

Groei biedt vrijheid



6 Lage marges zetten toekomst winkeliers onder druk



8 Dag van het Vakcentrum Duurzaam ondernemen Digitalisering Talentontwikkeling



11 2 juni: Congres en feest voor foodspecialiteiten-ondernemers

Positief nieuws,



is geen nieuws, zeker voor de landelijke pers. Maar op de Dag van het Vakcentrum wil je toch geen negatief geluid laten horen?

Ons team heeft zich enorm ingespannen om er weer een mooie dag van te maken. Een dag over de retail in transitie. Ik heb er eerder al over geschreven. Transitie op drie fronten: digitalisering, duurzaamheid en vaardigheden.

Die transitie vraagt een extra investering van ruim 10 miljard euro, bovenop de door de sector al geplande jaarlijkse investeringen. Dat is veel geld. Veel zelfstandige winkeliers beschikken helaas niet over de middelen om alle nodige investeringen te kunnen doen.

Vorige week zei een Vakcentrumbestuurslid nog: "Patricia, fantastische ideeën, maar als er geen geld meer overblijft, kan er niet geïnvesteerd worden." En dat klopt als een bus.

Het lastenpakket neemt met de dag toe: huurverhoging, stijging van de kosten van energie, arbeid, inkoop (mede door territoriale leveringsbeperkingen), hoge accijnzen op tabak en alcohol, nutteloze investeringen in elektrische apparatuur door beperkte toegang tot het elektriciteitsnetwerk, OZB-stijging, extra kosten betalingsverkeer, nieuwe cybersecurity-verplichtingen en drie toetsen in plaats van een om de R&E goed te laten keuren.

Aan de lopende band wordt er een extra last in de ondernemersschoot geworpen. Het stapelt zich op en op een gegeven moment stort de hele handel in. En er staat ons nog meer te wachten, zoals extra kosten omdat het jeugdloon moet verdwijnen en omdat het dierenwelzijn verhoogd moet worden. Denkt iemand nog aan het ondernemerswelzijn?

Dus helaas toch negatief nieuws op het congres, maar gelijk gevolgd door kamervragen van het kamerlid Postma naar aanleiding van ons persbericht en dat is dan toch weer positief nieuws.

mr. Patricia E.H. Hoogstraaten RAE
directeur

Dag van het Vakcentrum leidt tot Kamervragen

De toekomst van de zelfstandig winkelier staat steeds meer onder druk. Daarvoor waarschuwde het Vakcentrum tijdens de Dag van het Vakcentrum op 13 mei. Inmiddels heeft de politiek dit signaal opgepakt. Het kamerlid Postma (Nieuw Sociaal Contract) heeft schriftelijke vragen gesteld aan de minister van Economische Zaken over de toenemende zorgen in de retail.

Kern van de vragen is de steeds zwaardere lastendruk die zelfstandig winkeliers voelen. Denk aan stijgende huren, energiekosten, loonkosten en een groeiende berg regelgeving.

Deze structurele kostenstijgingen tasten de concurrentiepositie van kleinere ondernemers aan, zeker in vergelijking met grote ketens of online platforms.



Het kamerlid vraagt om harde cijfers over het aantal winkelsluitingen in de afgelopen vijf jaar, uitgesplitst naar regio en sector. Ook is er aandacht voor het risico dat het winkellandschap verschaalt als steeds meer zelfstandigen moeten stoppen en de markt wordt overgenomen door enkele dominante spelers.

Daarnaast wordt er gevraagd naar het bestaande beleid voor ondersteuning bij verduurzaming, digitalisering en scholing van personeel. Zijn de bestaande regelingen voldoende, of is er meer nodig?

Tot slot wordt benadrukt dat de winkelstraat méér is dan alleen economie. Het verdwijnen van zelfstandige winkels raakt ook de leefbaarheid, sociale samenhang en diversiteit in stads- en dorpscentra.

Het Kamerlid wil van het kabinet weten welke beleidsruimte er is om deze maatschappelijke waarde mee te nemen in het ruimtelijk en economisch beleid, en of het gesprek wordt aangegaan met gemeenten en branches over aanvullende maatregelen.

Groei biedt vrijheid

Luke Beemsterboer komt uit een supermarktgeslacht maar realiseert de groei met name in de drogisterij. Want groei biedt vrijheid, zo stelt hij. Dus werd de Albert Heijn in Warmenhuizen het vertrekpunt voor een forse uitbreiding tot in het midden van het land.

