensatie voor de AOW

Vanaf 1 januari 2013 gaat de AOW-leeftijd stapsgewijs omhoog. Zijn er medewerkers die op 1 januari 2013 al met de VUT of met prepensioenen waren? Dan hebben zij mogelijk een AOW-gat, omdat de AOW later ingaat. Kunnen zij het verlies aan inkomen door verhoging van de AOW-leeftijd niet zelf opvangen? Dan krijgen zij onder voorwaarden een **overbruggingsuitkering**. Dit zijn de regels:

- Woont de medewerker samen? Het inkomen samen mag niet hoger zijn dan 300% van het wettelijk minimumloon.
- Is de medewerker alleen? Het inkomen mag niet hoger zijn dan 200% van het wettelijk minimumloon.

Er is ook een voorschotregeling. De medewerker krijgt in bepaalde gevallen een voorschot op zijn AOW. Meer informatie vind je op svb.nl.



Lekker Koken met... de 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 Vers-grossiers en het consumentenreceptenblad Lekker koken met... speelt naadloos in op deze klantbehoefte.



TOONBANKACTIES

Elke maand heeft Interkring Vers een actie met diverse specialiteiten. Eén maand voor verschijning van het volgende nummer van Lekker koken met... plaatsen we in Vakblad De Slager de versproducten die in het magazine aan bod zullen komen. Dit blijkt een

prima hulpmiddel om toonbankacties op poten te zetten. Uw klant leest in Lekker koken met... over de lekkerste specialiteiten, meestal gekoppeld aan een recept of maaltijdtip. Bent u een klant van Interkring Vers? Dan ontvangt u ook de actie-leaflet voor op uw toonbank.

PROFITEER

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

Vraag het abonneerformulier aan via www.lekkerkokenmet.nl of via uw Interkring versadviseur. www.interkring-vers.com



Deze Lady Burger is gemarineerd met de World Grill African Sunshine! Vraag erna bij je Interkring Vers adviseur.



Wat voor een grilltype ben jij?

Juliselectie

Welke grill past het best bij mij?
Het snelle elektrische grillapparaat, een uitdagende houtskoolgrill of de comfortabele gasgrill?

BEN JE HET ELEKTRISCHE GRILLTYPE?
Dan is grillen voor jou geen levenshouding, maar slechts een methode om vlees en groenten knapperig te grillen. Je hebt net zo'n hekel aan slepen met gasflessen als aan het werken met aanmaakblokjes en houtskool. Stekker erin, grillen,

stekker eruit: prima! En dat alles zonder dat de burens er last van hebben. Elektrische grills zijn met name geschikt voor gebruik binnenshuis en op het balkon. Op de markt van de elektrische grill zie je steeds meer dat er ook elektrische grillapparaten ontwikkeld worden waarmee niet alleen gegrild, maar ook gebarbecued mee kan worden.

BEN JE HET HOUTSKOOLGRILLTYPE?
Jij hebt geen haast en houdt van het ritueel. Dat begint al met het aansteken van de houtskool en het wachten op de perfecte gloed. Je gaat voor echt vuur. Wanneer de gloeiende kolen zachtjes knetteren en knisperen ben jij in je element. Jouw gerechten van de grill zijn een waar feest. Een beetje rookontwikkeling hoort er, net als aandacht voor het te grillen voedsel, voor jou beslist bij. Dat je na het grillen een tijdje bezig bent om het

gereedschap schoon te maken, stoort je allerminst. Het spreekt vanzelf dat een houtskoolgrill alleen buiten kan worden gebruikt.

BEN JE EEN GASGRILLTYPE?
Dan ga je voor comfort en houdt je niet van rommel bij het barbecueën. Heerlijk grillen zonder zwarte handen en rode ogen van de rook. Grillen met een druk op de knop. Na het eten schakel je het apparaat gewoon uit. Rooster uitnemen, schoonmaken en dan opbergen. Het bereiden en genieten van de gerechten is het allerbelangrijkst, maar het moet smaken alsof het van een grill komt. De meeste gasgrillmodellen zijn voorzien van een deksel.



