

# DE SLAGER 7

Vakblad voor leden van de Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie | juli 2013



**DRUK-  
BEZOCHTE  
ALV EN  
INSPIRATIE-  
CONGRES**



**DE ONWEER-  
STAANBARE  
WINKEL!**



**MARCO VAN  
STRIEN WINT  
SPARE RIBS  
TROPHY**



Uw Slager Sander Duin in Breezand:

**"Slager in  
dorp heeft  
weer kansen"**



koninklijke nederlandse slagersorganisatie



# GROENVELD VLEES

Import en Export van vlees



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

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

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

## INHOUDSOPGAVE

Kort nieuws	4
Gastcolumn: Gewonnen	9
Uw Slager Sander Duin: "Slager in dorp heeft weer kansen"	10
Drukbezochte ALV	14
Winnend IYBC team in het zonnetje	16
De klant is geen koning!	17
"De onweerstaanbare winkel! Prikkel de zintuigen van de klant"	18
Marco van Strien wint Spare Ribs Trophy	20
Wat doet de KNS nu eigenlijk?	22
Telefoonphishing	23
Een andere kijk op... de films in Slagerspassie	24
PS voor slagers, óók als marketing- en verkooptool	26
Een wilde barbecue	27
Pensioenfonds jaarverslag staat op de website	28
Sturen op Cijfers	30
Kan de belastinginspecteur navorderen?	32
Rendement halen uit praktische trainingen	34
Ppas seizoensafsluiting	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

26 september KNS Regiobijeenkomst Amsterdam

28 september t/m 6 oktober Week van de Smaak 2013

### OKTOBER

2 oktober MVS trendtour Rotterdam

3 oktober PJS workshop leidinggeven, Houten

31 oktober KNS Regiobijeenkomst Best

### NOVEMBER

4 t/m 6 november MXL studiereis Budapest

5 november KNS Adviescommissie Sociale Zaken en Onderwijs, Rijswijk

12 november PJS Trendtour Rotterdam

14 november VGS deelnemersraad

19 november Ppas bedrijfsbezoeken Assen +workshop Tapas

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

WWW.WEGWIJZERFOOD.NL

(VOORHEEN WWW.WEGWIJZERVLEESWERELD.NL)

wegwijzerfood.nl

**VAS beurs 2013**  
 Maandag 23 en dinsdag 24 september  
 14.00 - 22.00 uur

**Een huis vol inspiratie!**  
 Food Center Amsterdam

allesondercontrole.com

**ebro.**  
 Voedselveiligheid.  
 Loggers en voedselthermometers.

gullimex INSTRUMENTS

NL 074 265 77 88  
BE 053 80 97 54



## De Toonbank van Gildeslager Zumbrink

Gildeslager Bert Zumbrink is gevestigd in het dorp Cothen, gelegen aan de Kromme Rijn, net onder de Utrechtse Heuvelrug. Het dorp telt 3.000 inwoners. Gildeslager Bert Zumbrink is een echt familiebedrijf, de zaak wordt gerund door Bert met zijn vrouw Elly, dochter Joyce en 6 medewerkers.

De slagerij is overgenomen met een filiaal in Werkhoven. In 1993 hebben

Bert en Elly de oude zaak met de grond gelijk gemaakt en er een geheel nieuwe slagerij met worstmakerij en slachtplaats voor teruggezet. Hier hebben ze tot en met het jaar 2000 zelf hun runderen en varkens geslacht. Door de hoge kosten zijn ze daarmee gestopt en het filiaal is afgestoten.

Nu laat Gildeslager Zumbrink de runderen (roodbonte dikbillen) door derden slachten. Dit rundvlees is lekker, puur en echt Hollands. Het rundvlees heeft een duidelijke plaats in de toonbank, hiermee kan het ambacht en kwaliteit getoond worden. "Naast het rundvlees komt het varkensvlees. We zijn enkele jaren geleden gestart met KDV Beter Leven. Dit is puur Nederlands varkensvlees. Het eisenpakket van KDV bestaat uit een set basiseisen over dierenwelzijn, milieu, energie en diergezondheid, waaraan iedereen binnen de keten moet voldoen. Het zorgt dat onze spareribs al jaren

hoog scoren in de Spare Ribs Trophy. Kip heeft een groot aandeel. We presenteren dit product ook ruim in de toonbank met veel kipspecialiteiten, maar ook scharrelkip, bouten en filet.

Lamsvlees is een klein artikel, het wordt niet veel gevraagd. Maar het is altijd aanwezig in de toonbank door het aanbout of rug aan een stuk te presenteren. Als de klant om een specifiek stukje vraagt, wordt het voor hem afgesneden. Verder hebben we een blok met 9 maaltijden. 4 Maaltijden worden per maand verwisseld en 5 zijn standaard aanwezig. Het BBQ-blok bestaat uit 30 product soorten, alles zelf gemaakt en niet bijgekocht. Vlugklaar-artikelen worden naast de standaard hardlopers en 2 nieuwe panklaar-artikelen gewisseld per maand. Deze maand hebben we de cheeseburgers en Quarter pounders. Wij werken met 6 gilde trophy's per maand die we van de vereniging aangeboden krijgen. Vleeswaren worden

het leger van Napoleon, gewond raakte. Hij werd afgekeurd voor dienst en besloot in Harderwijk slager te worden".

Peter Schiffmacher kreeg het slagersvak met de paplepel ingegoten. "Als kind



## Slager Peter Schiffmacher vertelt zijn verhaal

Als je met zoveel passie en kennis van zaken over een mooi, sappig en eerlijk stuk vlees kunt vertellen, en ook nog eens hoe je dat het lekkerst kunt bereiden, dan valt dat op. Geen wonder dat slager Peter Schiffmacher uit Harderwijk nogal eens te zien en te beluisteren valt in Nederlandse televisieprogramma's, waarin vlees een hoofdrol speelt.

En ja, in het begin kwamen televisiemakers Peter op het spoor omdat 's werelds bekendste tattoo-kunstenaar Henk Schiffmacher zijn broer is. Ook al zo'n gepassioneerd vakman.

Peter nam in 1990 de ambachtelijke slagerij van vader Henk over en was daarmee de vierde generatie Schiffmachers die het slagersvak voortzette. Peter: "Ons slagersbedrijf dateert al uit 1816 toen een verre voorvader, tamboerijn in

## Hart voor Slagers

Een constructieve Algemene Ledenvergadering en een inspiratieavond met elementen zoals kennis opdoen, kennisdeling, kennismaking en uiteraard inspiratie. Een avond die mensen bij elkaar brengt, een avond die saamhorigheid brengt en een avond met een eenduidig gevoel: passie voor het vak, en vanuit de KNS hart voor slagers! Het zijn geen gemakkelijke tijden maar gelukkig zijn het wel tijden waarin wij als branche stappen maken. Niet zo zeer positieve stappen in omzettingontwikkeling maar wel in kwaliteit! Kwaliteit door ons onderscheidend vermogen uit te dragen. Transparantie, vakmanschap, ambacht, vlees met een verhaal, advies, service; daarin ligt onze kracht als branche. Het kost tijd om de consument te overtuigen en die tijd moeten we ook nemen. Natuurlijk brengt dat ongeduld met zich mee, herkenbaar en vanzelfsprekend. Ook bij de KNS hebben we verschillende meerjarenprojecten opgestart waarvan je zou willen dat de resultaten of instrumenten die hier uit voort vloeien direct inzetbaar zijn. Belangrijk is dat de visie die je hebt op de bedrijfstak en het gewenste resultaat stand houden bij deze projecten. Een lange tijd van zaaien ligt achter ons maar de tijd van oogsten is zeker niet ver weg.

Vanaf dit najaar is de ingrediëntendatabase PS in food een feit en zijn slagers in staat om met dit instrument met hun consument te communiceren over declaratie van voedingswaarde. Een hot item op dit moment. Ook de nieuwe receptenmap doet zijn intrede waarbij zoutreductie een belangrijke rol speelt. Weer een kans om onderscheidend te zijn. Vandaag de dag is slager zijn niet genoeg, slager-ondernemer

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



moet je zijn om succesvol te zijn en daar komt heel wat bij kijken. Inzicht in de kostenstructuur en op basis daarvan keuzes maken is hierbij enorm belangrijk. Een lastig onderdeel maar wel essentieel. Speciaal daarvoor wordt 'Sturen op cijfers' geïntroduceerd. Na een zorgvuldige testfase kan je als slager-ondernemer zo meer grip krijgen op je bedrijfsvoering. In deze roerige tijden een must.

Tijdens het congres heeft een kort filmpje de introductie van Slagerspassie aangekondigd. Een digitale inspiratieomgeving die eind dit jaar live gaat om zo nog meer toekomstbestendig te worden als branche. Stappen maken richting een succesvolle toekomst, daar werken wij aan, vanuit ons gevoel 'hart voor slagers'. Er zijn kansen, er worden instrumenten ontwikkeld om stappen voorwaarts te maken. Natuurlijk is het nu zomer en hectisch door vakanties en de gevolgen voor personeelsplanning, barbecueweer of juist niet. Belangrijk is wel dat je verder kijkt dan het nu, en kansen grijpt en instrumenten benut die voorbij komen. Een zonnige zomer en toekomst gewenst!

**Peter Hoogenboom**  
Algemeen Directeur KNS

## Lekkerste barbecueworst en salade

De barbecueworst van Gildeslager Van Es uit Utrecht, is bekroond als Lekkerste barbecueworst van het Worstmakersgilde. Deze prijs werd maandag 10 juni tijdens de landelijke themadag van het Worstmakersgilde in Mariënwaerd in Beesd uitgereikt. De barbecueworst had een goede vleesmaak met heerlijke kruiden zoals peper en foelie. Juist door de eenvoud van de samenstelling blonk dit product uit. Ook werd de lekkerste barbecuemaaltijdsalade beoordeeld. De winnaar van deze maaltijdsalade is Gildeslager Groenewegen uit Honselersdijk met de luxe aardappel- spekjessalade.



Bron: Worstmakersgilde

## Jouw gegevens compleet?

De KNS is bezig met een actie om contactgegevens van haar leden compleet te maken.

Met complete contactgegevens is het makkelijker communiceren met leden en is de informatievoorziening optimaler. Op deze manier kan de KNS jou en jouw collega's beter bereiken met een mailing per brief of per email.

Daarom ontvang je bij De Slager 7 een formulier. Hierop staan de contactgegevens die reeds bekend zijn bij de KNS. Graag verzoeken we jou de ontbrekende gegevens in te vullen en retour te sturen naar de KNS. Dankjewel voor jouw hulp!

## Nieuwe editie van SlagersLeven

Bij dit nummer van De Slager tref je de achtste editie van SlagersLeven aan. Het magazine dat bestemd is voor alle

medewerkers in de slagersbranche. Het wordt uitgegeven door Stichting VOS. Dit jaar verschijnt, naast drie reguliere

nummers, een special over Slagerspassie bij SlagersLeven nr. 10 in november.

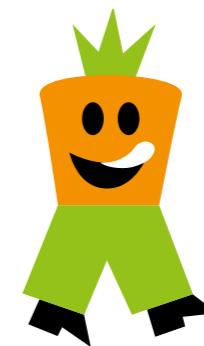


## Ad Bergwerff aanwezig bij overhandiging Monitor SOS Vakmanschap

Maandag 10 juni overhandigde Hans Biesheuvel de nieuwe Monitor SOS Vakmanschap aan Minister Asscher van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Ad Bergwerff was hierbij aanwezig om het belang van de instroom op de beroepsopleidingen voor de ambachtseconomie te benadrukken. Ad is voorzitter van het Platform Ambachten van VNO-NCW en MKB-Nederland en tevens lid van de werkgeversdelegatie in het SER advies over Toekomst van de Ambachtseconomie. Onderwijs is een belangrijk onderdeel van het SER-advies over de Toekomst van de Ambachten. De monitor vertelt het verhaal van zeldzame, specialistische beroepen en de bijbehorende kleinschalige beroepsopleidingen.

Voor meer informatie over SOS Vakmanschap: [www.sosvakmanschap.nl](http://www.sosvakmanschap.nl) of op [www.knsnet.nl/sosvakmanschap](http://www.knsnet.nl/sosvakmanschap)

## Inschrijving voor Week van de Smaak 2013 geopend



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

De verkiezing Held van de Smaak is nog in volle gang, maar inmiddels is ook de inschrijving voor de Week van de Smaak (28 september t/m 6 oktober) geopend. Via de website kunnen activiteiten en evenementen worden aangemeld. Net als in voorgaande jaren verwacht de organisatie weer vele honderden activiteiten door het hele land, op duizenden locaties, zodat vele tienduizenden consumenten deel kunnen nemen aan boeiende smaakactiviteiten. Zo kan de consument kennis maken met eerlijke, duurzame producten van dichtbij. Activiteiten worden ingedeeld in de categorieën 'markten en evenementen', 'proeverijen', 'streekmenu', 'mooie maaltijd' (in de zorg), 'jeugd' en 'algemeen'.

Je kunt je tot en met 27 september aanmelden via [www.weekvandesmaak.nl](http://www.weekvandesmaak.nl).

Binnenkort worden alle aangemelde en geaccepteerde evenementen op een speciale smaakkaart gepubliceerd. Aanmelden is gratis. De organisatie verwacht echter wel dat de aangemelde activiteiten ook daadwerkelijk doorgaan. Mocht dit niet het geval zijn, om welke reden dan ook, dan is het de bedoeling dat je de activiteit ook weer afmeldt. Voor vragen kun je je richten tot de centrale organisatie of de regiocoördinator in jouw provincie.

## SuperGarant verzekeringen

Een ondernemer ziet verzekeren doorgaans niet als bron van inspiratie of als hobby. Maar een goede verzekering kan wel het verschil zijn tussen faillissement en doorstart. Met een juiste verzekering kan jouw bedrijf na een grote schade gewoon worden voortgezet.

