

Wittebol Wijn Aalsmeer Slijter van het Jaar 2006

SlijtersUnie Koninklijk

Tijdens de Nationale SlijterDag is door de burgemeester van Eindhoven, drs. A.B.

Sakkers, namens Hare Majesteit de Koningin aan de SlijtersUnie de bij het predikaat

Koninklijk behorende oorkonde uitgereikt. Het belang van de slijter heeft nog

niets aan kracht ingeboet, zo merkt het bestuur bij dit memorabele moment in de

historie op. 'Ook de rol van de SlijtersUnie als brancheorganisatie is nog altijd actueel.

De slijter anno 2006 wordt met een veelvoud van maatschappelijke problemen

geconfronteerd: alcoholmisbruik, alcoholgebruik door jeugdigen, een onzeker

accijnsklimaat, stuntprijzen enz. Daar tegenover staat dat de slijter een prachtig

product verkoopt, waarin genieten centraal staat.'

De uitreiking van het predikaat Koninklijk ging vooraf aan de jaarrede van de voorzitter en de jaarlijkse verkiezing van de Slijter van het Jaar. Deze prijs werd dit jaar uitgereikt aan Wittebol Wijn in Aalsmeer. De jury, die een keuze diende te maken uit honderden deelnemer koos uiteindelijk een top-tien uit het deelnemersveld dat extra onder de loep werd genomen. Van de genomineerden

ging slijter-wijnhandelaar Wittebol uiteindelijk met de titel 'aan de haal' vanwege zijn ruime drankenassortiment en zijn servicegerichte benadering van de consument in combinatie met de prettige sfeer van de door hem ingerichte slijterij. Wittebol heeft de durf en visie gehad om, in de periode waarin veel consumenten de branche de rug toekeerden, op een onderscheidende manier het slijtersvak invulling te blijven geven, aldus de jury. Zijn slijterij is het bewijs, dat de Nederlandse slijter met gevoel voor de consument én voor het product een glansvolle toekomst in



het verschiet heeft.. Ook Carel Nolet, eigenaar van de gelijknamige distilleerderij en gastheer van deze Nationale Slijterdag in Schiedam, voorspelde een goed perspectief voor slijters die met durf en kwaliteit aan de weg blijven timmeren en zich met assortiment en kwaliteitskeuzes daarin

weten te profileren. Hij noemde zijn Ketel-1 als een goed voorbeeld daarvan. Mede dankzij de inspanningen van de slijters en het vasthouden aan de kwaliteitsstandaard (met bijbehorende marge) is het merk zonder gigantische reclame-inspanningen toch naar de top door-gestoten. 'Gewijzigde economische wetgeving vertroebelde de verdere ontwikkeling misschien licht, maar toen was het product al op een plaats gekomen, waar we het met zijn allen wilden hebben', aldus Nolet.

Ben van Zweden (voorzitter Commissie Slijters van het Productschap Dranken) kondigde op deze dag nog twee nieuwe opleidingen aan. Eén, via internet gericht op consumenten in samenwerking met slijters die proefpakketten ervoor moeten samenstellen, noemde hij zeer belangrijk. 'Niet alléén omdat moderne technologie hiervoor optimaal wordt ingezet, maar juist ook omdat 35% van de wijnkopers te kennen heeft gegeven meer kennis over wijn te willen opdoen. Daar ligt een enorm potentieel aan traffic op de winkelvloer als de slijter/wijnhandelaar daarop kan inhaken', zo betoogde hij. De continu-cursus zal in de Nationale wijnweek (oktober) van start gaan. Daarnaast lanceert de Commissie Slijters in samenwerking met de OVD een nieuwe (digitale) cursus 'Klantgericht verkopen in de slijterij'. Meer hierover en over de verkiezing 'Slijter van het Jaar' in de komende edities van SVB (Slijtersvakblad).



SlijtersUnie-voorzitter Miranda Korendijk-Logt in jaarrede:

'We blijven vechten voor wettelijk verbod op verkoop van alcohol beneden de kostprijs'