Makkelijk voor de consument: verse salades voor bij de barbecue zoals een fetasalade of een broccolisalade. Lekker bij een gegrild worstje. Alle salades zijn verkrijgbaar bij Interkring Vers

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 naar de Zeeuwse eilanden



De mannen van MVS vertrokken maandagochtend 3 juni voor een tweedaagse trip naar Zeeland. Vanuit het hotel bezocht MVS de eerste slagerij: Keurslager Cees Mol. Cees Mol is met zijn moderne slagerij gevestigd in het centrum van Goes in de binnenstad. Slager Cees gaf de groep een rondleiding door zijn slagerij en bijbehorend productiegedeelte, die open is en zichtbaar voor



klanten De winkel speelt in op gemak met maaltijden van Meat & Meals, vlogklaarproducten en een mooi assortiment vleeswaren.

Aan het einde van de ochtend was Slagerij Mieras aan de beurt. Slager Mieras heeft sinds dit jaar een volledige vernieuwde winkel. Voor inspiratie is hij veel in België geweest bij collega-slagers. Dit resulteerde in rechte, verticale toonbank-platen en een natuurlijk vezel-behang aan de muur. De zelfslachtende slager is bezig met een automatisch betalingssysteem waarbij de klant van de kassa het correcte bedrag terugkrijgt en de slagerijmedewerker niet meer het geld hoeft aan te raken. Ook vertelde hij over zijn eigengemaakte worst en aparte natuurstenen toonbank. Na het broodje vertrok de groep met de bus naar Vleesboerderij Boot in Kerkwerpe. Grappig detail is dat slager Mieras ook veel schapen slacht rond het jaarlijkse offerfeest.

VLEESBOERDERIJ BOOT

Vleesboerderij Boot ligt van de weg af in het landschap, maar is duidelijk te herkennen doordat de naam in de tegels op het dak te lezen is. De winkel is enkele jaren geleden, na een allesverwoestende brand, opnieuw gebouwd in de stijl van een boerderij en ligt letterlijk naast de stallen waar de Blonde d'Aquitaine-runderen staan. Ook staat er nog vee op landerijen in de buurt. Ze worden gevoerd met natuurlijke producten. Van oudsher werd vlees verkocht per 20 kilo, de zogenaamde diepvriesverkoop, nu kunnen klanten terecht voor alle soorten rund- en varkensvlees. Het wordt zowel in een diepvries-etage als een koelingsetage als in een versvleesmeubel aangeboden. Vleesboerderij Boot verkoopt naast vlees ook kaas, salades, kruiden, sauzen, Zeeuwse streekproducten en diverse aanverwante producten. Na dit interessante bezoek was het tijd voor een bezoek aan de slagerij van een mede-MVS'er: Slagerij Verburg in Kortgene.

BEZOEK AAN MVS'ER

Een thuiswedstrijd voor MVS-collega Cor Verburg. Samen met vrouw Corine runnen zij hun slagerij die al vier generaties in de familie is. Heel bijzonder is de slachtruimte aan het eind van het pand, waar Cor nog elke week zelf slacht voor eigen verkoop. Naast Limousinrunderen, en varkens hebben ze uniek streekvlees, namelijk lamsvlees van Noord-Beveland; het Noord-Bevelam. Lees meer over Slagerij Verburg elders in De Slager; in 'de toonbank van' beschrijft Cor zijn slagerij.

DAG TWEE

Na deze lange dag was het tijd voor een welverdiend diner in het hotel in Goes. De volgende dag begonnen de slaggers met een gezamenlijk ontbijt en vertrok de groep naar Meliskerke voor een bezoek aan slagerij Wisse. Een familiebedrijf dat sinds 1891 opereert op Walcheren. Janus Wisse staat aan het roer met aan zijn rechterhand zijn broer en soms is vader nog actief. Slagerij Wisse werkt



met Belgische dikbil-runderen en met het Belgische Elckerlijc-varken, dat gevoed wordt op op gestoomde aardappelen, rijstpap en restproducten van een lokale bierbrouwer. De slagerij, gevestigd naast de bakker en de kerk voert een assortiment met zelfgemaakte vleeswaren als Zeeuws spek, (bekroonde) kiprollade, gekookte ham, Zeeuwse leverworst en rollade voor op brood. In de eigen rookkast worden ook gedroogde worsten gemaakt, gedraaid op een stokje, de zogenaamde spirelli's. Markant detail; biefstuk is een product dat niet goed loopt in Zeeland, dus lendes en andere technische delen worden verwaard in gehakt of op andere manieren.

