

INHOUDSOPGAVE

<b>1. INLEIDING</b> .....	<b>5</b>
<b>2. ACTIVITEITEN GERICHT OP ALLE LEDEN</b> .....	<b>7</b>
2.1. SOCIALE ZAKEN.....	7
<i>Collectieve Arbeidsovereenkomst (CAO)</i> .....	7
<i>Stichting Aanvullingsfonds Slagersbedrijf (SAS)</i> .....	7
<i>Arbeidsomstandigheden</i> .....	8
<i>Branche RI&amp;E</i> .....	9
<i>Stichting Aanvullende Voorzieningen Arbeidsongeschiktheid Slagersbedrijf (SAVAS)</i> .....	9
<i>Bedrijfstakpensioenfonds De Samenwerking (Bpf)</i> .....	9
<i>Stichting Vrijwillig Uittreden Slagersbedrijf (STIVUS)</i> .....	10
2.2. VLEESTECHNOLOGISCHE ZAKEN EN KWALITEITSZORG.....	10
<i>Zelfslachtende Slagers (ZSS)</i> .....	10
<i>EG-erkende bedrijven</i> .....	10
<i>Hygiëncode voor het Slagersbedrijf</i> .....	12
<i>Etikettering</i> .....	12
<i>Etikettering rundvlees</i> .....	13
<i>Toezicht en zelfcontrole</i> .....	13
<i>Commissie research, hygiëne en milieu</i> .....	13
2.3. ONDERWIJS.....	14
<i>Vormings- &amp; Ontwikkelingsfonds (VOS)</i> .....	14
<i>Stichting Opleidingsfonds Slagersbedrijf (Sovvb)</i> .....	14
<i>Stichting Opleidingsfonds voor de Vleessector (SOV)</i> .....	16
<i>Slagers Vakopleiding (SVO)</i> .....	16
<i>Na- en bijscholing van slagers</i> .....	17
2.4. CONVENANTEN EN GEZAMENLIJKE INKOOP.....	18
2.5. AUTOMATISERING.....	19
<i>Geïntegreerde weeg- en kassa-apparatuur</i> .....	21
<i>Branchespecifieke hardware</i> .....	21
<i>Branchespecifieke software</i> .....	21
<i>Tracking en tracing en productieprocessen</i> .....	22
<i>Hazard Analysis Critical Control Points (HACCP)</i> .....	22
<i>Eigen website</i> .....	22
<i>Aanpak</i> .....	23
2.6. INTERNATIONALE SAMENWERKING EN BELANGENBEHARTIGING.....	23
2.7. GEZAMENLIJKE ENERGIE-INKOOP.....	24
<b>3. BEGELEIDING VAN INDIVIDUELE ONDERNEMERS</b> .....	<b>26</b>
3.1. BEDRIJFSANALYSE.....	26
<i>Vestigingspuntscan</i> .....	27
<i>Businessplan</i> .....	29
<i>Analysen en begroten van exploitaties</i> .....	31
<i>Quick Scan</i> .....	31
<i>Quick Scan Op Maat</i> .....	31
<i>Quick Scan Plus</i> .....	32
<i>Betaalde en oriënterende bedrijfsbezoeken</i> .....	32
3.2. BEGELEIDING VAN BEGIN TOT EIND.....	33
<i>Begeleiding bij het verkrijgen van een nieuw bedrijf</i> .....	33
<i>Begeleiding bij de start van een nieuw bedrijf</i> .....	33
<i>Begeleiding bij bedrijfsovername c.q. bedrijfsopvolging</i> .....	34

<i>Begeleiding bij verbouw en nieuwbouw</i> .....	35
<i>Contacten met andere (succesvolle) ondernemers</i> .....	35
<i>Begeleiding van slaggers aan het eind van hun carrière</i> .....	35
3.3. BEGELEIDING BIJ INNOVATIE .....	36
<i>Versamenwerking</i> .....	36
<i>Productinnovatie</i> .....	36
<i>Leveren aan nieuwe doelgroepen (toeleverancier aan concullega's)</i> .....	37
<i>Aanpassing van vestigingspunten</i> .....	37
<i>Aanpassing van winkelformules</i> .....	37
<i>Aanpassing van verkoopstrategieën</i> .....	37
<i>Vaktechniek</i> .....	37
3.4. BEGELEIDING BIJ OVERIGE BEDRIJFSPROCESSEN .....	38
<i>Begeleiding bij personeelszaken</i> .....	38
<i>Begeleiding bij het maken van een interne bedrijfsanalyse</i> .....	38
<i>Begeleiding bij de implementatie van kwaliteitssystemen</i> .....	39
<i>Begeleiden bij bedrijfsdecoratie</i> .....	39
<i>Begeleiding bij de aanschaf van bedrijfskleding</i> .....	39
<i>Begeleiding bij het treffen van passende maatregelen</i> .....	39
3.5. INDIVIDUELE JURIDISCHE BEGELEIDING .....	39
<i>Individuele juridische dienstverlening</i> .....	39
<i>Mediation</i> .....	40
3.6. PREDIKAAT <i>BIJ KONINKLIJKE BESCHIKKING HOFLEVERANCIER</i> .....	41
<b>4. PR &amp; COMMUNICATIE</b> .....	<b>42</b>
4.1. SCHRIFTELIJKE COMMUNICATIE .....	42
<i>KNS-Actueel</i> .....	42
<i>Jaarboek</i> .....	42
<i>Persberichten en free publicity</i> .....	43
<i>Jaarverslag</i> .....	43
<i>Nieuwjaarskaart</i> .....	43
4.2. DIGITALE COMMUNICATIE .....	43
<i>Website (www.knsnet.nl)</i> .....	44
<i>Nieuwsflitsen</i> .....	44
4.3. PROMOTIONELE ACTIVITEITEN .....	45
<i>Landelijke promotiecampagne</i> .....	45
<i>Beurzen</i> .....	45
<i>Vakwedstrijden</i> .....	46
<i>Spare Ribs Trophy</i> .....	47
<i>Promotie van het ambachtelijke slaggersvak</i> .....	47
<i>Begeleiding bij genereren van free publicity (gratis en positieve publiciteit)</i> .....	47
<i>Evenementen</i> .....	47
<i>Jubilea en andere gebeurtenissen</i> .....	48
<i>Acties gericht op de volwassen consument</i> .....	48
<i>Acties gericht op kinderen van de consument</i> .....	49
<i>Schoolbezoeken, verjaardagsfeestjes, werkstukken en spreekbeurten</i> .....	49
<i>Slagersidee van de maand</i> .....	50
<i>Biefstukboek</i> .....	51
4.4. VOORLICHTING AAN DE LEDEN .....	51
<i>Consumentenvoorlichting</i> .....	51
<i>Posters</i> .....	51
<i>Receptenboekjes en/of vleeswaaier</i> .....	51
<i>Voorlichting over de slaggersbranche</i> .....	52
4.5. OVERIG .....	52
<i>Communicatiestrategie op maat</i> .....	52
<i>Drukwerkbegeleiding</i> .....	52

<i>Bedrijfsopeningen</i> .....	53
<b>5. ONDERSTEUNING VAN DIVERSE DOELGROEPEN EN SAMENWERKING BINNEN DE BRANCHE</b> .....	<b>54</b>
<i>Project Partners van Ambachtelijke Slagerondernemers (Ppas)</i> .....	54
<i>Werkgroep Ambachtelijke Slagersvrouwen (WAS)</i> .....	54
<i>Stichting VGS</i> .....	54
<i>Vereniging van Keurslagers (VVK) en Worstmakersgilde (WMG)</i> .....	55
<i>Formuleslagers en regionale werkgroepen</i> .....	55
<i>Halal slagers</i> .....	55
<i>Juniorenplatform</i> .....	56
<i>Tweede generatie grootslagers</i> .....	56
<i>Toekomstige leden (laatstejaars slagersvakopleiding)</i> .....	56
<i>Dienstverlening aan verwante brancheorganisaties</i> .....	56
<b>6. SAMENWERKING MET EXTERNE PARTIJEN</b> .....	<b>58</b>
<i>MKB-Nederland</i> .....	58
<i>MKB-Winkelraad</i> .....	58
<i>Platform detailhandel Nederland</i> .....	58
<i>Hoofdbedrijfschap Ambachten (HBA)</i> .....	59
<i>Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD)</i> .....	60
<i>Productschap Vee en Vlees (PVV)</i> .....	60
<i>Stichting Centraal Bureau diensten aan Slachtdieren (CBS)</i> .....	61
<i>Ministerie van VWS</i> .....	61
<i>Ministerie van LNV</i> .....	61
<i>Milieuconvenant Vleesindustrie</i> .....	61
<b>7. VERENIGING</b> .....	<b>62</b>
<i>Algemene Ledenvergadering (ALV)</i> .....	62
<i>Bestuur</i> .....	62
<i>Communicatie met de achterban</i> .....	63
<i>Regioavonden</i> .....	63
<i>Contributie</i> .....	64
<i>Imago KNS</i> .....	64
<i>Aan de KNS gelieerde stichtingen</i> .....	65
<i>Werving van nieuwe leden</i> .....	65
<b>8. SECRETARIAAT</b> .....	<b>67</b>
<i>Planning, continuïteit en werkafspraken</i> .....	67
<i>Automatisering</i> .....	67
<i>Personeelsbeleid</i> .....	68
<i>Huisvesting</i> .....	69
<i>Bestuur</i> .....	70
<i>Management</i> .....	70
<i>Medewerkers</i> .....	70
<b>AFKORTINGENLIJST</b> .....	<b>71</b>



## 1. INLEIDING

Slagerondernemer; een mooi beroep, maar tegelijkertijd een beroep dat zwaar onder druk staat. Er is alle reden om de toekomst van deze beroepsgroep met zorg te bekijken vanwege het ongunstige ondernemersklimaat. Daarnaast is de branche zeer afhankelijk van de overheid en wet- en regelgeving en dit betekent veel administratieve lasten en verplichtingen.

Het totale aantal slagersbedrijven in Nederland is in de afgelopen jaren drastisch gedaald. Het aantal verkooppunten is in 2006 (opgave Kamer van Koophandel; peildatum augustus 2006) afgenomen tot ca. 2.963 (2.639 hoofdvestigingen en 324 nevenvestigingen). Hiervan zijn 2.029 slagerondernemers lid van de KNS waarvan 121 seniorleden (peildatum augustus 2006). Thans blijft het aantal slagersbedrijven redelijk stabiel. Een aantal belangrijke oorzaken ligt aan deze daling ten grondslag. Bijvoorbeeld het nog steeds toenemende marktaandeel van het supermarktkanaal door trends als one-stop-shopping, gemak en snelheid. Ook de problematiek rond bedrijfsopvolging resulteert in het sluiten van ambachtelijke vleesverkooppunten. Om die reden is de beschikbaarheid van vestigingspunten met voldoende toekomstperspectief een bepalende factor in de ontwikkeling van het aantal slagersbedrijven. Toch is het voor veel slagerondernemers goed mogelijk om een solide toekomst te creëren door onderscheidend te zijn ten opzichte van de concurrent. 'Met de tijd meegaan' moet een belangrijk onderdeel van de bedrijfsvoering zijn. Uit onderzoek van het Hoofdbedrijfschap Ambachten (HBA) blijkt dat binnen de slagersbranche knelpunten worden ervaren ten aanzien van het omzetniveau, de concurrentiepositie, het aantrekken van vakbekwaam personeel, de loonkosten, Arbo-eisen en administratieve lasten. Op de meeste van deze knelpunten zal in dit meerjarenbeleidskader inhoudelijk en waar mogelijk oplossings-gericht worden ingegaan.

De Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie ziet het als laagdrempelige en deskundige belangenbehartiger voor werkgevers in het slagersbedrijf als haar taak en verantwoordelijkheid alle mogelijke maatregelen te nemen om het huidige aantal slagerondernemers te behouden en misschien zelfs te vergroten. Hierbij wordt gedoeld op de leden, maar ook op de niet-leden. Het zowel collectief als individueel begeleiden van slagerondernemers in het ondernemerschap, waardoor de kansen van het slagersbedrijf worden geoptimaliseerd en de consument weer (meer) terugkeert in de slagerij, zal voor de komende jaren de belangrijkste leidraad (moeten) zijn in het door de KNS te voeren beleid.

Op de eerste plaats betekent dat natuurlijk handhaving van activiteiten die totnogtoe hun waarde hebben bewezen. Voor de volledigheid worden deze activiteiten in dit meerjaren beleidskader uitvoerig beschreven, ook omdat veel leden onvoldoende zicht hebben op wat de KNS voor hen doet, terwijl het streven van de KNS is zo transparant mogelijk te opereren. Aan het eind van dit meerjaren beleidskader wordt een beschrijving gegeven van de formatie op het KNS-secretariaat. Onder andere hierdoor wordt op hoofdlijnen de inzet op de deelactiviteiten inzichtelijk gemaakt. In voorkomende gevallen zal deze beschrijving worden gevolgd door wenselijk geachte bijstellingen.

Daarnaast wordt uitvoerig stilgestaan bij nieuwe activiteiten die ruwweg onderverdeeld kunnen worden in:

- ✓ producten en diensten gericht op de individuele ondernemer (waar mogelijk en wenselijk op maat);
- ✓ producten en diensten gericht op binnen de slagersbranche te onderscheiden doelgroepen;

✓ producten en diensten gericht op alle leden.

Rode draad bij zowel bestaande als nieuwe activiteiten is modern ondernemerschap en professionalisering van de bedrijfsvoering. ICT speelt bij beide activiteiten een belangrijke rol en vormt voor de KNS dan ook een belangrijk speerpunt in het te voeren beleid. Uitgangspunt bij de producten en diensten gericht op de individuele ondernemer vormt steeds dat de leden voor dit (aanvullende) aanbod betalen; dit is echter wel een scherp concurrerend tarief omdat de KNS natuurlijk geen winstoogmerk heeft. In de praktijk betekent het dat producten en diensten kunnen worden geleverd tegen een tarief dat ongeveer 1/3 van het in de markt geldende tarief bedraagt. Streven is op termijn te komen tot een (digitale) catalogus waarin alle producten en diensten met bijbehorend tarief worden beschreven.

Voorts zal de KNS waar mogelijk zowel bestaande als nieuwe activiteiten onder de aandacht brengen. En dan niet alleen naar de huidige leden, maar juist ook naar de slagerondernemers die nog geen lid zijn van de KNS.

Gedachte hierachter is dat een goed product zichzelf verkoopt en dat het streven naar een hogere organisatiegraad dan de huidige ruim 83% alleen kan worden bereikt door het zichtbaar aantrekkelijk te maken voor niet-leden om zich bij de KNS aan te sluiten. De beroepsgroep als geheel wordt hierdoor versterkt en dat is goed voor zowel huidige als nieuwe slagerondernemers als voor de KNS zelf. Immers, de KNS als brancheorganisatie heeft alleen bestaansrecht bij gratie van haar leden. Het werven van nieuwe leden zal in de toekomst als een regelmatig terugkerende activiteit onderdeel uitmaken van de werkzaamheden van de KNS. De wijze waarop dit zal worden ingevuld, komt elders in dit beleidskader aan bod.

Ook zal op de korte termijn worden onderzocht in hoeverre het KNS-secretariaat ondersteuning kan bieden aan andere brancheverenigingen, niet in de laatste plaats om ook daarmee de positie van de KNS te verstevigen.

Om de leden zo optimaal mogelijk van dienst te kunnen zijn, is een belangrijke voorwaarde dat de KNS weet wie de huidige en toekomstige leden zijn. Om die reden is in 2006 al een begin gemaakt met het professionaliseren van het digitale ledenbestand en wordt in het verlengde daarvan ernaar gestreefd dit bestand ook uit te breiden met zoveel mogelijk slagerondernemers in Nederland die nog geen lid zijn van de KNS. Verder is het voornemen om op zo kort mogelijke termijn te komen tot een vestigingspuntscaan waarbij alle vleesverkooppunten alsmede de mogelijkheden voor nieuwe vestigingspunten in Nederland in kaart worden gebracht. Zo kan bijvoorbeeld tijdig worden ingespeeld op nieuwbouwplannen voor winkelcentra, etc.

Bij al deze activiteiten zal waar mogelijk en wenselijk de samenwerking met andere belangrijke partijen worden gezocht. Het zal duidelijk zal dat aan dit soort maatregelen een prijskaartje hangt; de KNS is echter van mening dat het behoud of zelfs uitbreiding van het aantal slagerondernemers in Nederland wel een investering waard is.

Een investering overigens die zichzelf later ongetwijfeld zal terugverdienen.

## 2. ACTIVITEITEN GERICHT OP ALLE LEDEN

Ondernemers hebben gemeenschappelijke belangen en er is samenwerking nodig om die gemeenschappelijke belangen te kunnen behartigen. Collectieve belangenbehartiging betekent in de eerste plaats bundeling van krachten. Door bundeling kunnen doelen worden bereikt die anders niet of alleen met zeer grote inspanningen kunnen worden bereikt. Collectieve belangenbehartiging betekent ook het vertegenwoordigen van een groep op nationaal en internationaal niveau in verschillende organisaties en commissies. Collectieve belangenbehartiging betekent verder onderhandelen voor de achterban en het bevorderen van de onderlinge binding van de leden en het uitwisselen van kennis en informatie. Collectieve belangenbehartiging wordt zichtbaar door participatie. De KNS participeert in verschillende (bestuurs-)organen. Hierna worden enkele belangrijke organen genoemd waarin de KNS is vertegenwoordigd.

### 2.1. Sociale zaken

#### **Collectieve Arbeidsovereenkomst (CAO)**

Het Georganiseerd Overleg Slagersbedrijf is het overlegorgaan waarbinnen de CAO-onderhandelingen plaatsvinden en waarin de KNS de werkgeversbelangen in de sector behartigt. Het secretariaat van de KNS bundelt de vragen en wensen die zij van haar leden ontvangt. Verder worden de ontwikkelingen op de diverse politieke beleidsterreinen geïnventariseerd. Na analyse hiervan worden onderhandelingsvoorstellen ter goedkeuring aan het bestuur voorgelegd. Vervolgens bepaalt het bestuur de inzet van de onderhandelingen.

Omdat de samenleving verandert, veranderen het werk en de arbeidsvoorwaarden mee. Dat betekent dat de CAO steeds moet worden bijgesteld. Een goede CAO sluit aan bij wat er leeft in het slagersbedrijf. De KNS wil graag dat leden zich daarover regelmatig uitspreken. Voordat de nieuwe CAO-onderhandelingen van start gaan, zal de KNS haar leden in de gelegenheid stellen om hun mening en wensen kenbaar te maken. De KNS zal tijdens deze bijeenkomsten het onderwerp inleiden door aan te geven welke nieuwe elementen moeten worden toegevoegd, bijvoorbeeld als gevolg van gewijzigde regelgeving. Maar ook welke bepalingen op basis van veranderde inzichten zouden kunnen worden gewijzigd.

Via de regionale voorjaars- en najaarsbijeenkomsten en via enquêtes (in KNS-Actueel en op de website) worden leden van de KNS in de gelegenheid gesteld hun wensen ten aanzien van de arbeidsvoorwaarden kenbaar te maken. De KNS zal voorts met vertegenwoordigers van andere toonaangevende gremia binnen de branche als bijvoorbeeld de VVK, het Worstmakersgilde, de VAS en de VGS inventariserende gesprekken voeren om een zo breed mogelijk draagvlak te creëren.

Uiterlijk 3 maanden voor aanvang van de CAO-onderhandelingen stelt het bestuur op basis van de verkregen input de werkgeversvoorstellen voor de nieuwe CAO-ronde vast.

#### **Stichting Aanvullingsfonds Slagersbedrijf (SAS)**

De KNS biedt haar leden de mogelijkheid deel te nemen aan een collectieve herverzekering van ziekterisico's. Voor dat doel had de Stichting Aanvullingsfonds Slagersbedrijf (SAS) met de onderlinge waarborgmaatschappij (OWM) SAS een verzekeringsovereenkomst gesloten waarbij de verplichting tot loondoorbetaling bij ziekte voor de werkgever was verzekerd.

Deze constructie heeft het afgelopen jaar in gesprekken met de toezichthouder (de Nederlandsche Bank) ter discussie gestaan. Deze discussie, de rol van administrateur Interpolis daarin en de voortdurend stijgende administratiekosten hebben ertoe geleid dat SAS de verzekeringsovereenkomst met de OWM en de administratieovereenkomst met Interpolis heeft opgezegd.

Met ingang van 1 januari 2007 zal als vervolg op de hiervoor genoemde verzekeringsovereenkomst de Stichting SAS ZorgPortaal worden opgericht. Deze stichting zal met verzekeringsmaatschappij De Amersfoortse, Arbodienst ArboDuo, reïntegratiebedrijf Keerpunt en assurantietussenpersoon Supergarant een overeenkomst aangaan. In de nieuwe verzekeringsovereenkomst worden private verzekeringsarrangementen op het gebied van de sociale zekerheid ondergebracht. De ontwikkelde verzekeringsproducten zijn afgestemd op de CAO voor het Slagersbedrijf. Met ingang van 1 januari 2007 zullen in elk geval worden de volgende verzekeringsproducten worden opgenomen:

*Voor werkgevers:*

- ✓ De loondoorbetalingverplichting bij ziekte, inclusief vakantietoeslag.
- ✓ (Verplichte) toeslagen in het kader van de Wet Werk en Inkomen naar Arbeidsvermogen (WIA-arbeidsongeschiktheid).
- ✓ De overlijdensuitkering.

*Voor werknemers:*

- ✓ De WGA-gatverzekering. Deze verzekering is vergelijkbaar met de oude WAO-gatverzekering die was ondergebracht in SAVAS. De afkorting staat voor de Regeling Werkhervatting Gedeeltelijk Arbeidsgeschikten (WGA).
- ✓ Een collectieve verzekering die de werknemers een inkomensaanvulling geeft bij arbeidsongeschiktheid in de zin van de WIA.

Naast deze collectieve verzekeringen zal aan de deelnemende werkgevers de mogelijkheid worden geboden om het WGA-risico via het SAS ZorgPortaal te verzekeren. Uiteraard is ook de Arbo-dienstverlening opgenomen in het SAS ZorgPortaal. Dat betekent verzuimbegeleiding gedurende de eerste twee ziektejaren en reïntegratieactiviteiten, inclusief de reïntegratie tweede spoor.

### **Arbeidsomstandigheden**

Preventie neemt een vooraanstaande plaats in binnen het SAS ZorgPortaal. Reïntegratie is één, maar voorkomen is beter. Binnen de oplossingen die het SAS ZorgPortaal aanbiedt, speelt preventie dan ook een belangrijke rol. Om hieraan invulling te kunnen geven, dienen de arbeidsomstandigheden binnen elk bedrijf te worden geïnteriseerd. Dat gebeurt door middel van een zogenaamde RI&E (Risico-Inventarisatie en –Evaluatie). Dit is in het kader van de Arbowetgeving een steeds belangrijkere verplichting geworden voor bedrijven en organisaties. De RI&E is in de eerste plaats een document waarover een werkgever moet beschikken. In dat document wordt met name een overzicht en beoordeling gegeven van de risico's van het werk voor de werknemers van het bedrijf. Daarnaast wordt de term risico-inventarisatie en –evaluatie ook wel gebruikt voor het proces of de activiteiten die leiden tot een dergelijk document. RI&E staat dan voor het maken van een overzicht en beoordeling van de risico's van het werk.

Naast de wettelijke verplichting is het belangrijk dat de RI&E wordt ingevuld zodat binnen het bedrijf bekend wordt welke risico's men loopt. Hiermee wordt voorkomen dat werknemers in ongewenste situaties terecht komen die hen bovendien langdurig uit het arbeidsproces kunnen halen.

## **Branche RI&E**

De huidige inventarisatielijst wordt door een werkgroep van werkgevers en werknemers geactualiseerd. Deze worden hierbij betrokken om enerzijds alle denkbare risico's in beeld te krijgen, maar anderzijds om het eindproduct in de praktijk toepasbaar te laten zijn.

Behalve het actualiseren zal de Branche-RI&E ook worden gedigitaliseerd. Dat betekent dat de inventarisatie en evaluatie dan ook via de computer kan worden gedaan. Als dit proces is afgerond, wordt de Branche-RI&E in de CAO opgenomen. Dit heeft als bijkomend voordeel dat de slagerijen met minder dan 25 werknemers in dienst geen verplichte toetsing door een Arbo-dienst hoeven laten uitvoeren. Dat scheelt toch al gauw zo'n € 500 à € 600 per jaar.

In de loop van november zal de werkgroep haar opdracht afronden en zal de Branche-RI&E aan Arbo Platform Nederland worden aangeboden. Vervolgens zal de beoogde aanpassing van de CAO plaatsvinden zodat naar verwachting rond 1 december de Branche-RI&E operationeel zal zijn. Bij de start van het SAS ZorgPortaal per 1 januari 2007 kunnen werkgevers en werknemers met dit instrument aan de slag gaan.

Aan de hand van uitkomsten van de branche-RI&E zal worden bekeken in hoeverre de ontwikkeling van een (te subsidiëren) papieren branchespecifieke Arbocatalogus noodzakelijk en wenselijk is.

In elk geval zal wat wordt ontwikkeld op het gebied van de arbeidsomstandigheden worden gebruikt in de voorlichting aan de KNS-leden. Dit onderwerp kan worden meegenomen in de regioavonden van het voorjaar 2007 en mogelijk in andere (scholings-)bijeenkomsten.

## **Stichting Aanvullende Voorzieningen Arbeidsongeschiktheid Slagersbedrijf (SAVAS)**

Dit is de Stichting die met de OWM SAS een verzekeringsovereenkomst is aangegaan voor de verzekering van het WAO-gat. Door de komst van de WIA bestaat er geen WAO-gat meer. Daarom heeft de Stichting Aanvullende Voorzieningen Arbeidsongeschiktheid Slagersbedrijf (SAVAS) de verzekeringsovereenkomst met de OWM SAS opgezegd. De OWM zorgt voor de afwikkeling van de lopende gevallen, die nog enkele decennia kan duren. De KNS is vertegenwoordigd in het bestuur van SAVAS.

Binnen het SAS ZorgPortaal zullen de lopende verplichtingen ten opzichte van personen die een SAVAS-uitkering hebben (de zogenaamde staartverplichtingen) door De Amersfoortse worden overgenomen.

Tevens heeft het bestuur van SAVAS besloten de ten onrechte bij werknemers in 2004 en 2005 geïnde premie terug te betalen.

## **Bedrijfstakpensioenfonds De Samenwerking (Bpf)**

*Stichting De Samenwerking* is de door de Minister van Sociale Zaken en Werkgelegenheid verplicht gestelde pensioenregeling voor werknemers in het slagersbedrijf en in de slagerij van een supermarkt. De pensioenregeling bevat een ouderdomspensioen, een nabestaanden-pensioen en een wezenpensioen. Actueel is op dit moment de aanpassing van de pensioen-regeling waardoor het voor werknemers mogelijk moet worden eerder te stoppen met werken dan 65 jaar. Daartoe wordt per 1 januari 2007 een werknemers-bijdrage in de pensioenpremie ingevoerd.

Het bestuur van De Samenwerking beheert het fonds, bepaalt het beleid en zorgt ervoor dat deelnemers en werkgevers goed geïnformeerd zijn over pensioenzaken.

De administratie en uitvoering van de pensioenen - van de inning van premies tot het uitbetalen van uitkeringen - wordt geregeld door Interpolis Pensioenen in De Meern.

De KNS is vertegenwoordigd in het bestuur van De Samenwerking.

### **Stichting Vrijwillig Uittreden Slagersbedrijf (STIVUS)**

In de Stichting Vrijwillig Uittreden Slagersbedrijf (STIVUS) is de VUT-regeling voor de branche ondergebracht. Door recente wetgeving is de VUT-regeling zodanig aangepast dat alleen werknemers die op 31 december 2004 55 jaar of ouder zijn nog in aanmerking kunnen komen voor VUT. Dat betekent dat de VUT-regeling in beginsel nog loopt tot 1 januari 2015 omdat dan de laatste deelnemers 65 jaar zijn geworden. De KNS is vertegenwoordigd in het bestuur van STIVUS. De CAO Stivus heeft een looptijd van 1 januari 2002 tot 31 december 2006.