'Helaas heeft minister Hoogervorst de wens van de Kamer op het belangrijke punt van een verbod op stuntprijzen in de jongste debatten met de Tweede Kamer wederom genegeerd. Hij legt eerder aangenomen moties gewoon naast zich neer en gebruikt daarbij het argument, dat het bij stuntprijzen vaak om eenmalige aanbiedingen gaat. Daarbij verliest de minister volkomen uit het oog dat juist bij alcoholmisbruik (de maatregel is gericht op het tegen gaan van alcoholmisbruik) de gebruiker van stuntaanbieding naar stuntaanbieding loopt. Ook wat betreft het eenmalige karakter van aanbiedingen zit de minister ernaast. De aanbiedingen duren bij de meeste supermarkten immers al zo'n drie jaar! De ene week het kratje Heineken daarna Amstel daarna Brand of Warsteiner en dan beginnen we weer van voren af aan..... Hebt u de actie van Albert Heijn al gehoord? De hele WK periode (een maand) een kratje Heineken voor zeven euro vijftig. In de Nederlandse supermarkten is het eerder regel dan uitzondering dat bij verkoop van bier verlies wordt gemaakt.' Dat was één van de kernpunten uit de Jaarrede die voorzitter Miranda Korendijk-Logt maandag 12 juni heeft uitgesproken tijdens de jaarvergadering van de SlijtersUnie.



'In 2001 en 2005 zijn moties aangenomen waarin de regering verzocht werd te komen tot een wettelijk verbod tot verkoop van alcohol beneden de kostprijs. In zijn brief van 5 april jl. had de minister de Kamer al laten weten de motie naast zich neer te zullen leggen. Hoogervorst heeft, onder grote druk van de Kamer, toegezegd om de Kamer te berichten of hij mogelijkheden ziet te komen tot een verbod op verkoop onder kostprijs voor alle alcoholhoudende dranken. Hij komt dan tevens terug op het door hem geopperde idee om te gaan praten met de supermarktorganisaties om deze te vragen op vrijwillige basis te stoppen met stuntprijzen. We zij dus weer terug bij af. Het heeft jaren geduurd voordat de politiek overtuigd was dat zelfregulering geen passend antwoord was voor de problemen binnen onze branche. Door opnieuw zelfregulering te opperen lijkt het alsof geen lering is getrokken van de eerdere mislukte zelfregulering. Hoogervorst voorziet problemen met handhaving van een verbod. Uit Duitsland en België, waar soortgelijke regelingen bestaan, zijn geen geluiden bekend dat hier problemen met betrekking tot de handhaving zouden bestaan. Het lijkt er dan ook op dat

de minister spoken ziet. Een bodemprijs houdt in dat geen accijnsverhoging noodzakelijk is voor die alcoholhoudende producten, die door de jeugd gewild zijn. De prijzen worden verhoogd en de accijns- en BTW-opbrengsten worden ook nog eens vergroot. Als ik minister van VWS zou zijn dan wist ik het well Er zou direct een verbod komen op verkoop van alle alcoholhoudende dranken onder kostprijs! Geen gestunt meer met drank!', aldus de voorzitter in haar jaarrede.

ACCIJNSBELEID

De minister ziet veel meer in accijnsverhoging. Hebben ze dan geen lering getrokken na de accijnsverhoging van drie jaar geleden? We hebben toch nog steeds dezelfde Kamerleden? Afgelopen debat kwam het ook weer regelmatig naar voren dat accijnsverhoging volgens sommige kamerleden een goede oplossing is en veel kamerleden verwijten het CDA daar erg halsstarrig in te zijn. Het accijnsbeleid zal altijd een discussiepunt blijven en het is dan ook maar weer afwachten hoe volgend jaar het nieuwe kabinet zal gaan worden en wat er dan in dat beleid weer gaat wijzigen. Wij hopen dat door de accijnsverlaging de handel een kans krijgt om de krimpemde binnenlandse markt in alcoholhoudende dranken

een halt toe te roepen. De consument kan weer terug komen omdat de verschillen met onze omliggende landen telkens kleiner worden. Het invoeren van de accijnsverlaging heeft onze bedrijven zeker ook veel geld gekost, maar je moet natuurlijk kijken op de lange termijn. Helaas hebben niet alle bedrijven meegewerkt en hebben sommige leveranciers meteen hun inkooprijzen gigantisch verhoogd. Er zijn ook slijters die hun prijzen erg laat hebben aangepast en dat is jammer want het signaal naar de consument was meteen in januari erg belangrijk. De accijnsverlaging in Nederland, de accijnsverhoging in België en de aanstaande BTW verhoging in Duitsland zorgen er voor dat velen hun omzet sinds enkele maanden eindelijk zien stijgen. Ik hoop dat we weer op het oude niveau terugkomen van vóór de accijnsverhoging en dat wij daarvoor de tijd krijgen van de regering. Want na drie moeilijke jaren, na de enorme accijnsverhoging en de prijzenoorlog, is het onmogelijk om dit in een paar maanden te herstellen.