Slagerij Heersma, gevestigd in Oostkapelle, ontving de groep met een kop koffie en startte met een rondleiding door de slagerij. Deze van oorsprong



Amsterdamse slager heeft zich ca. 18 jaar geleden gevestigd in Oostkapelle. Een mooie winkel met een mooi assortiment. De twee toonbanken zijn verdeeld in vleeswaren en vers vlees. Prachtige toonbanken waarin hij speelt met de verschillende productgroepen vers vlees omgaat. Heersma heeft, net zoals Slagerij Wisse, gekozen voor kip van het Gildehoen-concept nadat steeds klanten vragen stelden over het reguliere aanbod. Het varkensvlees komt van Livar.

Om 12:00 uur was het tijd voor een bezoekje aan La Couronne Slagerij Traiteur op het onderste deel van Zeeland, Zeeuws Vlaanderen, in het dorpje Philippine. Aan het mooie dorpsplein zijn een aantal mosselrestaurants gevestigd. Het toeristenseizoen heeft hier een andere betekenis dan elders in Zeeland, hier draait het om het 'mosselseizoen'. Die Bourgondische insteek zie je terug bij La Couronne, in 2011 uitgeroepen tot de Schoonste slager van het Jaar. De winkel verkoopt naast vlees en kaas ook andere delicatessen en wijnen. Ook verzorgen ze veelvuldig de catering bij feesten en partijen maar ook kinderworkshops. In samenwerking met een reclamebureau hebben Joris en Diona hun logo ontwikkeld en laten ze regelmatig mooie



receptenkaartjes maken. Het logo komt terug op verschillende producten, zoals 'de huiswijn', de eigengemaakte bouillon en eigengemaakte jam. Na een heerlijk belegd broodje ging de groep door naar het laatste bedrijf.

Slagerij en boerderij Limousinhoeve is sinds 2009 gevestigd in Hoek. Het vlees komt van de eigen boerderij waar ongeveer 170 runderen van het Limousinras staan. De mannen namen een kijkje op de boerderij waar de runderen rustig stonden te grazen. Omdat de ligging van de boerderij in de winter wat ontoegankelijk kan zijn, is de slagerij gevestigd een kilometer verderop in het dorp. Vier jaar geleden is de slagerij gebouwd, voor inspiratie bezocht Peter Mol veel slagerijen in België. De mannen kregen nog een broodje mee voor onderweg en konden voor de spits weer huiswaarts. Al met al viel het groep op dat bijna alle Zeeuwse slaggers gebruik maken van stierenvlees. Ook de ambachtelijke manier van werken, waarbij een aantal ook nog zelf slachten voor eigen verkoop, maakte het verhaal van de Zeeuwse slaggers uniek en daarmee een geslaagde reis voor MVS.



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, dijnen, 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

SCHOLING

Nieuwe naam past bij hele organisatie SVO heet voortaan SVO vakopleiding food

Van oudsher is SVO dé specialist in slagersopleidingen. De afgelopen jaren is dat specialisme echter flink verbreed: SVO leidt medewerkers op voor de hele foodsector



SVO blijft zich hierbij specialiseren in de slagerij. SVO maakt duidelijke keuzes, en dat verbetert de kwaliteit van de opleidingen. Bij deze nieuwe visie horen een nieuwe naam, logo en huisstijl. Zo is meteen duidelijk wie SVO is en waar SVO voor staat.

“Klanten kennen ons als specialist op het gebied van slagersopleidingen”, vertelt Johan Noltes, voorzitter College van Bestuur van SVO. “Zo zijn we begonnen en daar zijn we trots op. Maar inmiddels zijn we ook specialist in het opleiden van medewerkers in de andere foodsegmenten, van visspecialisten tot voedingsoperators. Daar willen we foodbedrijven en studenten nog bewuster van maken. Bovendien willen we een professionaliseringslag maken en ons verder specialiseren in de verschillende foodsegmenten waar we voor werken. Niet alleen onze naam en logo zijn nieuw, maar vooral onze visie en aanpak.”