Voor collectieve verzekeringen werkt de KNS samen met SuperGarant. SuperGarant behartigt de belangen van de ondernemer in het midden- en kleinbedrijf als geen ander. De belangrijkste kenmerken hierbij zijn dat SuperGarant alleen verzekert wat noodzakelijk is en snel schades afhandelt.

SuperGarant neemt jou alle zorg en rompslomp op het gebied van verzekeringen uit handen. Kies jij voor SuperGarant dan heb jij één aanspreekpunt voor al jouw verzekeringen. Voor jouw bedrijf, personeel en jezelf.

### MEER WETEN?

Wil jij meer weten over de voordelen van de collectieve verzekeringen van de KNS? Neem dan contact met SuperGarant op voor het maken van een afspraak. Het telefoonnummer is 070 3204680.

## Ontwerpadvies SER: ambachten onmisbare schakel in Nederlandse economie

Invoering van een capaciteitstoets op de basisschool, profilering van goed vakmanschap (door meestertitel) en meer aandacht voor ondernemersvaardigheden. Dit zijn enkele aanbevelingen uit het SER-ontwerpadvies over de ambachtseconomie. Meer aandacht voor de vakmensen in talrijke ambachten is hard nodig want zij vormen – met een jaarmzet van 110 miljard euro – een onmisbare schakel in de Nederlandse economie en samenleving. De komende jaren ontstaan er echter oplopende tekorten aan vakmensen. Het ontwerpadvies is op 21 juni vastgesteld in de Sociaal-Economische Raad en is bestemd voor minister Asscher van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. KNS-voorzitter Ad Bergwerff heeft zitting in de adviescommissie van de SER die dit ontwerpadvies opgesteld heeft.



## Ad Bergwerff op bezoek bij minister voor actieplan

Detailhandel Nederland maakt zich grote zorgen over de toekomst van het winkelandschap. Voorzitter Jan Meerman overhandigde 11 juli een actieplan aan minister Kamp van Economische Zaken met daarin aanbevelingen om het ondernemersklimaat voor de detailhandel te verbeteren. Dit plan is in het bestuur van Detailhandel Nederland, waar ook KNS-directeur Peter Hoogenboom als bestuurslid betrokken is, tot stand gekomen. Ad Bergwerff is in zijn rol als slagerondernemer en tevens als voorzitter van de KNS en voorzitter van het platform Ambachtseconomie aanwezig geweest tijdens deze overhandiging.

Directe aanleiding voor het opstellen van het Actieplan Detailhandel was de

oproep van de Tweede Kamer aan minister Kamp (EZ) om in gesprek te gaan met de detailhandel om te bezien met welke uitdagingen de detailhandel te maken heeft en op welke wijze de overheid op positieve wijze zou kunnen bijdragen aan de ontwikkeling ervan

Het Actieplan doet aanbevelingen om de gesignaleerde, negatieve gevolgen om te buigen en positieve ontwikkelingen te versterken. Voorstellen hebben betrekking op het terugdraaien van de btw van 21% naar 19%, nullijn voor parkeertarieven, terugdringen van leegstand en verlagen van administratieve lasten, ook op gemeentelijk niveau. Daarnaast is er een brandbrief gestuurd naar Nederlandse politici en bestuurders.



## Afrekenen met Winkeldieven

In juli wordt het schadebedrag van Afrekenen met Winkeldieven (AMW) verhoogd van €151 naar €181. Je ontvangt hiervoor nieuw promotiemateriaal om in de winkel het nieuwe bedrag kenbaar te maken. Als je nog niet aangesloten bent bij deze regeling, dan kun je je kosteloos registreren. Ook zijn er geen abonnementskosten. Je betaalt alleen administratieve kosten over een claim die bij de winkeldief is geïnd, dus no cure, no pay. Via de website kun je claims gemakkelijk indienen en de stichting AMW int voor jou het schadebedrag bij de winkeldief. Indien nodig wordt een incassobureau ingeschakeld.

Momenteel is AMW in gesprek met de politie. Enkele regionale eenheden onderzoeken de mogelijkheid om AMW te promoten onder winkeliers. Daarmee gaat de aangiftebereidheid bij de winkeliers omhoog, omdat de winkelier bij een aangifte van winkeldiefstal ook €181 schadevergoeding bij de winkeldief kan claimen.

Bron: Detailhandel Nederland



## Gewonnen!

"Toen bij ons in de slagerij werd gefilmd voor één van de magazines van Slagerspassie vroeg de KNS aan mij 'doe je mee met de Spare Ribs Trophy'? Er kwam net een warme schaal spareribs uit de oven. Nu vind ik het altijd leuk om met mijn team bezig te zijn met onze producten, met innovaties, met smaakontwikkeling. Enige tijd geleden wonnen we 'het lekkerste ding van Brabant' een kalfsgehaktbal met ragout. Deze is ontstaan omdat we de aandacht wilden vestigen op het kalfsvlees. Die innovaties vind je altijd terug in onze toonbank. De toonbank is eigenlijk geen week hetzelfde. Het meest opvallende is de grote diversiteit. Met een vaste kok in dienst spelen we in op gemak en bieden we veel verse kant-en-klaar maaltijden. Het speerpunt van onze slagerij is de superkwaliteit rundvlees en varkensvlees. Ons rundvlees komt uit de Ardenne. Ik ga eens per jaar kijken bij de runderen. Ons varkensvlees komt uit de Franse Limousine en is met name kenmerkend om de voeding. Zo komen we weer terug bij de Spare Ribs Trophy. Eigenlijk waren we op vakantie rond de tijd van de uitreiking,

*"Vaste klanten vinden het indrukwekkend om te horen dat 'hun' slager een landelijke prijs heeft gewonnen"*



dus ik twijfelde om mee te doen. Maar, na goed overleg met ons team besloten we in te zenden. Ons personeel weet wat er moet gebeuren voor lekkere spareribs. Op toerbeurt worden de twee ovens met heerlijke spareribs gevuld en met een speciaal nachtprogramma geurt de slagerij dag en nacht lekker. Omdat we onze medewerkers heel goed intern opleiden, kan ik veel taken en verantwoordelijkheden overdragen. Dat maakt mij flexibel als ondernemer.

Wat een verrassing dat we hebben gewonnen, zonder ervaring met deze wedstrijd te hebben! Heel leuk om dat met z'n allen te vieren. En het brengt ons veel. Vakpers, plaatselijke en landelijke media, zoals de Telegraaf, heeft het persbericht overgenomen. Er stonden rijen mensen voor de slagerij om die winnende spareribs te proberen. Vaste klanten vinden het indrukwekkend om te horen dat 'hun' slager een landelijke prijs heeft gewonnen. Voor mensen die anders niet naar onze slagerij komen, is dit zo'n uitgelezen aanleiding om weer eens bij 'de slager' binnen te lopen. Het is zo'n mooie kans om onze slagerij in een positief daglicht te stellen. Ik wens elke enthousiaste collega-slager zo'n mooie overwinning toe. Doe jij volgend jaar ook mee?"

**Marco van Strien**  
Keurslager in 's Gravenmoer

## Karsten Lauvenberg ontvangt 'de Gekroonde Man'

Vrijdag 21 juni was Algemeen Directeur Peter Hoogenboom van de KNS op bezoek bij slager Karsten Lauvenberg van Gildeslagerij Jongen in Eijgelshoven.

Karsten Lauvenberg werd in 2012 de gelukkige winnaar in de wedstrijd De Gouden Slagersring. Speciaal ter ere van deze behaalde overwinning mocht Peter

een bezoek brengen aan Gildeslagerij Jongen en hem 'de Gekroonde Man' overhandigen, een blijk van waardering van de KNS voor deze bijzondere prestatie. Karsten won de Gouden Slagersring voor zijn inzending van Amsterdamsche Beenham.





Uw Slager Sander Duin:

# "Slager in dorp heeft weer kansen"

Toen slager Sander Duin twee jaar geleden een 'Uw Slager' winkel in Breezand opende, raakte zijn bedrijf in een stroomversnelling. Hij kende een vliegende start met een omzet ver over de top in een dorp met 3.300 inwoners in de Kop van Noord-Holland. Duin is het levende bewijs dat de slager in een dorp weer kansen heeft.

Sander (36) en Annette Duin konden niet bedenken dat ze direct zoveel succes zouden hebben. Toen zij in 2011 hun slagerij startten, hadden zij een realistisch beeld van de eerste tijd: het zou pittig worden. Tegen de verwachting in

draaiden ze echter direct heel goed, met dubbele omzetten. "En dat is nog steeds zo," glundert de jonge slager. "Die vier onsjes ham op een dag snijden werden er veertig. We dachten in eerst instantie dat een bezetting met ons tweeën plus twee

meisjes voldoende zou zijn. Dat liep dus anders. Op zaterdag werken we nu met z'n vijven en de omzet is ruimschoots verdubbeld", vertelt hij.

## ONDERNEMEN MET PASSIE

De jonge ondernemers wonnen verschillende vakprijzen de afgelopen periode. Sander: "Zo sleepten we onlangs de titel 'Uw Slager van het jaar 2013' in de wacht. Uit maar liefst 76 winkels werden we verkozen tot de beste. Op bijna alle punten scoorden we maximaal." Enkele

"De klant wil het gezellige en kleinschalige terug"

opmerkingen in het juryrapport: 'vriendelijk vakkundig personeel', 'goed kip- en rundvleesassortiment', 'aantrekkelijk om te zien, ook in het begin van de week', 'jonge enthousiaste ondernemer', 'een voorbeeld wat betreft presentatie...'. Met de titel groeit de aandacht van de klant voor deze slagerij. Dat merkt Sander vooral aan de vraag naar barbecuepakketten: "De afgelopen jaren hebben we diverse barbecuepartijen verzorgd. De mensen die daar toen gast waren, komen nu zelf terug wanneer ze iets te vieren hebben. Flexibel zijn en service bieden is belangrijk, bijvoorbeeld alles voor de barbecue bezorgen én weer ophalen. Daarmee winnen we het van de supermarkt. We zijn in het weekend tóch aan het werk, dus laten we dan maar ons best doen", redeneert hij. Er waren meer prijzen: begin dit jaar ontving Sander van de ondernemersvereniging Anna Paulowna de Aanmoedigingsprijs en bovendien werd hij reservekampioen 2013 tijdens Paasvee in Schagen. Sander is trots op zijn ondernemerssucces, maar tegelijker nuchter erover. Hij kan het wel verklaren: "Mensen zijn gewoon blij dat er weer een slager is in het dorp."

## PRETTIGE KLIK

"De aanpak van Uw Slager is bijzonder geschikt voor een dorp," vindt Sander. "De formule heeft een warme uitstraling, is kleinschalig, gezellig, herkenbaar en laagdrempelig. Dat zoekt de klant weer," ervaart hij. "Bovendien is er een prettige klik met de organisatie



en ook de ondersteuning is goed. De wekelijkse specials zorgen voor variatie in de toonbank. Ik kan op deze manier zonder veel moeite afwisselen met verrassende producten. Klanten reageren enthousiast."

Sander begon als dertienjarige met een zaterdagbaantje bij een slagerij in Breezand, doorliep de volledige vakopleiding en bouwde werkervaring op bij diverse slagerijen in de omgeving. Diverse klanten uit die periode ziet hij nu weer terug in zijn eigen winkel. "Ik ken veel mensen uit de regio. Ik kom zelf uit Breezand en maak graag een praatje met iedereen. Het gunnen is zeker belangrijk, maar je moet het als vakman wel goed doen," concludeert hij.

## MALS, MET DE SMAAK VAN VROEGER

Slagerij Duin heeft geen eigen worstmakerij. Ambachtelijke worstsoorten en vleeswaren komen uit de worstmakerij van Piet Ottens in Westerland. Ook het Wieringerweide rundvlees komt van deze gerenommeerde vleesveeleverancier in Noord-Holland. "Ik deel iedere week samen met collega Jos Koeleman in Julianadorp een mannelijk rund van zo'n 540 kilo van deze vleesveeleverancier. Dit lokale rundvlees is van Belgische Blauwe, vakkundig afgemest op Wieringen en van een mooie constante kwaliteit. Slacht en verwerking tot technische delen en

vlugklaarproducten vinden plaats bij Gilles van Dalen in Schagen. "Dit is vlees met een goed verhaal waar ik dagelijks met plezier lapjes van snijd," vertelt de slager. "Ik kan de klant vertellen waar het vee op de weiden in Wieringen loopt. Het mooie is dat de klanten dit vlees herkennen van vroeger en blij zijn dat het na zeven jaar weer verkrijgbaar is. Indertijd verkocht de toenmalige Super





De Boer dit rundvlees,” vertelt Duin. Het varkensvlees betreft hij via Van Dalen van de Heyde Hoeve in Gerwen. Dit varken van het ras Duroc is vorig najaar gekozen tot het lekkerste en meeste duurzame van Nederland. “Het is mals varkensvlees, met de smaak van vroeger.” De kipproducten van Van der Laan in

Middenmeer maken zijn versvleesassortiment compleet.

#### NIVEAU HOOG HOUDEN

Het is zaak om als titelhouder van ‘Uw Slager van het jaar’ de kwaliteit en het niveau hoog te houden, realiseert Sander Duin zich. “We willen volgend jaar in de

Uw Slager Top 5 blijven. De toonbank moet van dinsdagochtend tot en met zaterdagmiddag tiptop zijn.” Duin kiest bewust voor een hoge kwaliteit vers vlees, voor ‘kwaliteit bieden’ en voor samenwerken met goede versleveranciers. “Versheid is belangrijk om omzet te kunnen halen. Vooral het rundvlees, metworst en ham zijn toppers. De klant koopt dikwijls het hele pakket vlees. Kip en gehakt worden steeds beter verkocht; ze vinden het hier toch lekkerder dan in de supermarkt. Een absoluut succesproduct is filet américain, dat we zelf in de winkel maken. Op vrijdag en zaterdag hebben we zelfs drie soorten: gewoon, speciaal en carpaccio. We verkopen wekelijks 40 kilo.”