VERGUNNINGEN

Dezer dagen heeft de Tweede Kamer gedebatteerd met minister Hoogervorst over het door hem beoogde alcoholbeleid. In dat debat is

een belangrijke maatregel besproken, die erop neer komt dat het toezicht op vergunningen en leeftijden, dat nu wordt nu uitgeoefende door de VWA, naar de burgemeester gaat. De verwachting is dat die maatregel ook daadwerkelijk zal worden doorgevoerd. Zoals het er nu naar uitziet zal in de maand september de Drank- en Horecawet worden gewijzigd met betrekking tot de administratieve lasten. De voorstellen van Hoogervorst liggen er en wat betreft de vergunning gaat er wel wat veranderen. Voorzitter Korendijk-Logt: 'Wij hebben als SlijtersUnie hierover gesprekken gevoerd in Den Haag met VWS. Dit mede omdat het grootwinkelbedrijf een lobby voert om de vergunning af te schaffen. De SlijtersUnie heeft een brief naar de kamerleden uit laten gaan waarbij wij wijzen op het belang van de vergunning. De toetsing achteraf en de afschaffing van het diploma sociale hygiëne, zoals het ministerie van Economische Zaken voorstelt, leidt tot onaanvaardbare risico's bij de verkoop van sterke drank. Dit terwijl de overheid bij herhaling heeft vastgesteld dat alcohol een risicovol product is, dat slechts met voldoende waarborgen mag worden afgezet aan de consument. Over de voornemens van EZ om het diploma sociale hygiëne af te schaffen ben ik heel duidelijk, want met het oog van de volksgezondheid acht ik het onverantwoord om ook de minimale kennis met betrekking tot sociale hygiëne niet meer verplicht te stellen. Voor uw informatie: in Europa kennen meer dan driekwart van de landen of een drankverkoopmonopolie of een vergunningstelsel.'

VERKOOP DRANK AAN JONGEREN

'Helaas blijkt uit het tweejaarlijks onderzoek van Bureau Intraval in opdracht van de Voedsel en Waren Autoriteit onder zowel jongeren als ondernemers dat ondernemers nog steeds vaak alcoholhoudende dranken aan jongeren verkopen ondanks dat dat wettelijk verboden is', zo constateerde de voorzitter van de SlijtersUnie. 'Het positieve in dit onderzoek is dat de ondernemers zich wel steeds meer bewust

zijn van de leeftijdsgrenzen voor de verkoop van alcohol. Volgens de jongeren die alcohol kopen maken verkopers vaker dan voorheen een opmerking over hun leeftijd. Je bent toch wel 16 jaar? Volgens jongeren vragen verkopers van drank ook vaker dan voorheen naar een identiteitsbewijs om de leeftijd van de jongere te controleren. Hierbij worden de ondernemers geholpen door de Wet op de Identificatieplicht, waardoor iedereen van 14 jaar of ouder zich moet kunnen legitimeren. Veel ondernemers zeggen de naleving lastig te vinden. Ze geven aan vaak de leeftijd van de jongeren in te schatten, maar dat het schatten van de leeftijd moeilijk is. Dit zou een verklaring kunnen zijn voor het feit dat jongeren zeggen dat het kopen van alcoholhoudende dranken nog steeds vrij gemakkelijk verloopt. Dus, conclusie is, altijd vragen naar identificatie bij een jongere. Ze zijn het trouwens gewend want zij moeten zich vaker dan wij legitimeren en vinden het vaak totaal geen probleem. Verkoop van alcohol aan minderjarigen door slijters mag niet gebeuren.'

MEER NADRUK OP HANDHAVING ALCOHOLWETGEVING

'Hoogervorst heeft de Kamer geïnformeerd over zijn plannen met betrekking tot het alcoholbeleid. De minister wil zijn voornemen om de verkoop van mixdranken tot de slijter te beperken doorzetten. Hetzelfde geldt voor het ophogen van de leeftijdsgrens voor de verkoop van alcohol naar 18 jaar. Nieuw is zijn voornemen om jongeren onder de 18 jaar strafbaar te stellen wanneer zij in het openbaar alcohol bij zich hebben. Met deze set aan maatregelen komt de minister tegemoet aan de vraag vanuit de gemeenten om meer handhavingmogelijkheden ten aanzien van alcohol. De Kamer toonde zich weinig enthousiast over de plannen van de minister. De kans dat de verkoop van mixdranken tot de slijter wordt beperkt acht ik dan ook uiterst gering. Hetzelfde geldt voor het ophogen van de leeftijdsgrens. Het debat met de kamer zal vóór het zomerreces worden hervat.'