VAKMENSEN BEPALEN HET RENDEMENT

SVO heet voortaan 'SVO vakopleiding food'. Een naam die precies weergeeft wat SVO doet. “We leiden vakmensen op die mede het rendement van uw slagerij bepalen”, zegt Noltes. “Wij doen dat als opleidingsexpert en als innovatieve en betrouwbare partner met hart voor het ambacht. Want het zijn uiteindelijk de

mensen die het verschil maken. Vakmanschap ontwikkelen, dat is het uitgangspunt. Het nieuwe logo en de bijbehorende huisstijl maken onze nieuwe uitstraling af. Het logo laat zien dat we een moderne opleider voor de hele foodbranche zijn. Leuk detail: ook onze logokleuren zijn 'eetbaar': aubergine en olijf.”

TEAM VAN SPECIALISTEN

SVO gaat nog klantgerichter werken. Dat betekent concreet dat voor elk foodsegment, zoals de slagerij, poelier, groente- en visspecialist een team van specialisten klaarstaat (bestaande uit trainers/docenten, adviseurs praktijkopleiding en accountmanagers), dat bedrijven en studenten van dienst is. “De accountmanagers en adviseurs blijven dezelfde mensen”, zegt Noltes. “Voor klanten verandert er in die zin weinig. SVO blijft SVO. Wel kiezen we ervoor om onze specialisten alleen nog maar op hun eigen specialisme in te zetten. We zijn onder andere een goede opleider voor vakmensen in de slagerij, omdat onze docenten in de slagerij hebben gewerkt. Zo specialiseren we ons nog verder in de verschillende segmenten. Nu en in de toekomst werken we nauw samen met de slagersbranche, om opleidingen te blijven bieden die exact aansluiten bij wat de praktijk nodig heeft.”

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.



VOLGENDE KEER IN DE SLAGER:

- Terugblik op de ALV en het Inspiratiecongres
- Aan het woord: Sander Duin
- Sturen op Cijfers
- Spare Ribs Trophy 2013
- Wenda Kielstra over verleiding op de winkelvloer

De Slager nr. 7 ontvang je op 30 juli



www.svo.nl



SVO heet nu:

SVO vakopleiding food

...en blijft dé opleider voor vakmensen in de slagerij



NECO: van riek tot vork

NECO/Vandenbogaerde is een actieve speler op de Belgische en Nederlandse vleesmarkt, die de slagerondernemer een breed assortiment van technische delen van 100% Belgisch wit/blauw kan leveren.

Karin Broers, vleesadviseur Nederland van NECO/Vandenbogaerde: "Ik ben ervan overtuigd dat wij de Nederlandse slager een uitstekend stukje vlees bieden. Vlees dat mals is en mooi van kleur; mager en van constante kwaliteit. Bovenal kan er een uitstekend en hoog rendement mee worden behaald. Ik adviseer u daar graag over."



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

Karin Broers volgde het slagervak bij SVO; vanaf gezel tot specialiteitslager. Als chef-slager heeft ze veel ervaring opgebouwd bij zowel slagerondernemers als de retail. Haar vakmanschap staat borg voor een gedegen advies op het velerlei gebied.

"Wilt u meer weten over het prachtige wit/blauwe rundvlees van Neco? Bel of mail me voor het maken van een afspraak; ik kom graag bij u langs!"

Kijk op www.neco-bv.nl voor meer informatie, bel Karin Broers onder nummer: 06-20134863, of stuur een e-mail naar 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

Maakt u het versaanbod compleet?

WINKELRUIMTE TE HUUR VAN MINIMAAL 120 M² IN KEIJZERSHOF (PIJNACKER)



**90%
VERHUURD!**
o.a. Albert heijn,
Primera & Bakkerij Rijnbeek

KEIJZERSHOF
WINKELCENTRUM

Meer weten?
Van Vliet Bedrijfsmakelaars
T. 0180 - 43 43 43

heijmans