Ingrijpende aanpassingen heeft hij nog niet doorgevoerd sinds de opening. “Wel is onze 5,5 meter toonbank onlangs uitgebreid met een wandmeubel voor barbecueproducten. We verkopen nu meer sausjes en shoarmapakkettjes. Die externe koeling werkt perfect. Klanten wennen er snel aan. Eigenlijk waren we deze uitbreiding pas over vijf, zes jaar van plan, maar ook dit kwam in een stroomversnelling”, besluit hij glimlachend.



## Kansen in kleine dorpen

Slagerij Duin in Breezand is gevestigd in een nieuw pand met appartementen erboven. Zijn buurman is een ambachtelijke bakker en binnenkort vestigt zich een bloemenzaak erbij. De Deen supermarkt ligt tegenover slagerij Duin. “Een mooie combinatie van winkels: dit houdt meer consumenten in Breezand en trekt zelfs klanten daarbuiten. Ook Deen kent een omzetstijging sinds wij hier zijn gevestigd. Samen met de andere winkels hier kunnen we verder groeien: door goede producten te bieden creëren we klantenbinding,” ziet hij. Sander Duin is ervan

overtuigd dat de kleine slager in een dorp weer kansen heeft. Wij zijn het bewijs, ook voor andere jonge ondernemers, dat je in een klein dorpje goed kunt starten. “De slager, bakker en groenteboer moeten weer terugkomen in kleine dorpjes. De klant wil het gezellige, het kleinschalige terug. Ik sta dagelijks zelf achter het blok, midden in de winkel. Zo ben ik zichtbaar voor de mensen.” De slagerij in het dorp geeft Sander veel voldoening: “Je krijgt in een dorp denk ik meer herkenning én erkenning. En hard werken moet je toch; óók in de stad,” besluit Sander

## Al ingeschreven voor de Lekkerste Bal Gehakt?

De uitreiking van de Spare Ribs Trophy is nog maar net achter de rug of de strijd om de Lekkerste Bal Gehakt barst alweer los. Ga jij deze klassieker winnen? Heb jij de Lekkerste Bal Gehakt of de meest innovatieve Lekkerste Gehaktvariant? Schrijf je dan in voor deze vakwedstrijd. Op 29 augustus vindt de keuring plaats en de finale is op 12 september.

De jury bestaat uit de bekende chefkok Julius Jaspers, Keurslager Koen van Vugt de winnaar van de Lekkerste Bal Gehakt 2012 en SVO-docent Ruud van Gils. Een kundige jury dus die vol enthousiasme een kritische keuring op zich neemt.



Na de eerste keuring, waarbij de jury let op onder meer geur en kleur, structuur, grondstoffen, kruiding en natuurlijk op smaak, worden de finalisten bepaald. Daarna volgt de inzending voor de

finalronde met tevens een bacteriologische keuring, uitgevoerd door KBBL. Tijdens de uitreiking op VAS ontvangen alle finalisten een oorkonde, uiteraard met het nieuwe logo. De winnaar krijgt naast alle eer, natuurlijk de trofee en een banner om zijn winnend product kenbaar te maken.

**Inschrijven voor de Lekkerste Bal Gehakt kan hier:**  
[www.knsnet.nl/lekkerstebalgehakt](http://www.knsnet.nl/lekkerstebalgehakt)

**Rectificatie:** In de vorige editie van De Slager stond per abuis dat Julius Jaspers te zien is in het programma Masterchef, in plaats van in Topchef. Ook heeft Julius geen rol in De Wereld Draait Door. Overigens lanceerde Julius Jaspers vorige maand zijn boek: Smart BBQ. Zeker in dit seizoen een must voor elke slager!

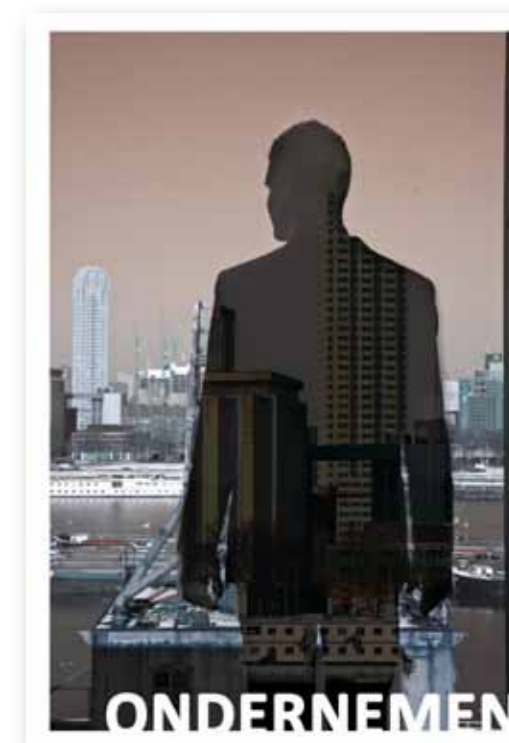
## Associate degree ‘Ondernemen’ voor slagersbranche

De opleiding ‘Ondernemen’ leidt in twee jaar tijd op tot een Associate degree (AD), een wettelijk erkend hbo-diploma. Het programma bevat de drie kerncompetenties van ondernemen: sales (het verkopen van je product), finance (prijsbepalen en boekhouden) en communicatieve vaardigheden (leidinggeven en jezelf presenteren).

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 een 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.

Deze duale opleiding is nuttig zowel voor de schoolverlater (MBO-4, HAVO of VWO) als voor de ervaren werknemer die na een aantal jaren werkervaring, zichzelf een goede ondergrond in kennis wil geven. De hbo-opleiding is kortom de ideale opstap naar het ondernemerschap. Maar ook de ondernemer die behoefte heeft aan meer kennis kan deze Associate degree doen.

Meer informatie over de opleiding: [www.hr.nl/ondernemen](http://www.hr.nl/ondernemen). Meer informatie over Associate degrees: [www.alleassociaatedegrees.nl](http://www.alleassociaatedegrees.nl). Of bel met de Rotterdam Academy, Nico Ingels, telefoon 06 52051859, of de KNS, Bob van Kessel, telefoon 070 3314625.





# Drukbezochte ALV

Het animo voor de jaarlijkse ALV was groot. “Met veel plezier kijken we terug op de jaarlijkse Algemene Ledenvergadering van 24 juni jl. De hoge opkomst bevestigt de betrokkenheid en interesse van onze leden en dat is natuurlijk wat wij als bestuur en secretariaat nastreven,” zo blikte het bestuur terug.

Op de agenda stond een aantal vaste financiële verenigingszaken zoals de jaarrekening 2012 en begroting voor 2014. Deze stukken zijn uitgebreid aan bod geweest, met onder meer een toelichting door Wim Runderkamp namens de financiële commissie, en goedgekeurd door de aanwezigen. Op de oproep voor nieuwe leden voor financiële reageerden Wim van der Hee en Audrey van Schaik positief. Zij nemen voor het komend jaar de taken over van Sjaak van der Werff en Wim Runderkamp. Voorzitter Ad Bergwerff bedankte deze heren voor hun toewijding en inzet.

In navolging van het besluit van vorig jaar om de contributie te verhogen na het wegvallen van de verplichte heffing van het HBA en HBD is tijdens de ALV

de hoogte van dit bedrag besproken. Besloten is om dit bedrag vast te stellen op € 40 per lid met als doel brancheonderzoek te bekostigen om zo de juiste kengetallen ten behoeve van de branche te behouden.

Een ander belangrijk agendapunt was de notitie “slagers helpen slagers”. Het voorstel is om in navolging van andere



brancheorganisaties een aantal speciaal hiervoor benoemde leden (ambassadeurs) namens de vereniging in contact te brengen met de individuele leden.

De vergadering heeft positief op deze agendapunten gereageerd. Voorzitter Ad Bergwerff en vice-voorzitter Antoine van Baars hebben zich beschikbaar gesteld voor herverkiezing in hun huidige functies binnen het KNS-bestuur. De vergadering heeft beide heren benoemd voor een nieuwe zittingsperiode van vier jaar.

Om de taken binnen het bestuur evenwichtiger te verdelen is bestuurslid Jan Splinter benoemd als penningmeester. Hij neemt deze taak over van Antoine van Baars.

Het complete bestuur bestaat nu uit: Ad Bergwerff, Antoine van Baars, Anneke van Dun, Albert Post, Bert-Jan Lantinga, Jan Splinter en Rob Klouwers.

## Slagerspassie in een promofilm

Voorafgaand aan de openingspeech van KNS-voorzitter Ad Bergwerff kwam Slagerspassie op de aanwezigen van het Inspiratiecongres af door beeld en geluid. Spannende muziek in combinatie met snelle beelden als inspiratiemoment: Slagerspassie als filmtrailer. Wat kan je met Slagerspassie? Leer, inspireer en deel met elkaar en krijg een andere kijk op je vak. Vanaf december live op [www.slagerspassie.nl](http://www.slagerspassie.nl).

Wil je het filmpje ook of nog eens bekijken? [www.youtube.com/KNSvoorslagers](http://www.youtube.com/KNSvoorslagers)

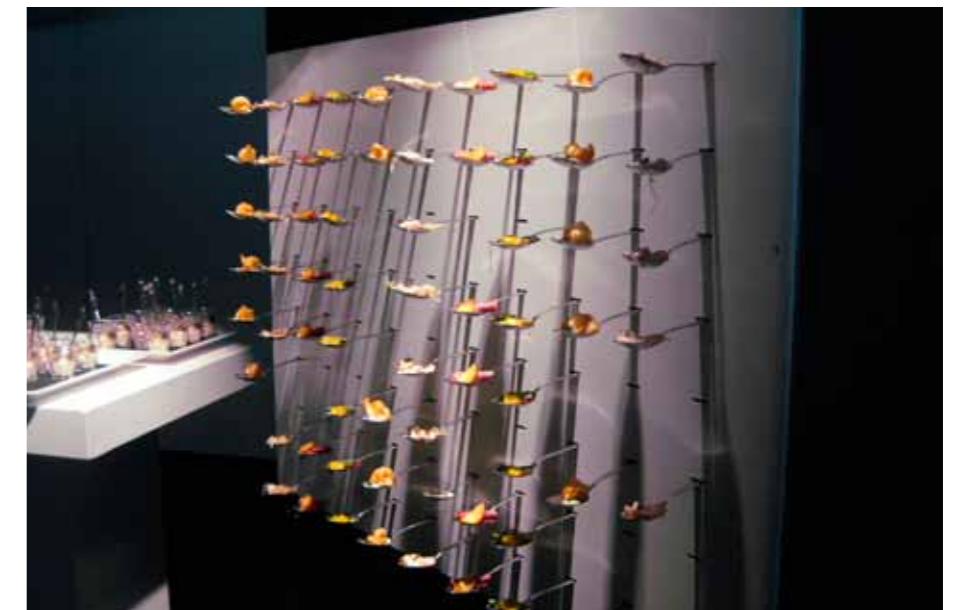


## Smakelijk inspiratiebuffet

Een belangrijk moment tijdens elk evenement is uiteraard het eetmoment. Zo ook op 24 juni. Aansluitend op de ALV en voorafgaand aan het Inspiratiecongres stond er een uitgebreid buffet klaar. De gepresenteerde amuselepels vonden gretig aftrek en ook de showcooking aan de buffetten trok de aandacht. De vers geschepte Italiaanse ijsjes bleken daarnaast ook een groot succes. Deze momenten, het diner en de afsluitende slagersborrel, waren naast smakelijke vooral ook gezellige momenten tussen KNS-leden en relaties om ervaringen uit te wisselen en bij te praten.

### DANK AAN SPONSORS!

Ook dit jaar is een aantal strategische partners van de KNS bereid gevonden om een financiële bijdrage of een productbijdrage te bieden als bijdrage aan het KNS



Inspiratiecongres. Mede dankzij hen is het KNS Inspiratiecongres 2013 een succesvol evenement geworden. Met veel dank

aan SuperGarant, Verstegen, Rational, Interkring Vers, BDO, Groenveld Vlees, Van Drie en KBBL voor hun bijdrage.





## ALV en Inspiratiecongres

## Winnend IYBC team in het zonnetje



Begin mei zette het Nederlandse IYBC team de Nederlandse slagersbranche weer op de kaart door voor de derde keer het Europees kampioenschap te winnen. Een fantastische prestatie natuurlijk van deze jonge slagers. Een reden om hen, samen met hun werkgever die toch de ruimte voor deelname hebben gecreëerd, tijdens

het KNS Inspiratiecongres nog even in het zonnetje te zetten. Voorzitter Ad Bergwerff nam na zijn openingsspeech de tijd om deze slagers te bedanken. Jeroen Kroon kwam samen met zijn werkgever Anton van der Pijl trots naar voren. Slager Theo Beerens moest het helaas zonder deelnemer Tommy Kuijten doen die



geniet van een welverdiende vakantie. Reservekandidaat Joey Baan en zijn werkgever Johan van Uden waren helaas niet aanwezig. Joey is zeker van deelname aan de IYBC 2014. De andere deelnemers worden begin 2015 geselecteerd. Lachend namen de aanwezigen een foto en bloemen in ontvangst. Een luid applaus vanuit de zaal bevestigde de waardering van de aanwezigen voor deze prestatie.

## Cursus Humor



Primitieve humor, ohhh-humor (dat kan echt niet) of humor door een woordgrap; in de levendige cursus humor onthulde wetenschapper en cabaretier Rob Urgert alle geheimen van het fenomeen humor tijdens het KNS Inspiratiecongres. Een dag niet gelachen is een dag niet geleefd, is een klassieker maar waar. Bovendien commercieel gezien: humor loont! Rob Urgert nam het publiek mee in een stukje theorie over de bouwstenen van humor. Voor humor heb je nodig, helaas,

een slachtoffer, emotie en verrassingen. Of zet twee dingen bij elkaar die niet bij elkaar horen.

Ook was er een stukje praktijk, interactief met het publiek. Zo werden de slagers in de zaal uitgenodigd humor 'te maken' door een onderschrift voor een foto te sms'en. De hilariteit was enorm groot! Zijn boekje 'cursus humor' kregen bezoekers van het congres mee in de goodybag na afloop van het congres.