### 2.2. Vleestechnologische zaken en kwaliteitszorg

Het terrein vleestechnologische zaken en kwaliteitszorg kenmerkt zich door beleidsontwikkeling en -uitvoering van (innovatieve) vleestechnologische zaken, kwaliteitszorg, etc. Concreet betekent dit vertaling en beïnvloeding van (nieuwe) (inter)nationale wet- en regelgeving ten behoeve van vleesproductie- en verwerkingsbedrijven, slagers en zelfslachtende slagers. Daarnaast het signaleren en 'vertalen' en beïnvloeden van ontwikkelingen die slagerondernemers aangaan, bijvoorbeeld op het gebied van hygiëne, milieu, energie, EG-erkenningen, etikettering, tracking en tracing, etc. De KNS speelt op deze wijze een actieve intermediaire rol tussen overheid, koepelorganisaties en de branche.

Op dit moment worden binnen de KNS de volgende aandachtsgebieden onderscheiden:

#### **Zelfslachtende Slagers (ZSS)**

Het beleidsterrein vleestechnologische zaken wordt sterk beheerst door de positie van de zelfslachtende slager (ZSS). 11% van de slagers in Nederland koopt levende dieren in, hiervan heeft 8% een erkenning slachterij. Het gemiddelde aantal dieren dat wekelijks wordt geslacht in procenten van het aantal zelfslachtende bedrijven is als volgt:

1 t/m 5 dieren	29%	
6 t/m 10 dieren	23%	
11 t/m 20 dieren	20%	
<u>&gt; 20 dieren</u>	<u>28%</u>	
Totaal	100%	(bron: EIM, 2004)

Er wordt naar verhouding veel tijd besteed aan een kleine groep slagers. De KNS onderkent echter de zorgwekkende situatie waarin de ZSS zich bevindt en zal deze groep daarom waar mogelijk ondersteunen. Dat laat onverlet dat rekening zal moeten worden gehouden met wettelijke kaders.

De ZSS slacht volgens eigen zeggen zelf omdat door zelf levend in te kopen een constante kwaliteit kan worden geleverd aan de klanten. Het accent ligt dan op de levende inkoop en niet op het zelf slachten. Daar zelf slachten veelal onrendabel is, zou een oplossing kunnen zijn het slachten uit te besteden aan een collega ZSS die zich heeft ontwikkeld tot een regionale slachtplaats.

De inkoop vindt levend plaats en de verdere verwerking vindt nog steeds in eigen bedrijf plaats veelal in combinatie met een worstmakerij. Dat heeft een aantal voordelen.

Het slachtproces wordt uitgevoerd op een wijze zoals de ZSS zelf gewend is.

Doordat de regionale slachtplaats grotere aantallen kan slachten, ontstaan schaalvoordelen. Investeringskosten als gevolg van veranderende inrichtingseisen kunnen makkelijker worden gedaan. Bovendien worden de keuringskosten per slachtdier lager omdat bijvoorbeeld starttarieven over meerdere dieren kunnen worden verdeeld.

Voorgaande in overweging genomen stelt de KNS zich op het standpunt dat voor het behoud van de ZSS waar mogelijk regionale slachtplaatsen zouden moeten worden gerealiseerd. Dat betekent dat een deel van de ZSS bereid zou moeten zijn het zelf slachten op te geven.

Het kan echter ook zo zijn dat het voor de continuïteit van sommige slagersbedrijven noodzakelijk is dat er echt zelf geslacht wordt. Daartoe wordt door menig ZSS de koppeling gemaakt met het ambacht. Met name in de kleine kernen op het platteland zou het loslaten van het zelf slachten betekenen dat het ambacht verloren gaat en daarmee het bestaansrecht van de slager. Dat zou een verdere verschraving van het voorzieningenniveau betekenen omdat vaak andere detaillisten al zijn verdwenen. Steun voor deze stelling komt uit onverdachte hoek. Tijdens het op 7 juni 2006 gehouden ondernemersdebat over tegenstrijdige en zinloze regelgeving steunde Staatssecretaris Van Gennip van Economische Zaken dit uitgangspunt door te stellen dat regelgeving moet worden versoerd om te voorkomen dat er in de kleine kernen geen winkels meer overblijven.

Vooralsnog wordt uitgegaan van de voortzetting van de Commissie ZSS zoals die momenteel actief is. Doelstelling van de commissie is problemen die zich bij Zelfslachtende Slagers en erkende bedrijven voordoen te inventariseren. Deze inventarisatie wordt een aantal keer per jaar besproken met de vertegenwoordigers van de VWA en andere belangrijke actoren met het doel deze problemen waar mogelijk op te lossen.

De benaming commissie Zelfslachtende Slagers is eigenlijk niet helemaal ladingdekkend. Het KNS-bestuur heeft inmiddels besloten dat ook een vertegenwoordiger van de bedrijven met een erkenning uitsnijderij en/of vleesproducten deel gaat uitmaken van de commissie. De commissie Zelfslachtende Slagers is een permanente commissie met de volgende taakstelling:

- ✓ Het signaleren van problemen en het aandragen van oplossingen betreffende zaken die specifiek zijn voor het slachtproces bij slagers.
- ✓ Bespreken van knelpunten, voorgestelde oplossingsrichtingen en samenwerkingsmogelijkheden met externe partijen als bijvoorbeeld de VWA.
- ✓ Beleidsontwikkeling ten behoeve van voor Zelfslachtende Slagers en erkende bedrijven relevante aandachtsgebieden.
- ✓ Gevraagd en ongevraagd adviseren van het KNS-bestuur.

Aandachtspunt voor de nabije toekomst betreft (het herzien van) de hygiëncode voor slachterijen.

### **EG-erkende bedrijven**

Bedrijven die vlees, vis of producten daarvan produceren, verwerken, verhandelen of vervoeren, moeten volgens de Europese regelgeving over een erkenning beschikken. Dit systeem van erkenningen zorgt ervoor dat handelspartners weten of zij zaken doen met een bedrijf dat voldoet aan eisen van voedselveiligheid (en andere eisen). De VWA controleert in opdracht van het ministerie van LNV en het ministerie van VWS of de erkende bedrijven zich aan de Europese regels houden.

Vanaf januari 2006 zijn alle erkenningen herzien en is het verschil tussen een kleine en grote erkenning komen te vervallen waardoor de eisen voor een groot producerend bedrijf hetzelfde zijn als voor een klein bedrijf. Als slagers beperkt, marginaal en plaatselijk leveren aan derden hoeven zij volgens de nieuwe hygiëneverordening 852/2004 geen EG-erkenning te hebben. Toch willen veel slagers in het kader van kwaliteitsborging een EG-erkenning blijven houden.

Door de contacten met de VWA op dit vlak te intensiveren wil de KNS meer helderheid en ondersteuning bieden omtrent EG-erkenningen.

### **Hygiëncode voor het Slagersbedrijf**

De wijzigingen in de hygiënewetgeving (General Foodlaw) hebben ervoor gezorgd dat alle hygiëncodes in 2007 moeten worden geëvalueerd en herzien. Hiervoor heeft VWS een document opgesteld met inhoudelijke criteria bij het herzien van een hygiëncode. Hierin zijn richtlijnen opgenomen voor het toepassingsgebied, technisch inhoudelijke aspecten, HACCP, documentatie en implementatie. De KNS zal een werkgroep samenstellen die over de benodigde kwaliteiten bezit voor het herzien van de hygiëncode. Hierin zullen de ervaringen van slagers met de code worden geïnventariseerd en geëvalueerd waarna de gekomen kan worden tot herzien van de code. In de nieuwe code zal ook nieuwe regelgeving zoals tracking en tracing, microbiologische richtwaarden en de mogelijkheid tot ongekoelde verkoop worden opgenomen.

De VWA is voorstander van vereenvoudiging van de codes en dit is op basis van goede argumenten en in het kader van nieuwe wetgeving per 1-1-2006 mogelijk en in het kader van de lastenverlichting natuurlijk ook wenselijk. De VWA wil meer het accent leggen op transparantie, goed ondernemerschap en de eigen rol/verantwoordelijkheid van de ondernemer waarbij centraal zou moeten staan het op verantwoorde wijze omgaan met producten.

Het KNS-bestuur deelt de voorkeur van de VWA voor deze uitgangspunten en voor een code in modulevorm waardoor verschillende processen in modules worden uitgewerkt. Bijvoorbeeld een modulaire opbouw met basisprocessen voor het slagersbedrijf met aparte modules voor bijvoorbeeld traiteuractiviteiten, worstmakerij, keukens, buitenverkoop en ongekoelde verkoop. Met behulp van bijvoorbeeld een beslissboom kan een ondernemer dan de modules kiezen die relevant zijn voor zijn bedrijfsactiviteiten. Dit voorkomt onoverzichtelijkheid door onnodige informatie en het doet een beroep op de verantwoordelijkheid van de ondernemer doordat hij<sup>1</sup> wordt gedwongen na te denken over zijn processen. Overleg tussen KNS en VVK – die ook een hygiëncode hebben ontwikkeld – is zinvol. Voor de hand liggend is ook dat onderzocht wordt of de modulaire opzet van de hygiëncode kan worden gedigitaliseerd zodat het maken van keuzes voor de slager nog makkelijker wordt.

### **Etikettering**

De laatste jaren is de etikettering van levensmiddelen voor (vooral) ambachtelijke bedrijven een steeds groter probleem geworden. Vroeger was in de ambachtelijke sector vooral onverpakte waar te koop, nu is steeds meer voorverpakte waar te koop. Een goed etiket is voor een ambachtelijk bedrijf een hele opgave. Ook de industrie ervaart de etiketteringverplichtingen als een last, zij het om andere redenen. De (ambachtelijke) bedrijven hebben meerdere malen aangegeven de etiketteringeisen sterk te willen terugdringen. In het kader van het terugdringen van de administratieve lasten voor het bedrijfsleven wil VWS kijken naar levensvatbare alternatieven voor het etiket en de uitkomsten meenemen in de Europese discussie.

De KNS heeft in samenwerking met andere versbranches aangegeven zeer positief te zijn over een pilot 'anders etiketteren in het ambacht', met als doel het zoeken naar mogelijkheden voor het geven van productinformatie anders dan het etiket voor verpakte productgroepen. Hierdoor worden de administratieve lasten tot een minimum beperkt.

---

<sup>1</sup> Overall waar hij/zijn staat, kan uiteraard ook zij/haar worden gelezen.

VWS heeft ingestemd met deze pilot met als aanvulling dat de consument via het 'anders etiketteren' even goed (of misschien zelfs beter) op de hoogte wordt gebracht dan nu het geval is en dat alternatieven handhaafbaar dienen te zijn door de VWA.

In een werkgroep, waarin de versbranches zijn vertegenwoordigd, wordt gewerkt aan het opzetten van deze pilot waarbij de alternatieve mogelijkheden nader worden bekeken en in de praktijk zullen worden uitgetoet. Eén van de belangrijkste mogelijkheden waarover het meest concreet wordt nagedacht is de ontwikkeling en het beheer van een productdatabase waarover een KNS-lid via zijn computer kan beschikken en waardoor de consument in de winkel bepaalde informatie kan krijgen, bijvoorbeeld met betrekking tot allergenen. In tweede instantie zou een dergelijke informatiebron ook rechtstreeks, dus niet alleen in de winkel, voor consumenten beschikbaar kunnen komen.

De insteek is nu vereenvoudiging van regels met betrekking tot etikettering. Eigenlijk zou de slager ook zonder deze aanleiding over een dergelijk informatiesysteem moeten kunnen beschikken. Het geeft hem daarmee namelijk een extra marketinginstrument in handen.

### **Etikettering rundvlees**

Ook de etiketteringsverplichting van rundvlees stuit bij slagerondernemers op veel problemen. Regelgeving en dagelijkse praktijk sluiten ook hier niet goed op elkaar aan en ook hier zijn de administratieve lasten ten gevolge van deze regeling binnen de bedrijven toegenomen, terwijl juist een afname het streven was van de huidige regering. Inmiddels is bij zowel LNV en VWA als in Brussel bekend dat de vleessector de consument wel wil informeren, maar dat zij een probleem heeft met de manier waarop. De *Commissie tot aanpassing van de uitvoeringsverordening etikettering rundvlees* (1825/2000) is met deze problematiek belast, maar vooralsnog houdt men grotendeels vast aan de eis. De KNS zal hierbij opkomen voor de belangen van haar leden.

### **Toezicht en zelfcontrole**

Wanneer een branche een systeem van zelfcontrole heeft (bijvoorbeeld georganiseerde steekproeven), dan houdt de VWA hier rekening mee in haar toezichtprogramma. Dat zou dan namelijk tot minder controles bij de betreffende slagers moeten leiden. Desondanks zal de KNS zich hierin terughoudend opstellen omdat zij het niet als haar taak ziet de controlerende functie van de VWA over te nemen.

### **Commissie research, hygiëne en milieu**

Deze commissie is na de opheffing van het Bedrijfschap Slagersbedrijf door de KNS voortgezet. De doelstelling van de commissie is de ontwikkelingen in het slagersbedrijf ten aanzien van onder andere hygiëne en milieu te volgen en zo nodig voorstellen te doen om bepaalde zaken te onderzoeken. De commissie bestaat uit vertegenwoordigers uit de slagerssector: slagers, specialisten, onderwijs en vertegenwoordigers van andere binnen de slagersbranche werkzame organisaties. Het secretariaat wordt gevoerd door de KNS.

Aangezien het voor de individuele slagers ondoenlijk is alle ontwikkelingen op het gebied van techniek, technologie, hygiëne, energie en milieu te volgen en zondig te toetsen op bruikbaarheid in hun bedrijf, wordt deze taak overgenomen door de researchcommissie. Slagers die een onderzoeksvoorstel hebben op één van eerdergenoemde gebieden kunnen dit voorleggen aan de KNS. De researchcommissie zal het voorstel beoordelen waarna het onderzoek na goedkeuring kan worden uitgevoerd. De informatie die voortkomt uit de researchcommissie wordt gerapporteerd aan de slagers via de KNS-Actueel, de KNS-website, etc.

### 2.3. Onderwijs

#### **Vormings- & Ontwikkelingsfonds (VOS)**

Naast de KNS ontvangen de vakbonden FNV en CNV en het Opleidingsfonds (Sovvb) subsidie uit het Vormings- & Ontwikkelingsfonds (VOS). In de volgende paragraaf worden de activiteiten van het Opleidingsfonds beschreven zodat inzichtelijk wordt waaraan deze subsidiegelden worden besteed. De KNS en de vakbonden besteden deze subsidiegelden aan activiteiten die gericht zijn op de factor arbeid binnen een slagersbedrijf, toegespitst op de rol van de werknemer (bijvoorbeeld de CAO, arbeidsomstandigheden, scholing, etc.).

Het VOS-fonds verkrijgt haar inkomsten door aan werkgevers een heffing op de loonsom op te leggen. Sociale partners hebben besloten om de afgelopen jaren de VOS-premie langzaam maar zeker te verlagen van 1,1% naar 0,7%. Daardoor lopen de inkomsten terug en hebben sociale partners besloten in de komende maanden een breed arbeidsmarktonderzoek te laten plaatsvinden. Op basis van de uitkomsten hiervan zal zowel binnen het VOS-fonds als binnen Sovvb nieuw beleid moeten worden ontwikkeld ten aanzien van instroom, doorstroom, uitstroom, te onderscheiden doelgroepen (bijvoorbeeld ook herintredende vrouwen, allochtonen en jongeren) en activiteiten waaraan nog subsidie zal worden verstrekt en in welke mate.

#### **Stichting Opleidingsfonds Slagersbedrijf (Sovvb)**

De Stichting Opleidingsfonds Slagersbedrijf (Sovvb) subsidieert in hoofdlijnen twee soort opleidingen. Allereerst betreft dat opleidingen die worden verzorgd in het kader van de Beroeps Begeleidende Leerweg en de Beroepsopleidende Leerweg (BBL/BOL).

Daarnaast worden cursussen gesubsidieerd in het kader van om- of bijscholing. Bij deze cursussen is de laatste jaren een combinatie gezocht met ESF-subsidies waardoor cursussen zelfs voor 100% konden worden gesubsidieerd.

Een andere activiteit van Sovvb is het promoten van een loopbaan in het slagersbedrijf en het werven van leerlingen. Daartoe is de zogenaamde *Werkgroep Werving* actief. De uitvoering van de activiteiten vindt bij de KNS plaats. Activiteiten betreffen onder andere:

- ✓ Deelname aan consumenten-, studie- en banenbeurzen waar de promotie van het werken in het slagersbedrijf en de werving van aankomende medewerkers centraal staan.
- ✓ De uitgave van het magazine *Perspectief* voor de doelgroep jongeren vanaf 15 jaar en medewerkers binnen het slagersbedrijf. Doel is enthousiasmeren, (wervend) informeren en aansporen om opleidingen te volgen bij SVO.
- ✓ De website [www.slagers.nl](http://www.slagers.nl) met informatie over de slagerijdetailhandel, promotie-materialen, informatie over beroeps- en opleidingsmogelijkheden en de mogelijkheid om via de website give-aways te bestellen.
- ✓ Cd-rom *Het slagersbedrijf doelgericht, fascinerend en uitdagend!!!* Op deze cd-rom kunnen jongeren en decanen interactief zoeken naar informatie over het werken en leren in het slagersbedrijf. De cd-rom bevat onder andere algemene informatie over het slagerijbedrijf, videofragmenten van het televisieprogramma *Mijn beroep* en informatie die kan worden gebruikt om een werkstuk te maken. Deze cd-rom kan worden besteld.
- ✓ Het Educatieve Kinderinternet de Surfsleutel (<http://www.surfsleutel.info/Websites/Educatief/slager/slager.htm>) is een door Stichting de Kinderconsument ontwikkelde website, speciaal voor kinderen van 4 tot en met 13 jaar. Surfen op educatieve pagina's, spelletjes spelen en chatten; het kan allemaal binnen een veilige omgeving.

Via deze internetomgeving verspreidt Sovvb informatie over werken en leren in het slagersbedrijf.

Op deze manier kunnen kinderen al enthousiast gemaakt worden voor het beroep van winkelslager, traiteur, verkoopmedewerker of productiemedewerker en leren zij spelenderwijs het slagersbedrijf kennen.

- ✓ Sovvb heeft in samenwerking met PR Land- en Tuinbouw (PRLT) het lespakket *Lekker werk* ontwikkeld. Tijdens de Nationale Onderwijs Tentoonstelling (NOT) 2005 werden deze lespakketten uitgedeeld aan bezoekende docenten. Met het lespakket *Lekker werk* kunnen jongeren van de bovenbouw in de klas actief en spelenderwijs kennismaken met het slagersbedrijf, de culinaire beroepen en de aantrekkelijkheid van de sector. Het lespakket voor leerlingen is ook door slagerondernemers bij Sovvb te gratis bestellen. Leuk om mee te geven aan de docent na een bedrijfsbezoek of zelf te gebruiken om jongeren enthousiast te krijgen!
- ✓ Het in beeld brengen van het werken in een slagerij via de website [www.vaktoppers.nl](http://www.vaktoppers.nl) die informatie bevat over ambachtelijke beroepen en opleidingen.
- ✓ Vervolg op de door het Servicepunt Arbeidsmarkt gevoerde promotiecampagne *Nieuwe carrière in het mkb*. Op 20 lokale en regionale banenmarkten wordt een groot aantal branches vertegenwoordigt, waaronder de slagersbranche.
- ✓ *Ambachtenkrant*; de bij de hiervoor genoemde promotiecampagne behorende krant. De laatste drie projecten zijn zogenaamde brancheoverstijgende projecten onder regie van het HBA.

Bepaalde wervingsartikelen om oudere kinderen te informeren over werken in het ambachtelijke slagersbedrijf kunnen opnieuw worden gedrukt, bijvoorbeeld het werkboek *Vlees in Voeding*, uitgegeven door het Voorlichtingsbureau Vlees en geproduceerd door Het Kleine Loo (Land- en Tuinbouw) met als onderwerpen: *Vlees, je eet het elke dag*, *Vlees, wat eet je wel en wat eet je niet?*, *Vlees, waar komt het vandaan?*, *Vlees, wat zit erin?*, *Vlees, kan ik wel zonder?*, *Vlees, wat is er te koop?* en *Vlees, wat doet de slager?* Het werkboek vormde een onderdeel van de Toolkit. Het PVE heeft het initiatief van het Voorlichtingsbureau Vlees overgenomen en werkt op dit moment aan actualisering van dit project. Het voornemen is lesmateriaal voor slagerondernemers en docenten door Sovvb te laten ontwikkelen waarbij het vernieuwde materiaal van het PVE aansluit bij het lesmateriaal over de slager(ij). Dit materiaal zal, net als al het promotiemateriaal van Sovvb, kosteloos beschikbaar worden gesteld voor slagers.



Voorts is het aan te bevelen om bij de werving meer gebruik te maken van moderne media (e-marketing).

In toenemende mate wordt ook door deze doelgroep langs digitale weg gecommuniceerd. Scholieren en anderen in deze leeftijdscategorie (15 tot 20 jaar) kunnen worden geprikkeld om een keuze te maken voor het werken in het slagersbedrijf door digitaal met ze te communiceren (prijsvraag via Internet, educatieve computerspelletjes, de CD-ROM *Het slagersbedrijf, doelgericht, fascinerend en uitdagend*, etc.).

Iets geheel nieuws zijn de hierbij afgebeelde kaartjes. Als gesurft wordt naar de bijbehorende website, dan wordt een venstertje zichtbaar. Als hier het venster op het kaartje tegenaan gehouden wordt en er wordt een woord zichtbaar, dan kan dat ingevoerd worden en heeft men iets gewonnen. Dit soort kaartjes zou kunnen worden uitgedeeld tijdens beurzen als prikkel om één van de hiervoor genoemde websites te bezoeken.

Tot slot heeft is recent het project *Herintredende vrouwen* beëindigd. Het is goed om in het kader van een krapper wordende arbeidsmarkt (opnieuw) aandacht aan deze doelgroep te schenken en daarvoor subsidiemogelijkheden te onderzoeken.

### **Stichting Opleidingsfonds voor de Vleessector (SOV)**

De Stichting Opleidingsfonds voor de Vleessector (SOV) is een koepelfonds dat ten doel heeft ESF-subsidie te verkrijgen voor opleidingen binnen de slagerssector. De KNS is via Sovvb vertegenwoordigd in het bestuur van SOV. Naast de slagers zijn in SOV de slachterijen en vleesgroothandel, de vleeswarenindustrie en de pluimveesector vertegenwoordigd; in feite dus de totale vleessector. Om voor ESF-subsidie in aanmerking te komen, was het destijds (2003) een voorwaarde van het Ministerie van Sociale Zaken dat er een koepelfonds voor de vleessector zou worden opgericht. Het laatste ESF-project is op 1 januari 2006 beëindigd. Vanaf 1 januari 2007 komt er een nieuw ESF-programma en zal Sovvb waarschijnlijk als subsidieaanvrager gaan optreden.

### **Slagers Vakopleiding (SVO)**

Het ambacht, vakmanschap, vereist goede scholing en onderwijs. Het middelbaar beroepsonderwijs (MBO) vormt een belangrijke voedingsbodem voor ambachtelijk talent. De ontwikkelingen daar zijn dan ook van groot belang voor het ambacht. De organisatie, aanpak en inhoud maken de laatste tijd een forse omslag door die in de komende jaren vruchten moet afwerpen.

De nieuwe onderwijsstructuur biedt zowel bedreigingen als kansen. Het voortbestaan van kleine ambachtelijke opleidingen kan in de nieuwe grootschaligheid op het spel komen te staan. Mede door inspanningen van het HBA zijn inmiddels extra maatregelen door het ministerie van OC&W genomen om dat te verhinderen. Bijzondere aandacht vraagt voorts de opzet en inrichting van het VMBO als voorportaal van het MBO. De voortijdige uitval van VMBO-leerlingen heeft nadelige gevolgen voor de uiteindelijke instroom in het ambacht. Een pluspunt is in elk geval dat het ambacht in de grootstedelijke en landelijke politiek steeds vaker in positieve zin wordt besproken en op de agenda wordt gezet. Of het bij mooie woorden blijft, zal de praktijk de komende jaren uitwijzen.

De omslag naar competentiegericht leren past goed bij de aard van het ambacht. De nadruk op de samenhang van kennis, vaardigheden en houdingen sluit goed aan op de praktijk van het ambacht. En juist het kleine ambachtelijke bedrijf kan een schatkamer van nieuwe ervaringen voor leerlingen zijn. Alle bedrijfsfuncties komen zij er in een natuurlijke samenhang tegen: inkoop, productie, administratie, klant- en leverancierscontacten. Belangrijk is ook meer aandacht voor ondernemerschap in onderwijs. Veel vakmensen werken kleinschalig, vaak zelfs zonder personeel. Daarom is het noodzakelijk om meer aandacht aan het ondernemerschap te besteden. In het onderwijsaanbod zal daarbij moeten worden gestreefd naar een goede mix tussen ambacht en ondernemerschap. Voordeel van de competentiebenadering is ook dat deze mogelijkheden biedt het tekort aan vakbekwaam personeel op een efficiënte manier te verminderen. Door te testen welke competenties mensen zonder officieel diploma hebben, kan worden vastgesteld worden op welke punten zij nog bijscholing nodig hebben om volwaardig in het ambacht te kunnen werken.

In de nieuwe aanpak krijgen leerbedrijven zwaardere taken en dat wordt waarschijnlijk een probleem in het kleinschalige ambacht. Als het reëel is ervan uit te gaan dat de leerbedrijven deze zwaardere taak (deels) op zich gaan nemen, dan zou daar een passende vergoeding van overheidswege tegenover moeten staan. Die ontbreekt tot nu toe. Het kan echter ook zo zijn dat de oplossing moet worden gezocht in meer begeleiding door SVO; een slager is nu eenmaal geen docent en wil die taak over het algemeen alleen op zich nemen wat betreft begeleiding in vaardigheden. Overigens is het voor het ambacht in het algemeen een zware opgave om de ontwikkelingen van het MBO te volgen en daar grip op te houden.

SVO richt zich in haar onderwijsaanbod op de industrie, slagers en het grootwinkelbedrijf. Van de 1.800 leerlingen zijn er 850 afkomstig uit ambachtelijke slagerijen, 300 uit supermarkten, 200 uit fastfood en de overige uit industrie. Streven is de instroom te verhogen. Dat zou bijvoorbeeld kunnen door verdere verbreding van de opleiding tot een opleiding of specialisatie *kok-slager* (kennis van het vak kok-slager en kennis van vleesbereiding opdat men de klant goed kan informeren en ondersteunen). De KNS is vertegenwoordigd in het presidium en het bestuur van SVO. Daarnaast ziet de KNS voor zichzelf een taak weggelegd in het informeren van SVO over gewijzigde wet- en regelgeving zodat dit in het onderwijsaanbod kan worden meegenomen.

### **Na- en bijscholing van slagers**

Om een slagersbedrijf te starten in Nederland is een SVO-diploma wenselijk. Na- en bijscholing na verloop van tijd is gewenst, niet in de laatste plaats vanwege de toenemende veranderingen in de markt. Geconstateerd wordt dat wanneer men zich eenmaal slagerondernemer kan noemen, er veelal weinig tot niet wordt geschoold. De KNS wil op korte termijn onderzoeken aan welke vormen van scholing de leden mogelijk behoefte hebben. SVO wordt hierbij beschouwd als 'preferred provider', maar als SVO niet in een behoefte kan voorzien, dan kan ook worden gedacht aan andere aanbieders zoals bijvoorbeeld MKB Nederland die ook een breed scala aan cursussen, trainingen en workshops voor het midden- en kleinbedrijf verzorgt. Deze kunnen zowel op basis van open inschrijving als in company (exclusief voor deelnemers uit één bedrijf) als voor leden van een brancheorganisatie worden verzorgd. Voordeel van de laatste twee vormen is dat dan maatwerk kan worden geleverd. Ook (in beperkte mate) begeleiden van intercollegiaal overleg of deskundigheidsbevordering door de KNS-medewerkers is denkbaar.

Het is echter geenszins de bedoeling dat de KNS op grote schaal zelf onderwijs gaat verzorgen.

Gedacht kan worden aan scholing op het gebied van algemeen, financieel en/of personeelsmanagement, maar ook marketing en verkoop (marktgerichte communicatie [bijvoorbeeld via Internet] en klantgerichte verkoop), Arbo (bedrijfshulpverlening, preventiemedewerker) en computervaardigheden (Windows, e-mail en Internet) zijn denkbare aandachtsgebieden. Verder valt natuurlijk te denken aan onderwerpen als leidinggeven, onderhandelen, doorgroeien na de start, winkeldiefstalpreventie (ook door eigen personeel; bijvoorbeeld storno's [terugdraaien van de betaling]), klantgerichtheid, omgaan met agressie, arbeidsrecht, arbeidsvoorwaarden, automatisering, boekhouden, hygiëne (hygiënisch werken, begeleiding bij hygiënemetingen), etikettering, kostenbesparing, veilig werken met machines en gereedschappen, eigen identiteit geven aan producten, product- en receptuutwisseling, optimaal inkopen, voorlichting (vleesbereiding), etc., etc.