Groei was voorwaarde

Luke is er heel duidelijk in: "Groei was mijn voorwaarde om in het bedrijf te komen. Er stond een hele mooie Albert Heijn supermarkt, zeker met de nieuwbouw (destijds ook bekroond als mooiste nieuwbouw). Maar ik wil niet de rest van mijn leven wijden aan het bestaande bedrijf. Dan zou ik me moeten richten op onderdelen van het bedrijf waar niet mijn kracht ligt. We houden dus onze ogen open voor Etos-winkels. Dat hoort men in de branche dan ook. Zo hebben we nieuwe winkels kunnen verwerven. We zitten inmiddels naast Warmenhuizen ook in Zuid-Scharwoude, Nieuwe Niedorp, Tuitjehorn, Spakenburg, Soest en Hilversum."

Waarom de uitbreiding in Etos?

"Etos is natuurlijk een poot van Ahold. Daar zijn ze franchise gewend en daar loopt het ook goed. Die ervaring hadden we al. Albert Heijn blijft een prachtig merk, maar Etos is voor ons op dit moment beter schaalbaar met een aantrekkelijker rendementsprofiel. Bovendien vind ik het interessanter qua besturing."



Je hebt meer verschillende winkels, met verschillende klanten, verschillende teams en verschillende locaties."

Advies centraal

"De Etos-winkels zijn natuurlijk heel anders van karakter dan onze supermarkt. "Wat wordt er aan advies gegeven in een supermarkt? Eigenlijk helemaal niets en bij een Etos is dat nu net datgene waar je je mee onderscheidt. Dus dan is goed opgeleid personeel wel een uitdaging."

"Je moet dus mensen bereid vinden om een opleiding te volgen. Die zijn er gelukkig want heel veel mensen hebben echt passie voor het vak en voor de gezondheid van mensen. En je ziet ook dat de Etos is gewoon een verlengstuk is van de huisarts. Natuurlijk is er de apotheker voor de medicijnen op recept. Maar je ziet dat de mensen snel met een kwaaltje naar de Etos gaan om daar advies te vragen."

Vierde generatie

Luke Beemsterboer (links) is de vierde generatie in de ondernemersfamilie. Samen met zijn moeder Yvonne van Duin is hij eigenaar van ETOS-winkels en een Primera. De Albert Heijn en de Gall zijn eigendom van zijn moeder. Jongere broer Sil combineert het werken in de supermarkt met zijn studie.

Nieuwe markt

"We groeien niet alleen met het aantal winkels, ook in de winkels ontwikkelen we ons. Zo zijn we nu bezig met de introductie van dermacare, dermatologische verantwoorde artikelen. Binnen het drogisterijkanaal was dit tot voor kort nauwelijks aanwezig. Wij gaan daar nu mee aan de slag. Dus gaan we de aankomende maanden ook vrijwel alle winkels verbouwen om daar ruimte voor te maken. Het vraagt immers om een heel nieuw schappenplan en dan kunnen we ook gelijk de winkels weer up-to-date brengen."

Duurzaam

"De supermarkt voldoet aan alle moderne inzichten. Die is immers nog recent. "Als de zon schijnt, zijn we zelfvoorzienend als het gaat om stroom. Er liggen zonnepanelen op het dak. En er zijn tal van andere technieken ingezet om energie te besparen." "De drogisterijen gaan slim om met energie. Daar gaat het eigenlijk alleen om de kassa en verlichting."



Vergeleken met een supermarkt is het veel minder. We zijn wel overal van het gas af en bij de verbouwingen gaat er zo min mogelijk in de container. We proberen zo veel mogelijk materialen opnieuw te gebruiken. Ook dat is duurzaamheid.”

Digitalisering

“De I-pad drogist staat bij drogisterijen ter discussie. Niet bij Luke. “Ja natuurlijk kan dat ons in de supermarkt helpen. Maar ook in onze Etos-winkels. De medewerkers willen het optimale advies kunnen geven. Dat is hun drijfveer. Ik wil dan ook dat onze mensen goed opgeleid zijn en alle kennis onder handbereik hebben. Want de klanten hebben ook al gegoogled als ze binnenkomen. En het is dan juist het persoonlijke gesprek en het advies waar men naar op zoek is. Daar zit de kracht van de medewerkers.”