TOEKOMST

De toekomst kan niemand voorspellen. 'Gelukkig maar', zo betoogde de voorzitter van de SlijtersUnie, 'want dan denk ik dat het leven heel anders zou zijn. Nadenken over de toekomst doen we allemaal. Het MKB kwam een tijdje terug met de mededeling dat de aankomende jaren heel veel zelfstandige ondernemers geen opvolging hebben voor hun winkel. Ik denk dat dat ook geldt voor sommige slijters. Het MKB gaf als reden aan dat, populair gezegd, de jongere generatie te lui zou zijn. Ik weet niet of dat het geval is, maar dat de jongere generatie anders met zijn tijd om wil gaan is mij wel duidelijk. De jeugd wil niet meer elke dag naar dezelfde winkel zes dagen in de week. Hard werken en niet zoveel verdienen, als je alle uren en kosten allemaal zou rekenen. Ik werd in mei gevraagd om als klankbord te functioneren bij High Potentials bij Heineken te Amsterdam. Een groep van zo'n dertig jonge goed opgeleide mensen die al een paar jaar werkzaam zijn bij Heineken. Uit deze groep komt het toekomstige management van Heineken. Ze hadden een sessie van twee dagen waarin ze het volgende moesten achterhalen. Hoe gaat het met het slijterijka-naal? Welke trends/ontwikkelingen liggen hieraan ten grondslag? Wat zou Heineken hiermee kunnen doen? Het onderwerp was bedacht door een medewerkster van Heineken omdat zij (ze is eind twintig) niemand in haar omgeving kende die naar de slijter ging. Ze hebben slijters bezocht, supermarkten, mensen ondervraagd, jongeren ondervraagd en bij mensen thuis gegeten in veel verschillende gezinnen om erachter te komen hoe men in het algemeen denkt over de slijter. Conclusie: de jeugd voelt zich niet thuis in de meeste slijterijen. Ze voelen zich dom. Ze kennen mij niet. Je mag niet even kijken, enz.'

'De consument wil een winkel beleven en in onze winkels staan heel veel flessen en nog eens flessen. Een voorbeeld van een winkel die de consument erg aanspreekt is de keten Oil & Vinigar. Een etalage met Jenever spreekt de huidige consument niet aan, maar een uitstalling, zoals je die wel in de supermarkt aantreft, waar op een stelling het voorgerecht, nagerecht en hoofdgerecht staat is beter. Vertaald naar de slijter zou dat een goede mixdrank kunnen zijn met alle ingrediënten erbij. De consument wil ook graag zuilen in de winkels waarop je aantoetst, ik eet vanavond biefstuk en ik wil een stevige rode wijn van vijf euro en de wijnsuggestie rolt er dan uit. Gemak,

gemak, gemak. Wij hebben eigenlijk wel veel mogelijkheden om ook aan de wensen van de consument te voldoen. Interieur, internet-site (en dus verruiming van de openingstijden), klantencommunicatie via SMS e.d. De belangrijkste taak van de slijter is wel de oplossingsbieder voor een feestje. Iedereen die een feest geeft, vindt het belangrijk dat dit een succes wordt. Wat is nu prettiger dan dit uit te besteden aan de slijter, bij uitstek de ondernemer waar de klant zijn tap bestelt voor zijn feest. Hij krijgt dan goed advies en keuzemogelijkheden. Een full service slijter is de toekomst!

WK-GEKTE

'Ik rond af, maar niet nadat ik Nolet heb bedankt voor de voor de geboden gastvrijheid. Dankzij Nolet en de overige sponsors, waarvan u de namen op de uitnodiging voor vandaag hebt kunnen aantreffen, en waarvan u de namen ook op de posters heeft gezien, is deze dag mogelijk gemaakt. Ik wil al deze bedrijven en instellingen bedanken voor hun steun. Daarmee hebben zij blijk gegeven de slijter in Nederland een warm hart toe te dragen. Wij hebben als SlijtersUnie al een paar jaar geleden de uitnodiging van Nolet gehad om de Nationale Slijterdag

in Schiedam te houden als de molen gereed is! Het resultaat is fantastisch en we wensen de firma Nolet voor de toekomst heel veel succes. Het voetballen gaat beginnen, de oranje gekte neemt elke dag toe en de artikelenkeuze is enorm. Ik ben persoonlijk absoluut geen voetballer maar voor onze winkels zie ik zeker een omzetverhoging. Wij hebben natuurlijk dé winkel waar men komt omdat men iets te vieren heeft en de slijter die ook taps verhuurt zal deze WK weinig rustige momenten beleven. Het mooie weer speelt ook mee en de economie trekt eindelijk weer aan.'