En ook hier natuurlijk weer aandacht voor ondernemerschap waarbij het waarschijnlijk wenselijk is te differentiëren naar slagerondernemers en grotere bedrijven.

Verder kan worden gedacht aan het aanbieden van workshops. Het moderne slagersbedrijf profileert zich steeds meer als een *lekker eten winkel* waar de consument naast een assortiment vlees en vleesproducten de keuze heeft uit maaltijden en maaltijdcomponenten. Veel ambachtelijke slagers hebben, om zich te onderscheiden van de supermarkten, hun dienstenpakket geheel of gedeeltelijk verlegd naar bijvoorbeeld de verkoop van traiteurartikelen, gemaksvoeding, partycatering of exclusieve producten. In samenwerking met en gedeeltelijk gesponsord door partners uit het bedrijfsleven en SVO gaat de KNS tijdens de regioavonden workshops aanbieden. Tijdens de workshops komt het aspect zelf doen en zien voor een belangrijk deel aan de orde. Met de opgedane kennis is de slagerondernemer in staat zich voortdurend te onderscheiden. Bovendien wordt zijn kennis vergroot om de adviesrol naar de steeds mondiger wordende consument die ook over steeds meer kennis beschikt zo optimaal mogelijk uit te voeren. In het verlengde hiervan ligt het ontwikkelen en organiseren van speciale kookcursussen. Dit kan in samenwerking met SVO waarbij bijvoorbeeld gebruik gemaakt kan worden van de kennis van een kok-docent. Na het actief meedoen aan een cursus is de slagerondernemer in staat om op basis van de opgedane kennis beter voorlichting te geven aan zijn klanten.

Ontwikkeling van speciale kookcursussen is voor rekening van de KNS en/of SVO. Inschrijven voor een kookcursus voor rekening van de ondernemer. Ook kan onderzocht worden in hoeverre dit (gedeeltelijk) uit (ESF)-subsidies kan worden gefinancierd. Voor werkgevers zijn studiekosten in ieder geval fiscaal aftrekbaar.

#### 2.4. Convenanten en gezamenlijke inkoop

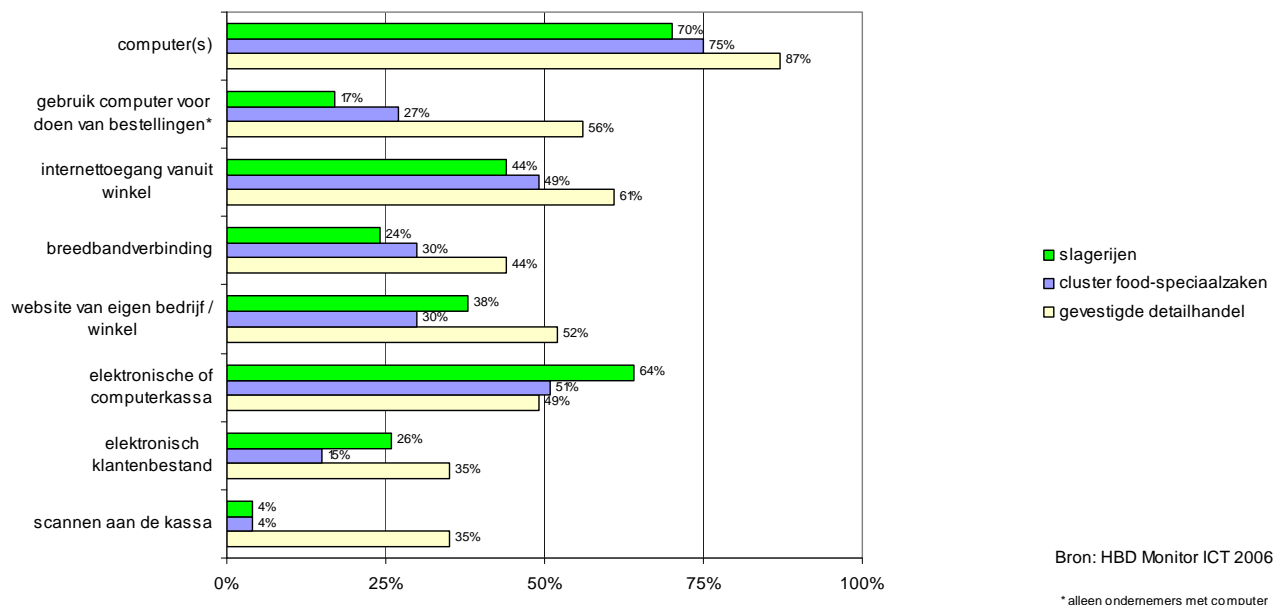
De KNS sluit convenanten af met diverse bedrijven en/of dienstverleners waardoor KNS-leden tegen een scherpe prijs producten en diensten kunnen afnemen. De KNS kent op dit moment convenanten met Café Bar (koffieautomaten), Van der Velden Riooltechniek (leggen van vetvangputten) en Analytico (hygiënemetingen). De KNS zal geen actief beleid voeren ten aanzien van het sluiten van nieuwe convenanten en zal zich hierbij laten leiden door de vraag van de leden. Naast de eerder genoemde convenanten biedt de KNS de leden een collectieve zorgverzekering bij ONVZ.

Sinds een aantal jaren, na de beëindiging van de relatie met ING Assurantiebedrijf, verzorgt Supergarant de collectieve bedrijfsverzekeringen. Supergarant is gespecialiseerd in het verzorgen van verzekeringen voor detailhandelsbedrijven.

Zij doet dat aan de hand van de zogenaamde Supergarant Bedrijfspolis. Dit is een unieke polis waarbij aan de hand van de hoogte van de omzet het hele bedrijf tegen in de polis genoemde schadeoorzaken is verzekerd. In de polis worden geen verzekerde bedragen meer genoemd waardoor het fenomeen onderverzekering is uitgesloten. Supergarant is ook intermediair voor de verzekering in het kader van het (vervolg op het) SAS-traject. Dat komt in paragraaf 2.1 aan de orde.

## 2.5. Automatisering

Om te komen tot een efficiënte, beter/tijdig aan te sturen en daardoor beter verantwoorde bedrijfsvoering is (verdergaande) automatisering in de slagerij niet alleen wenselijk maar ook noodzakelijk. Van de gevestigde detailhandel beschikt 87% over één of meerdere computers voor zakelijke toepassingen, heeft 61% vanuit de winkel toegang tot Internet en beschikt 52% over een website van het eigen bedrijf of winkel. Dat en meer blijkt uit de Monitor ICT 2006, een periodiek onderzoek van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel, uitgevoerd door Survey@Marktonderzoek. Het onderzoek brengt het ICT-gebruik van ondernemers in vijftig detailhandelsbranches uitvoerig in kaart. In totaal hebben 2.500 detaillisten, vooral MKB, deelgenomen aan het onderzoek. Hierna zijn de belangrijkste gegevens voor de slagerijen opgenomen.



Op basis van dit onderzoek kan worden geconcludeerd dat er binnen de slagersbranche een achterstand op ICT-gebied valt weg te werken en om die reden en omdat de KNS optimaal gebruik van ICT-toepassingen een belangrijke voorwaarde acht voor de moderne slagerondernemer, zal in 2007 op dit terrein voortvarend invulling gegeven worden aan gerichte ondersteuning van de leden.

Automatisering leidt tot minder administratieve rompslomp en daardoor tot meer tijd voor klanten. Essentieel is de vraag hoe de huidige technologietendenzen de slagerondernemer kunnen ondersteunen. Dit blijkt op bijvoorbeeld de volgende terreinen mogelijk:

- ✓ Ondersteuning in het productieproces.
- ✓ Ketenprocesondersteuning: van aankoop tot verkoop, van order tot oplevering (met inbegrip van klanteninformatie).
- ✓ Klantgerichte informatieondersteuning: het zichtbaar maken van diverse opties, verrichten van kostprijsberekeningen (bijvoorbeeld bij websitebestellingen ten behoeve van BBQ's en/of catering).
- ✓ Ondersteuning bij het voeren van de bedrijfsadministratie.
- ✓ Ondersteuning bij de planning.
- ✓ Uitvoeren van benchmarks (vergelijking met soortgelijke bedrijven).

Computertechnologie biedt grote voordelen. Zowel voor de klanten als voor het bedrijf. Zo kan technologie zorgen voor kortere wachttijden omdat het afrekenen veel sneller gaat (scanning). Technologie kan er ook voor zorgen dat er efficiënter gewerkt wordt in de winkel en minder fouten worden gemaakt. Hierdoor kan eventueel de prijs die de klant moet betalen omlaag en/of gaat de kwaliteit van de service omhoog. Technologie kan er tenslotte voor zorgen dat een ondernemer beter in staat is om in te spelen op de wensen en behoeften van zijn klanten en juist die artikelen aan te bieden (en op voorraad te hebben) die de klant wil kopen. En de bonus voor de ondernemer is uiteraard dat deze voordelen enerzijds leiden tot winst in de vorm van efficiency, maar mogelijk ook omzet, en anderzijds de kosten kunnen verlagen. Dit vereist uiteraard wel dat een ondernemer op de juiste manier gebruik weet te maken van deze technologie. Aanschaf alleen is niet genoeg. Technologie maakt van een slechte ondernemer niet vanzelf een topondernemer. Dit moet de ondernemer nog steeds zelf realiseren.

In de slagerijbranche geldt uiteraard ook dat het voor de klant aantrekkelijker wordt wanneer de werkprocessen efficiënter worden ingericht en beter kan worden ingespeeld op de behoeften en wensen van de klant.

Hierbij kan worden gedacht aan:

- ✓ Het onderhouden van een klantenbestand: het opslaan en opzoeken van klantgegevens zoals naam- en adresgegevens, een historie van aankopen, klantvoorkeuren, etc.
- ✓ Het registreren en analyseren van verkoopgegevens (bijvoorbeeld omzet- en brutowinst per artikelgroep, het gemiddelde bonbedrag per klant en het aantal artikelen per kassabon). Met name de twee laatstgenoemde verkoopgegevens zijn van cruciaal belang voor het slagersbedrijf omdat deze aangeven in welke mate men er in slaagt om meer te verkopen aan de (bestaande) klanten via suggesties, adviezen en een aantrekkelijke presentatie van de artikelen in de winkel. Alleen door dit goed te doen kan een slager in de concurrentiestrijd met andere kanalen, zoals de meer en meer grootschalige supermarkten, overeind blijven.
- ✓ Het afrekenen van de aankopen via diverse betaalmethoden (contant, pinnen, chippen, creditcards, etc.).
- ✓ Het bieden van productinformatie, recepten, eet- en kookadviezen, suggesties, etc. (via website, multimedia, presentaties in de winkel, computerschermen in de winkel, etc.).
- ✓ Reclame en promotie: (direct) marketingcampagnes (*Wintertijd*, *rookworsttijd*, etc.) en productintroductions (via website, reclamespot, advertenties).
- ✓ Het maken en printen van professioneel ogende etiketten, prijskaarten en reclameposters, etc.) en het uitdraaien van brieven, mailings en facturen. Hiermee verkrijgt de slagerij een professionele uitstraling naar haar klanten. Daarnaast kunnen met een computer gemakkelijk, foutloos en snel facturen worden uitgedraaid voor institutionele afnemers.

Technologie kan binnen de slagerijbranche daarnaast een rol spelen bij:

- ✓ Het inkopen van artikelen bij groothandel en importeur.
- ✓ Het raadplegen van verslagen, de balans van de voorraad, verkoop, inkoop, winst, etc.

### **Geïntegreerde weeg- en kassa-apparatuur**

Een slagerij in de 21<sup>ste</sup> eeuw dient minimaal te beschikken over geïntegreerde weeg- en kassa-apparatuur gekoppeld aan een PC. Op basis hiervan wordt de 'input' verkregen om onder andere de volgende bedrijfsprocessen binnen de slagerij of onderdelen daarvan (verder) te automatiseren waardoor deze sneller en beter aangestuurd kunnen worden:

- ✓ Op basis van geregistreerde verkopen in volume (het aantal verkochte kilogrammen en/of stuks) kan de inkoop worden aangestuurd (geheel of gedeeltelijk te automatiseren).
- ✓ Op basis van geregistreerde verkopen in geld in relatie tot de inkoop (marge) kan de prijsstelling (tijdig) worden bijgesteld (eventueel met behulp van (te ontwikkelen) calculatieprogramma's).
- ✓ Geregistreerde verkopen in geld vormen tevens de 'input' voor de facturering c.q. de financiële administratie (geheel of gedeeltelijk te automatiseren).
- ✓ Geregistreerde verkopen (zowel in volume als in geld) per verkoper en/of per uur vormen een belangrijke 'input' voor de personele planning.
- ✓ (De mogelijkheid tot) het printen van etiketten levert een wezenlijke bijdrage aan een correcte wijze van (voor)verpakken en opslag, rekening houdend met de daarmee verbonden wet- en regelgeving (etikettering, tbt-datum, first-in-first-out).
- ✓ Naast promotionele uitingen, bijvoorbeeld op de kassabon, behoort het registreren van klantgegevens (Customer Relationship Management) tot de mogelijkheden. Deze kunnen voor marketingdoeleinden worden gebruikt, bijvoorbeeld door gericht te mailen naar klanten die al twee maanden niet in de winkel zijn geweest.
- ✓ Ten behoeve van het productieproces kunnen recepturen worden geregistreerd.

### **Branchespecifieke hardware**

Branchespecifieke hardware voor de slagerijbranche bestaat idealiter uit:

- ✓ Een weegschaal.
- ✓ Een kassalade.
- ✓ Een klantendisplay.
- ✓ Een speciaal (beveiligd) toetsenbord.
- ✓ Een betaalterminal (al dan niet geïntegreerd met het kassasysteem) die zowel pinpas, chipknip als creditcardbetalingen kan verwerken en die via een analoge, digitale of GSM verbinding is verbonden met Interpay.
- ✓ Een printer om kwalitatief hoogwaardige facturen, recepten, etc. uit te printen.
- ✓ Een tape backup systeem.
- ✓ Een kassabonnenprinter.
- ✓ Een inktjet- of laserprinter voor het uitprinten van verslagen (managementinformatie en/of productinformatie (displays, borden, etc.)).

### **Branchespecifieke software**

Branchespecifieke software voor de slagerijbranche bestaat idealiter uit:

- ✓ Geïntegreerde weeg- en kassasoftware voor alle kassahandelingen.
- ✓ Een backoffice programma voor alle winkelmanagement functies (inkoop, assortimentssamenstelling, voorraadbeheer, managementinformatie).
- ✓ Een klantenbeheerprogramma (Customer Relationship Management).

- ✓ Een administratiepakket voor de boekhouding, salarisadministratie, personeelsadministratie (personeelsinformatiesysteem), belastingaangifte, etc.
- ✓ Minimaal twee of meer van bovenstaande programma's moeten geïntegreerd zijn in één softwarepakket.

### **Tracking en tracing en productieprocessen**

De wet- en regelgeving is van grote invloed op de diverse bedrijfsprocessen in de slagerij. Sinds januari 2004 is wettelijk bepaald dat alle vleesproducerende en -verhandelende bedrijven moeten kunnen traceren waar de grondstoffen vandaan komen. Daarbij hoort een goede registratie.

Als een ondermaats product op de markt komt, dan kan getraceerd worden waar de grondstoffen vandaan komen. Zo kan heel gemakkelijk een partij worden teruggehaald en bij de juiste partijen alarm worden geslagen. Dit om de gezondheid van de bevolking zo goed mogelijk te garanderen. In deze 'ketenlogistiek' (van grondstof tot eindgebruiker) en bij de diverse productieprocessen in de slagerij in relatie tot etikettering valt automatisering niet meer weg te denken. De controlerende instanties hebben de afgelopen periode als een soort overgangperiode beschouwd en hebben zich relatief coulant opgesteld. Dit is inmiddels niet meer het geval waardoor de noodzaak tot adequate automatisering ontstaat.

In dat kader kan gedacht worden aan één basispakket met allerlei opties dat ook kan worden meegenomen in combinatie met andere veranderingen in de productie.

Bijvoorbeeld grondstoffenregistratie (barcode), recepten- en componenten registratie, Productiehistorie, eindproductregistratie (barcode), koppeling bestaande systemen, etc.

### **Hazard Analysis Critical Control Points (HACCP)**

Betreffende de wet- en regelgeving met betrekking tot de Hazard Analysis Critical Control Points (HACCP) kan worden gesteld dat door geautomatiseerde registratie van bijvoorbeeld temperatuur en luchtvochtigheid in koel- en vriesinstallaties kritieke punten op dit gebied continu worden onderkend. Dit levert een belangrijke bijdrage aan processen als kwaliteitsbeheersing en kwaliteitsbewaking.

### **Eigen website**

Volgens het ministerie van Economische Zaken hebben, vergeleken met andere sectoren, weinig ondernemers in de foedetailhandel een website. De (ambachtelijke) slagerondernemer vormt hierop geen uitzondering. Wil de slagerondernemer het (jongere) publiek bereiken, dan is een website onontbeerlijk. Een eigen website versterkt niet alleen de communicatiemogelijkheden, maar ook het imago. Een website kan de volgende functies omvatten:

- ✓ Uithangbord – zorgt ervoor dat klanten de winkel weten te vinden en weten wanneer deze geopend is.
- ✓ Folder – hierop zijn acties, aanbiedingen en nieuwe producten te vinden.
- ✓ Catalogus – hierin worden de aangeboden producten weergegeven alsook informatie over de producten.
- ✓ Servicebalie – de klant krijgt zowel informatie (klachtenafhandeling, productondersteuning; bijvoorbeeld ideeën voor de maaltijd) als diensten (bestelmogelijkheid, bijvoorbeeld voor glutenvrije en/of magere producten) aangeboden. Interactie met de klant moet mogelijk zijn.
- ✓ Webwinkel – geavanceerde brochure/catalogus en/of servicebalie met tevens de mogelijkheid om elektronisch te betalen.

## Aanpak

De ondersteuning door de KNS bij aanschaf en/of laten ontwikkelen van hardware en/of software zal vorm krijgen door het opstellen van een Programma van Eisen op basis van input van een representatieve dwarsdoorsnede van de KNS-leden c.q. toekomstige afnemers. Tegen dit PvE kunnen vervolgens (te ontwikkelen) producten van leveranciers worden afgezet op basis waarvan door de KNS gericht kan worden geadviseerd. Doordat de KNS namens een potentieel grotere groep afnemers spreekt, kunnen ook scherpere prijzen worden bedongen. Het spreekt voor zich dat in dit traject ook elementen als implementatie, instructie, beheer (aanpassingen, onderhoud en helpdesk) worden meegenomen. Ook denkbaar is een traject waarbij de KNS producten op basis van zo'n PvE laat ontwikkelen t.b.v. de potentiële afnemers (grotere productiebedrijven en/of groepen slagers).

Last but not least wordt de mogelijkheid genoemd gebruik te maken van een al behoorlijk ver doorontwikkeld product als het Extranet van de VVK. De mogelijkheden hiertoe worden door de KNS met de VVK besproken. Financiering van (een deel van) de hiervoor geschetste activiteiten op het gebied van automatisering kan mogelijk gevonden worden in het kader van het HBD-project *Over de Digitale Drempel 2009 (o3d2009)*.

Binnen dit project zijn drie deelprojecten te onderscheiden, te weten:

- ✓ Ketendigitalisering: ICT inzetten om de goederen, informatie- en geldstromen binnen en tussen opeenvolgende schakels in de keten te managen. Dit biedt wellicht ook mogelijkheden in het kader van Tracking en Tracing.
- ✓ Sturen op cijfers: ICT inzetten om ondernemers te voorzien van de juiste stuurinformatie met behulp van bijvoorbeeld marktcijfers, kengetallen en bedrijfsrapportages. Dit is ook interessant in relatie tot de te ontwikkelen *Slagersmonitor* (zie elders in dit beleidskader).
- ✓ Klantcontacten: ICT inzetten voor bedrijfsactiviteiten die van belang zijn voor direct contact met (potentiële) klanten.

De KNS zal participeren in de drie voornoemde deelprojecten. Verder is de KNS de mening toegedaan dat te plegen investeringen waar mogelijk ten laste van de eigen reserves moeten worden gebracht zodat de leden uitsluitend hoeven te betalen voor het ontwikkelde product en een jaarlijkse bijdrage voor beheer en onderhoud.

## 2.6. Internationale samenwerking en belangenbehartiging

Veel regelgeving die over de slagerondernemer wordt uitgestort, vindt z'n oorsprong in Brussel. Het is de vraag of op het Europese vlak de belangenbehartiging voldoende is gewaarborgd. Daarbij is het goed om eerst vast te stellen hoe de internationale belangenbehartiging momenteel plaatsvindt. De algemene ondernemersbelangen worden behartigd via MKB Nederland waartoe zij is aangesloten bij de UEAPME (Union Européenne de l'Artisanat et des Petites et Moyennes Entreprises). UEAPME is in Brussel gevestigd en behartigt van daaruit de belangen van de Europese MKB-ondernemers. Het gaat daarbij om de belangen die alle MKB'ers aangaan. Hierbij moet bijvoorbeeld worden gedacht aan uniformering van BTW-tarieven.

De belangenbehartiging van het product vlees vindt plaats via het Productschap Vee en Vlees. Het PVV heeft daartoe een bureau in Brussel dat specifiek de belangen van de Nederlandse Vleessector behartigt. Een voorbeeld van succesvol lobbyen is het voorkomen van het verdwijnen van de gehaktbal.

Tot voor een aantal jaren geleden was de KNS aangesloten bij La Confédération Internationale de la Boucherie et de la Charcuterie (CIBC) oftewel de Internationale Slagers Confederatie (ISC). Dat lidmaatschap is beëindigd omdat toen onvoldoende de voordelen van dit lidmaatschap werden gezien. Bovendien vond men de invloed van de grote Europese landen onevenredig groot.

Feit is wel dat er de laatste jaren geen contacten zijn met de Europese zusterorganisaties en de KNS een van de weinige organisaties in Europees verband is die niet is aangesloten bij de ISC. Daardoor heeft de KNS geen directe invloed meer op behartiging van de specifieke slagersbelangen in Brussel zoals die door de ISC wordt uitgeoefend. De KNS zal daarom opnieuw contact zoeken met de vertegenwoordigers van de ISC teneinde een mogelijke aansluiting bij de ISC te onderzoeken.<sup>2</sup>

Op de begroting van de afgelopen jaren is telkens een post internationale zaken opgenomen. In deze jaren is deze post gebruikt voor het bezoeken van het World Meat Congres. In september 2007 vindt het congres plaats in Kaapstad, Zuid-Afrika. Thema's die aan de orde komen, hebben betrekking op internationale handel, standaarden, consumenten, dieren-welzijn, dierziektes, nieuwe markten, (handels)beleid, nieuwe ontwikkelingen, productie, etc. Onduidelijk is wat participatie in het verleden de KNS aan voor haar leden bruikbare informatie heeft opgeleverd en de vraag is wat de meerwaarde is voor KNS en/of VGS als een vertegenwoordiger namens één of beide organisaties in de toekomst zal participeren in dit congres. Afhankelijk van het programma en de verwachte meerwaarde zal worden besloten tot deelname.

### 2.7. Gezamenlijke energie-inkoop

Tijdens de regioavonden in het voorjaar van 2006 is de mogelijkheid van gezamenlijke energie-inkoop door leden aan de orde gesteld. Vervolgens zijn de leden via de KNS-website in de gelegenheid gesteld te reageren op een enquêtevraag of de KNS zich hiermee moet gaan bezighouden. De respons was zeer beperkt zodat hieraan nauwelijks conclusies kunnen worden verbonden. Daarom wordt het onderwerp 'energie' breder getrokken, ook omdat het een snel groeiende kostenpost is in de slagerij. Een mogelijkheid is aan te sluiten bij het onder meer door MKB Nederland opgerichte Energiecentrum Midden – en Kleinbedrijf.

*Volgens eigen zeggen is het Energiecentrum "hét servicepunt voor brancheorganisaties op het gebied van energie. Het is een dienstverlenend projectbureau voor kennis- en informatie-overdracht op het gebied van energie-efficiency en energiebesparing. Brancheorganisaties kunnen een beroep doen op het Energiecentrum ten behoeve van de voorlichting aan hun leden. Bij de overdracht van kennis en informatie maakt het Energie-centrum niet alleen gebruik van de intermediaire rol die de brancheorganisaties naar hun leden vervullen, maar wordt ook direct met deze organisaties samengewerkt. Daarnaast verzamelt en bundelt het Energiecentrum informatie, kennis en capaciteit op het gebied van energie en worden praktische hulpmiddelen ontwikkeld. Daarbij wordt ernaar gestreefd de diensten, activiteiten en hulpmiddelen zoveel mogelijk te laten aansluiten op de belangen en behoeften van de ondernemers".*

Bij praktische hulpmiddelen moet worden gedacht aan een digitaal portaal waarbij een lid via de website van de KNS informatie over energieverbruik en –besparing kan krijgen. Ook stelt het Energiecentrum standaardleveringscontracten ter beschikking en bestaat de mogelijkheid van factuurcontrole. Voor deze laatste dienst wordt een bijdrage gevraagd. De hoogte van de bijdrage is maximaal € 145,- per energieaansluiting.

Door een subsidie van het Ministerie van Economische Zaken brengt de aansluiting bij het Energiecentrum de eerstkomende jaren geen kosten met zich mee.

---

<sup>2</sup> Als aansluiting bij ISC geen optie is, dan is er nog de mogelijkheid aansluiting te zoeken bij de Landsbond der Beenhouwers, Spekslagers en Traiteurs van België te Brussel (<http://corporate.skynet.be/beenhouwers-bouchers/Homepage%20NL.html>).

De contraprestatie van de KNS moet zijn dat zij op de regioavonden en in KNS-Actueel periodiek aandacht besteedt aan het onderwerp energie in al zijn facetten. Inmiddels heeft het KNS-bestuur besloten om per 1 januari 2007 over te gaan tot aansluiting bij het Energiecentrum.

Een dergelijke aansluiting biedt dan ook de mogelijkheid om het Energiecentrum advies te vragen over het onderwerp gezamenlijke energie-inkoop door de KNS.

### 3. BEGELEIDING VAN INDIVIDUELE ONDERNEMERS

Elke ondernemer kan geconfronteerd worden met problemen die hij niet alleen kan oplossen. Op zo'n moment is het uiterst belangrijk de zekerheid te hebben direct met de KNS in contact te kunnen komen. Bij de KNS zijn specialisten werkzaam die ondersteuning kunnen bieden om oplossingen te realiseren binnen een breed scala aan vraagstukken. De leden kunnen zich laten informeren over juridische, bedrijfs-economische, fiscale en sociaal-economische aspecten. Kortom, de KNS is beschikbaar bij vragen en/of problemen en houdt haar leden zonedig een spiegel voor.

Niet onbelangrijk daarbij is dat de door de KNS geleverde diensten door leden tegen 1/3 van de marktprijs kunnen worden afgenomen.

De KNS streeft ernaar de (individuele) slagerondernemer in alle aspecten van de bedrijfsvoering waar mogelijk te begeleiden. In de volgende paragrafen wordt daar uitvoerig bij stilgestaan.

#### 3.1. Bedrijfsanalyse

Het marktaandeel van de versspeciaalzaak, waaronder de slagerij, neemt voortdurend af ten gunste van de supermarkt, vooral onder invloed van trends als gemak, snelheid en one-stop-shopping.

Daarnaast is vlees conjunctureel een 'gevoelig' product (voedselveiligheid).

Kenmerkend voor de huidige marktsituatie is het vaak beperkte onderscheid in kwaliteit en variëteit in de slagerij afgezet tegen het aanbod in de supermarkt. Indien de supermarkt daarnaast ook nog eens in een aantal gevallen scherpere prijzen hanteert, dan is het pleit in het voordeel van de supermarkt al snel beslecht.

De slager zal de klant op een andere wijze duidelijk moeten maken dat een bezoek aan de ambachtelijke slager 'loont'. Dit betekent dat de slager zich sterk zal moeten onderscheiden ten aanzien van:

- ✓ De kwaliteit en variëteit van het product (vlees, vleeswaren, maaltijdcomponenten, maaltijden, finger food).
- ✓ De unieke productie- en/of bereidingswijze: ambachtelijk versus industrieel.
- ✓ De kwaliteit en variëteit van de dienstverlening (ontvangst, kwaliteit personeel, advisering, (product)voorlichting en promotie, bezorging).
- ✓ De kwaliteit van de winkel (herkenbaarheid, attractiviteit pui en inrichting, presentatie, hygiëne, verzorging en uitstraling personeel).