“We moeten überhaupt als retail op zoek gaan hoe we bepaalde dingen automatiseren. Het aantal mensen die beschikbaar is om te werken wordt niet meer perse meer. Ik verwacht op korte termijn geen robots die de vakken vullen. Maar je kunt wel kijken welke processen je goed kunt automatiseren. En als dat goed gaat, scheelt het veel tijd. Zo vertrouwen wij inmiddels de bestellingen van Etos volledig. Dat heeft de praktijk bewezen. Een tijdwinst van anderhalf tot twee uur per week, per winkel. En het zijn ook met name de (assistent) drogisten die de controles deden. Juist de mensen die je bij uitstek de klantencontacten wil laten doen. Daar zijn ze het meest waardevol.”

En dan noem je steeds Albert Heijn en Etos. Ik hoor je minder over Gall&Gall.

“De Gall draait stabiel als aanvulling op ons AH-assortiment. We zien het ook gewoon als onderdeel van de Albert Heijn. Onze manager service gaat er over. Het pakket van Gall is een mooie aanvulling op de AH. Maar we zien daar niet perse uitbreidingskansen. En wie weet wat de toekomst brengt. Je hoort al zeggen dat alcohol het nieuwe roken is.”



Zorg voor de goede voorwaarden

Talentontwikkeling en de motivatie van medewerkers zijn belangrijk. “Ja, en in het begin dachten wij dat je dus allerlei leuke extra’s moest bieden. Maar eigenlijk begint het gewoon bij de basis. Door de diverse overnames die we hebben gedaan hebben we steeds kunnen leren. Wat is er goed, wat is er minder? Hoe komt het dat dit team zo goed draait? En dan kom je er achter dat je er met name voor moet zorgen dat je arbeidsvoorwaarden heel helder zijn. Iedereen moeten weten waar hij of zij aan toe is. En als je dan ook nog zorgt dat je voorkomt dat er eilandjes ontstaan, ben je al een aantrekkelijke werkgever.”

“En natuurlijk moet je goed opletten wie je in huis haalt. Past een nieuwe medewerkers in het team? Daarbij helpt het ook als je goed contact hebt met je mensen. Die geven dan snel en eerlijk feedback.”

Julie hebben sinds 2023 ook het Super Supermarkt Keurmerk.

“Ja, dat was een bewuste keuze. We willen voor onszelf even goed de thermometer in het bedrijf steken. Hoe staan we er voor? Dat was voor ons eigenlijk belangrijker dan het onderscheid naar de consument al dragen we het Keurmerk wel uit. Door de hele winkel wijzen we op de diverse onderdelen van het keurmerk met de posters en de stickers op de koelwanden.”

Lokaal betrokken

Bij het 80-jarig bestaan van de winkel in 2023 werd een groots pop-festival opgetuigd voor het dorp. Maar dat blijft een uitzondering. “We zijn wel steeds lokaal actief. Vorige week hadden we nog de avondvierdaagse hier. En dan weten we inmiddels ook wat werkt en wat niet werkt. Met die kennis plannen we ook onze lokale activiteiten van al onze winkels voor

het hele jaar in. We zoeken naar manieren om lokaal betrokken te blijven én efficiënt te werken.”

Hoe houd je dan vanuit hier toch de aansluiting met de lokale klanten van je Etos-vestigingen?

“Daarvoor is het van belang dat je goede medewerkers hebt. En juist in drogisterijen zijn de medewerkers echt geïnteresseerd in mensen. Zij geven dagelijks persoonlijk advies. Dus dat helpt enorm.”

Groei geeft vrijheid

“Vijf jaar geleden deden we nog alles zelf. Wij stonden op de vloer, er was geen management, wij waren gewoon management. Maar dat kan je niet volhouden als je wilt groeien. Dus toen het nieuwe bestuursmodel van AH kwam, hebben we dat gelijk ingevoerd. We hebben nu drie sterke managers op de vloer en mijn broer Sil groeit ook verder in die rol. Voor de Etos-winkels hebben we een operationeel manager aangesteld. Dat kunnen we doen omdat we de goede omvang daarvoor hebben. Zo’n manager kan je niet aanstellen voor twee winkels. Als je de goede schaal hebt dan kan je een plek creëren.”

“Daardoor hebben wij nu de ruimte om ons te concentreren op waar wij goed in zijn. Voor mijn moeder is dat het commerciële spel, het binnenhalen van de klanten. Ikzelf ben meer van de operatie en de efficiëntie. Wij vullen elkaar dus perfect aan.”



Dag van het Vakcentrum
13 mei 2025

Retail
Transformeert



Onvoldoende ruimte voor noodzakelijke investeringen

Lage marges zetten toekomst winkeliers onder druk

Lage marges als gevolg van steeds oplopende kosten en regelgeving zetten de toekomst van zelfstandig winkeliers onder druk.