## De klant is geen koning!

Een man die houdt van winkelen en winkels, die zegt dat zijn beroep klant is, schrijver van het boek 'De klant is geen koning': André Troost. André was de hekkensluiter van de avond. Maar reken maar dat niemand slaperig of versuft was bij deze powerspeech.

Door een goede voorbereiding van bezoeken aan verschillende slagerijen kon André Troost de spiegel voorhouden aan het publiek dat aan zijn lippen hing. Een korte terugblik op zijn verhaal.

"De meeste slagers weten wat ze moeten doen. Maar doen ze ook wat ze weten? Op basis van mijn bezoeken kan ik concluderen: Aan vriendelijkheid ontbreekt het u niet, Aan kennis ontbreekt het u niet. Aan vakmanschap ontbreekt het u niet. Aan ambachtelijke uitstraling... ontbreekt het u niet. Maar

er moet meer gebeuren dan die kennis en die vriendelijkheid want de klant heeft keuze! Ga zelfs eens in je tasje staan want jij bent samen met je team je belangrijkste product! Je moet wel uniek zijn. Verkoop dus meer klantcontact en minder karbonade!"

Aan de hand van een aantal acties die André tijdens zijn slagersbezoeken in scene zette, zoals het in de hand houden van een klokhuis, het aankondigen van een verjaardag of het geïnteresseerd bekijken van een product, houdt André de aanwezigen scherp door zijn positieve maar ook negatieve ervaringen te delen. 'Herkenbaar' en 'Ja, daar kunnen we mee aan de slag', zo is later de reacties van de meeste slagers in de zaal.

Het nieuwe winkelen is het oude winkelen waarbij echt contact geen



routine maar toegevoegde waarde geeft. André Troost schudt de aanwezigen wakker en roept door de zaal "Slagers: kijk op van je blok! Kijk mensen in de ogen. Wees persoonlijk. Besef dat jullie de verpersoonlijking van de winkel zijn. De slager die het maakt, de specialist! Wees omgevingsbewust en kijk wat je klant doet. Als ik vertel dat ik iets lekkers wil meenemen voor mijn moeder op leeftijd, dan ben ik heel blij met vakkundig advies, maar vraag ook eens naar mijn moeder; 'Wat leuk, gaat u vaak naar haar toe?'. Bind je aan mensen, is zijn oproep.

André stelde de zaal voor de volgende vraag en een aantal keuzeopties:

## DE KLANT IS KONING:

1. Mee eens
2. Ja, mits hij zich als koning gedraagt
3. Alleen als hij voor 70 euro koopt
4. Wat een ouderwetse lulkoek, want...
5. U denkt niet

Feit is als de klant koning is, dan zijn wij: overdreven vriendelijk, onecht, niet nieuwsgierig, afwachtend, terughoudend, formeel en afstandelijk. Maak je keuze door te stellen: de klant is geen koning want alleen dan ben jij de beste keuze voor jouw klanten die de keuze maken! Durf het eens anders te doen, begin morgen!

Meer lezen over winkelanekdotes? [www.deklantisgeenkoning.nl](http://www.deklantisgeenkoning.nl) om het boekje te bestellen.



# Wenda Kielstra: "De onweerstaanbare winkel! Prikkel de zintuigen van de klant"



Slechts 5% van ons gedrag wordt gestuurd door bewuste keuzes. De rest doen we onbewust. Het wordt gestuurd door prikkels die in het hier en nu spelen, of gebeurt op basis van eerdere ervaringen. Flink wat van die prikkels kun jij als ondernemer bewust inzetten: om zo de winkel voor de klant onweerstaanbaar te maken.

Wenda Kielstra van Consumatics vertelde tijdens het onlangs gehouden KNS Inspiratiecongres in het Spant! in Bussum in duidelijke taal en met veel praktische voorbeelden hoe je de klant verleidt en je winkel onweerstaanbaar maakt.

## WIE IS WENDA KIELSTRA?

Wenda's roots liggen in de horeca. Ze volgde de Hogere hotelschool, haalde haar MBA op Nyenrode, en ze verzorgde (onder andere als mystery guest) consumentenonderzoek voor grote horecabedrijven. "Die bedrijven wilden hun zaak optimaliseren voor hun gasten en zo hun omzet verhogen. Ik merkte dat het vaak lastig is voor de klant om goed onder woorden te brengen waarom het ergens 'prettig' is, of wat nou precies veroorzaakt dat het bij een ander veel minder gezellig is. De onderzoeken naar klanttevredenheid meten het topje van de ijsberg. Dat maakte mij nieuwsgierig: welke factoren beïnvloeden het onderbewuste? En vooral: hoe haal je die factoren boven water?"

## CONSUMATICS EN SHOPOLOGY

Met haar bedrijf Consumatics onderzoekt ze het onbewuste gedrag van gasten en adviseert ze bedrijven over de manier waarop die kunnen inspelen op dat onbewuste gedrag. "Al onze projecten hebben een wetenschappelijke inslag. Veel resultaten blijken niet alleen te gelden voor de horeca: ze kunnen vaak doorgetrokken worden naar andere branches." De presentatie die ze verzorgde voor het KNS inspiratiecongres is een coproductie met Shopology. "De retailkennis van hen, gecombineerd met de onderzoeken van Consumatics, zorgen ervoor dat onze onderzoeken beter vertaald worden naar praktische tips en handvatten op de winkelvloer. Om te helpen het leven van jouw klant prettiger te maken, en zo de betrokkenheid en participatie van de consument te vergroten, ga je aan de slag met de zintuigen. Beïnvloed het zien, horen, ruiken, voelen en proeven."

## WAAR MOETEN WE BEGINNEN?

"Bij je te verdiepen in jouw potentiële klant. Die heeft het namelijk lastig, want hij heeft keuze; té veel keuze, blijkt uit de ervaring van Shopology. Zij signaleren dat door de recessie en allerlei voedselschandalen, het consumentenvertrouwen flink is gedaald en dat de consument zekerheid wil, garanties zonder zorgen. Er zijn retailers die daar slim op inspelen. Zij noemen als 'good examples' Starbucks die de perfecte kop koffie belooft, de supermarktketen Jumbo met zijn 7 zekerheden en Albert Heijn met zijn 7-dagen versgarantie. Denk eens na hoe

jij dat als slager kunt invullen: wat is jouw belofte aan de klant? Daar zien wij de onweerstaanbare toegevoegde waarde voor de slagerij."

## HOE STIMULEER JE 'ZIEN'?

"Het 'verleiden' begint volgens Shopology met het creëren van een onweerstaanbare stopkracht op straat. Jouw klant heeft onderweg zijn blik op 'oneindig'. Die blik moet je tenminste enkele seconden weten te vangen én vast te houden, wil jouw boodschap inwerken op zijn of haar bewustzijn. Niet voor niets zie je op de snelweg de M van Mc Donalds, of het logo van IKEA, al van kilometers ver. Zo heeft de boodschap genoeg tijd om z'n werk te doen: Je ziet het, denkt 'ik wil niet, nee, ik wil niet... en op het laatst besluit je toch: nou goed, even dan. En je neemt de afslag." Kortom, volgens Shopology is het essentieel om elke dag eerst bezig te zijn met de vraag hoe je op het netvlies komt van al jouw (potentiële) klanten. Zorg voor onweerstaanbare stopkracht op straat, elke dag weer."

## KUN JE WAT PRAKTISCHE VOORBEELDEN GEVEN HOE JE DAT ALS SLAGER AANPAKT?

"Je trekt aandacht met een korte slogan: de tekst op jouw promotiebord moet bondig zijn, vertel het in maximaal

zeven woorden. Meer is te lang, zo blijkt uit onderzoek; dan wordt het niet meer gelezen. Gebruik smeuge woorden die de smaak of bite omschrijven: 'mals, pittig, warm, knapperig'. Volgens onderzoek van onder andere Wansink (2002) zorgt dit voor 27% meer omzet van die producten. Geef het bord meer aandacht door er een afbeelding bij te zetten van genietende mensen die jouw product eten. De 'spiegelneuronen' in ons brein zorgen ervoor dat we onbewust andere mensen waarmee we ons graag identificeren, willen nadoen. En, heel belangrijk: eurotekens voor bedragen zetten heeft een negatief effect. Mensen ervaren het product dan als duurder. Laat die dus lekker weg!"

## WAT IS HET EFFECT VAN WAT JE HOORT?

"Toen we voor een onderzoek naar de invloed van omgevingsfactoren in een lunchroom klassieke muziek draaiden, gaven mensen meer geld uit aan drankjes; bij het draaien van popmuziek meer aan eten. Het bewees dat gasten onbewust beïnvloed worden door omgevingsfactoren. Ga daar eens mee experimenteren in je winkel. Mijn advies is wel te kiezen voor een exclusievere radiozender dan de top 3, dus niet voor 538 of skyradio: veel mensen hebben die zenders thuis of op het werk aan staan. Door juist voor een andere zender of muziek te kiezen, geef je ze onbewust mee dat het bezoek aan de slager speciaal is. Maar dit zintuig prikkelen gaat verder dan de achtergrondmuziek: trek indien mogelijk de aandacht van je klant door het bereiden van je product te laten horen: het uitbakken van spek bijvoorbeeld, of het hakken of snijden van vlees. Een piepje van de oven dat aangeeft dat een gerecht of een snack klaar is, trekt ook onbewust de aandacht van de klant naar het product dat jij aan hem wil verkopen."

## HOE KAN GEUR DE OMZET VERHOGEN?

"Een oven op de stoep voor de winkel met daarin gegrilde kippen of spareribs trekt

## "Het 'verleiden' begint met het creëren van een onweerstaanbare stopkracht op straat"

mensen van straat naar binnen. Het blijkt dat een productgeur buiten de winkel aantoonbaar voor meer omzet zorgt. Uit onderzoek is echter óók gebleken dat de omzet niet stijgt als je deze geuren binnen hebt. Dat vonden we een verrassend resultaat. Binnen in de winkel werkt juist een neutralere 'omgevingsgeur' verhogend op de omzet; een geur die niet direct een relatie heeft met wat je kunt kopen in de winkel."

## WELKE INVLOED HEeft 'VOELEN' OP ONBEWUST GEDRAG?

"De temperatuur in de winkel is heel belangrijk. Een van de ergernissen in de supermarkt is dat het op de versafdelingen altijd zo koud is. Een ideale temperatuur voor een klant ligt tussen de 20 en 23 graden. Dat is misschien wat warm voor een slagerij, maar met een warm gedecoreerde zaak kun je de perceptie van de klant wel wat sturen. Voelen is ook heel concreet 'hoe zit de stoel of bank in de winkel'. Een stevige stoel of bank straalt onbewust kwaliteit af. Een wiebeltafel bij een zijte, of een wankel stoeltje, geeft daarentegen een heel ander signaal af."

## DE MAKKELIJKSTE: DE CONSUMENT VERLEIDEN MET PROEVEN...

"Toch wordt dat wonderlijk genoeg nog veel te weinig gedaan, dat vinden wij een gemiste kans. Laat er altijd wat te proeven zijn in de winkel. Een bordje

met jouw streekworst op de toonbank, een medewerker die rondgaat met tapashapjes: het werkt."

## TIJDENS DE PRESENTATIE HAD JE HET OVER 'DE KRACHT VAN HERHALING'. HOE PAK JE DAT HET BEST AAN?

"We hebben nu de zintuigen onafhankelijk van elkaar besproken, maar het is inderdaad nóg sterker als de klant de belangrijkste margeproducten drie keer tegenkomt, het is de kracht van herhaling! Bijvoorbeeld eerst op een krijtbord buiten of via een flyer op de toonbank, dan persoonlijk, als de medewerker erover vertelt aan de klant, en ten slotte door de klant te laten proeven. Of geef de klant als extraatje wat mee in de tas. Dat maakt nieuwsgierig en creëert extra loyaliteit."

"Kennis opdoen is leuk. Maar het gaat er niet om wat je weet, maar wat je doet met wat je weet," besluit Wenda met de slogan van Shopology en Consumatics. Hun belangrijkste boodschap aan de slaggers toont ze op het KNS Inspiratiecongres dan ook in koeienletters aan de zaal: "PROBEER!"





# Marco van Strien wint Spare Ribs Trophy



De Spare Ribs Trophy 2013 is gewonnen door Keurslager Marco van Strien uit 's Gravenmoer. Tijdens het Inspiratiecongres op 24 juni ontving Marco de felbegeerde Trophy van deze KNS-vakwedstrijd in het bijzijn van zijn team uit handen van juryvoorzitter Jeremy Vermolen. Marco van Strien is hiermee de trotse winnaar van de vakwedstrijd om de lekkerste spareribs.

Op basis van een voorselectie, een finalronde en een mysterieaanloop hebben de spareribs van Keurslager Marco van Strien de hoogste punten gescoord. De jury, die bestond uit Rinus de Ridder (SVO), winnaar Spare Ribs Trophy 2012 Marco Jurriens (Keurslager Horst uit Epe) en juryvoorzitter chef-kok Jeremy Vermolen, heeft alle inzendingen met veel zorg en aandacht gekeurd om tot dit oordeel te komen. Bij de beoordeling wogen alle onderdelen van een lekkere sparerib mee: uiteraard smaak, de geur en kleur, maar ook het 'uiterlijk'.

Het was de eerste keer dat Marco van Strien deelnemer was bij de Spare Ribs Trophy: "Het was al geweldig om bij de

finalisten te horen na de eerste ronde. Deze overwinning had ik absoluut niet verwacht, natuurlijk fantastisch om te winnen. Ik doe regelmatig mee met wedstrijden en winnen is toch het doel, een bekroning van de kwaliteit. Ik ben er erg blij mee."

Kwaliteitsslagerij Simon van Schaik eindigde als tweede in de Spare Ribs Trophy. Gildeslager Bert Zumbrink uit Cothen werd derde.

Tijdens de feestelijke uitreiking, die onderdeel was van het KNS Inspiratiecongres in theater Spant! in Bussum, ontvingen alle finalisten hun oorkonde.