De onderscheidende aspecten gaan allemaal uit van een versterking van de slagerefunctie en van de slagerij. Daarmee wordt geen nieuw type ambachtelijke slager geïntroduceerd, maar wordt wel aangegeven dat de ontwikkeling tot 'topslager' de aangegeven weg lijkt om tot succes te komen. Dit vereist zeer veel investering in product, personeel, locatie en winkel waarbij uiteindelijk het ambachtelijke aspect nog sterker op de voorgrond geplaatst wordt. Maar dan wel ambachtelijk in een modern jasje waarbij het producttechnische ambacht van de traditionele ambachtelijke slagerij is verbreed met het creatieve, scheppende ambacht van de kok. Zo is de slagerij niet langer alleen een verkooppunt van vleesproducten, maar ook een 'probleemoplosser', bijvoorbeeld als het gaat om het bereiden van een maaltijd voor (veel) gasten. Daarnaast moet de zelfstandige slagerij natuurlijk de juiste en waar mogelijk nieuwe markten (bedrijfsleven) opzoeken. Vergroten van het diensten- en productenpakket lijkt daarbij onvermijdelijk.

## Vestigingspuntscan

In de afgelopen jaren is gebleken dat een relatief hoog percentage van de door de KNS uitgevoerde vestigingspuntonderzoeken resulteert in een negatief advies. Vaak kan deze conclusie al getrokken worden in de beginfase van het onderzoek.

Daarnaast is geconstateerd dat de benodigde tijd voor het uitvoeren van een vestigingspuntonderzoek niet (langer) in verhouding staat tot de gevraagde prijs. Omgerekend bedraagt de prijs van een onderzoek thans ca. € 25,- per uur terwijl dit op basis van het geldende uurtarief € 75,- per uur of minimaal kostendekkend zou moeten zijn.

Onder andere naar aanleiding van de voorgaande constatering is het vestigingspuntonderzoek 'opgesplitst' in twee nieuwe producten, te weten de vestigingspuntscan en het businessplan. Hierbij wordt de kanttekening geplaatst dat het eerste product aanzienlijk goedkoper zou moeten zijn dan het tweede dat ook alleen uitgevoerd zal worden bij een positieve uitkomst van de vestigingspuntscan; hierdoor kunnen de kosten onderdeel vormen van het totale beoogde traject.

Door alle vleesverkooppunten en de mogelijkheden voor nieuwe vestigingspunten in Nederland in kaart te brengen, kan tijdig kan worden ingespeeld op herinrichtingsplannen en/of nieuwbouwplannen voor winkelcentra, etc. en wordt een instrument (lees vestigingspuntscan) gecreëerd op basis waarvan op een snelle en verantwoorde manier gekomen kan worden tot een eerste indruk c.q. analyse van de toekomstperspectieven van een mogelijk vestigingspunt. Bij een positieve uitkomst wordt vervolgens het laten opstellen van een businessplan (zie volgende paragraaf) raadzaam geacht.

Bij bestaande slagerijen leidt de vestigingspuntscan onder meer tot een eerste indruk van de mogelijkheden tot renovatie en hervestiging. Ook hier is het raadzaam om bij een positieve uitkomst een businessplan te laten opstellen.

De vestigingspuntscan is ook zeer bruikbaar als toetsingsinstrument waarbij de gerealiseerde omzet wordt afgezet tegen het berekende omzetspotentieel.

Grote verschillen zijn aanleiding voor nader in- en extern onderzoek (lees businessplan) met als doel optimaliseren van de omzet.

Ook kan de vestigingspuntscan worden ingezet ten behoeve van productiebedrijven, onder meer door in het aan te geven marktgebied de afzetmogelijkheden, zowel in geld als in volume, in kaart te brengen.

De vigerende detailhandelstructuurvisies zijn gebaseerd op "distributie planologische onderzoeken" (DPO's) waarbij in veel gevallen gebruik is gemaakt van achterhaalde kengetallen (onder meer toegekende marktaandeelen). Het berekende draagvlak blijkt in de praktijk dan ook vaak onvoldoende hoog te zijn om te komen tot een verantwoorde exploitatie van een versspeciaalzaak.

De volgende factoren compliceren dit nog eens:

- ✓ Toenemende huisvestingskosten (aankoopkosten pand, huur).
- ✓ Toenemende investeringen c.q. afschrijvingskosten; economische levensduur neemt af (verwende consument).

In bestaande winkelstructuren leidt onvoldoende draagvlak tot afname van het aantal verkooppunten met als kritieke momenten overname en/of renovatie. In nieuw geplande winkelgebieden is vestiging van versspeciaalzaak op grond van het draagvlak vaak niet mogelijk omdat het consumentenprofiel beter beantwoordt aan het profiel van de supermarktkoper dan aan het profiel van de speciaalzaakkoper. Deze profielen zijn samengesteld op basis van onderzoek naar het aankoopgedrag van klanten gerelateerd aan leeftijd, inkomen, gezinssamenstelling, etc.

Het creëren van naamsbekendheid van de versspeciaalzaak is daarmee bij voorbaat uitgesloten. Per saldo neemt hierdoor het marktaandeel van de supermarkt verder toe waardoor een vicieuze cirkel ontstaat.

Ter completering zijn de volgende factoren van invloed op de ontwikkeling van het draagvlak van de versspeciaalzaak:

- ✓ Macro-economische omstandigheden (prijzenslag).
- ✓ Micro-economische omstandigheden (ontwikkeling werkgelegenheid in de regio).
- ✓ Infrastructuur (bereikbaarheid, parkeergelegenheid, toegankelijkheid, veiligheid).
- ✓ Socio-demografische omstandigheden (leeftijdsopbouw, gezinssamenstelling, gemiddeld besteedbaar inkomen).

Bij de ontwikkeling van de vestigingspuntscaan zou gestart moeten worden met:

- ✓ Inventarisatie van beschikbare onderzoeken die bruikbare informatie bevatten.
- ✓ Onderzocht moet worden in hoeverre gebruik gemaakt kan worden van het door het HBA in het kader van het Branche-informatiesysteem (BIS) uitgevoerde branchestructuuronderzoek (BSO) dat zaken als organisatiegraad, omzet en werkgelegenheid in kaart brengt.
- ✓ Ook dient te worden onderzocht in hoeverre gebruik gemaakt kan worden van de zogeheten Category Scan (of een aanpassing daarop), ontwikkeld door Reed Business Information onder meer in samenwerking met onderzoeksbureau Gfk, die op een efficiënte wijze de omzet- en afzetmogelijkheden van een verkooppunt in kaart brengt.
- ✓ Inventarisatie van organisaties die willen/kunnen participeren. De afgelopen jaren heeft MKB Reva<sup>3</sup> meer dan 300 ruimtelijk-economische onderzoeken verricht. Daarbij is onderscheid gemaakt tussen kernen tot 10.000 inwoners, kernen van 10.000 tot 30.000 inwoners, kernen van meer dan 30.000 inwoners, buurt-, wijk- en stadsdeelcentra, overig en buitenland. Vanuit MKB Reva kan een link worden gelegd naar MKB Vastgoed Initiatief<sup>4</sup>.
- ✓ Vaststellen van benodigde externe know how c.q. externe onderzoeken.

De vestigingspuntscaan zal een bijdrage leveren aan een verdere professionalisering van de vestigingspuntonderzoeken tot businessplannen zodat deze efficiënter kunnen worden uitgevoerd.

De vestigingspuntscaan kan gezien worden als een combinatiescaan van het vestigingspuntonderzoek en de Quick Scan (op maat en/of plus) met als doel een eerste impressie te verkrijgen van een bestaand of toekomstig vestigingspunt en het betreffende marktgebied om vervolgens te bepalen of een vervolgtrajec (businessplan) mogelijk c.q. zinvol is. In dat geval vormt de vestigingsscaan de basis.

---

<sup>3</sup> MKB Reva is een adviesbureau dat zich voornamelijk richt op onderzoek, advisering en begeleiding ten aanzien van ruimtelijke economie en vastgoed. Bijvoorbeeld distributieplanologisch onderzoek, opstellen detailhandelstructuurvisies, winkelcentrum- en bedrijventerreinonderzoek, draagvlakanalyse ten behoeve van invulling van winkelcentra, bouw- en huisvestingsadvisering, etc.

<sup>4</sup> MKB Vastgoed Initiatief geeft voorlichting op het gebied van onroerend goed en locatiebeleid met betrekking tot de detailhandel. MKB Vastgoed Initiatief werkt nauw samen met MKB Vastgoed Plan BV; een projectbureau dat in nauwe samenspraak met ondernemers en gemeenten, concepten voor winkelgebieden ontwikkelt waarvoor vervolgens een realisator wordt gezocht. Uiteraard dient deze realisator zich te houden aan de uitgangspunten die ondernemers en gemeenten gezamenlijk hebben opgesteld.

De vestigingspuntscaan is nog in ontwikkeling. Kosten hiervan kunnen voor een belangrijk deel worden gesubsidieerd en zullen voor het niet subsidiabele deel ten laste van het eigen vermogen van de KNS worden gebracht. Aandachtspunten bij de vestigingspuntscaan zijn de verdeling van landelijke marktaandeelen, vestigingen supermarkten versus vestigingen zelfstandige slagerijen, overige verkoopkanalen, etc.

### **Businessplan**

Het businessplan is een onderzoek naar de commerciële en bedrijfseconomische haalbaarheid van de door de slagerondernemer gestelde doelen en daarmee samenhangend het verkrijgen van inzicht in de ontwikkelingen van het marktgebied in het algemeen en de toekomstperspectieven van het vestigingspunt in het bijzonder. Het onderzoek bestaat uit de volgende onderdelen:

- ✓ Korte analyse van de huidige situatie, inclusief interne bedrijfsanalyse.
- ✓ Trends en ontwikkelingen in de detailhandel.
- ✓ Typologie van winkelcentra.
- ✓ Beoordeling van het pand in kwestie op tal van facetten en/of een inschatting van eventueel te plegen investeringen hierin.
- ✓ Beoordeling van de inventaris en/of een inschatting van de te plegen investeringen hierin.
- ✓ Beoordeling van de (aanstaande) ontwikkelingen in het directe en indirecte marktgebied.
- ✓ Beoordeling van de directe en indirecte concurrentie.
- ✓ Beoordeling van de statistische informatie (vanuit het CBS en de gemeente).
- ✓ Samenstellen van een bedrijfsstrategie; dit kan leiden tot verandering in de formule.
- ✓ Samenstellen van een omzetindicatie.
- ✓ Opstellen van een exploitatiemodel en cashflowoverzicht.
- ✓ Het trekken van conclusies en het doen van aanbevelingen.

Ontwikkelingen in de omgeving van het vestigingspunt zijn in toenemende mate bepalend voor de toekomstperspectieven van de (vers)speciaalzaak, zo ook van de zelfstandige slagerij. Gelet op de toegenomen mobiliteit van de consument is het van essentieel belang om, naast een goed inzicht in de lokale detailhandelsstructuur, de regionale verhoudingen te kennen en vooral de ontwikkelingen daarin. Daarnaast behoeft de speciaalzaak een steeds groter draagvlak. Het bepalen van de koopstromen, het in kaart brengen van het marktgebied en een analyse van het consumentenprofiel scheppen het kader voor een bedrijfsstrategie, waardoor realisatie van het omzetspotentieel beter haalbaar is.

Doelstelling van het businessplan is te komen tot een ondernemingsplan in de meest brede zin van het woord. Evenals de vestigingspuntscaan betreft het businessplan veelal de lange termijnstrategie.

Verdergaande professionalisering van het businessplan in de toekomst is gewenst. De wijze waarop dit zal worden gerealiseerd, wordt aansluitend beschreven.

Met betrekking tot de kosten van het businessplan zal gefaseerd, gekomen moeten worden tot een verdubbeling van de prijs van het huidige vestigingsonderzoek (thans € 1.800,-). In dit kader zullen de kosten van het businessplan per 1 januari 2007 € 2.495,-(exclusief reiskosten [€ 0,40 per km] en BTW [19%]) gaan bedragen.

Een reëel oordeel betreffende de toekomstperspectieven van een bestaand of toekomstig vestigingspunt is in hoge mate afhankelijk van de beschikbaarheid van betrouwbare kengetallen. Hierbij moet gedacht worden aan ondermeer de particuliere besteding aan (vlees)producten per inwoner en de verdeling daarvan tussen slagerij, supermarkt en overigen.

Uit onderzoek blijkt dat de verschillende bronnen (CBS, HBD, Gfk) tot zodanig afwijkende (ken)getallen komen dat nader onderzoek nodig is om te komen tot een reële vaststelling van het marktaandeel van de zelfstandige slagerij.

Hiertoe is door de KNS bij het HBD een projectvoorstel onder de noemer *Slagersbranche omzet en tevredenheidsonderzoek* ingediend dat inmiddels is goedgekeurd. Hoofddoel van het project is het verkrijgen van betrouwbare cijfers over omzet naar productgroep voor de branche in combinatie met een 'tool' voor ondernemers waarmee zij beter kunnen sturen op cijfers en informatie. Meer gedetailleerd bevat het te ontwikkelen instrument de navolgende elementen:

- ✓ Verificatie van de bedoelde kengetallen (totaal aan particuliere consumptieve bestedingen aan vlees, vleesproducten en aanverwante producten, de particuliere bestedingen in de slagerij en het marktaandeel van de slagerij ten opzichte van de overige kanalen) en de ontwikkeling hierin. Daarbij dient een vertaalslag plaats te vinden van definities, zoals aangegeven door Gfk en HBD/CBS, naar de aanwezige productgroepen in de slagerij.
- ✓ Vaststellen van de aandelen van de aanwezige productgroepen ten opzichte van de totaalomzet van de slagerij en de ontwikkeling hierin. Daarbij is behoefte aan extra informatie betreffende de productgroepen kant-en-klare maaltijden/maaltijdcomponenten, salades, sauzen en overige; dit naar aanleiding van het geconstateerde verschil tussen de totale particuliere consumptieve bestedingen aan vlees, vleesproducten en aanverwante producten en de netto winkelomzet (bron: BBB Accountancy).
- ✓ De omvang van de particuliere consumptieve bestedingen betreffende partyverzorging, catering en finger food in de slagerij en de ontwikkeling van het marktaandeel hierin ten opzichte van de overige aanbieders.
- ✓ De omvang van de leveringen aan horeca, instellingen en derden en de ontwikkeling hierin.

Voor dit project is door het HBD een budget van € 38.989 excl. BTW ter beschikking gesteld. Dit komt ten laste van het onderzoeksbudget dat bestemd is voor het programma *Brancheprojecten voor Onderzoek en Kennisoverdracht*. Het project is door de KNS inmiddels aanbesteed en zal nog in 2006 worden gestart.

Het project, dat zal worden uitgevoerd door onderzoeksbureau Gfk, omvat drie deelprojecten.

- ✓ Slagersmonitor: In kaart brengen van de ontwikkelingen in de totaalmarkt voor vers vlees en aanverwante producten, ontwikkelingen in het marktaandeel van de zelfstandige slagerij en ontwikkelingen in het marktaandeel van de overige kanalen met als doelstelling de juiste input te verkrijgen ten behoeve van onder meer de vestigingspuntscan en het businessplan.
- ✓ Imago- en positioneringonderzoek: Inzicht verkrijgen in de beweegredenen van de consument om naar de slager dan wel de supermarkt te gaan met als doelstelling informatie te verkrijgen waarmee slagers actie kunnen ondernemen om hun imago en positionering te verbeteren.
- ✓ Individueel imago-onderzoek slagers: Informatie verkrijgen uit het eigen verzorgingsgebied op het gebied van keuzemotivatie (welke aspecten vinden klanten belangrijk bij een bezoek aan de slager) en imago (hoe oordelen de klanten over diverse aspecten betreffende de slager).

De resultaten van het onderzoek kunnen tevens dienen als stimulans om te participeren aan de Slagersmonitor.

De verwachting is dat dit instrument vooralsnog waarschijnlijk voldoende betrouwbare data op zal leveren. Na afronding van dit onderzoek zal worden bekeken wat eventueel nog ontbreekt en of het verkrijgen van die data in verhouding staat tot het nut c.q. de kosten.

### **Analyseren en begroten van exploitaties**

De KNS kan met behulp van het softwarepakket Finan huidige exploitaties op efficiënte en zorgvuldige wijze analyseren en toekomstige exploitaties begroten. Hierdoor kan op eigentijdse wijze invulling worden gegeven aan de interne bedrijfsanalyse welke tot doel heeft knelpunten in de bedrijfsvoering op te sporen. Hoewel de interne analyse veelal deel uit maakt van het businessplan, kan deze ook als aparte activiteit worden aangemerkt c.q. ingezet. Daarnaast kan het instrument worden ingezet om te komen tot de waardebeoordeling van een slagerij.

### **Quick Scan**

De Quick Scan is een profielschets van de slagerij gezien door de ogen van de consument.

De scan bestaat uit de volgende onderdelen:

- ✓ Mijn bedrijf als visitekaartje (externe uitstraling/verzorging).
- ✓ Welkom in mijn bedrijf (interne uitstraling/verzorging).
- ✓ Hoe zien klanten mijn medewerkers? (uitstraling personeel).
- ✓ Hoe presenteer ik mijn producten? (presentatie).
- ✓ Hoe adviseer en stimuleer ik mijn klanten? (advies en promotie).

Met behulp van een door de expert van de KNS op basis van waarneming ingevulde checklist, wordt een onafhankelijke, met foto's geïllustreerde, analyse opgesteld waarin bovengenoemde onderdelen uitvoerig aan de orde komen. Op basis hiervan wordt het voor de slagerondernemer duidelijk hoe de klanten het bedrijf beoordelen.

Het bedrijf wordt een spiegel voorgehouden waardoor onvolkomenheden, veelal het gevolg van bedrijfsblindheid, bijgesteld kunnen worden. Door de KNS wordt vervolgens geadviseerd over mogelijke aanpassingen in de bedrijfsstrategie (product, prijs, presentatie, promotie, personeel). De Quick Scan is voor een speciaal tarief van € 225 (inclusief reiskosten, exclusief BTW) aan te vragen. Deze speciale prijs is gebaseerd op de aanwezigheid van de KNS-bedrijfsadviseur in de regio.

### **Quick Scan Op Maat**

De Quick Scan kan worden uitgebreid met de Quick Scan op maat. Hierin worden naast de voornoemde 'standaard' onderwerpen door de individuele ondernemer gewenste onderwerpen opgenomen. Te denken valt aan:

- ✓ Mystery Guest.
- ✓ Productkeuring.

Doelstelling is te komen tot meer gerichte aanpassingen in de bedrijfsstrategie die waar mogelijk en wenselijk uiteraard weer door de KNS kunnen worden begeleid. De meerkosten in vergelijking tot de standaard Quick Scan zijn afhankelijk van de door de ondernemer gewenste onderwerpen en (extra) reiskosten en worden berekend op basis van nacalculatie met als uitgangspunt een uurtarief van € 75,-.

### **Quick Scan Plus**

Waar de Quick Scan leidt tot een profielschets van de slagerij zoals deze door de ogen van de consument wordt gezien, leidt de Quick Scan plus daarnaast tot een profielschets van het winkelgebied c.q. het (directe) marktgebied waarbinnen de slagerij gevestigd is. Aanvullende onderwerpen in de Quick Scan plus zijn onder meer:

- ✓ Bereikbaarheid.
- ✓ Parkeergelegenheid.
- ✓ Ligging ten opzichte van de overige winkels (vooral de foodsector) – gemak, snelheid, one-stop-shopping.
- ✓ Niveau/functie van het winkelgebied (op basis van het aanwezige winkelaanbod en overige voorzieningen – boodschappencentrum, winkelcentrum).
- ✓ Uitstraling van het winkelgebied (aankleding, veiligheid).

Ook hier is een belangrijke doelstelling de slagerondernemer te wijzen op mogelijke aanpassingen in de bedrijfsstrategie (product, prijs, presentatie, promotie, personeel). De Quick Scan plus is nog in ontwikkeling waardoor nog geen prijsindicatie kan worden gegeven.

In tegenstelling tot de vestigingspuntscaan c.q. het businessplan betreffen de Quick Scans (op maat en plus) veelal de korte termijnstrategie.

### **Betaalde en oriënterende bedrijfsbezoeken**

De slagerondernemer wordt voortdurend met kritieke situaties geconfronteerd, zowel intern als extern. Vooral als gevolg van 'bedrijfsblindheid' en/of 'de waan van alledag' worden kritieke situaties vaak onderschat en/of verkeerd geïnterpreteerd. Het gevaar is dan ook niet denkbeeldig dat de ondernemer verstrikt raakt in een netwerk van problemen, waarvan hij de oorzaak niet meer weet te achterhalen. In dat geval biedt een (oriënterend) bedrijfsbezoek uitkomst. Niet zelden wordt tijdens deze bezoeken geconstateerd dat het probleem een geheel andere dimensie kent dan aangegeven en/of dat er achterliggende problemen aan ten grondslag liggen. Het primaire doel van een (oriënterend) bedrijfsbezoek is dan ook het stellen van een diagnose om vervolgens aan te geven hoe (mogelijk) een oplossing kan worden bereikt, bijvoorbeeld door het inzetten van gerichte begeleiding door de KNS: bedrijfsanalyse, een vorm van de Quick Scan of het laten opstellen van een businessplan.

Het geplande en betaalde bedrijfsbezoek vindt altijd plaats in opdracht van de slagerondernemer en de problematiek, die tijdens het bezoek aan de orde wordt gesteld, is vooraf door de slagerondernemer kenbaar gemaakt. Een bedrijfsbezoek kost € 75,- per uur (excl. reiskosten [€ 0,40] en BTW [19%]).

Het oriënterende bedrijfsbezoek vindt plaats naar aanleiding van een actualiteit en/of (eerder) telefonisch en/of persoonlijk contact (bijvoorbeeld tijdens een regioavond). Een dergelijk bezoek kan om meerdere redenen worden afgelegd: informatie-uitwisseling tussen KNS en bedrijf/slagerondernemer, inventariseren van (eventuele) problemen binnen het bedrijf met als gevolg een (vervolg)opdracht, aftersales, relatiebeheer/klachten-afhandeling. Het bezoek vindt altijd plaats op basis van beschikbaarheid in de regio.

Gelet op het vrijblijvende karakter van de bezoeken, het feit dat het veelal tweerichtingsverkeer betreft en ze vaak leiden tot betaalde opdrachten, zijn de bezoeken gratis.

In het kader van relatiebeheer en/of ledenwerving verdient het de voorkeur de oriënterende bedrijfsbezoeken in de toekomst uit te breiden.

### 3.2. Begeleiding van begin tot eind

#### **Begeleiding bij het verkrijgen van een nieuw bedrijf**

De KNS kan een actieve rol spelen in het verkrijgen van nieuwe vestigingspunten door ondermeer tijdig in te spelen op nieuwbouwplannen voor winkelcentra. Hiertoe wordt door de KNS deelgenomen aan het project *Koop je eigen bedrijf*, opgezet door Stichting Projecten MKB-Nederland.

Doel van dit project is:

- ✓ Het in beeld brengen van de mogelijkheid een bedrijf te kopen voor een brede doelgroep. Nederlanders met een etnische achtergrond krijgen hierbij speciale aandacht.
- ✓ Het inzichtelijk maken van de service en begeleiding die branches in de verschillende sectoren kunnen bieden om de stap naar het kopen van een eigen bedrijf professioneler te laten verlopen.

Belangrijk is de coördinerende rol die de KNS kan vervullen tussen (vers)branche-organisatie(s), overheden (bijvoorbeeld gebruik maken van provinciale subsidieregelingen als *Kleine Kernen*), projectontwikkelaar(s), pensioenfonds(en) en financier(s). Daarnaast wordt de KNS-website als middel gebruikt om vraag en aanbod bij elkaar te brengen.

#### **Begeleiding bij de start van een nieuw bedrijf**

Belangrijke onderwerpen waarin door of via de KNS geadviseerd kan worden bij de start van een bedrijf zijn:

- ✓ Winkelformule
- ✓ Rechtsvormen
- ✓ Vestigingseisen/inschrijving Kamer van Koophandel
- ✓ Algemene leverings- en betalingsvoorwaarden
- ✓ Financiering
- ✓ Personeel
- ✓ Belastingen
- ✓ Automatisering
- ✓ Subsidies
- ✓ Verzekeringen
- ✓ (Financiële) administratie
- ✓ Versamenwerking
- ✓ Lidmaatschap brancheorganisatie KNS

Het HBA heeft een draaiboek ontwikkeld dat ook op het slagersbedrijf kan worden toegespitst.

Het draaiboek is zodanig van opzet dat bij juist gebruik er een praktisch ondernemingsplan ontstaat. Het HBA biedt de mogelijkheid dit tot een specifiek draaiboek voor een starter in de slagersbranche om te vormen. De mogelijkheid en wenselijkheid hiervan zal op korte termijn worden onderzocht. Verderop in dit beleidsplan wordt gesteld te komen tot herintroductie van een aspirant- of juniorlidmaatschap. Juist om deze doelgroep wat te kunnen bieden, zou van de geboden mogelijkheid bij het HBA gebruik kunnen worden gemaakt.

Belangrijk is dat de KNS in de begeleiding van de start van een bedrijf naast een adviserende rol ook een coördinerende rol kan vervullen tussen brancheorganisatie(s), overheden, accountant/fiscalist en financier(s). De begeleiding kost € 75,- per uur (excl. reiskosten [€ 0,40] en BTW [19%]).

## **Begeleiding bij bedrijfsovername c.q. bedrijfsopvolging**

In geval van bedrijfsovername c.q. bedrijfsopvolging komen ondermeer bedrijfs-economische, fiscale, juridische en financiële aspecten aan de orde. Ook emotionele aspecten vormen een belangrijk aandachtsgebied.

Bedrijfsoverdracht is een proces van:

- ✓ Bewustwording – Wanneer ga ik stoppen? Wat betekent dat voor mij?
- ✓ Voorbereiding – Hoe ga ik het doen? Wat zijn de uitgangspunten?
- ✓ Realisatie – Wie gaat overnemen en tegen welke voorwaarden?
- ✓ Afronding - Hoe ga ik mijn nieuwe rol vervullen (tijdsbesteding, inkomensvoorziening)?

Belangrijke aspecten in het traject zijn:

- ✓ Zorgen voor een grondige voorbereiding.
- ✓ Hebben van een vertrouwenspersoon die het proces van A tot Z kan begeleiden.
- ✓ Bewaken van verschillende belangen.
- ✓ Tijdig betrekken van andere belanghebbenden.
- ✓ Aandacht voor emoties.

Bedrijfsoverdracht vereist de inzet van onder andere de volgende specialisten:

- ✓ Adviseur brancheorganisatie
- ✓ Jurist brancheorganisatie
- ✓ Fiscalist
- ✓ Accountant
- ✓ Financier
- ✓ Notaris

Belangrijkste knelpunten op het gebied van bedrijfsoverdracht vormen:

- ✓ Pand
  - Indien in huur – huurovereenkomst
  - Indien in eigendom - afrekening met de fiscus
- ✓ Personeel - beëindiging arbeidscontracten
- ✓ Inkomen – oudedagsvoorziening

Naast begeleidend/adviserend/doorverwijzend kan de brancheorganisatie dan ook vooral coördinerend optreden. Begeleidend en adviserend vooral op marketingtechnisch, bedrijfseconomisch en juridisch gebied, coördinerend vooral op fiscaal en financieel gebied, verwijzend richting specialisten waar goede ervaringen mee zijn opgedaan. Daarnaast biedt de KNS-website de mogelijkheid om vraag en aanbod te matchen. De begeleiding kost € 75,- per uur (excl. reiskosten [€ 0,40] en BTW [19%]).

Er kan in samenwerking met het Servicepunt Ambachten van het HBA een handleiding bedrijfsopvolging worden opgesteld. De mogelijkheid en wenselijkheid hiervan zal op korte termijn worden onderzocht.

Met behulp van een branchespecifieke handleiding kunnen bedrijfsopvolgingen tijdig ter hand worden genomen en daardoor succesvoller verlopen. Uiteraard kan ook hier de KNS de gewenste begeleiding bieden.