Om toekomstbestendig te worden is het noodzakelijk dat de ondernemers investeren in verduurzaming, digitalisering en de talentontwikkeling van medewerkers.

Nu het verdienmodel onder druk staat is er bij veel ondernemers geen ruimte voor deze investeringen.

‘Er is ondersteuning nodig als we in de toekomst nog een veerkrachtige detailhandel willen hebben’, dat stelden de leden van het Vakcentrum tijdens hun algemene ledenvergadering op dinsdag 13 mei.



1,7 miljard per jaar extra investeren

Onderzoek geeft aan dat Nederlandse winkeliers de komende jaren (tot 2030) zo'n €1,7 miljard per jaar moeten investeren in verduurzaming, digitalisering en talentontwikkeling. Dat is zo'n 1,2% van de omzet. Bij veel winkeliers ligt de huidige nettomarge niet veel hoger dan die 1,2%. De marges staan al geruime tijd onder druk door toenemende kosten van personeel, huur, energie en inkoop. Wanneer in de toekomst het jeugdloon wordt aangepast, heeft dit al snel (wanneer het wordt doorgerekend) een effect van zo'n 2% op de boodschappen!



Wanneer gaan we eindelijk eens praten over het ondernemerswelzijn? Dat is er dus niet. We hebben het respect nodig van de nationale politiek voor de positie die we hebben als retail en wat we doen voor de maatschappij.

Patricia Hoogstraaten

Patricia Hoogstraaten, directeur Vakcentrum: “Onze leden geven aan dat het steeds lastiger wordt het hoofd boven water te houden. Dat zit in oplopende kosten op tal van fronten ook naast de huur, de lonen, de energieprijzen. Het gaat ook om de lokale ozb of nieuwe maatregelen rond dierenwelzijn, van extra kosten rond cybersecurity tot strengere eisen en dus hogere kosten van de toetsing van de arbeidsomstandigheden. Ondernemers hebben het gevoel dat het maar blijft stapelen.”

Kabinet moet echt aan de slag

Tijdens de aansluitende congresmiddag onderstreepte Leendert Jan Visser, directeur van MKB Nederland, de woorden van Patricia Hoogstraaten: “We krijgen uit meerdere sectoren te horen dat het niet meer rond te rekenen is. In het hoofdlijnenakkoord staan zaken die verbetering kunnen brengen, maar het probleem is dat er geen concrete voorstellen naar de Tweede Kamer komen. Het schort aan daadkracht. Terwijl er echt iets moet gebeuren. Het nettoloon voor werknemers moet omhoog, zonder dat de loonkosten voor de werkgever stijgen. Ondernemen moet ook lonen. Hoe kan het zijn dat een ondernemer over zijn inkomen meer belasting betaalt dan een werknemer?”

Weerbaarheid kost ook geld

De kosten verbonden aan de verbetering van de weerbaarheid komen er nog eens bovenop. Hoogstraaten: “We moeten ons als maatschappij voorbereiden



In Brussel willen ze dat het personeel van de franchisenemer onder de verantwoordelijkheid valt van de franchisegever. Hoe kunnen ze dat bedenken?

Bram de Jong

op crisissituaties. Dat betekent dat we niet alleen noodpakketten in huis moeten hebben maar dat ondernemers zich ook moeten voorbereiden. Wat kan er nog als de stroom of het internet uitvalt? Dat vraagt enerzijds investeringen waarmee de schade enigszins beperkt wordt, anderzijds moeten ondernemers ook een buffer kunnen opbouwen om een tijdelijke sluiting op te vangen. De meeste winkeliers met een supermarkt geven aan dat ze de deuren zullen sluiten wanneer er een crisissituatie ontstaat.

Angst voor plunderingen en hamsteren zijn hier debet aan.” Ongeacht de branche waarin een winkel actief is, geven de Vakcentrumleden aan dat zij onvoldoende inzicht hebben in de mogelijke risico's, te beperkte budgetten hebben om maatregelen te nemen en dat het onduidelijk is waar hulp gevraagd kan worden. Zij dringen er bij de overheid op aan om op korte termijn te komen met gerichte voorlichting, fiscale stimulansen en goed georganiseerde publiek-private samenwerking.

Actieprogramma Retail in transitie

Omdat winkeliers de noodzakelijke extra investeringen in verduurzaming, digitalisering en talentontwikkeling niet alleen op kunnen vangen, is het actieprogramma Retail in Transitie opgezet. Op initiatief van werkgevers- en werknemersorganisaties zoals Vakcentrum en CNV, is een 'roadmap' uitgewerkt die onder andere voorziet in een effectieve samenwerking tussen brancheorganisaties, overheden en onderwijs.