#### De overige finalisten:

- Keurslagerij Koen van Vugt, Koen van Vugt, Drunen
- Keurslager Arnold Daals, Arnold Daals, Winterswijk
- Slagerij Beerens, Theo Beerens Eindhoven
- Slagerij Wouter van Tilburg & Zn., John van Tilburg, Sliedrecht
- Keurslagerij William Hermanussen, William Hermanussen, Overasselt
- Beerens Slagerij & Traiteur, Twan Beerens /Paul Geven, Best
- Gildeslager de Rooij, Jan de Rooij, Berkel en Rodenrijs

De Spare Ribs Trophy is één van de vakwedstrijden die de KNS organiseert. In augustus gaat de strijd om de Lekkerste Bal Gehakt en de Lekkerste Gehaktvariant van start. Kijk voor meer informatie, foto's en achtergrond over de Spare Ribs Trophy en spareribs op Facebook: I love my spareribs.

## Marco van Strien het gezicht van I love my spareribs

De Facebookpagina 'I love my spareribs.' heeft een nieuw gezicht! Spare Ribs Trophy winnaar 2012 Keurslager Horst heeft zijn plaats afgestaan aan de winnaar van 2013: Keurslager Marco van Strien. Marco is hiermee tot volgend jaar het gezicht van deze sparerib pagina die ruim 440 fans heeft

Een populaire pagina met weetjes en lekkere recepten over spareribs en bijbehorende wedstrijden. Heb jij goed bereidingsadvies, recepten en/of mooie foto's van jouw spareribs? Deel deze dan ook op de Facebookpagina en inspireer de spareribs-fans!



Foto: Johan van Omme

## Winnende spareribs op Binnenhof Barbecue

Na de bekendmaking van de Spare Ribs Trophy door juryvoorzitter Jeremy Vermolen was er een verrassing voor het winnende team van Keurslagerij Marco van Strien.

Chefkok Huub Oudshoorn kondigde namelijk ter plekke aan dat Marco van Strien tijdens de jaarlijkse Binnenhof-barbecue, die dit jaar voor de 20e keer wordt georganiseerd, zijn winnende

spareribs mag serveren. "Vet gaaf," aldus een enthousiaste Marco.

Deze barbecue is een initiatief van het Productschap Vee en Vlees (PVV) en het Productschap Pluimvee en Eieren (PPE), namens de gehele (pluim)vee-, vlees- en eiersector. De barbecue is voor bewindslieden, leden van de Eerste Kamer, Euro-parlementariërs en leden van de Tweede Kamer de manier om het Parlementaire jaar af te sluiten.



# Wat doet de KNS nu eigenlijk?

Tijdens de ALV bleek dat het niet voor iedereen duidelijk is wat de KNS nu precies voor haar leden doet. Een opmerking die wij serieus nemen want wij vertellen 'ons verhaal' graag.

Het is ook enorm belangrijk dat leden de toegevoegde waarde van het lidmaatschap zien én waarderen. In alle edities van De Slager besteden wij aandacht aan KNS-activiteiten en in de laatste editie van het jaar is er altijd een terugblik op het afgelopen jaar. Bovendien verschijnt in december altijd het KNS Jaaroverzicht dat samen met de factuur wordt opgestuurd naar alle leden.

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

1. Ondersteuning en advies op maat bij vragen of problemen.
2. Belangenbehartiging namens de slager/ondernemer door de KNS in alle relevante nationale en internationale overlegorganen.
3. Lidmaatschap van MKB-Nederland, waarbinnen de KNS namens de slager-ondernemer onderhandelingspartner is met de overheid.
4. Vertegenwoordiging namens de werkgevers in het slagersbedrijf door de KNS in de cao-onderhandelingen.
5. Gespecialiseerde kennis op juridisch, bedrijfseconomisch en vleestechnologisch gebied.
6. Financieel voordeel door bijvoorbeeld kostenbesparende deelname aan SAS ZorgPortaal (herverzekering van ziekterisico's, collectieve zorgverzekering, branche-RIE, collectieve Arboregeling, re-integratiebedrijf), Collectief verzekeringspakket



- (aansprakelijkheidsverzekeringen) van SuperGarant Verzekeringen maar ook voordeel op andere producten variërend van brandstof tot telefonie, deelname [graaggedaan.nl](http://graaggedaan.nl) tot relatiegeschenken (zie ook ledenvoordeel op pagina 35). Ook voor medewerkers zijn er voordelige aanbiedingen geregeld.
7. Verstrekking van de Hygiëncode voor het Slagersbedrijf, het nieuwe cao-boekje, arbeidscontracten en andere documenten gericht op werkgever- en ondernemersschap.
8. Informatieverstrekking over actualiteiten, achtergrondinformatie over de slagersbranche door vakblad 'De Slager' die 11x per jaar verschijnt. Wekelijks ontvang je per mail de KNS nieuwsbrief met het laatste nieuws over en uit de slagersbranche en natuurlijk via Twitter en Facebook.
9. Uitnodiging voor alle georganiseerde

- ledenbijeenkomsten zoals KNS Inspiratiecongres en regiobijeenkomsten.
10. Gratis deelname aan vakwedstrijden Spare Ribs Trophy en Lekkerste Bal Gehakt.

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

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



# Telefoonphishing

Regelmatig informeert de KNS je over frauduleuze acquisitie. Bijvoorbeeld: Je wordt gebeld met de mededeling dat je op een website vermeld staat. Dat was gratis, maar als dit wordt voortgezet, moet je echter gaan betalen. Dat wil je niet, maar dan moet je dat even bevestigen door de toegezonden fax te ondertekenen en terug te sturen. Blijkt dat op die fax toch heel wat anders staat, dan in het gesprek is gezegd ([www.fraudemeldpunt.nl](http://www.fraudemeldpunt.nl)).

Alsof dat nog niet vervelend genoeg is, kun je ook te maken krijgen met "telefoonphishing". Dit is een vorm van computerfraude en identiteitsdiefstal, maar komt er kort gezegd op neer dat je wordt opgelicht, digitaal wordt beroofd. Er wordt eerst gevist naar je bankgegevens. Bijna altijd zijn dat inloggegevens van een bank met het doel om in te loggen op en geld van jouw bankrekening af te halen. Tegen de tijd dat je je realiseert dat jouw geld weg is, is het geld vaak al doorgesluisd naar buitenlandse rekeningen en niet meer terug te vinden.



Hoe werkt het? Phishing gebeurt via de mail en/of telefoon. In beide gevallen presenteert de phisher zich zeer professioneel als zijnde een medewerker van jouw bank en zijn de mails moeilijk te onderscheiden van echte mails van de bank.

Het is altijd wel dringend: je moet iets doen, anders verlopen bijvoorbeeld jouw gegevens of het is een veiligheidscontrole en dit is de laatste stap, anders is je bankrekening niet meer veilig. Per mail wordt gevraagd om in te loggen. Per telefoon word je gevraagd om je kaart in de kaartreader te doen en vragen ze je naar het nummer dat op de reader wordt aangegeven, nadat je bent ingelogd. Dit lijkt veilig, want je hebt dan geen pincode, noch pukcode, noch pasnummer gegeven, maar dat is het niet. De phisher is namelijk dan al op je bankrekening ingelogd en met het gegeven nummer kan de overmaking worden voltooid.

Phishing kan ook voorkomen als je iets online koopt en je vult daarbij allerlei gegevens in. Als de website er niet betrouwbaar uitziet (dus de naam van de webpagina niet begint met: <https://> en er is geen hangslotje zichtbaar) of er worden producten onder de normale prijs aangeboden, ga daar dan niet op in.

## WAT MOET JE DOEN OM TE VOORKOMEN DAT JE SLACHTOFFER WORDT VAN TELEFOONPHISHING?

Als eerste moet je je altijd goed realiseren dat een 'echte' bank nooit deze gegevens vraagt: niet per mail en niet per telefoon. Verder is het volgende nog belangrijk:

- Gebruik een anti-virusprogramma en zorg dat deze up-to date blijft.
- Installeer een firewall op de computer.
- Verwijder direct mails die je niet vertrouwt, al zonder deze te openen.
- Log dus ook nooit in via een link in

- een mail. Inloggen behoort alleen te gebeuren via de website van de bank.
- Controleer je afschrijvingen regelmatig.
- Geef nooit wachtwoorden of gebruikersnamen of andere codes via de telefoon of mail.
- Reageer niet op dreigende berichten.

## WAT MOET JE DOEN ALS JE SLACHTOFFER BENT GEWORDEN VAN TELEFOONPHISHING?

- Neem zo snel mogelijk contact op met de bank. Misschien kunnen ze de afschrijving nog ongedaan maken of terughalen.
- Maak ook melding bij jouw bank, afdeling fraude, dat je slachtoffer bent geworden. Geef aan dat je graag geïnformeerd wilt worden over de stand van zaken en vraag de contactgegevens van de desbetreffende bankmedewerker. Als je lang niets hoort, wacht dan niet af, maar neem zelf nog een keer contact op.
- Vraag de bank ook de betaling terug te vragen en als daar geen gehoor aan wordt gegeven, geef dan jouw adresgegevens niet op. Hoewel de kans op succes niet zo groot is, kan je kijken of je zelf rechtsmaatregelen tegen de phisher kan nemen.
- Doe aangifte bij de politie. Vraag een kopie van het proces-verbaal en geef aan dat je de schade wilt verhalen op de dader.

Kijk of er reden is om de bank aansprakelijk te stellen. Voor het doen van een overschrijving zijn immers meerdere codes nodig. Als je ze niet hebt gegeven, hoe komen ze er dan aan? Lees daarom ook de algemene voorwaarden goed door.

Uitgebreide informatie vind je op de website [www.veiligbankieren.nl](http://www.veiligbankieren.nl). Je kunt op deze website ook meerdere voorbeelden van phishing zien. Het belangrijkste dat je moet onthouden is dat banken nooit via de telefoon of per mail vragen om de inloggegevens.

# Een andere kijk op... de films in Slagerspassie



Slagerspassie geeft je een andere kijk op jouw vak. Dit betekent dat Slagerspassie laat zien hoe het óók kan. Bijvoorbeeld hoe je collega aan de andere kant van het land het doet. Slagerspassie is een platform waar slagers hun kennis en inspiratie met elkaar delen.

Dit gebeurt onder andere met interviews op film. De afgelopen maanden zijn al veel films opgenomen, die straks allemaal te zien zijn op Slagerspassie.nl. Voordat het zover is gaat er heel wat aan vooraf. Een kijkje in de keuken van de ontwikkeling van films voor Slagerspassie.

## FILMS OVER UITEENLOPENDE ONDERWERPEN

De films vind je straks in de mediabibliotheek, waar de foto's en films over alle onderwerpen bij elkaar staan. Daarnaast staan ze in de digitale magazines en artikelen. Slagerspassie heeft digitale magazines en artikelen over de meest uiteenlopende onderwerpen. Er zijn bijvoorbeeld magazines over inkoop en voorraad, over productinnovatie, toonbankpresentatie en planning. In elk digitaal magazine of artikel is wel een film te vinden. Naast bekijken kun je zelf

jouw foto's en films plaatsen, om je eigen ideeën en kennis te delen met collega's en hen te inspireren. Zo blijft Slagerspassie vernieuwend.



## THE MAKING OF

Het maken van de films is een intensieve klus. Een filmpje is uiteindelijk maximaal twee minuten, maar het kost wel een paar dagen om het helemaal af te maken. Het begint met het zoeken naar de juiste slager. Hierbij kijkt het team naar de persoon, het type slager, maar ook de locatie. Slagerspassie is voor alle slagers in Nederland, en dus komen slagers uit alle windstreken in beeld. Van Onstwedde tot Sint Geertruid en van De Lier tot Oldenzaal.

De filmploeg van Bespeak en Baretta Media gaat steeds vier dagen achter elkaar met de KNS op pad, en bezoekt dan acht slagers. Ze brengen het eigen verhaal van elke slager in beeld. In elke slagerij is het team een halve dag aanwezig om alles goed in beeld te brengen. Camera klaarzetten, licht en geluid opbouwen, even het onderwerp doornemen met de slager en dan het interview opnemen! Sommige slagers vinden het erg spannend, andere spreken voor de camera alsof ze nooit anders doen. Zo'n interview duurt snel een half uur, en uiteindelijk komen er maar twee minuten terug in het definitieve filmpje! Na het interview maakt de cameraploeg nog mooie beelden in de slagerij om het verhaal te ondersteunen en om een goed beeld te geven van de slagerij waar het om gaat.



## WERKEN MET EEN CAMERA OP JE GERICHT

Ondertussen gaat het werk in de slagerij gewoon door. De medewerkers helpen de klanten, vullen de toonbank en ontvangen goederen. Het is even wennen om je werk te doen met een camera op je gericht, maar al snel is het net alsof de camera er niet is en gaat iedereen gewoon weer zijn gang. Klanten schrikken soms als ze een camera in de slagerij zien staan, maar willen vaak ook graag figureren in de films. Zo geven de films een goed beeld van de dagelijkse gang van zaken in de slagerij en benadrukken ze daarnaast het unieke van die specifieke slagerij.

## NA MONTAGE EEN GEWELDIG EINDRESULTAAT

Na het filmen begint Baretta Media met de montage van de opgenomen films. Zij luisteren eerst elk interview terug en halen daarna de beste stukken eruit. Vervolgens maken ze er een goedlopend verhaal van. Als laatste voegen ze muziek, sfeerbeelden en animatie toe. Om er zeker van te zijn dat de inhoud klopt en past bij de sfeerbeelden volgt er nog een controleronde door de mensen van de KNS en Bespeak, waarna de films definitief zijn. Het eindresultaat is een uniek verhaal van de slager en straks te zien op Slagerspassie. Leuk om te weten is dat er al regelmatig foto's en informatie verschijnt op Facebook over de films die we opnemen.

**AL 28 SLAGERS IN BEELD GEBRACHT**  
 Veertien dagen is er inmiddels gefilmd. De filmploeg heeft bijna 3.000 kilometer gereden en ruim 35 uren filmmateriaal.