### **Begeleiding bij verbouw en nieuwbouw**

Gedacht wordt aan het ontwikkelen van een draaiboek dat de ondernemer kan gebruiken als hij bouwplannen heeft. Daarbij dienen alle facetten zoals het maken van een bouwplan, rekeninghoudend met de specifieke inrichtingseisen voor de slagerij, maar ook aspecten als bestemmingsplannen en gemeentelijke bouwverordeningen aan de orde te komen. Tevens dient er aandacht te zijn voor zaken als energie en verlichting. Bovendien wordt gedacht aan het opnemen van modelcontracten (raamcontracten met experts en leveranciers op het gebied van bouw en verbouw, aanleveren van bijvoorbeeld modelontwerpen, etc.).

Leden kunnen hier kosteloos gebruik van maken.

### **Contacten met andere (succesvolle) ondernemers**

Voorbeelden van succesvolle slagerondernemers werken stimulerend voor anderen. Het tijdens de Praktijkavonden van enige jaren geleden gepresenteerde programma *Ziet de klant me (nog) zitten?* gaf op overtuigende wijze aan hoe het wel en vooral niet moet gaan in een slagersbedrijf. Een vervolg hierop zal plaatsvinden in het najaarscongres van 2006 en tijdens regioavonden waarbij slagerondernemers weer worden geconfronteerd met aspecten die belangrijk zijn voor de continuïteit van hun bedrijf. Een actieve rol van succesvolle slagerondernemers is daarbij essentieel. Bovendien kunnen ook vanuit andere verssectoren ondernemers hun visie geven en voorbeelden presenteren waarin zij onderscheidend en succesvol zijn. Gelet op de versactiviteiten van SVO kan het opleidingsinstituut een partner zijn. Bovendien kan de mogelijke samenwerking met andere brancheorganisaties (NBOV, ADN, NBPW) hier ook in worden meegenomen.

### **Begeleiding van slaggers aan het eind van hun carrière**

Veel slaggers zien hun bedrijf nog steeds als een vorm van oudedagsvoorziening en hebben daardoor in het verleden geen of onvoldoende andere maatregelen genomen op dit gebied.

In dit kader is het overigens van belang op te merken dat in de wet staat dat (slager) ondernemers worden geacht zelf zorg te dragen voor hun oudedagsvoorzieningen.

Onder meer door veranderingen in de positie van het vestigingspunt, bijvoorbeeld als gevolg van gemeentelijke herstructurering (van A-locatie naar B-locatie), en de toenemende concurrentie van het supermarktkanaal blijkt de waarde van de slagerij (inventaris en goodwill) vaak 'tegen te vallen'. Indien een ondernemer in dat geval plotseling moet stoppen met het bedrijf, bij voorbeeld door ziekte, dan zijn vaak onvoldoende financiële middelen aanwezig om de periode tot 65 jaar te overbruggen. Dat betekent in de praktijk vaak een forse, onbedoelde aanslag op nog aanwezige reserves (eigen huis) en/of aanspraak maken op een bijstandsuitkering.

Onderzocht zou kunnen worden, bij voorkeur in samenwerking met andere (vers)branches, of en in hoeverre er mogelijkheden zijn om oplossingen te bieden met betrekking tot deze vaak schrijnende situaties. Gelet op de problemen met betrekking tot het verkrijgen van vakbekwaam personeel kan worden nagegaan in hoeverre slaggers aan het eind van hun carrière bij kunnen dragen aan een oplossing. Ook de KNS zal hierin een coördinerende of intermediaire rol vervullen, onder andere door het opnemen van een rubriek *Personeel gevraagd/aangeboden* op de KNS-website.

### 3.3. Begeleiding bij innovatie

#### **Verssamenwerking**

Door trends als gemak, snelheid en one-stop-shopping zijn branchevreemde producten in de slagerij, maar ook in andere versbranches, niet meer weg te denken (de slager die voorgesneden boerenkool verkoopt bij de rookworst en/of broodjes bij de hamburgers; de groenteman die voorverpakte rookworst verkoopt bij de boerenkool).

Indien aan de juiste randvoorwaarden wordt voldaan, kan 'branchevervaging' in plaats van een bedreiging te vormen juist kansen bieden.

Gedacht kan worden aan:

- ✓ Het op elkaar afstemmen van het aanbod door de verschillende versbranches binnen een marktgebied (kwaliteitsniveau, prijsstelling, etc.) waardoor synergie-effecten worden verkregen die omzetverhogend werken.
- ✓ Het gezamenlijk voeren van een promotiebeleid (redactioneel, advertenties) wat kostenreducerend werkt.
- ✓ Het beschikbaar stellen van schapruijnte aan verscollega's met naamsbekendheid; dit is vooral van toepassing in kleine(re) kernen waar een totaalaanbod aan versspeciaalzaken ontbreekt.
- ✓ Het door gezamenlijke inspanning verkrijgen van goede vestigingspunten; overheden, projectontwikkelaars (bijvoorbeeld via het pensioenfonds voor het slagersbedrijf) en financiers luisteren eerder naar een groep versspecialisten dan naar een afzonderlijke versspecialist.

Voor het scheppen van de juiste randvoorwaarden c.q. het maken van goede onderlinge afspraken tussen de betreffende versspecialisten wordt verdergaande samenwerking tussen de brancheorganisaties noodzakelijk geacht.

Daartoe zijn de eerste contacten gelegd welke op korte termijn verder uitgebouwd dienen te worden.

In het verleden bestond het Nationale Versplatform onder auspiciën en gefinancierd door MKB Nederland. Een samenwerkingsverband tussen brancheorganisaties van de slagers, bakkers, AGF en bloemen.

Onderzocht zal worden in hoeverre dit platform met een geactualiseerde agenda en mogelijk een gewijzigde samenstelling (de vraag is of bloemen altijd een rol moeten spelen in een beoogde verssamenwerking en het kan een overweging zijn juist de vis- en de poeliersbranche hier wel bij te betrekken) en opnieuw gefinancierd door MKB Nederland een doorstart kan maken. Bij het uitbrengen van ondersteunende materialen moet een beroep kunnen worden gedaan op de daarvoor bestemde branchebudgetten van het HBD.

#### **Productinnovatie**

Hoewel met betrekking tot productinnovatie eerder gedacht kan worden aan het bedrijfsleven (kruidenfirma's, etc.) en commerciële organisaties (Vereniging van Keurslagers, Topslagers, Worstmakersgilde) kan ook de KNS hierin een rol vervullen. Hierbij kan ondermeer gedacht worden aan:

- ✓ Brainstormsessies als onderdeel van de regioavonden en/of werkgroepbijeenkomsten.
- ✓ Prijsvraag in navolging van 'De Gouden Slagersring'.
- ✓ Informatieve bijeenkomsten in samenwerking met het bedrijfsleven.

### **Leveren aan nieuwe doelgroepen (toeleverancier aan concullega's)**

Door de toenemende wet- en regelgeving wordt het verkrijgen en/of in stand houden van productie- en verwerkingsfaciliteiten (slachtplaats, worstmakerij) een steeds kostbaarder aangelegenheid. Onderzocht zal worden in hoeverre (kleinschalige) concentratie van diverse productieprocessen wenselijk c.q. noodzakelijk is.

Uitgangspunt daarbij is het in stand houden van het ambacht c.q. het ambachtelijke productieproces. Alternatief is natuurlijk gebruik te maken van grotere productie-bedrijven als toe-leverancier.

### **Aanpassing van vestigingspunten**

De uitslag van een vestigingspuntscaan en/of businessplan kan zijn dat het raadzaam is om het vestigingspunt aan te passen. De KNS kan hierin zowel een initiërende, een adviserende als een coördinerende rol vervullen (zie ook bij de paragraaf over de Vestigingspuntscaan).

### **Aanpassing van winkelformules**

Zowel veranderingen in de directe en indirecte concurrentie, verschuivingen in de demo-grafische kenmerken van de bevolking als veranderingen in de micro- en macro-economische omgevingsfactoren (prijzenslag) kunnen leiden tot noodzakelijke aanpassing(en) van de winkelformule. Voor ambachtelijke producten en diensten is geregeld sprake van een hogere prijs. Nu de economie weer aantrekt, kan het helemaal geen kwaad dit element ook te benadrukken, maar natuurlijk wel tegelijkertijd te relateren aan een hogere kwaliteit, het unieke karakter van het product, etc. Onderzoek heeft overigens uitgewezen dat vooral de bestaande klant (die overigens wel meer meeneemt) minder vaak komt. De uitdaging is dus om nieuwe klanten (bijvoorbeeld bedrijfsleven) te werven; daar zit momenteel de grootste winstmogelijkheid. Ook is het raadzaam tot marktsegmentering te komen; bepaalde bevolkingsgroepen kopen veel bij de speciaalzaak en de slagerondernemer moet het assortiment actief afstemmen op de te onderscheiden doelgroepen. Verder laat de consument zich in zijn winkelkeuze vrijwel altijd als eerste leiden door de prijs, gevolgd door een bij voorkeur diep assortiment terwijl de bereikbaarheid een goede derde is. Eenmaal in de winkel hechten consumenten vooral aan vriendelijkheid, veel meer zelfs dan aan service.

### **Aanpassing van verkoopstrategieën**

Hierbij kan gedacht worden aan thuis bezorgen, het samenstellen van weekpakketten, catering, verkoop via de eigen website, het belonen van klachten van klanten, klanten producten zelf laten ervaren, etc.

### **Vaktechniek**

Mocht blijken dat leden kampen met vaktechnische problemen en/of behoefte hebben aan nieuwe technieken, dan zal dat als mogelijk nader te onderzoeken onderwerpen worden aangekaart bij de Researchcommissie. Daarnaast blijft het noodzakelijk eventuele ontwikkelingen in de markt te volgen en deze vervolgens met de leden te communiceren (KNS-Actueel, regioavonden, etc.). Ook kunnen items genoemd onder productinnovatie hierin worden meegenomen (brainstormsessie, prijsvraag).

### 3.4. Begeleiding bij overige bedrijfsprocessen

#### **Begeleiding bij personeelszaken**

Iedere ondernemer – of het nu om een klein of om een groot bedrijf gaat – weet dat het zelf uitvoering geven aan personeelsbeleid en personeelszaken behoorlijk tijdrovend kan zijn. Om die reden overweegt de KNS – als daar voldoende belangstelling voor bestaat – om de leden tegen kostprijs de diensten van een personeelsfunctionaris en/of een consultant arbeidsvoorwaarden en personeelszaken te bieden.

Hierbij kan aan de volgende vormen van ondersteuning worden gedacht:

#### ✓ **Advisering en begeleiding**

- Introduceren en begeleiden van werkoverleggen.
- Introduceren van systematiek van (jaarlijks te voeren) beoordelings- en functioneringsgesprekken.
- Loopbaanbeleid (bij grotere bedrijven; kan zowel intern als extern gericht zijn).
- Opleidingsbeleid (voor iedere medewerker jaarlijks in kaart brengen waar de opleidingsbehoeften en wensen liggen; afhankelijk van de relevantie voor de organisatie kunnen deze vervolgens (deels) voor vergoeding in aanmerking komen). Bij grotere bedrijven zal ook behoefte zijn aan thema's als (ontwikkelen van) managementstijlen, persoonlijke effectiviteit, etc.
- Adviseren over opleidingsmogelijkheden.
- Adviseren over en aanvragen van vergoedingsmogelijkheden.
- Opstellen van functiebeschrijvingen (met als basis de omschrijvingen in de CAO Slagersbedrijf).
- Opstellen van sociaal plan (bij [gedeeltelijke] bedrijfssluitingen of reorganisaties).
- Adviseren over het informeren, introduceren en inwerken van nieuwe medewerkers.
- Adviseren over en begeleiden bij voldoen aan Arbo-vereisten (bijvoorbeeld BHV/ preventiemedewerker, branche-RI&E).
- Begeleiden bij werving en selectie
  - Opstellen van advertentietekst en verzorgen van plaatsing in diverse media (CWI, vacaturesites, kranten, etc.).
  - Actieve search naar kandidaten (bij een krappe arbeidsmarkt).
  - Versturen van ontvangstbevestigingen en uitnodigingsbrieven.
  - Selecteren van kandidaten.
  - Voeren eerste ronde gesprekken.
  - Adviseren over en indien gewenst aanwezig zijn bij tweede ronde gesprekken.
  - Schriftelijk berichten van afgewezen kandidaten.
  - Adviseren over en opstellen van arbeidsovereenkomst.

Het is in dit kader goed om preventief in te zoomen op bedrijven met een laag ziekteverzuim om te analyseren welke factoren dit lage ziekteverzuim veroorzaken. Gedacht kan bijvoorbeeld worden aan factoren als cultuur, stijl van leidinggeven, soort organisatie, etc.

#### **Begeleiding bij het maken van een interne bedrijfsanalyse**

Door het maken van een interne bedrijfsanalyse kunnen huidige exploitaties op adequate wijze worden geanalyseerd en toekomstige exploitaties begroot.

De 'input' kan worden geleverd door BBB Accountancy. Door middel van analyse van de door het bedrijf beschikbaar gestelde kengetallen, veelal afgeleid uit de balans c.q. de verlies- en winstrekening en/of geïntegreerde kassa/weegapparatuur afgezet tegen landelijke gemiddelden (BBB Accountancy) kunnen eventuele knelpunten in de bedrijfsvoering worden opgespoord.

Belangrijkste kengetallen zijn:

- ✓ Verloop van de gemiddelde brutowinstmarge in relatie tot het type slagerij (zelfslachtende slagerij, worst- en vleeswarenproducerende slagerij, kiloslagerij, slagerij/traiterie, etc.).
- ✓ Verhouding tussen de brutomarge en de personeelskosten.
- ✓ Verhouding tussen de brutowinstmarge en de arbeidsproductiviteit.
- ✓ Verloop gemiddelde omzet (per week/maand/jaar).
- ✓ Gemiddelde besteding per klant (per week/maand/jaar).
- ✓ Verloop gemiddeld aantal klanten (per week/maand/jaar).

Met behulp van dit cijfermateriaal kunnen bedrijfsresultaten individueel of in discussiegroepen besproken worden.

### **Begeleiding bij de implementatie van kwaliteitssystemen**

Zowel erkende bedrijven als kleinere slagerondernemers kunnen door de KNS individueel worden begeleid bij het invoeren van borgingssystemen, kwaliteitssystemen (HACCP, hygiëncode, etikettering, tracking en tracing, etc).

Ook kan de KNS een rol spelen bij het treffen van maatregelen als gevolg van nieuwe wet- en regelgeving. Deze vormen van begeleiding worden op maat ingericht afhankelijk van de vraag van de ondernemer.

### **Begeleiden bij bedrijfsdecoratie**

De KNS kan desgewenst adviseren over de wijze van decoreren, bijvoorbeeld over de keuze van sfeerartikelen, het verwerken van seizoensinvloeden, of over samenwerking met een (plaatselijke of regionale) bloemist.

Onderzocht zal worden of een convenant kan worden gesloten met een landelijk opererende decorateur die bij individuele leden de gewenste decoratie aanbrengt.

Dit kan bijvoorbeeld per seizoen waarbij de winkel viermaal per jaar in de stijl van het seizoen wordt gedecoreerd, maar kan ook worden gekoppeld aan promotionele acties.

Bij een substantiële vraag kan overwogen worden of de KNS voor dit doel zelf een decorateur in dienst moet nemen die vervolgens tegen kostprijs kan worden ingehuurd door de leden.

### **Begeleiding bij de aanschaf van bedrijfskleding**

Naast advies over decoratie kan de KNS uiteraard ook adviseren over de te dragen bedrijfskleding. Dit betekent dat er sprake kan zijn van uitbreiding van de convenanten met een landelijk opererende leverancier van smaakvolle en effectieve bedrijfskleding (bijvoorbeeld Buchholz of Zoetelief).

### **Begeleiding bij het treffen van passende maatregelen**

De slagerondernemer kan worden geadviseerd hoe adequaat te anticiperen op bijvoorbeeld wegoptbrekingen (tijdelijk bezorgen, tijdelijk ander verkooppunt [benzinepomp, verkoopwagen], bedrijf x bereikbaar, etc.).

## 3.5. Individuele juridische begeleiding

### **Individuele juridische dienstverlening**

Deze vorm van dienstverlening wordt gekenmerkt doordat een lid van de KNS een jurist van het secretariaat benadert voor advies of rechtsbijstand. Met andere woorden: alleen dat lid profiteert op dat moment van deze dienst. Dat is ook de reden waarom in de jaren '80 van de vorige eeuw het profijtbeginsel is ingevoerd, hetgeen betekent dat voor deze dienstverlening een bijdrage van het betreffende lid wordt gevraagd. Voor 2006 bedraagt deze bijdrage € 75,- per uur.

De soort dienstverlening varieert van een simpel telefoontje (bijvoorbeeld een eenvoudige vraag over de CAO) tot en met de meest uitgebreide gerechtelijke procedure. Soms vindt advisering plaats aan de hand van toegezonden stukken.

Op een ander moment moet de ondernemer in zijn bedrijf worden bezocht om adequaat te kunnen adviseren. Als dat niet strikt noodzakelijk is, dan geeft de ondernemer, ter vermijding van hogere kosten, er vaak de voorkeur om naar het secretariaat in Rijswijk te komen.

Welke zaken komen er aan de orde? Veruit de meeste zaken die worden behandeld, gaan over arbeidsrecht ofwel zaken die met personeel van doen hebben.

Aangezien bedrijfspanden steeds vaker gehuurd worden, staan zaken betreffende het huurrecht op de tweede plaats. Op de derde plaats staan kwesties met leveranciers.

Ook komen er administratieve zaken aan de orde. Denk hierbij aan gemeentelijke aangelegenheden, maar ook aan zaken met de VWA of sociaal-verzekeringsrechtelijke zaken. Overigens neemt de vraag naar juridische bijstand nog steeds toe; reden waarom in het najaar van 2006 zal worden overgegaan tot het aantrekken van een vierde (junior) jurist.

### **Mediation**

Een bijzondere vorm van individuele dienstverlening is de mediation. Dit is een uit Amerika overgewaaid vorm van conflictbemiddeling waarbij geen beroep op de rechter wordt gedaan. Deze dienst wordt in het kader van SAS veel toegepast. Een ziekmelding is vaak het gevolg van een conflict of gespannen arbeidsverhouding. Veelal is er van ziekte in de strikte zin van het woord geen sprake, maar de gespannen verhouding belemmert een werkhervatting. Op dat moment stelt de Arbo-dienst Commit voor om mediation in te zetten. Binnen het bestuur van de Stichting SAS is afgesproken dat deze mediations door de KNS worden uitgevoerd. De werkwijze is dat door middel van het voeren van (afzonderlijke) gesprekken getracht wordt tot verbetering van de verhoudingen te komen, wat uiteindelijk tot werkhervatting moet leiden. In veel gevallen lukt dat niet en is beëindiging van de arbeidsverhouding de enige oplossing. Binnen het kader van de mediation wordt met partijen gezocht naar een voor beiden aanvaardbare wijze van beëindiging van de arbeidsovereenkomst.

In 2005 zijn 28 mediations afgesloten. Het totaal gefactureerde bedrag bedroeg € 25.000,-. Hierbij moet worden aangetekend dat een aantal mediations in 2005 is opgestart en in 2006 afgerond. Deze zijn niet in de genoemde 28 mediations opgenomen.

Het gegeven dat de mediations worden uitgevoerd door medewerkers van de werkgeversorganisatie lag onder vuur bij de vakbonden omdat zij huidige werkwijze op gespannen voet vinden staan met de noodzakelijke onafhankelijkheid en onpartijdigheid. Inmiddels is hierover met vakbonden overeenstemming bereikt. Tot 1 januari 2007 zullen als voorheen alle mediations door de KNS worden uitgevoerd. Met ingang van 1 januari 2007 zal dan in het kader van het SAS ZorgPortaal aan werkgevers en werknemers de keuzemogelijkheid worden geboden om een externe mediator of een KNS-mediator in te schakelen. Het onafhankelijke karakter van de mediation wordt gegarandeerd door als voorwaarde te stellen dat de in te schakelen mediators moeten zijn ingeschreven bij het NMI (Nederlands Mediation Instituut), het Register van Mediators waarin alleen gekwalificeerde mediators zijn ingeschreven die werken volgens de reglementen en beroepsregels van het NMI.

### 3.6. Predikaat *Bij Koninklijke Beschikking Hofleverancier*

Aanleiding voor de aanvraag van het Predikaat *Bij Koninklijke Beschikking Hofleverancier* is het 100-jarig bestaan van een bedrijf, respectievelijk vermeerderd met telkens 25 jaar (125, 150, 175, enz.)

Reden voor Hare Majesteit om het Predikaat *Bij Koninklijke Beschikking Hofleverancier* aan een onderneming toe te kennen, is de toegevoegde waarde die de onderneming en/of eigenaren naast de kerntaak heeft en/of hebben op onder meer maatschappelijk, sociaal, kerkelijk en/of cultureel gebied.

Doelstelling is om aan de toekenning van het Predikaat promotionele activiteiten te koppelen welke (blijvend) een positieve invloed hebben op de ontwikkeling van de omzet en daarmee op het bedrijfsresultaat.

Uiteraard kan de KNS begeleiding bieden bij het ontwikkelen en realiseren van deze promotionele activiteiten. In het kader van de exclusiviteit dient voor de aanvraag zorgvuldig te worden nagegaan of de betrokken onderneming voor de aanvraag van het Predikaat *Bij Koninklijke Beschikking Hofleverancier* in aanmerking komt.

De aanvraag Predikaat *Bij Koninklijke Beschikking Hofleverancier* moet informatie betreffen over alle aspecten van de bedrijfsvoering, een uitgebreid historisch overzicht, verklaringen van de Kamer van Koophandel en de accountant en de voorgenomen festiviteiten.

De KNS draagt zorg voor de aanvraag (verwerken van de door de opdrachtgever verstrekte en vereiste (historische) gegevens), bedrijfsbeoordeling, overleg met de gemeentelijke overheid, realisatie eindrapportage en indiening aanvraag bij de betreffende burgemeester). Verder begeleidt de KNS bij contacten met diverse overheidsinstanties en de bespreking van de eindrapportage met overheidsinstanties (gemeente, provincie, betreffende ministeries (Economische Zaken, Justitie, Sociale Zaken) en Kabinet van de Koningin. Tot slot adviseert de KNS inzake promotionele activiteiten bij de uitreiking en verleent daarbij PR-assistentie. Per 1 januari 2007 bedragen de kosten voor dit hele traject € 1.250,- (exclusief reiskosten [€ 0,40] en exclusief BTW [19%]).

#### 4. PR & COMMUNICATIE

PR & Communicatie vervult een belangrijke rol binnen de KNS. De activiteiten zijn voor een groot deel gericht op de communicatie naar de leden. Dit gebeurt door middel van het periodiek *KNS-Actueel* (11x per jaar), de website [www.knsnet.nl](http://www.knsnet.nl) en het per e-mail toezenden van Nieuwsflitsen (actuele nieuwsfeiten). Waar mogelijk zal worden gecommuniceerd over bestaande en nieuwe activiteiten alsmede over behaalde resultaten. Verder neemt de KNS deel aan diverse beurzen (onder andere Slavakto, VAS en Keur Demodagen) waar de eigen activiteiten onder de aandacht worden gebracht en de mogelijkheid wordt gecreëerd tot directe communicatie met leden en belangstellenden. Tot slot speelt de KNS een rol in het promoten van de (ambachtelijke) slagerij en het verzorgen van voorlichting over vlees en aanverwante zaken.

##### 4.1. Schriftelijke communicatie

###### **KNS-Actueel**

KNS-leden en relaties ontvangen de *KNS-Actueel* elf keer per jaar gratis. *KNS-Actueel* is primair een magazine voor leden van de KNS waarin de actualiteit wordt belicht, maar tevens aandacht wordt geschonken aan alles wat voor de moderne slagerondernemer interessant kan zijn. Een magazine van en voor slaggers. Fiscale zaken, economische vraagstukken, overheidsaangelegenheden en sociale zaken vormen vaste rubrieken in het magazine. Maar ook Ppas-nieuws, vaktechnische wetenswaardigheden en persoonlijke gebeurtenissen worden in *KNS-Actueel* belicht.

Met ingang van 1 januari 2007 wordt het verenigingsblad *KNS-Actueel* omgevormd naar een multifunctioneel – veel professioneler ogend – vakblad voor leden en relaties van de KNS. Dezelfde onderwerpen als hierboven zullen in dit vakblad aan de orde komen, maar er zal ook ruimte zijn voor columns door gastschrijvers, casuïstiek over individuele belangenbehartiging, tip(s) van de maand en 'wat gebeurt er in de regio' (bijvoorbeeld aandacht voor regionale werkgroepen, vorming inkoopcombinaties, etc.). Daarnaast wordt de productie (advertentiewerving, fotografie, redactie, etc.) voor een belangrijk deel uitbesteed en is daarmee ontlastend voor het secretariaat. Bovendien wordt het blad zichtbaar aantrekkelijker wat betreft vormgeving en journalistiek niveau. Tot slot biedt de beoogde vorm veel meer mogelijkheden om adverteerders te werven waardoor het blad "zichzelf betaalt".

###### **Jaarboek**

In het gedrukte KNS-Jaarboek is informatie opgenomen over de brancheorganisatie zelf, de belangenbehartiging en een aantal collectieve voorzieningen. Belangrijke thema's zijn Personeelszaken, Sociale zaken, Opleidingen en Technologische zaken. Inmiddels is deze informatie op de KNS-website geplaatst en uitgebreid met Statuten en Huishoudelijk Reglement Statuten van de KNS en met een overzicht van regionale en plaatselijke werkgroepen, Algemene leveringsvoorwaarden, Bruikleenverklaring, bijlagen sollicitatie-formulier, arbeidsovereenkomst en kassa-instructie.

Om het jaarboek ook door het jaar heen te kunnen actualiseren, is besloten om na 2006 geen Jaarboek in druk meer te laten verschijnen, ook al omdat alle informatie inmiddels op de KNS-website staat. De leden zullen hierover in het najaar van 2006 via de *KNS-Actueel* worden geïnformeerd. Gelijktijdig worden ze gestimuleerd om meer gebruik te maken van de informatie via de website.

## **Persberichten en free publicity**

Waar mogelijk worden persberichten verzonden naar verschillende media en doelgroepen met als doel het verschaffen van informatie en het genereren van free publicity.

De persberichten bevatten doorgaans nieuws over wedstrijduitslagen als de Spare Ribs Trophy, nieuws over vleesmanifestaties, zaken als de door de Consumentenbond als beste rookworst gewaardeerde worst van slager Jeroen de Vries en nieuws over benoemingen binnen de KNS.

Persberichten gaan standaard naar Slagerswereld, VleesPlus, Wegwijzervleeswereld, Meat & Co, TopVers, De Keurslager, Topslager, VAS-journaal, het Worstmakersgilde en de PVE. Leden worden hierover geïnformeerd via de KNS-website, per nieuwsflits en per post.

Als het persbericht daar aanleiding toe geeft, dan wordt dit ook aangeboden aan de grote dagbladen (o.a. Agrarisch Dagblad, NRC Handelsblad, De Telegraaf, AD, Het Parool, De Volkskrant, Trouw, Gooi- en Eemlander, Dagblad van het Noorden, etc.).

Door de samenvoeging van een aantal dag- en regionale bladen wordt het nieuws automatisch verspreid via de centrale nieuwsredacties.

Door het wegvallen van het Voorlichtingsbureau Vlees zijn veel directe contacten met de pers verminderd. Het voornemen is om met name de contacten met een grote krant als De Telegraaf – waarin de rubriek Stan Huygens Journaal een podium is voor positief nieuws – te optimaliseren. Voor zover mogelijk wordt dit met andere media ook getracht. Dit betekent bijvoorbeeld het organiseren van een bezoek van culinaire redacteuren aan opvallende slagersbedrijven in Nederland of hen in contact brengen jonge mensen die opgeleid worden voor het slagersvak.

## **Jaarverslag**

Elk voorjaar bood de KNS in het KNS-Jaarboek een overzicht van de activiteiten van het afgelopen jaar. Met het verdwijnen van dit jaarboek zal hier ook een nieuwe vorm voor moeten worden gevonden. Omdat het vermoeden bestaat dat een volledig jaarverslag niet tot onvoldoende zal worden gelezen, gaan de gedachten nu in de richting van een beknopt en aantrekkelijk vormgegeven publicitair jaarverslag voor leden en externe relaties waarin vooral aandacht zal worden gegeven aan de 'highlights' van het voorafgaande kalenderjaar. Onderzocht wordt of dit jaarverslag kan worden verwerkt in een gebruiksvoorwerp. Denkbaar is een dergelijke uitgave te laten sponsoren.