Vragen van leden

De SlijtersUnie krijgt steeds meer vragen van leden over allerlei verschillende onderwerpen. De voorzitter benadrukte in haar jaarrede nogmaals, dat zij er zijn voor de leden en dat ze graag gevoed worden door die leden. 'Een recente vraag die we ontvingen was van een lid over de PET flessen van Coca Cola. Zijn wij daar blij mee? Die kratten waren toch wel erg handig of niet? De flessen waren toch wel veel steviger? Het grootwinkelbedrijf heeft er zelf om gevraagd. Het kost minder ruimte. Voor veel ondernemers is het geen vooruitgang en we gaan dus eerst eens inventariseren wie daar nog

meer zo over denken en of er mogelijkheden zijn. Een andere vraag ging over de internetverkoop. Die vorm van verkoop neemt gigantisch toe. Er zijn slijters die ook veel omzet halen uit internetverkoop. De concurrentie neemt daarvan ook erg toe. Wie controleert dit? Heeft degene die verkoopt wel de juiste papieren en kan een minderjarige ook maar zo kopen? Een deel van eze vragen is aan de orde gekomen bij de eerdere presentatie van Boudevijn Kustner van de Voedsel en Waren Autoriteit. De overige komen binnenkort bij hem ter sprake. Ik hoop dat leden met vragen ze blijven inzenden, zodat bestuur -en eventueel andere leden- erop kunnen reageren.'

Daarom lid worden van de SlijtersUnie

Naast de algemene belangenbehartiging biedt het lidmaatschap van de SlijtersUnie een aantal concrete voordelen. Bereken zelf uw direct financieel voordeel van het lidmaatschap van de SlijtersUnie:

- korting op de verplichte basisheffing van het bedrijfsschap Slijters, uw voordeel € 26,87
- toezending jaarboek, voor niet-leden exclusief BTW € 35,00
- korting op basisplan en arbozorgplan van Commit en Commit Arbo PM
- automatisch lidmaatschap MKB-Nederland (exclusief het blad Ondernemen), uw voordeel excl. BTW € 167,45
- korting op cursussen MKB-Nederland PM
- korting op de verplichte basisheffing van het Hoofd Bedrijfsschap Detailhandel, uw voordeel € 23,90
- het 'Klare-Taal' katern wordt u 6x per jaar gratis toegezonden, tegenwaarde exclusief BTW PM
- korting op een jaarabonnement op het vakblad SVB (Slijtersvakblad) € 4,00
- 10% korting op de kosten van de SSO opleidingen en examens bij aanvraag via de SlijtersUnie PM
- brandstofkortingen bij Esso, Texaco en Total PM
- eenmalige korting van 5% bij de Ziekteverzuimpolis en VerzuimVizier van Goudse Schadeverzekering NV PM
- 5% korting gesprekskosten telefoon PM

Uw totale voordeel bedraagt tenminste	€ 257,22
Het lidmaatschap van de SlijtersUnie bedraagt in 2006 exclusief BTW	€ 150,-
U verdient dus door uw lidmaatschap tenminste	€ 107,22 per jaar!

Wilt u lid worden? Vraag dan bij het secretariaat te Eindhoven (040-2453785) om toezending van een aanmeldingsformulier. Het lidmaatschap bedraagt in 2006 € 150 exclusief BTW.

SlijtersUnie • Postbus 885 • 5600 AW Eindhoven • tel: 040-2453785 • fax 2431749

In het besloten gedeelte van de jaarvergadering van de SlijtersUnie sprak Boudewijn Kustner van de Voedsel en Waren Autoriteit onder meer over de Drank- en Horecawet en de controle daarop. Wij zullen de belangrijkste vragen en de antwoorden van de leden duidelijk communiceren via Klare Taal, ons nieuwsblad, dat tweemaandelijks in het Slijtervakblad wordt uitgegeven. Kustner heeft het huidige handhavingsbeleid uiteengezet. Een belangrijke verandering ten opzichte van de oude praktijk is dat bij het tweede bezoek niet altijd meer wordt bekeurd mocht de klacht nog niet zijn opgelost. Er wordt namelijk onderscheid gemaakt in de zwaarte van de overtredingen. Wordt vervolgd.