Er zijn al 26 slagers in beeld gebracht met een inspirerend verhaal. Zowel Bespeak en Baretta Media zijn na hun ervaringen van de afgelopen maanden onder de indruk van de slagers en van het slagersvak. Arno Baretta: "Ik heb nu nog meer respect gekregen voor slagers. Het vak is veel moeilijker dan ik verwachtte, je moet van veel meer verschillende aspecten iets weten dan ik dacht."

Elke slager is uniek en heeft zijn eigen verhaal. Bijvoorbeeld Meesterslager Arie Bakker uit Alblasterdam, die vertelt hoe hij bespaart op energie en de kosten daarmee met ruim 60% terugbrengt. Of Groene Weg-slager Bas Derksen. Hij vindt het belangrijk om echt een moment te pakken voor evaluatiegesprekken met zijn medewerkers, omdat er volgens hem zaken zijn die iemand niet op de werkvloer wil of kan bespreken. Hij kiest ervoor om buiten de slagerij met zijn medewerkers om de tafel te gaan om in alle rust te praten. Zo heeft elke slager zijn eigen verhaal en stuk voor stuk zijn ze inspirerend voor anderen.

Straks zijn alle unieke verhalen te vinden in de mediabibliotheek en de digitale magazines van Slagerspassie. Inspiratie genoeg voor een andere kijk op jouw vak. Het is ook mogelijk om zelf foto's en films toe te voegen op Slagerspassie. Denk er alvast eens over na en leg jouw verhaal en jouw inspiratie vast op beeld. Delen maakt de kracht van Slagerspassie alleen maar groter!

De ontwikkeling van Slagerspassie volgen:  
[www.facebook.com/slagerspassie](http://www.facebook.com/slagerspassie)  
[www.twitter.com/slagerspassie](http://www.twitter.com/slagerspassie)

# KNS Regio- bijeenkomsten - De slager, een sterk merk

Speciaal voor leden van de KNS worden in 2013 vier regiobijeenkomsten georganiseerd. 'Hoe wordt de slager een sterk merk' is het thema dat spreekster Ellen Leenhouts behandelt. "Sterke merken zijn succesvol niet zozeer met wat ze verkopen maar vooral hoe ze dit doen. Wat kan de slager hier van leren? De bedoeling is om de slagerij zo neer te zetten dat deze onderscheidend is, dat het bedrijf authentiek is. Dat betekent dat het moet passen bij het karakter en emotie van de eigenaar – en dus aantrekkelijk is voor klanten", licht Ellen toe. Meer tips volgen op de levendige en praktische avond voor slagers. Na de pauze gaat Peter Hoogenboom, Algemeen Directeur van de KNS, het gesprek aan met de leden van de KNS. Aan de hand van een aantal stellingen gaan aanwezigen het gesprek aan met Peter over de KNS en de slagersbranche. Het gesprek, met collega-slaggers of met de teamleden van de KNS, kan voortgezet worden tijdens de afsluitende borrel.

Meld je aan voor de regiobijeenkomst op 26 september in Amsterdam (Amstelborch) of 31 oktober in Best (SVO) via [www.knsnet.nl/agenda](http://www.knsnet.nl/agenda)



# PS voor slagers, óók als marketing- en verkooptool

PS voor slagers helpt bij het voldoen aan de nieuwe wetgeving omtrent Voedselinformatieverstrekking (EU 1169/2011). Maar er is nog veel meer. Deze digitale applicatie is namelijk ook uitermate geschikt voor verkoop- en marketingacties van een slager.

Graag verwijzen we naar het eerdere artikel in De Slager (nr. 4) met betrekking tot de veranderingen in Voedselinformatieverstrekking. Niet alleen de overheid stelt steeds meer eisen, ook de consument en professionele klant (zorginstellingen, cateraars, restaurants, enz.) van de slager krijgen steeds meer behoefte aan specifieke productinformatie.

PS voor slagers concludeert dat steeds meer consumenten vragen hebben over de allergenen in een product. Ook wordt er vaak gevraagd naar bereidingsadviezen. Om een goed gevoel te krijgen bij de kwaliteit van een product is het 'verhaal van het product' voor hen belangrijk.

De informatiebehoefte van de professionele klant gaat vaak nog een stapje verder. Goede productinformatie is zelfs een vereiste om zaken te doen. Daarbij hebben professionele klanten vooral een sterke voorkeur voor digitale productinformatie. Via PS voor slagers en de achterliggende database van PS in foodservice is dat gemakkelijk te realiseren. Professionele klanten van de slager ontvangen desgewenst digitaal de productinformatie van de slager via PS.



## SERVICE EN GEMAK BINNEN DE HELE KETEN

Met PS voor slagers kan je heel makkelijk en snel aan alle bovengenoemde wensen en behoeften voldoen. In de vorige De Slager (nr. 6) is een voorproefje gegeven hoe de applicatie van PS voor slagers werkt. Er kan makkelijk en snel een digitaal magazijn worden samengesteld, recepten kunnen worden opgebouwd en uiteindelijk kan er met één druk op de knop een etiket en/of productspecificatie worden geprint.

Maar er is nog veel meer! Deze applicatie biedt namelijk ook extra verkoop- en marketingmogelijkheden. Er is ruimte om een foto en het commerciële verhaal bij een product te plaatsen. Ook kan de applicatie worden gebruikt om tips voor recepten en bereidingsadviezen te geven.

Een andere mogelijkheid is dat je ervoor kan kiezen om alle eindproducten in PS voor slagers ook zichtbaar te maken in de algemene database van PS in foodservice. Kijk voor voorbeelden op de website: [www.PSinfoodservice.nl](http://www.PSinfoodservice.nl). Deze database is gevuld met meer dan 30.000 producten van 650 merken. Deze producten worden op dit moment voornamelijk ingevoerd

door fabrikanten/industriële slagerijen, maar PS kan de eindproducten van slagers ook zichtbaar maken op de website. Hierdoor is de productinformatie voor de klant altijd up-to-date beschikbaar. De informatie op de website van PS is gratis toegankelijk voor de consument en professionele klant.

Uiteraard kijkt PS voor slagers ook naar het ontsluiten van de productinformatie richting kassa's, eigen bestelsites van slagers en narrowcasting systemen. Op termijn gaat dat zeker tot de mogelijkheden behoren.

Door optimaal gebruik te maken van PS voor slagers kan je als slager aan wettelijke eisen omtrent voedselinformatieverstrekking voldoen én tegelijkertijd voldoen aan de wensen en behoeften van de consument en professionele afnemer.

Op de hoogte blijven van de ontwikkelingen van PS voor slagers? Bekijk de website: [www.PSvoorslagers.nl](http://www.PSvoorslagers.nl) of volg ons via Twitter: @PSvoorslagers. Voor vragen of aanmelden om PS voor slagers te testen, mail naar: [tirza@PSvoorslagers.nl](mailto:tirza@PSvoorslagers.nl) of bel: 06-13782098.

# Een wilde barbecue

Hoewel wild vooral in de wintermaanden wordt gegeten, ontdekken steeds meer mensen de zomerse charme van wild op de barbecue. Vlees van wild is overigens niet alleen erg lekker, maar ook nog eens ontzettend gezond. Het vlees is over het algemeen mager en cholesterolarm. Dit speelt ongetwijfeld ook een rol bij de stijgende populariteit van wild op de barbecue.

(Voedsel)veiligheid is cruciaal wanneer er wordt gebarbecued. Geef goed advies over bijvoorbeeld het voorkomen van kruisbesmetting en over het bewaren en bereiden van producten. Voor jou als slager ligt een belangrijke taak in het informeren van consumenten, helemaal voor een nog relatief onbekende assortimentsgroep voor de barbecue.

## KRUISBESMETTING VOORKOMEN

Kruisbesmetting kan ontstaan door bijvoorbeeld sla te snijden op een plank waar eerst struisvogelbiefstuk op gemaakt is of door dezelfde vork eerst in rauw vlees en dan in gaar vlees te prikken. Rauw vlees (en vis) dient strikt gescheiden te worden van groenten. Voor de bereiding hiervan dienen aparte planken, schalen en bestek te worden gebruikt.

Dit geldt niet alleen bij de voorbereiding, maar ook rond de barbecue. Voor het draaien en voor het serveren van gegaard vlees kan dan ook gekozen worden om meerdere tangen te gebruiken.

## RESPECTEER DE KOUDE KETEN

De koude keten dient (zeker in de zomer!) altijd gerespecteerd te worden: diepgevroren, of gekoelde verse producten, hebben

klanten bijvoorbeeld om kleine hoeveelheden salades uit de koelkast te halen tijdens het barbecueën.

## ROOK ZONDER VUUR

Wanneer voedingsmiddelen verbranden komen er niet alleen voor de gezondheid schadelijke stoffen vrij maar het eten smaakt ook naar roet smaken. Om dat te vermijden moet je jouw klant adviseren ervoor te zorgen dat vlammen niet rechtstreeks met vlees in contact komen.

Oplaaierende vlammen worden meestal veroorzaakt door vet dat van het vlees drupt op de kolen of een andere warmtebron. Hierbij is voorkomen belangrijker dan genezen en helpt het om vlees eerst wat te laten uitdruppen of af te deppen met keukenpapier.

Mensen gaan steeds meer op de gezondheid letten en kiezen wellicht bewust voor vetarme alternatieven voor op de barbecue. Hierbij kan de traditionele barbecuehamburger of worst mogelijk worden vervangen worden door een mals stukje wild.

Kijk ook op [www.knsnet.nl/documenten](http://www.knsnet.nl/documenten) voor de 'checklist veilig barbecuen' en de kaarten die je aan consumenten kan meegeven met vijf voorzorgsmaatregelen.



# Jaarverslag pensioensfonds staat op de website

Benieuwd naar de resultaten van het pensioenfonds? Je kunt op de website [pensioenslagers.nl](http://pensioenslagers.nl) het jaarverslag lezen van 'Stichting De Samenwerking', Pensioenfonds voor het Slagersbedrijf. In het jaarverslag 2012 geeft het bestuur duidelijkheid over de financiële positie en de resultaten van het fonds in het afgelopen jaar.

## WAARDE VAN DE BELEGGINGEN OMHOOG

De dekkingsgraad is in het eerste half jaar van 2012 gedaald als gevolg van de neergang in de wereldeconomie. In de tweede helft van het jaar gingen de beurskoersen en dus de waarde van de beleggingen van het fonds weer omhoog. Aan de andere kant moest het fonds ook rekening houden met een verder gestegen levensverwachting. In september steeg de dekkingsgraad door een andere manier van berekenen (de invoering van de Ultimate Forward Rate). Op 31 december 2011 was de dekkingsraad 108,4%, op 1 juli 2012 101,7%, en op 31 december

2012 109,4%. Het jaar 2012 is afgesloten met een positief beleggingsresultaat van 10,8%. Dit is een prima resultaat, maar door de gestegen levensverwachting was dit ook wel nodig.

## GEEN TOESLAG

Het fonds staat er een stuk beter voor dan de meeste andere pensioensfondsen. De pensioenen worden in ieder geval niet verlaagd. Toch kon het pensioenfonds per 1 januari 2013 opnieuw geen toeslagen geven. De premie bleef gelukkig gelijk.

## HET BESTUUR KIJKT IN 2013 NAAR DE TOEKOMST

Nu iedereen steeds ouder wordt, moet bepaald worden hoe we het pensioen betaalbaar houden. Ook de verhoging van de pensioenleeftijd naar 67 zit er



aan te komen. Samen met de sociale partners wordt de pensioenregeling bekeken.

Het bestuur van ons fonds bestond op 31 december 2012 uit de volgende leden:

- Wim van den Brink (werkgevers voorzitter), KNS
- Jan te Riele, KNS
- Wim Runderkamp, KNS
- Antoine van Baars, KNS
- Peter Hoogenboom, KNS
- Bob van Kessel, KNS
- John Klijn (werknemersvoorzitter), FNV Bondgenoten
- Wilma Daams-van Geyn, FNV Bondgenoten
- Hans de Keijzer, FNV Bondgenoten
- Rob Vlietman, CNV Vakmensen
- Frans van de Veen, CNV Vakmensen



'stichting de samenwerking', pensioenfonds voor het slagersbedrijf

## CIJFERS

	2012	2011
aantal werkgevers	2.586	2.909
aantal deelnemers	13.444	13.674
aantal ex-deelnemers	46.878	49.952
aantal gepensioneerden	8.945	8.461
premiepercentage	18,8%	15,0%
ontvangen premie	33.718.000	26.789.000
belegd vermogen	1.670.528.000	1.551.273.000
behaald rendement	10,8%	7,7%
dekkingsgraad	109,4%	108,4%

# UWV-brief over ziektewetuitkering aan flexwerkers

Vanaf 1 januari 2014 krijg je als werkgever te maken met hogere kosten wanneer een vangnetter/flexwerker ziek wordt (bijv. een medewerker met een contract voor bepaalde tijd of een nul-urencontract).

Heeft het UWV in 2012 Ziektewetuitkeringen betaald aan één of meer van

je (ex-)werknemers die als vangnetter is te beschouwen, dan ontvangen eerst



de grote bedrijven binnenkort één of meerdere brieven van het UWV. De andere bedrijven volgen daarna. De uitkeringen tellen namelijk mee voor je premie in 2014.

De brief die je mogelijk ontvangt of al hebt ontvangen van het UWV bevat een overzicht van de Ziektewet-flexuitkeringen die het UWV in 2012 aan je (ex-)werknemers heeft betaald. Deze uitkeringen tellen mee in de berekening van de premie ZW-flex vanaf premiejaar 2014. Later dit jaar ontvang je ook de kopieën van beslissingen over WGA-flexuitkeringen die het UWV in 2012 aan je (ex-)werknemers heeft toegekend.