## **Nieuwjaarskaart**

Jaarlijks ontvangen alle leden en externe relaties een speciaal ontworpen nieuwjaarskaart. Met ingang van 2006 wordt hier een klein cadeautje bij gevoegd.

### 4.2. Digitale communicatie

Waar mogelijk kiest de KNS in de communicatie met haar leden voor digitale communicatie. Belangrijke instrumenten daarvoor zijn de KNS-website en de bijbehorende nieuwsflits; het snelste communicatiemiddel met de leden. Met veel slagerondernemers kan totnogtoe niet op digitale wijze worden gecommuniceerd omdat deze niet over een e-mailadres beschikken en/of de KNS niet over dit e-mailadres beschikt. Streven in de nabije toekomst zal zijn in het bezit te komen van ontbrekende e-mailadressen en het prikkelen van slagerondernemers hun e-mail in toenemende mate te gaan gebruiken.

Bij ieder (telefonisch) contact met een lid waarvan het e-mailadres niet bekend is, zal daarnaar worden gevraagd.

Verder zal in de KNS-Actueel geregeld worden verwezen naar artikelen en enquêtes op de KNS-website die alleen kunnen worden geraadpleegd c.q. ingevuld als men op de website inlogt en dat is alleen mogelijk door een e-mailadres op te geven.

En natuurlijk zal in de KNS-Actueel geregeld een oproep worden geplaatst om e-mailadressen door te geven aan de KNS. Verder zullen standaard de e-mailadressen van auteurs bij artikelen in de KNS-Actueel worden vermeld.

### **Website ([www.knsnet.nl](http://www.knsnet.nl))**

De KNS is bereikbaar via [www.knsnet.nl](http://www.knsnet.nl). De website is een aantal jaren in gebruik en momenteel beraadt de KNS zich op het actualiseren van de website. Mogelijk zal de website opnieuw worden vormgegeven en in dat kader zal ook kritisch naar de te plaatsen banners worden gekeken.

Daarnaast is een permanent punt van aandacht een zo optimaal mogelijke indeling, navigatie en een zo hoog mogelijk informatiegehalte. Het streven zal altijd blijven de website zo overzichtelijk en toegankelijk mogelijk te laten zijn.

Nieuwe functies waar op dit moment aan wordt gedacht, zijn een ideeënbus (met een vermelding en een beloning voor de tip van de maand), een of meerdere forums, een rubriek FAQ (Frequent Asked Questions; veelgestelde vragen), gerichte hyperlinks naar deel-onderwerpen/pagina's van bijvoorbeeld het HBA, plaatsen van pdf-files op de website (bijvoorbeeld de *Code van de slager* en brochures over juridische onderwerpen), online drukwerkservice (sjablonen voor bijvoorbeeld advertenties, posters, folders, bestellijsten, etc. die kunnen worden gedownload en waar de slager-ondernemer zijn eigen teksten in kan plaatsen. Ook kan dit materiaal digitaal worden aangeboden aan huis-aan-huisbladen; dit bespaart de ondernemer tijd en geld).

Voor dit soort servicetools is een Internetverbinding noodzakelijk; dit zal dan ook geregeld in de diverse media worden benadrukt.

Daarnaast zal een rubriek *Personeel gevraagd en aangeboden* op de website worden geplaatst. Onderzocht zal worden of hiernaar via de website van het CWI (bijvoorbeeld bij een categorie waar vacatures in de slagersbranche zijn opgenomen) kan worden doorgelinkt, maar ook omgekeerd is het interessant om vanaf de CWI-website naar de KNS-website te kunnen doorlinken. De laatstejaarsstudenten van SVO zullen hier ook op worden gewezen.

Intern wordt nog te weinig gebruik gemaakt van statistieken als bezoekersaantallen (bijvoorbeeld na het verzenden van een nieuwsflits), waar komt men de website binnen, etc. Hier zal in de nabije toekomst gericht invulling aan worden gegeven.

Voorts heeft de KNS het domein [www.knsnet.eu](http://www.knsnet.eu) geclaimd. Over het gebruik hiervan zijn nog geen vastomlijnde ideeën.

### **Nieuwsflitsen**

Eén keer in de twee weken worden de leden direct op de hoogte gebracht van het laatste nieuws. In de vorm van een e-mail wordt een nieuwsflits verstuurd. Waar mogelijk zullen nieuwsfeiten in en rond de slagerijsector en op het gebied van de individuele belangenbehartiging als nieuwsflits worden verzonden en niet uitgesloten wordt dat daarmee de frequentie van één keer naar twee keer per week kan worden verhoogd. Vanuit deze nieuwsflits kan worden doorgelinkt naar het nieuws in het nieuwskader op de website. Belangrijke nieuwsfeiten kunnen in de toekomst zo nodig ook naar relaties worden verzonden.

#### 4.3. Promotieactiviteiten

De KNS ondersteunt individuele leden bij het ontwikkelen van acties. Veelal gaat het hierbij om jubileavieren waarbij de ondernemer met een speciale consumentenactie naar buiten treedt. Promotieactiviteiten worden tevens gegeven bij het verkrijgen van het Predikaat Hofleverancier en het winnen van de Spare Ribs Trophy (banner aan de gevel, etc.). Ondersteuning door de KNS ten aanzien van promotieactiviteiten op consumentenniveau is in bijvoorbeeld de volgende vormen denkbaar.

#### **Landelijke promotiecampagne**

Naast reeds lopende promotieactiviteiten is het mogelijk om gebruik te maken van een nieuwe landelijke promotiecampagne voor (het imago van) de hele slagersbranche. Uit draagvlakonderzoek blijkt dat bijna 90% van de ondernemers branchebrede promotie- en imagocampagnes een nuttige activiteit vindt. Alleen al in verband met de hoge kosten van massacommunicatie zoals radio, televisie en publicatiebladen hebben individuele mkb-ondernemers over het algemeen weinig mogelijkheden om op grote schaal nieuwe klanten of potentiële werknemers aan te spreken of bekendheid aan hun bedrijf te geven.

Een mogelijkheid om min of meer in eigen beheer een landelijke promotiecampagne te realiseren is door een zogenaamde 88a-commissie (paritair samengestelde branchecommissie die bestemmingsheffing kan vaststellen) in het leven te roepen. Door het vaststellen van een bestemmingsheffing kan voor de gewenste/benodigde financiering worden gezorgd om tot landelijke voorlichtingscampagnes te komen (naar analogie van bijvoorbeeld succesvolle promotiecampagnes als *Kijk eens wat vaker in de spiegel van de kapper* of *Neem vaker een bloemetje mee*).

De in de bakkerijsector bekende *Week van het brood* biedt aanknopingspunten om een soortgelijke actie ook op het gebied van vlees te maken. In de lijn van het Pandabroodje (waarvan een deel van de opbrengst ten goede kwam aan het Wereldnatuurfonds) dat bij alle bakkers in Nederland werd verkocht en veel publiciteit opleverde, kan worden gedacht aan de introductie van een product bij de slagers dat op een vergelijkbare wijze een maatschappelijk doel ondersteunt. Bij een product met hulpstoffen is medewerking (financiering) van een grote producent van grondstoffen een optie.

Gelet op de invloed van kinderen op het koopgedrag van de ouders, kan worden overwogen de campagne (ook) op kinderen te richten. Overigens werpt de hiervoor beschreven financieringsmogelijkheid natuurlijk wel de vraag op of er niet buiten paritair verband tot de gewenste financiële bijdragen kan worden gekomen. Daaraan voorafgaand zal echter de achterban grondig moeten worden geraadpleegd: vindt men een landelijke promotiecampagne wenselijk, is men bereid daaraan mee te betalen en welke vorm ligt dan het meest voor de hand. In het verleden werd bijvoorbeeld gewerkt met de koksteams van het Bedrijfschap Slagersbedrijf en een dergelijke formule – mogelijk in een nieuw jasje, denk bijvoorbeeld aan *Koken met je klanten* – zou ook een optie kunnen zijn.

#### **Beurzen**

Om direct contact te krijgen met de diverse doelgroepen, is de KNS jaarlijks vertegenwoordigd op diverse beurzen. Doelstelling is om op elke beurs, naast informatievoorziening, aspecten van de slagersbranche (de praktijk) te demonstreren, eventueel in samenwerking met de Slagersvakopleiding (SVO), het Productschap voor Vee, Vlees en Eieren (PVE), de Stichting Promotie Kalfsvlees (SPK) en het bedrijfsleven (ovenfabrikanten, winkelinrichters, kruidenproducenten, etc.). Primair zijn het beurzen die interessant zijn voor slagerondernemers.

Dit betekent dat de slagerijsector breed wordt gepresenteerd. Daarnaast presenteert de KNS zich ook op beurzen waar consumenten of belangstellenden voor de slagersvakopleiding komen.

Van 26 t/m 28 maart 2007 zal de KNS deelnemen aan de Slavakto. Een beurs waar veel aandacht zal zijn voor nieuwe producten, waar workshops zullen worden gehouden en waar in samenwerking tussen VVK en WMG een beeld wordt weergegeven van de toekomstige slagerij. Verder ontbreken op de Slavakto de vakwedstrijden niet.

Ook de KNS zelf zal acte de présence geven op deze beurs en in haar stand vooral het accent leggen op de concrete uitwerking van de in dit beleidskader gepresenteerde beleidsvoornemens, waar mogelijk in samenwerking met de leveranciers waar convenanten mee worden of zijn gesloten over de in dit beleidskader genoemde nieuwe producten en diensten. Denkbaar is uiteraard dat deze leveranciers de KNS betalen voor de mogelijkheid om zich samen met de KNS te presenteren.

Verder zal de KNS ook in 2007 weer deelnemen aan de VAS-beurs in Amsterdam en de landelijke Keur Demodagen in het najaar.

In 2008 vindt in Groningen de Noordelijke Slagers Manifestatie plaats. Deze vakbeurs richt zich vooral op de drie noordelijke provincies. Ook hier worden vakwedstrijden gehouden. De KNS heeft voor het laatst in 2002 deelgenomen. Aanleiding om in 2005 niet met een eigen stand deel te nemen, was gebaseerd op het tegenvallende aantal bezoekers in 2002. Wel heeft de KNS in dat jaar geparticipeerd in de stand van Sovvb. In 2008 zal de KNS weer onder eigen naam participeren.

In de Evenementenhal Hardenberg heeft in 2006 een regionale vakbeurs met als doelgroep de slagerondernemers in Oost-Nederland plaatsgevonden. Naar verluidt is deze slagersbeurs bij de slagers zeer positief ontvangen. Aspecten als verzorging, assortiment, sfeer en uitstraling werden als buitengewoon goed ervaren. Ook standhouders hebben het concept toegejuicht. De KNS heeft in 2006 niet deelgenomen. Naar verwachting staat deze beurs in 2008 weer op de beurskalender en de KNS zal naar alle waarschijnlijkheid deelnemen.

Op consumentengebied heeft de KNS in 2006 deelgenomen aan de Libelle Zomerweek. Onder het motto *De ambachtelijke slager, uw kok aan tafel* werden hier met succes kook-demonstraties uitgevoerd. Dit in samenwerking met koks van de PVE en Tefal. Met het voornemen om het ambachtelijke slagersbedrijf op de kaart te zetten bij een groot publiek (zie ook landelijke promotiecampagne) zal de deelname aan de Libelle Zomerweek worden gecontinueerd en zal de KNS met ingang van najaar 2006 ook gaan deelnemen aan de Margriet Winterfair.

Vooraf ten behoeve van beurzen zal wederom een algemene informatiefolder over de KNS worden geproduceerd.

### **Vakwedstrijden**

Vooraf het halen van prijzen, erkenningen en certificaten kan worden gebruikt voor de promotie van het ambachtelijke slagersbedrijf. De op vakwedstrijden behaalde resultaten dienen zo optimaal mogelijk voor de consument in beeld te worden gebracht.

Voorbeelden zijn onder andere de *Spare Ribs Trophy* en de verkiezing *Slagerij van het Jaar*.

Uiteraard kunnen behaalde resultaten van productkeuringen op vakwedstrijden door de KNS promotioneel worden ondersteund.

Het ligt binnen het voornemen van de KNS om eveneens wedstrijden te organiseren voor de *Lekkerste Bal Gehakt* en/of de *Beste Leverworst van Nederland* en/of de *Lekkerste Rollade van Nederland*.

In deze wedstrijden kan worden samengewerkt met SVO (jurering, locaties, etc.). Verder kunnen de productkeuringen door het IAS (Instituut Ambachtelijke Slagersproducten; onafhankelijke en onverwachte keuring van nader te bepalen vleeswaren en worstsoorten) op termijn nieuw leven worden ingeblazen.

Overige wedstrijden betreffen de verkiezing *Slagerij van het Jaar* en de *Gouden Slagersring*, beide een initiatief van Reed Business Information, uitgever van o.a. *Slagerswereld*. Ook tijdens de VAS-beurs, Arnhem Rookworststad, Noordelijke Slagers Manifestatie en de slagersbeurs in Hardenberg worden vakwedstrijden gehouden.

Tot slot kiest het Worstmakers-gilde jaarlijks de *Worstmaker van het Jaar* en kunnen bij de VVK de jaarlijkse *Goudkeur-certificaten* worden behaald.

De op deze vakwedstrijden en keuringen behaalde resultaten worden zo optimaal mogelijk voor de consument en in de vakpers in beeld gebracht. Dit betekent dat de KNS een ondersteunende taak heeft in het vervaardigen van persberichten en redactionele berichten voor de prijswinnaars.

### **Spare Ribs Trophy**

Elk jaar organiseert de KNS de Spare Ribs Trophy. Met deze wedstrijd wordt door een deskundige jury onder voorzitterschap van een toonaangevende culinier (Cees Helder 2006 en 2004, Henk Savelberg 2005 en Ad Janssen 2003) en verder bestaande uit de slager-ondernemers Rien Bezooijen en Piet van den Berg en Bert de Jonge van SVO bepaald welke slager de lekkerste spareribs van Nederland maakt. De ingezonden spareribs worden beoordeeld op kwaliteit, smaak, beet, samenstelling en versheid.

Aan dit evenement wordt veel aandacht besteed in de KNS-Actueel en de vakpers.

De finale wordt uitgebreid aangekondigd in de eerder vermelde media en de landelijke dagbladen waardoor het slagersbedrijf positief wordt geprofileerd. De bekendmaking van de winnaar wordt tevens gepubliceerd in de eerder vermelde media. Ook de pers in de regio van de winnaar wordt geïnformeerd. De aandacht in het gebied van de winnaar heeft uiteindelijk als doel de omzet van de winnende slagerij te verhogen. De KNS verzorgt hierbij het persbericht en de fotografie.

Verder verzorgt de KNS een banner die de winnaar aan de gevel van zijn bedrijf kan bevestigen. Tot slot geeft de KNS de winnaar advies over het promotioneel profiteren van het winnen van de Spare Ribs Trophy.

### **Promotie van het ambachtelijke slagersvak**

Andere mogelijkheden om de ambachtelijke slager te promoten zijn bijvoorbeeld door te bewerkstelligen dat de vrouw van de ambachtelijke slager aan het woord wordt gelaten (in 'damesbladen' bijvoorbeeld) of aandacht te genereren voor de jongste slager-ondernemer van Nederland of voor slagerijen die langer dan honderd jaar bestaan.

Wanneer deze zich daarvoor lenen, dan kunnen *Ideeën van de Maand* ook buiten de slagersbranche onder de aandacht worden gebracht.

### **Begeleiding bij genereren van free publicity (gratis en positieve publiciteit)**

Wanneer een slagerondernemer in de prijzen valt, kan worden teruggevallen op de KNS voor het maken van een passend persbericht. Bij het verkrijgen van het Predikaat Hofleverancier is dit standaard. Ook de winnaar van de jaarlijkse Spare Ribs Trophy ontvangt een persbericht om aan te bieden aan de lokale media. De landelijke en regionale media worden rechtstreeks door de KNS geïnformeerd. Ook voor het vervaardigen van redactionele berichtgeving kan de individuele slagerondernemer een beroep doen op de KNS.

## **Evenementen**

Internationale, landelijke of regionale evenementen (bijvoorbeeld op het gebied van sport) kunnen worden gebruikt om de eigen onderneming (het ambachtelijke slagersbedrijf) onder de aandacht te brengen. De voorkeur heeft promotie met een herhalings- en spaarelement, bij voorkeur gericht op kinderen. Daarnaast kunnen speciale artikelen (vlugklaarvlees [slavinken, hamburgers, blinde vinken, tartaartjes, etc.] worst en snacks) in het assortiment worden opgenomen. De KNS kan hierbij gerichte begeleiding geven.

## **Jubilea en andere gebeurtenissen**

Slagerondernemers kunnen individueel worden bijgestaan bij publieksgerichte promotionele acties bij jubilea- en lustrumvieringen (5-, 10-, 25-jarig bestaan, etc.) of de ontvangst van de (gefingeerde) zoveelste klant. De KNS ontwikkelt samen met de slagerondernemer een activiteit naar aanleiding van het jubileum. Diverse slagers hebben al consumentenacties door de KNS laten ontwikkelen waarbij het doorgaans gaat om spaaracties. Maar ook ondersteuning bij acties om onder de aandacht te brengen dat een winkelstraat na langdurige renovatiewerkzaamheden weer voor het koperspubliek toegankelijk is.

Ook wordt op verzoek redactionele ondersteuning verleend, waarbij de KNS een artikel produceert over het jubilerende bedrijf. Bij het uitreiken van het predikaat *Bij Koninklijke Beschikking Hofleverancier* gebeurt dit eveneens. In voorgaande Nieuwsbrieven is deze activiteit onder de aandacht gebracht. Het voornemen is om deze vorm van dienstverlening periodiek in onder andere de KNS-Actueel onder de aandacht te brengen zodat leden hier meer gebruik van kunnen maken.

## **Acties gericht op de volwassen consument**

In 2006 biedt de KNS slagerondernemers een spaaractie aan. Deze spaaractie heeft als thema *I ♥ mijn slager*. Bij besteding van € 20 ontvangt de klant een hartjessticker voor de spaarkaart. Bij inlevering van een volle kaart (6 stickers) ontvangt de klant van de slager een schort met de tekst *I ♥ mijn slager*. Dit exclusieve schort is alleen verkrijgbaar bij de ambachtelijke slager: *uw kok aan tafel*. Het streven is dit soort acties met een zekere regelmaat te herhalen waarbij vooral het spaarelement een belangrijke rol speelt. Verder bestaat de mogelijkheid om het beeldmerk *I love mijn slager* landelijke bekendheid te geven.

Verder kan de KNS ten behoeve van de leden convenanten sluiten met leveranciers van bijvoorbeeld barbecueapparatuur (Weber of Cobb) of Tefalpannen die zo'n artikel vervolgens met korting kunnen leveren nadat hun klanten voor een bepaald bedrag vlees hebben gekocht. De leverancier kan door middel van een advertentiecampagne dit nieuwe product promoten en bijkomend voordeel voor de KNS-leden is dat zij zo deze actie onder de aandacht van hun klanten kunnen brengen. De KNS kan op haar beurt door middel van advertenties of 'infomercials' in KNS-Actueel de betreffende artikelen onder de aandacht van de slagerondernemers brengen. In dit kader kan ook de samenwerking die het Bedrijfschap Slagersbedrijf had met Tefal door de KNS worden gecontinueerd.

Ook bestaan er mogelijkheden om scheurbonacties te ontwikkelen (gedurende vier weken prijsacties koppelen aan het inleveren van een bon). Dit kan in het kader van versamenwerking ook samen met andere versspecialisten worden gedaan. Voor ideeën wordt verwezen naar de ideeëngids *Samen sterk in vers*, Een uitgave van KNS, NBOV, ADN en NBPW.

### **Acties gericht op kinderen van de consument**

Veel Nederlanders weten tegenwoordig niet meer waar hun eten vandaan komt. Volwassenen niet en kinderen zo mogelijk nog minder. Bijvoorbeeld dat vlees van dieren op het land komt en dat slagers zelf worst maken. Sinds april 2006 is het kinderboekje *Wie lust er nou géén boerenkaas?* bij alle kaasspecialzaken te verkrijgen. Het avontuur van Liesje Lentewei kost, bij aankoop van 500 gram boerenkaas naar keuze, slechts € 2,- (winkelwaarde € 7,95).

Een soortgelijke actie is te ontwikkelen met een boekje als bijvoorbeeld *Ik lust er wel worst van!*. Denkbaar is natuurlijk ook dat voor zo'n boekje moet worden gespaard waarna de consument dit zonder ervoor te hoeven betalen krijgt. Het streven is een dergelijke productie – die uitsluitend verkrijgbaar is bij de ambachtelijke slager - gesponsord te krijgen.

Verder is een actie met een spaarelement natuurlijk een beproefde formule (denk aan de spaaracties van de grootste internationale fastfoodketen en het recente succes van de actie bij de grootste supermarkt van Nederland). Een kinderactie kan betekenen dat er gespaard kan worden voor magnetische afbeeldingen: figuurtjes van mensen, dieren en materialen die thuis horen op de boerderij: boer, boerin, rund, varken, kalf, lam, paard, tractor, hooiberg, melk-bussen, etc. (ook handig te bevestigen op de koelkast voor het boodschappenbriefje van de slager) die de consument krijgt bij een minimale besteding. Ouders worden door hun kinderen vervolgens geprest om weer naar de slager te gaan zodat zij hun verzameling compleet krijgen.

Tot slot kunnen kinderen natuurlijk ook via het assortiment worden benaderd; bijvoorbeeld speciale verpakkingen die meegenomen kunnen worden naar school of kunnen worden uitgedeeld bij een verjaardag (naar analogie van de Lay's Potato Heads): *Omdat iedereen worst lust; ook jij!*



Dat moet een duurzaam houdbaar product zijn (bijvoorbeeld cervelaat) dat per stuk met een opdruk of als kleinere worstjes in een zakje kunnen worden verpakt.

### **Schoolbezoeken, verjaardagsfeestjes, werkstukken en spreekbeurten**

De KNS adviseert slagerondernemers activiteiten met kinderen te stimuleren om op die manier de belangstelling voor het slagersvak te vergroten en het beroep zelf te promoten.

Slagerondernemers kunnen inspelen op door kinderen te houden spreekbeurten en te maken werkstukken en het mogelijk maken een schoolbezoek aan het slagersbedrijf af te leggen of een educatief verjaardagsfeestje bij de slager te houden. Op dit moment is het lespakket *Lekker werk* voor slagerondernemers gratis aan te vragen bij Sovvb. Met dit lespakket kunnen kinderen kennis maken met het werken en leren in het slagersbedrijf.

In het verleden heeft het Voorlichtingsbureau Vlees ook lesmateriaal voor kinderen ontwikkeld. Op dit moment wordt dit materiaal geactualiseerd door het PVE. Het nieuwe lesmateriaal, dat door Sovvb en door PVE wordt ontwikkeld, kan ook worden gebruikt door slagerondernemers om jongeren te informeren over het slagersbedrijf.

Sovvb heeft al een Cd-rom waarin het werken in het slagersbedrijf als doelgericht, fascinerend en uitdagend wordt belicht. Tevens bieden folders van het Voedingscentrum en van het voormalige Voorlichtingsbureau Vlees goede informatie die aansluit bij deze doelgroep.

Ook werd in het verleden gebruik gemaakt van een onder auspiciën van Sovvb in samenwerking met SVO en het voormalig Bedrijfschap Slagersbedrijf uitgebrachte *Toolkit*, een tas die diende als handleiding om jonge mensen te informeren over vee, vlees en het slagersbedrijf en die ideeën bevatte voor de werving en het behoud van medewerkers in het slagersbedrijf. De *Toolkit* bestond onder andere uit het boek *Vee voor Vlees* met een werkboek en wandplaat voor leerlingen. Met behulp van deze materialen konden spreekbeurten worden gehouden en werkstukken gemaakt. Verder kon het materiaal ook in klassikaal verband worden gebruikt, bijvoorbeeld ter voorbereiding van een schoolbezoek aan de slagerij.

Tot slot is het denkbaar verjaardagspartijtjes bij de slager te laten plaatsvinden waarbij kinderen onder leiding van de slager in de werkplaats bijvoorbeeld hamburgers, ballen gehakt of slavinken maken. Na bereiding worden de producten (inclusief promotiemateriaal) meegegeven en deze kunnen vergezeld gaan van een Worstmodel (niet van echt te onderscheiden) dat bij het uitpakken een t-shirt blijkt te zijn. Bijvoorbeeld bedrukt met een tekst als *Met worst van de slager uitpakken op je feestje!*

Teneinde de hierboven genoemde activiteiten mogelijk te maken en te voorzien in lacunes in beschikbaar informatiemateriaal (verouderd materiaal of niet meer beschikbaar materiaal als de eerder genoemde *Toolkit*) is het voornemen een standaardpakket te ontwikkelen voor slagerondernemers die met dergelijke activiteiten te maken krijgen.

Producten/diensten die mogelijk ontwikkeld kunnen worden zijn:

- ✓ Poster voor in de winkel met informatie over de activiteiten bij de slager (ook te gebruiken als leaflet).
- ✓ Instructie voor de slager over mogelijke activiteiten.
- ✓ Tasjes met (digitale) informatie over het slagersbedrijf.
- ✓ Gerichtte begeleiding van de slagerondernemer om free publicity te genereren over deze activiteiten.

Onderzocht zal worden of vergelijkbaar materiaal uit Sovvb-middelen kan worden gefinancierd.

### **Slagersidee van de maand**

Vele slagerondernemers worden maandelijks door de KNS bezocht. Het tijdens deze bezoeken beste innovatieve idee, dat voor iedere slagerondernemer toepasbaar moet zijn, of de opvallendste wetenswaardigheden zal worden gehonoreerd met de prijs *Slagersidee van de Maand*. De betrokken slagerondernemer ontvangt daarbij het *Slagersmes van de Maand* waarbij gestreefd zal worden naar sponsoring in natura door een messenfabrikant.

Deze prijs wordt zo optimaal mogelijk voor de consument en in de vakpers in beeld gebracht. Dit betekent dat de KNS een ondersteunende taak heeft in het vervaardigen van persberichten en redactionele berichten voor de prijswinnaars.

### **Biefstukboek**

Het door het Voorlichtingsbureau Vlees uitgegeven *Biefstukboek* bevat recepten van biefstuk-kenners en –liefhebbers. Met het weglaten van een paar retailers blijft het boek zijn waarde behouden door de wetenswaardigheden over biefstuk en de vele tips en recepten. Onderzoek moet uitwijzen in hoeverre het *Biefstukboek* geschikt promotiemateriaal vormt voor de ambachtelijke slager. De KNS kan probleemloos beschikken over bestaand fotomateriaal en teksten (Drukkerij TDS-Schiedam).

## 4.4. Voorlichting

### **Voorlichting aan de leden**

Er is een groeiende behoefte naar informatiemateriaal dat is afgestemd op het slagersbedrijf. De slager zoekt steeds doelgerichter naar informatie en producten die de slager direct kan /moet gebruiken. Door de enorme informatiestroom wordt het steeds moeilijker om hoofd- van bijzaken te onderscheiden. De KNS zal zich meer gaan richten op de gevraagde informatie en zal hierbij gebruik maken van verschillende communicatiemiddelen, bijvoorbeeld via de KNS-Actueel en de KSN-website.

### **Consumentenvoorlichting**

De KNS biedt begeleiding bij het verzorgen van consumentenvoorlichting, bijvoorbeeld over actualiteiten (vogelgriep, etc.), productinformatie (bewaren koelverse producten) of informatie over acties, wetenswaardigheden, etc. Deze informatie is in digitale vorm via de KNS-website beschikbaar zodat leden die in eigen uitingen ten behoeve van de consument kunnen gebruiken.

Daarnaast wordt fotomateriaal in digitale vorm aangeboden dat leden in eigen uitingen ten behoeve van de consument kunnen gebruiken. Het bestaande fotomateriaal van het Voorlichtingsbureau Vlees (rechtenvrij) komt hiervoor in aanmerking en kan via de KNS worden geleverd, bijvoorbeeld door via de website van de KNS een keuze uit het beschikbare fotomateriaal te maken.

### **Posters**

KNS-leden en niet-leden kunnen binnenkort weer vleesposters bestellen via de website van de KNS. De posters vervangen de eerder onder het auspiciën van het Bedrijfschap Slagersbedrijf uitgegeven posters. Het zijn posters van karkassen, inclusief technische vleesdelen en toonbankklare vleesproducten (rundervoorvoet, runderachtervoet, half kalf, half varken en lam). Deze vleesposters hebben zowel een educatieve als een decoratieve waarde. Het formaat is een slag kleiner dan de voorgaande posters waardoor deze beter in de winkel kunnen worden opgehangen.

