

30-01-2018 levensmiddelenkrant.

Vakcentrum zet zichzelf meer in de schijnwerpers

BUNNIK - Een bijzondere nieuwjaarsbijeenkomst voor Het Vakcentrum afgelopen week. De brancheorganisatie kon namelijk het nieuws bekend maken dat het gaat fuseren met Gebra, de belangenorganisatie voor ondernemers in de gemengde branche. Door de krachten te bundelen, komt het totaal aantal ondernemers dat is aangesloten bij het Vakcentrum uit op 2800. Meer slagkracht om samen na te denken over relevante onderwerpen zoals duurzaamheid.

Het Vakcentrum is na de integratie zo ingericht dat er ondanks de schaalvergroting volle aandacht blijft bestaan voor branchespecifieke zaken, benadrukt directeur Patricia Hoogstraaten tijdens de Nieuwjaarsbijeenkomst. Een van de momenten die het Vakcentrum wil gebruiken om zichzelf meer naar buiten toe te positioneren. "We hebben heel veel nieuws te melden, het is zo zonde dat we daar weinig mee doen. Die mooie initiatieven van ondernemers verdienen bijvoorbeeld veel meer aandacht", zegt Hoogstraaten.

Met name het onderwerp duurzaamheid kreeg hier volop aandacht. Onder aanvoering van de Stichting Super Supermarkt Keurmerk (SSK) wordt gekeken naar de mogelijkheden om verspilling tegen te gaan. Samen met Wageningen University en Research (WUR) startte de stichting een pilot om oud brood te gebruiken voor de productie van bier. Een initiatief dat is omarmd door Plus-ondernemer Jeroen Bruggers. De eigenaar van twee Plus-supermarkten en een bakkerij met drie verkooppunten heeft een flinke derving aan brood. Bruggers: "Dat gaat misschien wel om 10 procent. Veel te veel voor de Voedselbank. En het is echt zonde om dit weg te gooien. Ik ben daarom heel blij dat ik een nieuwe bestemming heb voor dit 'oude' brood." Samen met de Winterswijkse brouwer Wentersch ontwikkelde de ondernemer het bier. Brood vervangt een deel van de mout in bier. Hiervoor zijn verschillende soorten brood geschikt zoals wit, bruin, tarwe of rozijnenbrood.

Marge

Er is ongeveer 125 tot 150 kilo brood nodig om 1000 liter bier te brouwen. In een glas bier wordt ongeveer een sneetje brood verwerkt. Om het brood te kunnen gebruiken moet het houdbaar gemaakt worden. Daar gaat de meeste tijd inzitten. Gebruik van oud brood is daarmee even kostbaar als het gebruik van reguliere ingrediënten voor bier. "Ik heb nu een heerlijk biertje met een goed verhaal. De flesjes worden voor 2,30 euro per stuk verkocht en leveren een mooie marge op. Zo heb ik én een mooi uniek Winterswijkse product én ik doe weer wat om voedselverspilling tegen te gaan." Met 'weer wat' doelt Bruggers op het feit dat hij vanuit zijn winkels ook maaltijden en salades laat maken van producten die bijna over datum zijn. Een doorslaand succes, zo benadrukte Bruggers nog eens aan de overige leden van het Vakcentrum. "We hebben bijna te weinig derving om de grote vraag aan te kunnen."

Voor andere geïnteresseerde supermarktondernemers stelden SSK en WUR een handboek tegen voedselverspilling samen, waarin ook het recept van de betrokken brouwerij Wentersch voor het broodbier is opgenomen.

SSK onbekendheid

Naast allerlei advies op het gebied van duurzaamheid, maakte het Vakcentrum ook van de gelegenheid gebruik om haar leden kennis te laten maken met het nieuwe promotiefilmpje voor SSK. Hoewel SSK veel betekent voor een winkel, kennen de meeste consumenten het logo nog niet. Omdat die kennis begint bij de medewerkers op de winkelvloer, ontwikkelde SSK een speciale app. Met de kennisquiz worden de werknemers bijgespijkerd over de voordelen van de SSK-supermarkt. Medewerkers moeten volgens het Vakcentrum kunnen uitleggen wat de supermarkt nu tot een SSK-supermarkt maakt. David de Jong, medewerker van de AH in Bunnik kwam als proefpersoon vertellen over zijn ervaring. "Als je er een onderlinge competitie van maakt op aantal goede antwoorden en snelheid, kan het echt werken voor het personeel. Bovendien heb ik echt nog iets opgestoken van de quiz."

Overkoepelend

Het bekender maken van SSK onder consumenten is een grote uitdaging, zegt ook Rob Benjamens, een van de oprichters van dit keurmerk. "SSK is een overkoepelend logo voor supermarkten die lokale betrokkenheid tonen. En dat is heel mooi, want dat betekent dat nu ruim 200 ondernemers, van Coop tot Albert Heijn en van Jumbo tot Plus, het logo mogen voeren. Tegelijkertijd maakt dat het ook lastig. Je kunt het minder goed gezamenlijk uitdragen. Veel fabrikanten bijvoorbeeld willen wel een product ontwikkelen speciaal voor deze actieve ondernemers. Ze lopen dan echter tegen de kracht van de organisaties aan. Die zien logischerwijs niets in dergelijke overkoepelende producten. We willen heel graag meer bekendheid, maar dit zijn wel zaken waar we tegen aanlopen." Hoogstraaten sloot de nieuwjaarsbijeenkomst af met haar stokpaardje de Franchisecode, het initiatief waarvoor Het Vakcentrum zich ook dit jaar weer hard gaat maken. Daarover later meer.