Het is verstandig om de UWV-brieven te controleren op juistheid van de gegevens. Hoewel het UWV de gegevens zorgvuldig heeft opgesteld, kunnen er altijd fouten in staan, waardoor je premielast verkeerd wordt berekend. Je hebt vier weken de tijd om eventuele fouten te melden bij het UWV door een bezwaarbrief in te dienen. Je wordt geadviseerd je boekhouder of accountant van het voorgaande op de hoogte te stellen.

## ONDERNEMEN

# IBAN Impact-check

Over op



De komende periode gaat Nederland, zowel bedrijven als consumenten, over op IBAN (International Bank Account Number) als rekeningnummer. Ook gaat Nederland gebruik maken van nieuwe, Europese standaarden voor betaalmidde-len, zoals overschrijvingen en incasso's. Met name de incasso's verschillen van de huidige. En voor betaalopdrachten die je bij de bank aanlevert wordt een ander bestandsformaat gebruikt. Dit betekent dat organisaties hun administratie, software en bedrijfsvoering hierop moeten aanpassen.

## SEPA

Zonder maatregelen is er straks geen betalingsverkeer meer mogelijk. De huidige rekeningnummers en betaalmid-delen zijn namelijk na 1 februari 2014 niet meer te gebruiken. Europa is op weg naar een gezamenlijke betaalmarkt, SEPA (Single Euro Payments Area), waar straks overal op dezelfde manier wordt betaald. Rekeningnummers, overschrijvingen en incasso's zijn dan zowel voor binnenlandse als grensoverschrijdende eurobetalingen te gebruiken. Het is belangrijk dat bedrijven, overheden,

verenigingen en alle andere organisaties tijdig actie ondernemen om op tijd gereed te zijn voor deze overgang.

## DOE DE IBAN IMPACT-CHECK

De impact van de aanpassingen verschilt per organisatie: de benodigde tijd kan variëren van enkele maanden tot maar liefst anderhalf jaar. Wil je snel inzichtelijk krijgen met hoeveel werk en tijd jouw organisatie rekening moet houden? Doe dan de IBAN Impact-Check, het invullen kost je maximaal 5 minuten. Kijk op [www.overopiban.nl](http://www.overopiban.nl)



# Sturen op Cijfers

Het project Sturen op Cijfers is al een aantal keer beschreven. De uitrol komt steeds dichterbij, in januari 2014 wordt de applicatie gelanceerd. Een belangrijk instrument als het aankomt op sturing, in tijden van crisis een must!

## WAT IS STUREN OP CIJFERS NU PRECIËS?

We spraken hiervoor met Hans Hulshof, Hoofd Beleid Ondernemerszaken & Vaktechnologie, en Maikel Nicolai van dezelfde afdeling. "Sturen op Cijfers is een digitale applicatie, die het slagerondernemers mogelijk maakt om op basis van actuele cijfers uit de weegschaalkassa-apparatuur dan wel de bedrijfsadministratie kengetallen te genereren, waardoor bedrijfsprocessen tijdig beter aangestuurd of bijgestuurd kunnen worden. In de adviesgesprekken die ik voer met ondernemers is dit veelal een hekel punt, maar eerlijk gezegd verdient dit onderwerp veel meer focus dan het nu krijgt." Aldus Hans Hulshof,

zelf oud-slager. "Veel slaggers hebben het gevoel dat sturen op cijfers ingewikkeld is, maar dat hoeft niet zo te zijn. Sturen op Cijfers is een instrument dat je echt kan helpen om je bedrijf goed in kaart te brengen en te houden. Bovendien heb je naast de digitale applicatie de beschikking over een helpdesk, zowel digitaal als telefonisch, die uitleg geeft over de werking van de applicatie en het verzamelen van de benodigde gegevens" aldus Maikel.

## WAT BIEDT STUREN OP CIJFERS?

Hans legt de mogelijkheden van Sturen op Cijfers uit. "De applicatie biedt enerzijds de mogelijkheid om een drietal bedrijfsrapportages te genereren:

1. Periode rapport: geeft een overzicht

- van de cijfers van een periode voor één of meer (max. 4) vestigingen.
2. Periode vergelijking: vergelijkt de cijfers van twee periodes (bijvoorbeeld dit jaar en vorig jaar) voor één vestiging.
3. Filiaal vergelijking: vergelijkt de cijfers van een periode voor twee vestigingen.

Anderzijds is het mogelijk om jouw eigen bedrijf met andere bedrijven te vergelijken:

1. Bedrijfsvergelijking: vergelijkt de cijfers van een periode voor jouw eigen vestiging met een vestiging van een (anoniem) ander bedrijf in de branche.
2. Vergelijking met gemiddelde monitor: vergelijkt de cijfers van een periode voor jouw eigen vestiging met de gemiddelde cijfers van andere vestigingen in de branche.
3. Benchmark: presenteert een grafiek met de waarde van een kengetal voor jouw eigen vestiging en de waarden van gevonden (vergelijkbare) vestigingen.

*"Veel slaggers hebben het gevoel dat sturen op cijfers ingewikkeld is, maar dat hoeft niet zo te zijn"*

Door het opstellen van actuele bedrijfsrapportages en bedrijfsvergelijkingen ben je als slagerondernemer in staat jouw bedrijfsprocessen per gekozen periode (per 4 weken of per maand) bij te sturen. Dit in tegenstelling tot de huidige situatie, waar veelal nog wordt uitgegaan van de resultaten uit de verlies- en winstrekening, vaak niet eerder beschikbaar dan in het voorjaar/de zomer van een volgend jaar. Dan ben je altijd te laat en dat is in deze tijden echt geen goede zaak" zegt Hans, die al een flink aantal slaggers van financieel advies heeft voorzien in de afgelopen jaren.

Maikel vertelt vervolgens over welke kengetallen aan bod komen in Sturen op Cijfers. "Om de drempel zo laag mogelijk te houden, wordt gestart met een relatief beperkte set cijfers. Door het aan- of uitvinken van keuzeopties kunnen de in te voeren cijfers in de toekomst worden uitgebreid met als gevolg een toename van het aantal kengetallen en daarmee stuurmogelijkheden.

Naast financiële kengetallen als netto-omzet, brutowinstmarge, (loon)kosten en nettowinst vormen arbeidsproductiviteit, klantenaantal en gemiddelde besteding de belangrijkste richtingwijzers als het

gaat om het aansturen dan wel bijsturen van de processen in jouw bedrijf."

## AAN DE SLAG MET STUREN OP CIJFERS

De applicatie is vanaf januari 2014 toegankelijk via de website van de KNS. Sturen op Cijfers is voor iedereen in de slagerijbranche in het eerste gebruiksjaar gratis toegankelijk. Daarna wordt per jaar een bedrag van € 100 in rekening gebracht.

Na het inloggen dien je je eerst te registreren alvorens je aan de slag kunt. Vervolgens voer je eenmalig de bedrijfsgegevens in, de gegevens van eventuele nevenvestigingen en de kenmerken van jouw bedrijf (aard van de onderneming, ondernemingsvorm, omzetklasse, etc.). De voorgeprogrammeerde keuzeopties en de gebruikstoelichting die je op de website van Sturen op Cijfers terugvindt, zorgen ervoor dat deze eenmalige invoer snel en gemakkelijk verloopt. Wijzigingen in de bedrijfsgegevens of de

bedrijfskenmerken zijn gemakkelijk door te voeren in de applicatie.

Na de registratie en de eenmalige invoering van bedrijfsgegevens en bedrijfskenmerken kun je aan de slag met het invoeren van jouw cijfers. Je hebt daarbij de keuze tussen invoering per maand en per 4 weken. De mogelijkheid bestaat om de KNS-adviseur toestemming te geven jouw cijfers in te zien met als doel deze, samen met jou, te analyseren en te interpreteren. Hiervoor moet je expliciet toestemming geven.

Meer informatie? Via de KNS-media (website, nieuwsbrief, Twitter) wordt een update gegeven van de stand van zaken rondom Sturen op Cijfers. Wil je niet wachten tot januari 2014, maar toch vast aan de slag met Sturen op Cijfers? Neem dan contact op met de KNS, Maikel Nicolai, telefoon: 070 3314634.



Hans Hulshof (l) en Maikel Nicolai



# Kan de belastinginspecteur navorderen?

Af en toe meent de belastinginspecteur dat er te weinig belasting is betaald. Bij de inkomsten- en vennootschapsbelasting kan hij alsnog een navorderingsaanslag opleggen. De inspecteur moet zich wel houden aan de wettelijke voorwaarden die hij voor het opleggen van een navorderingsaanslag in acht moet nemen.

## FEIT MOET WEL NIEUW ZIJN

De inspecteur heeft voor het opleggen van een navorderingsaanslag in beginsel een zogenoemd 'nieuw feit' nodig. Dit is een feit dat de inspecteur op het

moment dat hij de aanslag vaststelde niet kende en ook niet redelijkerwijs hoefde te kennen. Maar was het feit op het moment van de aanslagregeling onbekend door een ambtelijk verzuim, dan vervalt de bevoegdheid van de inspecteur tot navorderen. Het gaat dan om de situatie dat het aan de inspecteur was te wijten dat hij niet van het feit op de hoogte was. Verandering van inzicht over de wetstoepassing door de inspecteur kan ook geen reden zijn voor navordering. Daarentegen kunnen voor belastingplichtigen kenbare schrijf-, tik-, intoets- en telfouten navordering niet verhinderen. De Hoge Raad oordeelde onlangs dat het innemen van een standpunt in een inkomstenbelasting procedure kan leiden tot een nieuw feit voor de vennootschapsbelasting. Dit

standpunt kan nieuwe informatie bevatten, die de inspecteur nog niet kende.

## NAVORDERINGSTERMIJN

Als de inspecteur het vermoeden heeft dat hij onterecht geen aanslag heeft opgelegd of dat hij deze te laag heeft vastgesteld, of dat hij een vermindering, ontheffing of teruggaaf ten onrechte of tot een te hoog bedrag heeft verleend, kan hij een navorderingsaanslag opleggen. Maar zijn bevoegdheid is niet onbeperkt. Hij moet de navorderingsaanslag opleggen binnen vijf jaar na het ontstaan van de belastingschuld. Over 2012 kan dus tot 31 december 2017 een navorderingsaanslag opgelegd worden. Wanneer er uitstel is verleend voor het indienen van het aangiftebiljet, dan wordt de navorderingstermijn met

*"De inspecteur heeft voor het opleggen van een navorderingsaanslag in beginsel een zogenoemd 'nieuw feit' nodig"*

de duur van dat uitstel verlengd. Als het om inkomsten of vermogen uit het buitenland gaat, dan wordt de periode van 5 jaar verlengd tot 12 jaar.

## KENBARE FOUT

Per 1 januari 2010 zijn de wettelijke voorwaarden waaronder de inspecteur mag navorderen of een beschikking mag herzien, aanzienlijk versoepeld. Gaat het om een voor de belastingplichtige redelijkerwijs kenbare fout in de aanslag, dan mag de inspecteur ook navorderen. Daarbij wordt in beginsel de kennis en wetenschap van de adviseur aan de belastingplichtige toegerekend. Wanneer is sprake van een redelijkerwijs kenbare fout? Dat is in ieder geval zo als de te weinig geheven belasting ten minste 30% bedraagt van de verschuldigde belasting. Het is daarbij niet van belang hoe de fout is ontstaan. In de praktijk betekent dit dat de inspecteur bij hogere correcties altijd zonder een nieuw feit kan navorderen. Immers, als de correctie met 30% of meer afwijkt van de definitieve aanslag, dan is aan het kenbaarheidsvereiste voldaan en hoeft de inspecteur geen nieuw feit te hebben. Deze ruimere navorderingsbevoegdheid kan de inspecteur maar beperkt in de tijd toepassen. De inspecteur kan bij een kenbare fout slechts navorderen tot



2 jaar na het vaststellen van de aanslag of beschikking.

## TE KWADE TROUW

Als belastingplichtigen bewust inkomsten hebben verzwegen en sprake is van kwade trouw dan heeft de inspecteur geen nieuw feit nodig. Het kan ook gaan om de situatie waarin de belastingplichtige de inspecteur opzettelijk onjuiste gegevens heeft verstrekt. Als de inspecteur een navorderingsaanslag oplegt en er was sprake van opzet of grove schuld, dan legt hij bovendien een boete op. De hoogte van de boete hangt af van de mate waarin de belastingplichtige iets valt te verwijten en deze kan oplopen tot 100% van het bedrag van de te weinig geheven belasting. Als de inspecteur meent dat er sprake is van fraude, zijn de gevolgen groter en kan de belastingplichtige strafrechtelijk worden vervolgd. Ook heeft de inspecteur in de volgende gevallen geen nieuw feit nodig als: een

voorlopige aanslag, een voorheffing of een voorlopige teruggaaf ten onrechte of tot een onjuist bedrag is verrekend: zich een geval voordoet dat heeft te maken met de toedeling tussen partners van gemeenschappelijke inkomstenbestanddelen of bestanddelen van de rendementsgrondslag.

## BEZWAAR MOGELIJK

Men kan tegen een navorderingsaanslag bezwaar maken. Het bezwaar moet wel binnen zes weken na de datum op de navorderingsaanslag binnen zijn bij de belastingdienst.

Bron: Wet art 16 AWR



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



# Rendement halen uit praktische trainingen



Het is een uitdaging om klanten te blijven verrassen en steeds in te spelen op vragen vanuit de markt. En daarbij ook het rendement niet uit oog te verliezen. SVO vakopleiding food heeft een breed aanbod aan praktische trainingen die jou hierbij ondersteunen. Van bereidingstechnieken tot het bedenken van maaltijden en van het schrijven van een marketingplan tot leidinggeven: in het najaar starten trainingen die je helpen jouw rendement te verbeteren.

De trainingen van SVO zijn praktisch en deelnemers gaan zelf actief aan de slag. De trainingen vinden vooral 's avonds plaats en variëren in duur van een dagdeel tot twaalf dagdelen. Dat betekent dat deelnemers in korte tijd veel praktische kennis opdoen, die ze meteen kunnen gebruiken in hun werkpraktijk. De trainingen vinden plaats op diverse locaties en worden gegeven door enthousiaste trainers die zelf uit de praktijk komen.