### **Receptenboekjes en/of vleeswaaier**

Met de opheffing van het Voorlichtingsbureau Vlees beschikt de slagerijsector niet langer over de gratis receptenboekjes waarover ten gunste van de consument kon worden beschikt. Het Informatiecentrum Vlees bij de PVE (opvolger van het Voorlichtingsbureau Vlees) richt zich vooral op generieke productvoorlichting en niet op vleesreclames. Ook zal het nieuwe Informatievoorziening extern communiceren als er iets mis is met vlees. In de nieuwe opzet is er geen onderscheid meer tussen productie- en productvoorlichting.

Dit is voor een deel te verklaren doordat de voor het Informatiecentrum Vlees beschikbare financiën voor 50% worden opgebracht door de slachterijen; de andere helft wordt opgebracht door de varkens- en veehouders.

Het PVV verstrekt via het Vleesinformatiepunt informatie over "alles wat met vlees te maken heeft" richting de Nederlandse consument. De aandacht zal in 2007 met name liggen op aspecten rond vlees en gezondheid. Een belangrijk onderdeel van de communicatie betreft activiteiten gericht op kinderen, zowel richting het basis- als voortgezet onderwijs. Om die reden zijn KNS en PVV inmiddels overeengekomen dat de KNS waar mogelijk haar bijdrage zal leveren in deze vorm van informatievoorziening.

Daarnaast zal worden onderzocht of de KNS de receptenboekjes in eigen beheer kan uitbrengen (het fotomateriaal alsmede de teksten zijn voor de KNS beschikbaar) om deze tegen kostprijs aan haar leden (met de naam van de slagerij op de boekjes) te verkopen. De impact van deze receptenboekjes moet niet worden onderschat. In het verleden lagen ze ook bij het supermarktkanaal. In een nieuwe opzet kan exclusiviteit voor de ambachtelijke slager worden gegarandeerd.

Belangrijk is dat deze receptenboekjes ideaal zijn voor niet bij de VVK aangesloten slagerondernemers. Zij hebben immers het consumentenblad 'Koken met de Keurslager'. Voor ca. 1.700 ondernemers dus een kans om bij de consument op tafel te komen. Ook denkbaar is de destijds zeer succesvolle vleeswaaier opnieuw te laten produceren

#### **Voorlichting over de slagersbranche**

Ook het HBA houdt zich bezig met voorlichting, bijvoorbeeld over bij de koepelorganisatie aangesloten branches door het uitgeven van zogenaamde branchefolders.

Over de slagersbranche wordt echter geen folder uitgegeven. Onderzocht zal worden of met het uitgeven van een dergelijke folder in een behoefte kan worden voorzien.

#### 4.5. Overig

#### **Communicatiestrategie op maat**

Iedere slagerondernemer is gebaat bij goede communicatie met zijn klanten en het plaatsen van een reclamebord bij de plaatselijke voetbalvereniging is niet meer toereikend. Het gaat allereerst om het maken van keuzes: imagobevorderende of actiematige communicatie.

Wordt het Internet, print (folders, advertenties in huis-aan-huis-bladen, scheurbonnen, etc.) of nog een andere vorm? Andere vragen betreffen wanneer, waar, welke doelgroep, frequentie, welke middelen, etc. Veel slagerondernemers willen hierover worden geadviseerd en de KNS kan haar leden adviseren over de te voeren communicatiestrategie binnen het bedrijf, maar ook bij het begeleiden van de uitvoering daarvan.

#### **Drukwerkbegeleiding**

Als slagersbedrijven (promotioneel) drukwerk willen laten ontwikkelen, dan kan een beroep worden gedaan op de KNS. Of het nu gaat om een speciale jubileumaankondiging, het vervaardigen van bedrijfsgerichte brochures of andere uitingen. De KNS kan adviseren, maar ook convenanten afsluiten met reclamebureaus en/of drukkers of als intermediair richting drukkers optreden.

### **Bedrijfsopeningen**

De KNS besteedt aandacht aan bedrijfs(her)openingen, jublilea, etc. door felicitaties en bloemen te sturen. Waar mogelijk reist een KNS-vertegenwoordiging persoonlijk af om de betrokken ondernemer te feliciteren. Dit kan natuurlijk ook door een KNS-bestuurder worden gedaan. Het ligt in het voornemen om een langdurig bestaan van een bedrijf (25 of 40 jaar) te waarderen met bijvoorbeeld een KNS-gildepenning.

## 5. ONDERSTEUNING VAN DIVERSE DOELGROEPEN EN SAMENWERKING BINNEN DE BRANCHE

Naast ondersteuning aan individuele KNS-leden en ondersteuning van het collectief zijn er verschillende groepen van slagerondernemers die door de KNS gericht worden ondersteund en/of begeleid en organisaties binnen de branche waarmee wordt samengewerkt.

### **Project Partners van Ambachtelijke Slagerondernemers (Ppas)**

Het Project Partners van Ambachtelijke Slagerondernemers (Ppas) is ontstaan ten tijde van het Bedrijfschap Slagersbedrijf en werd aanvankelijk gefinancierd vanuit het Europees Sociaal Fonds. Kennisvergroting was daarbij de belangrijkste doelstelling. Na het stopzetten van de activiteiten door het Bedrijfschap Slagersbedrijf heeft de KNS de Ppas-activiteiten voortgezet. Ppas bestaat momenteel uit ca. 60 vrouwelijke slagerondernemers waarvoor jaarlijks vijf tot zeven activiteiten worden georganiseerd. Deze activiteiten worden in overleg met de KNS door het Ppas-bestuur vastgesteld en door de KNS ontwikkeld en uitgevoerd. Door middel van dit activiteitenprogramma wordt gestalte gegeven aan kennisuitbreiding en netwerkvorming onder deze groep vrouwelijke partners van slagerondernemers. Dit werkt tevens stimulerend voor nieuwkomers om zich bij Ppas aan te sluiten. Activiteiten betreffen excursies naar binnen- of buitenlandse producenten en/of beurzen en verder vinden er workshops plaats (bijvoorbeeld over personeelsbeleid, kooktechnieken, presentatietechnieken, etc.). Voor de excursies wordt een eigen bijdrage in rekening gebracht; de overige Ppas-activiteiten worden gefinancierd uit de contributie van € 120,- per jaar.

Uit reacties van Ppas'ers blijkt dat partners het zouden toejuichen indien de KNS voor hen ook iets zou organiseren. Dit heeft doorgaans betrekking op studiereizen en excursies.

In 2007 zal nader onderzoek naar deze behoefte onder de Ppas-partners worden gedaan. Wanneer de pilot (waarvan de eigen bijdrage van de deelnemers de kosten zal moeten dekken) als succesvol wordt beoordeeld, dan kan deze ook onder andere slagerondernemers wordt uitgerold.

### **Werkgroep Ambachtelijke Slagersvrouwen (WAS)**

De Werkgroep Ambachtelijke Slagersvrouwen (WAS) biedt activiteiten vergelijkbaar met de Ppas-activiteiten. Doordat de Ppas onder auspiciën van de KNS opereert, is er nauwelijks aanleiding voor de WAS om gebruik te maken van ondersteuning door de KNS. In 2007 zal opnieuw worden gezien of een mogelijke samenwerking tussen Ppas en WAS mogelijk is.

### **Stichting VGS**

Jaarlijks worden er door de KNS twee deelnemersraadsvergaderingen met aansluitend een activiteit voor de Stichting VGS georganiseerd. Daarnaast organiseert en begeleidt de KNS jaarlijks diverse reizen voor de VGS-leden. Al deze activiteiten worden uit eigen middelen gefinancierd en de KNS ontvangt voor haar ondersteuning een kostendekkende vergoeding.

De VGS heeft een eigen, besloten, website die wordt onderhouden door de KNS. Via een e-mail worden de leden geïnformeerd over nieuw geplaatste artikelen.

### **Vereniging van Keurslagers (VVK) en Worstmakersgilde (WMG)**

De Vereniging van Keurslagers (VVK) telt momenteel 565 leden en 80% van deze Keurslagers is ook lid van de KNS. A. Bergwerff, vice-voorzitter van de KNS, Keurslager en lid van de Commerciële commissie van Keurslagers, vormt bestuurlijk een intermediaire rol tussen de VVK en de KNS.

VVK en Worstmakersgilde (WMG) hebben recent een Kenniscentrum opgericht dat zich richt op opleidingen, wet- en regelgeving en arrangementen.

De KNS is momenteel in gesprek met VVK en WMG om te onderzoeken op welke terreinen samenwerking tot de mogelijkheden behoort.

Een groot deel van in de slagerijsector opererende werkgroepen bestaat uit Keurslager-werkgroepen en werkgroepen van het Worstmakersgilde. Doordat met name deze beide groepen frequent bijeenkomsten houden, wordt overwogen om aan te bieden de KNS op deze bijeenkomsten presentaties over diverse onderwerpen te laten verzorgen (bedrijfseconomische zaken, promotie, sociale zaken, juridische zaken, etc.).

### **Formuleslagers en regionale werkgroepen**

Waar mogelijk en gewenst zal de KNS de samenwerking met andere (organisaties van) formuleslagers en regionale werkgroepen aangaan dan wel begeleiding en advisering bieden.

### **Halal slagers**

In het verleden zijn diverse pogingen ondernomen om Halal slagers te betrekken bij de activiteiten van de KNS. Allereerst heeft het Bedrijfschap Slagersbedrijf activiteiten ontwikkeld (bijeenkomsten, vertalen van hygiënekranten, Turkse vleestechnologie als tijdelijke medewerker, etc.). Daarna heeft de KNS een vervolg gegeven aan deze activiteiten door de bereidheid uit te spreken om binnen haar vereniging een sectie Halal slagers (toen nog Islamitische slagers genaamd) op te zetten. Nadat zich ongeveer 100 Halal slagers hadden aangemeld, heeft de KNS getracht te komen tot de oprichting van een dergelijke sectie. Daartoe is eind negentiger jaren van de vorige eeuw een bijeenkomst belegd waar zegge en schrijve 3 personen kwamen opdagen waarvan er één een adviseur was.

De KNS heeft toen besloten voorlopig geen activiteiten op dit vlak te ontwikkelen.

In mei 2002 heeft de Dienst Landbouw Voorlichting (DLV) van het Ministerie van Landbouw een aantal voorlichtingsbijeenkomsten georganiseerd voor Halal slagers teneinde informatie te verstrekken over hoe ondernemend Nederland is georganiseerd. Aan één van deze bijeenkomsten heeft de KNS haar medewerking verleend. Ook deze activiteiten hebben geen nieuwe stappen in de goede richting opgeleverd. Sterker nog, er dreigde zelfs even een afzonderlijke organisatie voor Halal slagers door DLV te worden opgezet. Voor zover de KNS kan nagaan, is dat niet gebeurd dan wel niet van de grond gekomen.

Tot slot is in het verleden door het HBA een aparte code *Islamitische slagers* ontwikkeld. Recent is de KNS benaderd door Halalfood Management BV die wederom wil overleggen hoe tot specifieke activiteiten ten behoeve van de Halal slager kan worden gekomen. Deze organisatie streeft ernaar, onder andere door samenwerking met belanghebbende organisaties en bedrijven in de vleessector, verbetering aan te brengen in de situatie van de Halal slager en de carrièremogelijkheden in de halalfood sector, voornamelijk voor jongeren. Andere activiteiten betreffen het toekennen van de prijs *Halal Slager van het Jaar*, het organiseren van informatiedagen en het uitgeven van een Halal Food Magazine. Ondanks de teleurstellingen uit het verleden is door de KNS positief op dit verzoek gereageerd. Met HBA is inmiddels de mogelijkheid besproken dit soort activiteiten aanvullend (dus bovenop het geormerkte branchebudget) gefinancierd te krijgen.

Verder kan SVO een belangrijke rol spelen bij de integratie van Halal slagerijen in de bestaande slagerijsector. SVO start in september 2006 met een opleiding die speciaal bestemd is voor diegenen die als Halal slager aan de slag willen. Geslaagden ontvangen het mbo-diploma Productiemedewerker.

### **Juniorenplatform**

Elke jonge ondernemer heeft een schat aan ervaring over de overname of start, maar ook over de dagelijkse gang van zaken binnen zijn onderneming. Het overnemen of starten kost veel tijd en energie in de voorbereiding en pas daarna begint het uiteindelijke ondernemen.

Naar alle waarschijnlijkheid is er veel behoefte bij deze groep ondernemers om met elkaar van gedachten te wisselen over ervaringen, knelpunten, formules en successen in dit proces. Zaken als voorbereiding en opleiding kunnen aan de orde komen, maar ook zaken als familie, lokale activiteiten, hoe ga je om met personeel en klanten(panels), welke valkuilen zijn er en welke tips om het hoogste rendement te halen.

Naar analogie van de Ppas-formule zou centraal kunnen staan het delen van kennis, overdragen van informatie en leggen van contacten, maar ook deelnemen aan gezamenlijke studiereizen kan een mogelijkheid zijn.

De KNS zal in 2007 inventariseren of en op welke wijze behoefte bestaat aan een dergelijk initiatief en in deze inventarisatie ook de ervaringen van de VAS met de JAS (de jongerengroep van de VAS) en het franchiseprogramma van de VVK keurslagers (opstap jonge slagers met bankgarantie met overname eigen bedrijf in het vooruitzicht) meenemen.

### **Tweede generatie grootslagers**

Vergelijkbaar met het hierboven beschreven juniorenplatform is een platform voor de jongere generatie grootslagers (tweede generatie VGS en overige grootslagers) denkbaar. Ook de behoefte hieraan zal door de KNS in kaart worden gebracht. Het VGS-bestuur heeft te kennen gegeven een dergelijk initiatief te willen faciliteren door kennis over te dragen en/of te coachen.

### **Toekomstige leden (laatstejaars slagersvakopleiding)**

In dit kader past tevens aandacht voor laatstejaarsstudenten van de SVO-opleiding. Door de KNS zal in het begin van het laatste jaar informatie worden verschaft over (de voordelen van het lid worden van) de brancheorganisatie: onder andere begeleiding bij de start en/of overname van een bedrijf en informatievoorziening in de vorm van de KNS-Actueel, toegang tot de KNS-website en de mogelijkheid de regioavonden te bezoeken.

Ook zal tijdens deze bijeenkomst de mogelijkheid worden gecreëerd om de studenten zelf aan te laten geven wat zij voor verwachtingen en wensen hebben ten aanzien van de KNS. Na afloop van deze bijeenkomst krijgen de studenten een informatiepakket (met daarin onder andere informatie over de vacatures op de KNS-website) en een nog te bedenken passende 'gadget'. Dan zal ook worden aangegeven dat men tegen een symbolisch bedrag van € 25 voor een jaar aspirant-lid kan worden.

### **Dienstverlening aan verwante brancheorganisaties**

Daling van het aantal leden doet zich – helaas – niet alleen bij de KNS voor. Onder andere hierdoor ligt het voor de hand in kaart te brengen in hoeverre de ondersteuning van het KNS-secretariaat zich ook kan verbreden naar ondersteuning van andere – aan de KNS verwante - brancheorganisaties.

Momenteel is de KNS in gesprek met de Nederlandse Bond van Poeliers en Wildhandelaren (NBPW) en zal in kaart worden gebracht in hoeverre samenwerking tot de mogelijkheden hoort. Concreet wordt thans gedacht aan onderzoeken van de mogelijkheden tot aansluiting van de NBPW bij de CAO Slagersbedrijf en/of de producten en diensten van de KNS ook ter beschikking stellen aan de ca. 360 leden van de NBPW.

## 6. SAMENWERKING MET EXTERNE PARTIJEN

De KNS neemt op nationaal en internationaal niveau direct en indirect deel aan tal van overlegsituaties met invloedrijke (koepel)organisaties die van belang zijn voor het slagersbedrijf. De KNS vormt zo de schakel tussen bedrijf en overheid.

### **MKB-Nederland**

De Koninklijke Vereniging MKB-Nederland is de organisatie van ondernemers die per branche of per regionale/lokale vereniging zijn aangesloten en die met de overheid overlegt, onderhandelt en samenwerkt teneinde wetgeving en regels zo gunstig mogelijk af te stemmen op de wensen en belangen van het midden- en kleinbedrijf.

Bij MKB-Nederland zijn 135 brancheorganisaties en 250 regionale en lokale ondernemersverenigingen aangesloten, die gezamenlijk ruim 186.000 ondernemers en instellingen vertegenwoordigen.

De KNS is vertegenwoordigd in het bestuur van MKB Nederland en participeert in de Hoofdbeleidscommissies Economische en Fiscale Zaken, Omgevingsvraagstukken, Onderwijs en Sociale Zaken. Overwogen zal worden of het zinvol is om ook in de Hoofdbeleidscommissies Europese Zaken en Technologie te gaan participeren.

### **MKB-Winkelraad**

De KNS is één van de 28 bij de MKB-Winkelraad aangesloten brancheorganisaties.

De MKB-Winkelraad is de belangenbehartigende koepel voor de mkb detailhandel.

Zij neemt standpunten in binnen de voor de sector relevante beleidsvelden en draagt deze uit naar overheid en bestuur (ambtenaren, politici en bestuurders) op alle schaalniveaus en andere belangrijke maatschappelijke partners, zoals onderzoeksbureaus, overheidsinstellingen, banken, etc. Daarnaast is de MKB-Winkelraad ontmoetings- en discussieplatform voor de aangesloten leden alsmede het kenniscentrum voor de detailhandel binnen MKB-Nederland. Ook voert de MKB-Winkelraad een aantal sectorbrede projecten uit die voor alle branches meerwaarde hebben.

Op het gebied van de speerpunten en projecten heeft de MKB-Winkelraad een aantal belangrijke samenwerkingspartners, zoals het Hoofdbedrijfsschap Detailhandel (HBD), het Hoofdbedrijfsschap Ambachten (HBA), KC Handel en het Platform Detailhandel Nederland.

### **Platform detailhandel Nederland**

Het Platform Detailhandel Nederland is het samenwerkingsverband tussen de Nationale Winkelraad van MKB-Nederland en de Raad Nederlandse Detailhandel (RND; de centrale overkoepelende werkgeversorganisatie van onder andere detailhandel, franchiseorganisaties en in- en verkooporganisaties). Het doel van deze samenwerking is dat het grootwinkelbedrijf (GWB) en het midden- en kleinbedrijf (MKB) gezamenlijk met één standpunt naar buiten treden. Daarmee wordt de belangenbehartiging bij de Nederlandse en Europese overheid voor de gehele detailhandel geoptimaliseerd.

Het Platform Detailhandel Nederland houdt zich bezig met onder meer de verlaging van de kosten van het betalingsverkeer, de bereikbaarheid en bevoorrading van de detailhandel en de bestrijding van winkelovervallen en winkeldiefstallen.

Ook op Europees niveau is het Platform Detailhandel Nederland zeer actief.

## Hoofdbedrijfschap Ambachten (HBA)

De KNS heeft een zetel in het Algemeen Bestuur van het HBA. Het HBA onderscheidt brancheoverstijgende en branchespecifieke programma's. Voor de brancheoverstijgende programma's worden algemene heffingen opgelegd op grond van de Wet op de bedrijfsorganisatie. Slagerondernemers vallen automatisch, van rechtswege, onder de werkingssfeer van het HBA.

De heffing kan worden vergeleken met een "belasting", en is dus verplicht. De heffing wordt per onderneming opgelegd en bestaat uit een algemene heffing (A) en - indien van toepassing - een heffing werkzame personen (B).

De brancheoverstijgende programma's zijn ingedeeld naar zes beleidsthema's:

- ✓ Ondernemerschap/beleidsvoering (bijvoorbeeld ontwikkeling branchecodes en ontwikkeling van handleidingen met checklists voor het starten en managen van een ambachtelijk bedrijf).
- ✓ Innovatie (bijvoorbeeld ICT-toepassingen voor de bedrijfsvoering).
- ✓ Vakmanschap en beroepsonderwijs (bijvoorbeeld opstellen van beroepscompetentieprofielen en Internetmodule voor begeleiding van leerlingen in het praktijkbedrijf).
- ✓ Arbeidsmarkt, arbo, reïntegratie en milieu (bijvoorbeeld ambachtelijke servicepunten bij CWI's en milieuconvenant met overheid met betrekking tot verpakkingsmateriaal).
- ✓ Profileren ambacht, imagoverbetering (bijvoorbeeld actualiseren van digitale keuzetests voor ambachtelijke beroepen ([www.vaktoppers.nl](http://www.vaktoppers.nl)) en ambachtenkrant).
- ✓ Kennisinfrastructuur (Branche-informatiesysteem; BIS).
- ✓ Toekomstverkenning.

De KNS doet in 2006 mee aan 4 brancheoverstijgende projecten: Branche Informatie Systeem Update, Vaktoppers, Ambachtenkrant, Ambachtelijke servicepunten.

Onderzocht zal worden welke brancheoverstijgende projecten nog meer interessant zijn om actief in te participeren.

Branchespecifieke programma's kunnen worden bekostigd via een branchebudget en/of speciale heffingen door de branche zelf. Zo'n bestemmingsheffing is bestemd voor activiteiten die in het belang zijn van de sociaal-economische ontwikkeling van de branche. In 2006 is nog geen gebruik gemaakt van de mogelijkheid in branchespecifieke projecten te participeren. Onderzocht zal worden welke van de in dit beleidskader beschreven activiteiten voor financiering uit het budget voor branchespecifieke activiteiten in 2006 en 2007 in aanmerking komen. Als er dringende redenen zijn, dan is aanvullende financiering mogelijk. Een dringende reden kan bijvoorbeeld zijn een actie richting Halal slagers.

In 2002 is de *Code van de slager* ontwikkeld. Deze branchecode is een gemakkelijk leesbare, beknopte samenvattingen van de belangrijkste Nederlandse en Europese wet- en regelgeving op terreinen als Arbo, milieu en ziekteverzuim. De kwaliteit van de slager-ondernemer wordt hiermee in belangrijke mate geborgd. De ontwikkeling van deze code kan uit algemene (HBA-) middelen. Produceren van de code is voor rekening van ondernemer zelf. HBA is voornemens om de code te herzien; nog niet duidelijk is wanneer.

## VOICE

In de periode 2006-2010 gaat het HBA onder deze noemer de volgende activiteiten oppakken:

**Vakmanschap:** met vooral oog voor beroepsonderwijs, scholing en arbeidsmarkt. De voorgenomen acht activiteiten in dit verband zijn: bevordering instroom jongeren; ambachtelijke servicepunten CWI; beroepspraktijk als kompas voor onderwijs/scholing; meer ondernemerschap in onderwijs; medewerkers zonder diploma alsnog een certificaat laten halen (EVC-traject); preventie voortijdige uitstroom; reïntegratie of herintreding van arbeidsongeschikten.

**Ondernemerschap:** het accent op duurzaam ondernemerschap en bedrijfsvoering. De voorgenomen zes activiteiten zijn: startershandleiding; handleiding bedrijfsopvolging; branchecodes; revitaliseren ondernemerschap; bevordering algemene leveringsvoorwaarden; voortzetting convenanten met overheid.

**Innovatie/ICT:** het informatietijdperk biedt het ambacht kansen. De twee voorgenomen activiteiten zijn: ICT-bevordering en het verspreiden van goede voorbeelden uit de praktijk.

**Communicatie/kennis:** communicatieactiviteiten gericht op zowel interne (branchegenoten) als op externe (jongeren, consumenten, overheid) doelgroepen.

De voorgenomen vier activiteiten zijn: imagocampagnes gericht op consumenten; ontwikkeling digitaal ambachten-plein; ondersteuning belangenbehartiging bij overheid; branchestructuur-onderzoeken.

**E-governance:** ambachtelijke ondernemers via Internet sterker betrekken bij het HBA-beleid.

De KNS zal zich waar mogelijk inspannen deze activiteiten optimaal te laten aansluiten bij de slagersbranche.

### **Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD)**

De KNS heeft zich namens de slagers ingezet voor afdracht aan slechts één van beide schappen. Uitkomst hiervan is dat slagers alleen hoeven af te dragen aan het HBA. Desalniettemin participeert de KNS in de HBD-Werkgroep Detailhandel HACCP; een afstemmingsoverleg tussen de verschillende branches, voornamelijk in de detailhandel met een hygiëencode.

Voorts financiert het HBD het KNS-project *Slagersbranche omzet- en tevredenheids-onderzoek*. De KNS houdt er rekening mee binnenkort ook een financieringsaanvraag voor een project versamenwerking bij het HBD te doen.

### **Productschap Vee en Vlees (PVV)**

Het PVV is een publiekrechtelijk bedrijfsorgaan waarin de belangen worden behartigd van alle schakels die zich van het begin tot het eind bezighouden met de verwerking en verkoop van vee en vlees. Dat betekent van boer tot en met de detailhandel ofwel van zaadje tot karbonaadje. Op secretariaatsniveau werkt het PVV samen met het Productschap Pluimvee en Eieren (PPE). Daarom wordt in uitingen de gezamenlijke afkorting PVE (Productschap Vee, Vlees en Eieren) gebruikt.

In het bestuur zijn de boeren, de slachterijen, de vleeswerkende industrie en detailhandel vertegenwoordigd. Voor de detailhandel zijn dat het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel namens de supermarkten en de KNS namens de slagers.

In de volgende adviescommissies is de KNS vertegenwoordigd:

- ✓ PVV-Adviescommissie Communicatie PVE-Integrale Keten Bewaking (IKB)
- ✓ Stichting Afzetcontrole Integrale Keten Bewaking Producten
- ✓ PVV-Adviescommissie Runderen
- ✓ PVV-Werkgroep Vlees- en Vleeswarenwetgeving
- ✓ PPE-Reclamecommissie Kip Nederland

- ✓ PVE-Begeleidingscommissie Consumenten Informatie Systeem (CIS)

### **Stichting Centraal Bureau diensten aan Slachtdieren (CBS)**

Van oorsprong is deze organisatie ontstaan als centraal bureau slachtveeverzekering. Nadat de activiteiten op dit terrein verminderden, heeft het CBS haar activiteiten verbreed en is diverse keuringsactiviteiten gaan aanbieden.

De meest actuele ontwikkeling is de oprichting van KDS (KwaliteitsKeuring Dierlijke Sector) die de keuringen na het slachten van de RVV heeft overgenomen. In feite dus een vorm van privatisering. De KNS participeert hier bestuurlijk in.

### **Ministerie van VWS**

De KNS is bij het ministerie van VWS vertegenwoordigd in de volgende overleggen:

- ✓ Deskundigenoverleg Hygiëne Levensmiddelen en Hygiëncodehouders van het Regulier Overleg Warenwet.
- ✓ Deskundigenoverleg Etikettering Levensmiddelen van het Regulier Overleg Warenwet.

### **Ministerie van LNV**

De KNS is bij het ministerie van LNV vertegenwoordigd in het dossierteam hygiëneverordeningen.

### **Milieuconvenant Vleesindustrie**

De KNS is hier vertegenwoordigd in zowel de Overleggroep Milieuconvenant Vleesindustrie als de Projectgroep Milieuconvenant Vleesindustrie.

Naast bovengenoemde structurele participatie van de KNS in de diverse overleggen vinden er uiteraard geregeld (beleidsvoorbereidende) overleggen op ad hoc basis plaats met andere brancheorganisaties (COV, Visfederatie, en organisaties als het Productschap voor Vis).

## 7. VERENIGING

De KNS is de enige brancheorganisatie (in 2001 uit een fusie ontstaan) die het product belangenbehartiging in de meest brede zin van het woord op non-profit basis aanbiedt aan de slagerondernemers van Nederland. De KNS is vraagbaak, informatiebron en (dominante) onderhandelingspartner voor slagerondernemers in Nederland. Door lid te zijn van de KNS weet een slagerondernemer zich verzekerd van de gespecialiseerde kennis die de KNS in huis heeft.

Reeds eerder werd aangegeven dat het niet voor alle (toekomstige) leden even duidelijk is wat de KNS hen te bieden heeft. Veel energie zal dus bij voortduring gestoken moeten worden in het zo transparant mogelijk laten zijn van het aanbod dat daarnaast uiteraard zo bereikbaar en toegankelijk mogelijk moet zijn.

Onder andere bestuurlijk gezien kan de KNS worden gekenschetst als een uitermate actieve organisatie. Bestuur en secretariaat spannen zich optimaal in om de belangen van de slagerondernemers waar mogelijk te behartigen. In het verleden is daardoor de onderlinge afstemming wel eens wat onderbelicht gebleven. Geconstateerd moet worden dat binnen de verschillende besturen waarin de KNS participeert geregeld autonoom beleid is vastgesteld zonder dat daarover periodiek en op systematische wijze ingebed informatievoorziening en afstemming heeft plaatsgevonden. Er zullen zo spoedig mogelijk instrumenten worden ontwikkeld om dit in de toekomst te voorkomen.

### **Algemene Ledenvergadering (ALV)**

De KNS heeft een Algemene Ledenvergadering (ALV) waarvan alle leden deel uitmaken. Momenteel vinden jaarlijks twee ledenvergaderingen op een externe locatie plaats. De ledenvergadering van het najaar vindt plaatst voorafgaand aan het KNS-congres. Het thema van het congres komt voort uit een actualiteit of behoeften vanuit de leden. Voor het congres worden alle leden en externe relaties uitgenodigd. Tijdens de ledenvergadering in het voorjaar wordt naast de vaste agendapunten een gastspreker uitgenodigd.

### **Bestuur**

#### *Goed bestuur*

Het KNS-bestuur hecht eraan zorgvuldig te besturen. Dit impliceert onder andere transparantie, openbaarheid, communicatie en controleerbaarheid. In dit kader is het KNS-bestuur van mening dat het wenselijk is de financiële commissie (met uiteraard een duidelijk profiel en taakstelling) nieuw leven in te blazen. Verder vormt een belangrijke eerste aanzet tot de hierboven beschreven wijze van besturen het door het KNS-bestuur recent vastgestelde bestuursreglement en de presentatie van het onderhavige meerjarenbeleidskader. Over de voortgang van deze beleidsvoornemens zal in de diverse media, (KNS-Actueel, KNS-website) en tijdens bijeenkomsten als regioavonden en algemene ledenvergaderingen periodiek worden gerapporteerd.

#### *Samenstelling*

In 2006 is met de vaststelling van een nieuw bestuursprofiel de aanzet gegeven tot verdere professionalisering van het KNS-bestuur. Belangrijke elementen uit dit bestuursprofiel hebben betrekking op vereiste competenties en specialisaties binnen het bestuur. Deze specialisaties komen tot uitdrukking in een verdeling van de portefeuilles strategisch beleid, financiële zaken, sociale zaken, communicatie en marketing, vleestechnologische zaken, modern ondernemerschap en onderwijs. Voorts wordt gestreefd naar een bestuur samengesteld uit representatieve vertegenwoordigers van een belangrijk deel van de achterban (bijvoorbeeld jonge ondernemers en/of vrouwen en/of leden van belangrijke organisaties als VVK en WVG, etc.).

### *Deskundigheidsbevordering en teambuilding*

Vanaf 2007 zal jaarlijks invulling worden gegeven aan deskundigheidsbevordering van het KNS-bestuur samen met het Management Team van de KNS.

Voor de korte termijn wordt gedacht aan een in company training die gericht is op het functioneren van bestuur en secretariaat als één geheel. Thema's die in dat kader aan de orde kunnen komen, hebben betrekking op de vertegenwoordiging van de branche of de professie naar buiten toe, het onderhouden van relaties met de achterban en de ledenvergadering, de relatie tussen bestuur en bureau, ontwikkelen van een visie op de gewenste werkwijze van de brancheorganisatie, modern verenigingsrecht, etc. Teambuilding is ook een belangrijk onderdeel van de jaarlijkse bestuurs- en managementteamdagen van de KNS.

### **Communicatie met de achterban**

Het KNS-bestuur streeft ernaar haar leden intensiever te betrekken bij het te voeren beleid. Dit impliceert dat er meer en diepgaandere wisselwerking met de individuele en georganiseerde slagerondernemers tot stand zal moeten komen. Beleidsvoornemens, te behandelen thema's tijdens regioavonden, ledenvergaderingen en beurzen, gewenste vernieuwingen, etc. zijn onderwerpen waarover op deze wijze de achterban kan worden geraadpleegd.

#### *Regionale werkgroepen en werkgroepvoorzittersoverleg*

De KNS kan de thematische invulling van werkgroepbijeenkomsten verzorgen en deze bijeenkomsten meteen aangrijpen om ook de dialoog aan te gaan over de activiteiten van de KNS zelf. In het verleden kwamen voorzitters van regionale werkgroepen drie à vier keer per jaar onder leiding van de KNS samen en werden door de KNS ook excursies en bedrijfsbezoeken georganiseerd. Onderzocht zal worden of het zinvol is een dergelijk overleg nieuw leven in te blazen en wat de status van dit overleg zou moeten zijn.

#### *(Digitale) panels*

Periodieke raadpleging van representatieve vertegenwoordigers van de achterban kan vorm krijgen door (digitale) landelijke panels in het leven te roepen. Gedacht wordt aan panels van jonge ondernemers, toekomstige ondernemers, slagervrouwen, etc.

#### *Schriftelijke enquête*

In het verleden is ooit een enquête onder (een representatieve steekproef van) alle leden uitgezet. In deze enquête werd intensief navraag gedaan naar kennis van en tevredenheid met de diensten van het KNS-secretariaat. Het verdient aanbeveling een dergelijke enquête periodiek door bijvoorbeeld een stagiair uit te laten voeren. Overwogen kan worden eveneens bij niet-leden een (variant op een) dergelijke enquête uit te zetten.

### **Regioavonden**

In collectief verband worden jaarlijks de zogenaamde Regioavonden georganiseerd.

Hierbij worden de ondernemers en hun medewerkers geïnformeerd over marktontwikkelingen, productinnovatie, trends en nieuwe technieken.

Dit in samenwerking met toeleveranciers van slagerebedrijven. Principiële vraag is of hierbij leveranciers zo'n grote rol moeten spelen. Minimale te stellen vereisten aan participatie door toeleveranciers zijn dat de leverancier met zijn programma wel in een behoefte moet voorzien en dat het hoofddoel van de KNS – een aantrekkelijk programma waar zoveel mogelijk leden op afkomen – wordt bereikt.

In de toekomst zullen de regioavonden een interactiever karakter krijgen, onder andere door in workshops te gaan werken.

Daarnaast hecht de KNS eraan om waar mogelijk door één-op-één contact de leden bekender te maken met de diensten van de KNS. Daarom zullen leden voorafgaand aan het plenaire programma of de workshops in de gelegenheid worden gesteld korte gesprekken (maximaal 10 minuten) te voeren met bestuur, directie en/of medewerkers van de KNS.

Tijdens deze gesprekken kunnen slaggers hun problemen/klachten/vragen/aanbevelingen kwijt. Vervolgens zal indien nodig een vervolgspraak gepland worden waarbij dieper op het onderwerp kan worden ingegaan. Dit kan betekenen dat een specialist van een afdeling bij dit gesprek aanwezig zal zijn. Voor deze vervolgspraak zal het gebruikelijke uurtarief in rekening worden gebracht.

Tijdens regioavonden wordt, afhankelijk van het programma, bij voorkeur gebruik gemaakt van locaties van SVO.

### **Contributie**

Momenteel maakt de KNS in de kosten van het lidmaatschap onderscheid tussen leden met en leden zonder personeel. De eerste categorie betaalt € 280,- per jaar, de tweede categorie € 209,- per jaar. Gedacht wordt aan een fijnmazigere differentiatie in de contributie die meer recht doet aan de verschillende soorten bedrijven die lid zijn van de KNS. Er moet niet gestreefd worden naar een gecompliceerd contributiestelsel onderscheid kan worden gemaakt tussen bedrijven zonder personeel, bedrijven met minder dan 10 medewerkers, bedrijven vanaf 10 medewerkers, productiebedrijven en filiaalbedrijven (toeslag per filiaal). Argument hiervoor kan zijn dat de V en O-gelden teruglopen van 1,1% naar 0,7%. Dit scheelt de KNS inkomsten en kan dan voor een deel worden ondervangen door de contributie voor leden met personeel te verhogen. Voorgaande laat natuurlijk onverlet dat er jaarlijks een prijsindexering zal worden doorgevoerd. Een uitgewerkt voorstel hiertoe zal worden gepresenteerd in de KNS-ledenvergadering van het najaar van 2007.

Daarnaast zal voor SVO-leerlingen en nog niet gevestigde ondernemers (tegen het symbolische bedrag van € 25) een aspirant-lidmaatschap van maximaal een jaar in het leven worden geroepen.

### **Imago KNS**

Geconcludeerd moet worden dat het noodzakelijk is aandacht te besteden aan het verbeteren van het imago van de KNS, zowel naar de eigen leden als naar externe relaties. Op de eerste plaats zal dit bereikt moeten worden door periodiek en op positieve wijze aandacht te vragen voor de diverse activiteiten die door de KNS worden uitgevoerd. Hiervoor worden uiteraard de eigen media gebruikt, maar ook zal getracht worden meer het nieuws op te zoeken door geregeld persberichten uit te laten gaan naar alle media die zich daarvoor lenen. Daarnaast zal over het verslagjaar 2006 een publicitair jaarverslag voor leden en externe relaties worden uitgegeven. Verder zal meer aandacht worden besteed aan externe relaties door het aanbieden van een relatiedag voor externe relaties en de eigen medewerkers. In de nieuwe opzet zullen jaarlijks in april of mei de belangrijke relaties van de KNS (koepelorganisaties, zusterorganisaties, relevante versbranches, uitgeverijen, leveranciers en overige vertegenwoordigingen uit het bedrijfsleven) worden uitgenodigd voor een relatiedag zodat in een aangename atmosfeer contacten kunnen worden onderhouden.

Het voornemen is om in 2007 de relatiedag in Rotterdam aan boord van het stoomschip De Majesteit te houden in de vorm van een tocht over de Nieuwe Maas met aan boord entertainment in de stijl van de Mississippi en een daarbij behorend Cajunbuffet als afsluiting.

Het is denkbaar om daaraan voorafgaand belangstellenden in de gelegenheid te stellen het dan gerenoveerde Slagershuis inclusief de SVO-vestiging te komen bekijken. Met ingang van 2006 verstuurt de KNS met de nieuwjaarskaart een cadeautje aan alle leden om op die wijze de waardering voor het lidmaatschap tot uitdrukking te brengen. In 2006 is dit een schrapkaartje met hierop de belangrijkste gegevens van de KNS. Ook nieuwe leden krijgen dit cadeau als welkomstgeschenk. Verder wordt deze 'give-away' in ruil voor bijvoorbeeld het invullen van een mini-enquête weggeven tijdens beurzen. Hierdoor worden imago, naamsbekendheid en toegankelijkheid van de KNS vergroot.

### **Aan de KNS gelieerde stichtingen**

#### *Daan Schop stichting*

De inmiddels overleden Daan Schop was vele jaren voorzitter en later erelid van de Algemene Nederlandse Slagersbond (ANS), één van de rechtsvoorgangers van de KNS. Gedupeerde slagers die door externe omstandigheden buitenproportioneel worden getroffen kunnen een bijdrage krijgen uit het gelijknamige fonds dat thans een eigen vermogen van ruim € 190.000 heeft. De Stichting heeft in het recente verleden bijvoorbeeld een bijdrage gegeven aan slagers in Limburg die werden getroffen door de overstroming van de Maas.

#### *Stichting Nationaal Vlees- en Slagersmuseum*

Deze stichting is opgericht om het cultureel erfgoed van het slagersvak niet verloren te laten gaan voor het nageslacht. De Stichting bezit een groot aantal voorwerpen met een grote historische waarde. Een deel daarvan is ondergebracht in het Zuiderzeemuseum in Enkhuizen. Daar is een authentieke slagerij van rond 1900 ingericht. Daarnaast bevindt zich een verzameling oude werktuigen, gereedschappen en attributen in de Saksische boerderij in het Drentse museumdorp Orvelte. Voorts bevinden zich in het Tegelmuseum te Otterlo en in het Slagershuis te Rijswijk een aantal tegeltableaus. Tot slot is op Texel en in Groede (Zeeuws-Vlaanderen) een aantal oude gebruiksvoorwerpen opgeslagen.

### **Werving van nieuwe leden**

Uitgangspunten en activiteiten voor het op veel actievere wijze werven van nieuwe leden zullen worden opgesteld. Dit betekent op de eerste plaats dat de vakbladen en andere bronnen nauwlettend worden gevolgd om op deze wijze zicht te krijgen op slagerondernemers die nog geen lid zijn van de KNS. Voor de hand ligt in ieder geval het vervolgens bezoeken van deze slagerondernemers. Tijdens dat bezoek worden de voordelen van het KNS-lidmaatschap belicht en aansluitend volgt toezending van een KNS-informatiepakket. Denkbaar is tevens prikkels (beloningen) aan te bieden voor het lidmaatschap.

In eerste instantie kan worden gedacht aan een gratis proeflidmaatschap van een jaar. Ook kan aan niet-leden bijvoorbeeld een gratis toegangkaart voor de Slavakto of andere passende evenementen worden toegestuurd. Deze uitnodiging wordt vergezeld door een deel van een (nog te ontwikkelen) 'gadget'. Om deze gadget te completeren moet de KNS-stand worden bezocht waar men het ontbrekende onderdeel krijgt. Op deze wijze ontstaat de prikkel om in contact te treden met de KNS.

Onderstaande argumenten worden in ledenwervingcontacten aangevoerd:

- ✓ Beschikbaarheid van het KNS-kantoor bij vragen en/of problemen.
- ✓ Belangenbehartiging namens de ondernemer door de KNS in alle relevante nationale en internationale overlegorganen.
- ✓ Vertegenwoordiging namens de werkgevers in het slagersbedrijf door de KNS in de CAO-onderhandelingen.
- ✓ Gebruikmaking van de gespecialiseerde kennis op o.a. juridisch, marketingtechnisch/bedrijfseconomisch en vleestecnologisch gebied.
- ✓ Gebruikmaking van (bedrijfs)advisering door KNS-specialisten.

- ✓ Kostenbesparende deelname aan de collectieve Arbo-regeling.
- ✓ Deelname aan de SAS-herverzekering van ziekterisico's.
- ✓ Gebruikmaking van collectief verzekeringspakket van SuperGarant Verzekeringen.
- ✓ Gebruikmaking collectieve zorgverzekering van ONVZ Zorgverzekeraar.
- ✓ Periodieke ontvangst van het magazine KNS-Actueel.
- ✓ Profiteren van kortingen binnen convenanten tussen de KNS en het bedrijfsleven.
- ✓ Lidmaatschap van MKB-Nederland, waarbinnen de KNS namens de slagerondernemer onderhandelingspartner is met de overheid.

## 8. SECRETARIAAT

Grote waarde wordt gehecht aan adequate ondersteuning van alle KNS-leden door het KNS-secretariaat in Rijswijk. Voorwaardelijk hiervoor is een professioneel secretariaat met medewerkers die hun kwaliteiten maximaal kunnen inzetten en waar mogelijk worden gemotiveerd om binnen de hen toegekende verantwoordelijkheden hun werk te doen.

In een moderne organisatie betekent dit onder andere optimale delegatie (zo diep mogelijk de organisatie in), werken in zelfsturende teams en het bieden van optimale ontplooiingsmogelijkheden, zowel in het werk zelf als op het gebied van deskundigheidsbevordering.

Op basis van deze uitgangspunten (waar voor een belangrijk deel al in de loop van 2006 invulling is gegeven) ontstaat een plezierig werkklimaat met betrokken en loyale medewerkers die met plezier hun werk doen. En dat moet afstralen op de dienstverlening aan de leden!

### **Planning, continuïteit en werkafspraken**

Waar mogelijk zal gewerkt worden met planning en controlcycli, onder andere met betrekking tot beleid en financiën. Concreet betekent dit dat per afdeling c.q. aandachtsgebied voorafgaand aan ieder kalenderjaar planningen worden opgesteld die door de direct leidinggevende worden vastgesteld. Over de in deze planningen opgenomen activiteiten wordt periodiek verantwoording afgelegd aan de direct leidinggevende. In het verlengde hiervan zal een aantal medewerkers in de organisatie budgetverantwoordelijkheid gaan dragen. Dat impliceert dat deze medewerkers voorafgaand aan het kalenderjaar een deelbegroting opstellen ten aanzien van hun activiteiten en periodiek zelf controleren of de uitgaven zich verhouden tot de begroting. De continuïteit in zowel aanwezigheid als werkprocessen wordt geborgd door op de eerste plaats de verantwoordelijkheid voor een permanente bezetting van de te onderscheiden afdelingen c.q. aandachtsgebieden bij de medewerkers zelf neer te leggen. Zo zal het binnen een secretariaat bijvoorbeeld altijd zo zijn dat medewerkers van een afdeling in onderling overleg hun vakanties plannen, hun werkzaamheden daaraan voorafgaand waar mogelijk afronden en wanneer dat niet tot de mogelijkheden behoort, deze gericht overdragen aan een collega.

Verder wordt de continuïteit in werkprocessen geborgd door waar mogelijk werkprocessen te beschrijven en in procedures te vatten. Hierbij kan worden gedacht aan zaken als aanleveren van content voor bijvoorbeeld de KNS-actueel, nieuwsflits, website (wijze waarop, vormgeving, planning, passend in de redactieformule, etc.). Veel werkzaamheden zijn inmiddels beschreven. Verder zijn er richtlijnen opgesteld voor interne communicatie, een uniforme huisstijl en een uniforme klachtenafhandeling. Tot slot wordt inmiddels binnen iedere afdeling – naast de diverse bilaterale overleggen - periodiek werkoverleg gevoerd.

### **Automatisering**

Om de leden zo optimaal mogelijk van dienst te kunnen zijn, is een belangrijke voorwaarde dat de KNS weet wie haar huidige en toekomstige leden zijn. Om die reden is in 2006 al een begin gemaakt met het professionaliseren van de digitale database en zal in het verlengde daarvan dit bestand ook worden uitgebreid met alle slagerondernemers in Nederland die nog geen lid van de KNS zijn. Hiertoe zal worden gematcht met de database van de Kamer van Koophandel. Hierdoor wordt gekomen tot een kwalitatief zeer hoogwaardige database; onontbeerlijk in een organisatie die draait om (duizenden) leden. In de nabije toekomst zullen alle KNS-leden jaarlijks een uitdraai van hun gegevens ontvangen met het verzoek deze waar nodig aan te vullen en/of te corrigeren.

Daarnaast biedt dit programma ook de mogelijkheid werkprocessen (workflows) te automatiseren waardoor veel werkzaamheden binnen het secretariaat veel efficiënter kunnen worden uitgevoerd. De medewerkers zullen zelf een actieve rol spelen bij de inrichting en implementatie van deze software.

Bovendien zullen op korte termijn alle KNS-medewerkers in de vorm van een in company-training worden bijgeschoold op de diverse in gebruik zijnde pakketten (Office, Outlook, etc.).

### **Personeelsbeleid**

Het streven is om eind 2006 alle binnen het KNS-secretariaat voorkomende functies te hebben beschreven en gewaardeerd. Concreet betekent dit functiebeschrijvingen en een salarisgebouw.

Op die manier is voor iedere functie duidelijk wat de salarisrange (onder- en bovengrens) is en welke stappen daarin jaarlijks kunnen worden gemaakt. Uiteraard wordt dit salarisgebouw ook jaarlijks geïndexeerd. Daarnaast zullen criteria worden opgesteld voor inschaling bij indiensttreding en toekennen van (extra) periodieken binnen voornoemd salarisgebouw. Waar mogelijk zal hierbij gebruik gemaakt worden van een bestaande CAO of arbeidsvoorwaardenregeling passend bij een brancheorganisatie. Hiervoor wordt momenteel gedacht aan de PBO-CAO (SER). Elementen die hierin in ieder geval opgenomen worden, hebben bijvoorbeeld betrekking op:

- ✓ Arbeidstijd (werktijden en [compensatie] overwerk).
- ✓ Verlof (vakantiedagen, feestdagen, buitengewoon verlof, zwangerschapsverlof en ouderschapsverlof).
- ✓ Beloningen (eindejaarsuitkering, jubilea, woon-werkverkeer, spaarregelingen, vakantietoeslag, bijdrage werkgever aan pensioenfondsen).
- ✓ Diverse regelingen (verhuizingen, telefoonkosten, autoleaseregeling, dienststreizen, ziekte en arbeidsongeschiktheid, bedrijfsaansprakelijkheids- en ongevallenverzekering, uitkering bij overlijden, vergoeding zorgverzekering, pensioenregeling, studieregeling, collectieve verzekering).

In 2006 zal ook een begin worden gemaakt met het invoeren van instrumentarium en maatregelen passend bij een modern personeelsbeleid. Hierbij moet worden gedacht aan bijvoorbeeld de volgende instrumenten en maatregelen:

- ✓ Systematiek van (jaarlijks te voeren) beoordelings- en functioneringsgesprekken.
- ✓ Loopbaanbeleid. Binnen een relatief kleine organisatie als de KNS is het carrièreperspectief natuurlijk beperkt. Waar mogelijk zullen medewerkers echter wel in de gelegenheid worden gesteld door te groeien en zal de KNS in voorkomende gevallen ook behulpzaam zijn bij het voortzetten van de carrière elders.
- ✓ Opleidingsbeleid (voor iedere medewerker zal jaarlijks in kaart worden gebracht waar de opleidingsbehoeften en wensen liggen; afhankelijk van de relevantie voor de organisatie kunnen deze vervolgens (deels) voor vergoeding in aanmerking komen).

Ook zal ten aanzien van personeelszaken een aantal processen beter worden gestroomlijnd. Dit betekent het volgende beleid t.a.v. werving, selectie, benoeming en ontslag:

- ✓ Standaardbrieven voor ontvangstbevestigingen, uitnodigingen, afwijzingen, etc.
- ✓ Stramien voor te voeren sollicitatiegesprekken en afspraken over informatievoorziening aan sollicitanten.
- ✓ Afspraken over hoe nieuwe medewerkers worden geïnformeerd, geïntroduceerd en ingewerkt.
- ✓ Het voeren van een exitinterview met vertrekkende medewerkers.

Tot slot zal in 2006 ook aan de Arbo-eis worden voldaan dat er binnen de KNS-organisatie een BHV/preventiemedewerker actief is en waar mogelijk zullen stagiairs worden aangetrokken om bijvoorbeeld nieuwe activiteiten op basis van nieuwe inzichten te laten ontwikkelen en/of uitvoeren.

### **Huisvesting**

In 2006 zal intern een begin worden gemaakt met de modernisering van het Slagershuis en extern met het benodigde groot onderhoud. Dat geldt tevens voor SVO die van de KNS de schoolruimte huurt. In dat kader zal ook een moderne, menugestuurde telefooncentrale worden aangeschaft met voor iedere medewerker een eigen doorkiesnummer.

Zowel voor de telefonie als voor de automatisering zal ook de infrastructuur (bekabeling) moeten worden gemoderniseerd.

## 9. SAMENSTELLING BESTUUR EN SECRETARIAAT

### **Bestuur**

G. (Gilles) van Dalen (voorzitter)  
A. (Ad) Bergwerff (vice-voorzitter)  
J.L.M. (Jan) te Riele (penningmeester)  
M.P. (Rien) Bezooijen  
G.S. (Sjoerd) Hanskamp  
H.J. (Henk) Hofmeester  
G.L. (Gabe) Witteveen  
F.C.T.M. (Frits) van der Zalm

### **Management**

Drs. M. (Mirjam) van Dootingh (Algemeen Directeur) (1,0 fte.)  
Mr. W. (Wim) van den Brink (Directeur Belangenbehartiging) (1,0 fte.)  
A.G. (Ton) Lindeman (Hoofd PR & Communicatie) (1,0 fte.)

### **Medewerkers**

Mr. S. (Sabina) Hasanbegovic-Jusic (Individuele Juridische Belangenbehartiging) (1,0 fte.)  
Mr. P. (Petra) Westerhout (Individuele Juridische Belangenbehartiging) (0,8 fte.)  
Vacature (Individuele Juridische Belangenbehartiging) (1,0 fte.)  
R.B.E. (Bob) van Kessel (Coördinator Sociale zaken) (1,0 fte.)  
J.F.P.M. (Hans) Hulshof (Coördinator Marketing en Bedrijfsadviesing) (1,0 fte.)  
M.K.J. (Maikel) Nikolai (Assistent Marketing en Bedrijfsadviesing) (1,0 fte.)  
Drs. Y.W.J.M. (Yvon) Bemelman (Coördinator Vleestecnologische Zaken) (0,5 fte.)  
J.S. (Judith) van den Akker (Medewerker PR & Communicatie tot 1-1-2007) (1,0 fte.)  
A. (Annika) van Wensveen (Medewerker PR & Communicatie) (1,0 fte.)  
L.P.A. (Leo) van Zijl (Administrateur) (1,0 fte.)  
R. (Rishma) Jankie-Darsan (Directiesecretaresse tot 1-1-2007) (0,8 fte.)  
B. (Bianca) Bernaards-Deij (Directiesecretaresse vanaf 1-1-2007) (0,8 fte.)  
C. (Chantal) de Hilster (Secretaresse) (1,0 fte.)  
E. (Esmeralda) Hofman (Telefoniste/Receptioniste) (1,0 fte.)

## AFKORTINGENLIJST

ADN	AGF Detailhandel Nederland
AGF	Aardappelen Groente Fruit
ALV	Algemene Ledenvergadering
ANS	Algemene Nederlandse Slagersbond
BBL	Beroeps Begeleidende Leerweg
BIS	Branche-informatiesysteem
BOL	Beroepsopleidende Leerweg
Bpf	Bedrijfstakpensioenfonds
BSO	Branchestructuuronderzoek
CAO	Collectieve Arbeidsovereenkomst
CBS	Stichting Centraal Bureau diensten aan Slachtdieren
CIBC	Boucherie et de la Charcuterie
CIS	Consumenten Informatie Systeem
COV	Centrale Organisatie voor de Vleessector
CRM	Customer Relationship Management
CWI	Centrum voor Werk en Inkomen
DLV	Dienst Landbouw Voorlichting
DPO	Distributie Planologische Onderzoek
FAQ	Frequent Asked Questions (rubriek veelgestelde vragen op een website)
GWB	Grootwinkelbedrijf
HACCP	Hazard Analysis Critical Control Points
HBA	Hoofdbedrijfschap Ambachten
HBD	Hoofdbedrijfschap Detailhandel
IAS	Instituut Ambachtelijke Slagersproducten
IKB	Integrale Keten Bewaking
ISC	Internationale Slagers Confederatie
KBBL	Kwaliteit Bewakings Bureau voor Levensmiddelen
KDS	Kwaliteits Keuring Dierlijke Sector
LNV	Ministerie van Landbouw, Natuur en Visserij
MBO	Middelbaar Beroepsonderwijs
MKB	Midden- en kleinbedrijf
NBOV	Nederlandse Brood- en banketbakkers Ondernemers Vereniging
NBPW	Nederlandse Bond van Poeliers en Wildhandelaren
NMI	Nederlands Mediation Instituut
OWM	Onderlinge waarborgmaatschappij
PBO	Publiekrechtelijke Bedrijfsorganisatie
POS	Point of Sale
Ppas	Project Partners van Ambachtelijke Slagerondernemers
PVE	Productschappen Vee, Vlees en Eieren
PvE	Programma van Eisen
PVV	Productschap Vee en Vlees
RIE	Risico-Inventarisatie en Evaluatie
RND	Raad Nederlandse Detailhandel
SAS	Stichting Aanvullingsfonds Slagersbedrijf
SAVAS	Stichting Aanvullende Voorzieningen Arbeidsongeschiktheid Slagersbedrijf
SER	Sociaal Economische Raad
SOV	Stichting Opleidingsfonds voor de Vleessector
Sovvb	Stichting Opleidingsfonds Slagersbedrijf
SPK	Stichting Promotie Kalfsvlees

STIVUS	Stichting Vrijwillig Uittreden Slagersbedrijf
SVO	Slagers Vakopleiding
UEAPME	Union Européenne de l'Artisanat et des Petites et Moyennes Entreprises
VAS	Verenigde Amsterdamse Slagersorganisatie
VOS	Vormings- en Ontwikkelingsfonds
VVK	Vereniging van Keurslagers
VWA	Voedsel- en Warenautoriteit
VWE	Van Wouw Engineering
VWS	Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport
VWT	Van Wouw Track en Trace
WAS	Werkgroep Ambachtelijke Slagersvrouwen
WGA	Werkhervatting Gedeeltelijke Arbeidsgeschikten
WIA	Wet Werk en Inkomen naar Arbeidsvermogen
WMG	Worstmakersgilde
ZSS	Zelfslachtende Slagers