## TRAITEURTRAININGEN

Voor slaggers die zich richten op de verkoop van verse maaltijden en bijzondere vleesproducten, heeft SVO verschillende trainingen ontwikkeld. Medewerkers die zelf graag verse maaltijden, hapjes of toetjes willen bedenken en maken,

kunnen drie traiteurtrainingen volgen: 'Hollandse & buitenlandse maaltijden', 'Salades, amuses en tapas' en 'Voor- en nagerechten'. De trainingen duren een avond (vijf uur).

## SALADES, AMUSES EN TAPAS

Met 'Salades, amuses en tapas' kun je klanten echt iets speciaals bieden: verse salades voor zomer en winter, creatieve amuses of tapas uit de Spaanse, Thaise of Mexicaanse keuken. Deze producten doen het niet alleen goed in jouw winkel, je kunt er ook de markt van feesten, partijen en buffetten mee aanboren. Tijdens de training gaan deelnemers aan de slag met het zelf bereiden, presenteren en verpakken van gerechten.

## HOLLANDSE & BUITENLANDSE MAALTIJDEN

De traiteurtraining 'Hollandse en buitenlandse maaltijden' leert deelnemers om zelf verse, kant-en-klare maaltijden te ontwikkelen. Ze gaan verschillende recepten bereiden en verbeteren, proeven het resultaat en bespreken het gerecht. Zo ontdekken ze waar het beter kan en hoe ze een maaltijd kunnen aanpassen aan de klanten van hun winkel.

## VOOR- EN NAGERECHTEN

Wil jij jouw klanten het gemak van een compleet diner bieden en het bonbedrag verhogen, dan is het belangrijk om ook aandacht te besteden aan de eerste en derde gang. Tijdens de traiteurtraining 'Voor- en nagerechten' leren deelnemers zelf voorgerechten en desserts maken. Ook leren ze welke voor- en nagerechten goed bij bepaalde hoofdgerechten passen. Wat gaat goed samen met lamsbout? En wat is het perfecte toetje na een hoofdgerecht met varkenshaas? Zo kunnen deelnemers klanten optimaal van advies voorzien.

## VOOR MEER INFORMATIE

Voor verschillende trainingen geldt een subsidieregeling van het opleidingsfonds Sovvb. Er is een Sovvb-subsidie van 75% van de cursuskosten met een maximum van € 345 per cursist mogelijk. Ook verleturen worden tot een bepaald maximum gesubsidieerd. Kijk voor meer informatie op [www.slaggers.nl](http://www.slaggers.nl). Voor meer informatie over de data en locaties van de verschillende trainingen van SVO: [www.svo.nl](http://www.svo.nl).



# De Meat Your Future Karavaan komt eraan

Van september tot december rijdt de Meat Your Future Karavaan door Nederland en bezoekt het vmbo en voortgezet onderwijs met een speciale les over de slager.

De Meat Your Future Karavaan is ontwikkeld en gefinancierd door Stichting Opleidingsfonds Slagersbedrijf (Sovvb). Doel is om jongeren meer te leren over de slager en toekomstperspectief binnen

onze branche en het beeld van de branche bij te stellen naar de realiteit.

Tijdens de interactieve les wordt stilgestaan bij het vak slager en wordt er beroeps- én opleidingsvoorlichting gegeven bestemd voor leerlingen uit het derde en vierde jaar van het vmbo met een BBL-profiel of havo met als uitgangspunten:

### Het slagervak is een:

- echt, **ambachtelijk** vak.
- **creatief** en **afwisselend** vak.

## LEDENVOORDEEL

# Ledenvoordeel: van schoonloopmat tot Disneyland

KNS-lidmaatschap is geld waard! Als KNS-lid kan je namelijk profiteren van ledenvoordeel door de collectieve inkoop van Members' Benefits. De medewerkers van jouw team trouwens ook. Als je dit inkoopprogramma gebruikt krijg je korting, oplopend tot wel 40%. Dat is wat je noemt toegevoegde waarde.



- vak **volop in beweging** en **ontwikkeling**.
- **mensenwerk** en een **gastvrij** vak.

In 1 lesuur worden de leerlingen geïntroduceerd in het slagervak, krijgen zij een beeld bij de beroepsgroep en benodigde competenties. Een bezoek van de Meat Your Future Karavaan is kosteloos. Docenten kunnen zich nu al aanmelden via [www.meatyourfuture.nl](http://www.meatyourfuture.nl).

Zo zijn er echte zakelijke voordelen op bijvoorbeeld verzekeringen, de webwinkel Graaggedaan.nl maar ook op schoonloopmatten, bloemenabonnementen, vaste en mobiele telefonie en Esso brandstof. Een aantal van deze aanbiedingen is lang lopend, er zijn ook een aantal tijdelijke aanbiedingen die steeds veranderen. Het is dus de moeite om [www.knsnet.nl/ledenvoordeel](http://www.knsnet.nl/ledenvoordeel) regelmatig te bezoeken voor interessant voordeel.

Ook is er persoonlijk voordeel te halen, zowel voor jou als ondernemer maar ook voor medewerkers. Korting bij Corendon, bij Disneyland Parijs en andere leuke dagjes uit. Dat is ook nog een mooi voorbeeld van goed werkgeverschap.

Overtuigd van de voordelen? Ga snel naar het [www.knsnet.nl/ledenvoordeel](http://www.knsnet.nl/ledenvoordeel) en kies jouw voordeel.

# 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 Versgrossiers en het consumentenreceptenblad Lekker koken met... speelt naadloos in op deze klantbehoefte.

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

## PROFITEER

Nog geen abonnee van Lekker koken met...? Neem dan de proef op de som en profiteer van de samenwerking tussen Interkring Vers en het aantrekkelijke consumentenreceptenblad. Met het uitdelen van het -voor uw klant gratis- magazine bouwt u aan klantenbinding en loyaliteit. Vraag het abonneerformulier aan via [www.lekkerkokenmet.nl](http://www.lekkerkokenmet.nl) of via uw Interkring versadviseur. [www.interkring-vers.com](http://www.interkring-vers.com)



## 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

## Augustus selectie

# Oh la la, la Méditerranée

In Zuid-Europese landen is 'het buitenkoken' sinds jaar en dag een wezenlijk onderdeel van het dagelijks leven. Er worden veel verse en regionale producten gebruikt. Laten wij wat van deze mediterrane warmte naar ónze keukens brengen.

De 'mediterrane keuken' bestaat uit eigenlijk uit verschillende keukens. Invloeden en specifieke smaken uit de landen rondom de Middellandse Zee zijn erin terug te vinden: Spanje, Italië, Portugal en Griekenland en een deel van Zuid-Frankrijk. Kenmerkend is het gebruik van verse producten uit de omgeving; zowel uit de bergen als uit de zee. Het eetpatroon vooral bestaat uit vis, olijfolie, zeevruchten, groenten, peulvruchten en mager vlees. Juist de puurheid en authenticiteit maken de gerechten zo heerlijk en gezond. Het zogenaamde 'mediterrane dieet' wordt beschouwd als een van de gezondste ter wereld en voorkomt onder andere hart- en vaatziekten.

Heerlijk voor op tafel een antipasti-schotel met Spianata Romana, Mortadella, Parmaham, olijven en een ciabatta met Toscaanse tapenade: allemaal in het assortiment uw Interkring Vers adviseur.

In Zuid-Europese landen wordt het avondmaal ervaren als een waar smakenspektakel. Het bereiden van een maaltijd is noodzakelijk, maar zeker ook ontspanning. In Nederland is het vaak regel dat de eerste die thuis is, begint met het bereiden van de avondmaaltijd. Wij Nederlanders nemen daar dan maximaal 20 minuten voor. In de mediterrane keuken gaat dat toch anders. Daar is het koken een geolied samenspel tussen man en vrouw. Op de buitenhaard grilt de man het vlees en vis, terwijl de vrouw de bijgerechten maakt. Tussen 19.30 uur en 20.30 uur gaat men aan tafel, en dan begint er een smakelijk avondvullend programma.



De tafel is altijd rijkelijk gevuld met een heerlijkheid aan gerechten. Meestal staat er een schaal met gegrild vlees en/of vis, een pan met gekookte aardappels, minimaal twee verschillende groenten en één of meerdere salades, een mandje brood met boter of sardinepaté en, onmisbaar, een fles wijn en een karaf koud water.

Natuurlijk biedt het zonnige weer in deze landen de mogelijkheid om heerlijk lang buiten te grillen en te tafelen. Maar op een zwoele zomeravond en met een heerlijk buitenvuur kunnen wij dit zeer zeker ook in Nederland!



Zomerse mediterrane burger! Heerlijk met een frisse komkommer yoghurtssalade. Bestel deze burger en salade bij uw Interkring Vers adviseur.



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

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

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



Afscheid van bestuurslid Rina Doodeman en voorzitter Tiny Bergevoet.

# Ppas seizoensafsluiting

De Ppas-seizoensafsluiting wordt jaarlijks georganiseerd door de leden van deze groep. Een traditie om in ere te houden. Dit keer was het de beurt aan Zuid-Holland waarbij Gerda Vrijenhoek en Anja van 't Slot de organisatie op zich hadden genomen.

Zo'n 30 Ppassers verzamelden zich bij het museum van Rijswijk. De tuin, een oase van rust in Rijswijk Centrum, was het startpunt van een enorm gezellige

seizoensafsluiting. Gerda Vrijenhoek nam de groep vervolgens mee naar hun nabijgelegen en gelijknamige slagerij. Een ambachtelijk familiebedrijf, dat al bijna 80 jaar bestaat, begonnen in Den Haag en in 1934 verhuisd naar de Herenstraat in Oud Rijswijk. Dick en Gerda Vrijenhoek hebben de slagerij uitgebouwd van paardenslagerij tot specialiteitslagerij. Paardenvlees is overigens nog steeds een populair product zo liet ook de toonbank zien! "Onze klantenkring omvat veel internationale klanten, veelal expats. Daarom is de vraag naar producten uit het buitenland groot, ook naar exclusieve producten. We verkopen dan bijvoorbeeld ook rundvlees uit de Limousin-streek en Simmetaler, en ook Iberico varkensvlees.

Een stukje 'van thuis' daar heeft deze groep consumenten graag geld aan uit en daar spelen wij op in. Ook met onze maaltijden en andere speciale producten." Zoon Job presenteerde vervolgens zijn concept Barbecue Job aan de dames. Een barbecueconcept dat in het teken staat van kwaliteit en ambachtelijke en eerlijke producten. De keuze in de diverse menu's maakt het makkelijk voor de consument. Zoals bij elk slagerijbezoek ging de groep met tips en ideeën de deur uit om te gaan genieten van heerlijk belegde broodjes. Natuurlijk met vleeswaren van Slagerij Vrijenhoek.

Na de lunch op naar de Wassenaarse Luifelbaan, naar Keurslagerij Groeneveld, bestierd door Henk van 't Slot en zijn vrouw Anja, de andere Ppas-gastvrouw. Een straat waar vers in combinatie met kwaliteit de klok slaat. Een kwalitatieve visspecialist, poelier, bakker, kaasspecialist en patisserie Huize van Wely vormen



samen met Keurslagerij Groeneveld een prachtige bestemming voor de consument die van lekker en vers houdt. Leuk detail is dat de aan de Luifelbaan agf-specialist, sinds vorig jaar in handen is van dochter Harriet van 't Slot met haar echtgenoot Kevin. Hier was een moment voor het proeven van een vers sapje en een kleurrijk fruitspiesje. Natuurlijk ook aandacht om zowel in de groente- en fruitwinkel rond te kijken, ook achter de schermen, en vragen te stellen.

In de slagerij keken de dames hun ogen uit in de twee toonbanken die beide gevuld zijn met zogenaamde gastronomische specialiteiten. Niet voor niets noemt Henk zichzelf de 'vleesjuwelier'. Links in de toonbank de uitgebreide selectie ambachtelijke vleeswaren, maar ook buitenlandse specialiteiten zoals

Ganda- en Parmaham. Verschillende eigengemaakte salades en ook snacks zoals de spareribs die net uit de oven kwamen. Elke dag is er een verse maaltijd 'uit de pan', warm vanaf 4 uur maar daarnaast is een ruime keus aan andere vers bereide maaltijden.

De toonbank rechts is ingevuld met vers vlees, waar ook de exclusiviteit van afstraalt. Ierse ribeye, Schots Aberdeen Angus rundvlees en het speciale Pul-vlees uit Zuid Amerika maar ook een mooie selectie Hollands lamsvlees. Ook de rijpingskast trekt natuurlijk de aandacht. Foto's maken, vragen stellen, kortom inspiratie opdoen stond centraal bij dit bezoek.

De dag werd afgesloten met een fantastische barbecue op het strand. Tijdens het aperitief was er aandacht voor afscheidnemend bestuurslid Rina Doodeman en voorzitter Tiny Bergevoet die, als gevolg van de verkoop van slagerij, ook definitief afscheid nam van Ppas. Een emotioneel maar mooi moment na zoveel jaren waarbij de warme aandacht vanuit de groep de waardering nog eens onderstreepte. Vervolgens was het heerlijk genieten van verse salades, vis en zowel rund- als paardenvlees bereid door Dick Vrijenhoek en Henk van 't Slot. Een waardige afsluiting van het seizoen!

*"Een stukje 'van thuis' daar heeft deze groep consumenten graag geld aan uit"*

## 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:

- Slagerspassie
- Interview met Jan Meerman van Detailhandel Nederland
- Slagerij Gelderblom uit Ridderkerk aan het woord

De Slager nr. 8 ontvang je op 3 september

## Het magazine voor de barbecue liefhebber

Boordevol tips en tricks over barbecuen, recepten, de nieuwste barbecues en reportages over buitenleven.



4x €15,00\*

Verschijning  
april, juni, juli &  
online wintereditie  
[www.fire-food.nl/Abonnee](http://www.fire-food.nl/Abonnee)



Ontvang de gratis Clubcard voor vele kortingen en voordelen