Retail Transformeert

Hoogstraaten: “Voorheen waren we hierover met name in gesprek met de minister van Economische Zaken. We gaan dat verbreden. We gaan ook andere ministeries zoals Klimaat en Groene Groei en Infrastructuur en Milieu hierbij betrekken.”

“De samenwerking met het onderwijs in het kader van onderzoek en innovatie is een gegeven en binnen de retailagenda wordt de gezamenlijke ambitie van publieke en private partners verder geactiveerd. Zo kunnen we bereiken dat we samen zo effectief mogelijk werken aan de drie transities en zoveel mogelijk kosten besparen. Dit is belangrijk omdat een steeds groter wordend deel van het MKB veelal niet de ruimte heeft om extra aanvullende investeringen te doen.”

De winkeliers verdienen ondersteuning gezien hun belangrijke rol. Naast hun economische waarde leveren zij een onmisbare bijdrage aan de vitaliteit en leefbaarheid van steden, dorpen en kernen.

We houden ons ook bezig met zaken die onze leden nooit merken. Zoals de CSRD. Wij zijn het eens met de uitgangspunten, maar de uitwerking was gewoon slecht. Dat is nu aangepakt.

Bram de Jong

Algemene Ledenvergadering Vakcentrum

Tijdens de Dag van het Vakcentrum vond ook de Algemene Ledenvergadering plaats. Tijdens de ALV werden het jaarverslag, de financiële verantwoording en de begroting van het Vakcentrum goedgekeurd.



Benoemingen

Tijdens de ALV op de Dag van het Vakcentrum zijn benoemd:

als nieuw lid van het
Hoofdbestuur:

Martin de Kruijf
(Jumbo Odijk)

herbenoemd in het
Hoofdbestuur zijn:

Annie Harmsen en **Pieter Tent**.

als lid van het branchebestuur
Foodspecialiteiten is
herbenoemd:

Astrid Willems.

De Dag van het Vakcentrum werd mede mogelijk gemaakt door:



JUMBO



VAN TOL Checkpoint

WORLDLINE

Retail Transformeert

Samen verduurzamen: “niet kiezen, maar doen”

Tijdens de Dag van het Vakcentrum stond verduurzaming van winkelvastgoed prominent op de agenda. Larissa Staal, director Asset Management bij Albert Heijn Real Estate (Ahold Delhaize), deelde samen met collega Tom de Vries hoe de supermarktketen werk maakt van duurzaamheid. Hun boodschap was duidelijk: verduurzaming is geen keuze, maar een gezamenlijke verantwoordelijkheid.

Albert Heijn pakt verduurzaming integraal aan. Het verduurzamen van panden gaat hand in hand met regulier onderhoud en het moderniseren van winkels. Denk aan verbeterde isolatie, lichtgewicht zonnepanelen, regenwaterbeheer en zelfs emissievrije bevoorrading. In Naaldwijk werd een hele winkel herontwikkeld met duurzame materialen én een waterdoorlatende parkeerplaats.

Samenwerking cruciaal

Maar alleen het eigen vastgoed verduurzamen is niet genoeg. Verreweg de meeste supermarktondernemers huren hun winkelpand, en dan begint het pas echt. Staal wees op het belang van een goede samenwerking tussen huurders en verhuurders. Institutionele beleggers blijken vaker bereid om in duurzaamheid te investeren dan particuliere eigenaren, die de urgentie soms minder voelen of geen financiële ruimte hebben. Toch mag dat volgens Staal geen excuus zijn voor stilstand: “Wil een verhuurder niet verduurzamen? Ga dan toch het gesprek aan en wees creatief.”



Wie betaalt wat?

Daarbij rijzen ook praktische vragen: wie betaalt wat? “Ik vind dat de binnenkant van het pand de verantwoordelijkheid van de huurder is. De verhuurder moet op zijn beurt investeren in het casco,” aldus Staal. In de praktijk blijkt dat verdeling echter lang niet altijd vanzelfsprekend. De sleutel ligt dan in het vinden van win-winsituaties. Denk aan een langere huurtermijn als tegenprestatie voor een investering, of het beschikbaar stellen van ongebruikte ruimte boven de winkel voor verhuur aan derden.”

En wanneer?

Ook de timing is belangrijk. Is het dak aan vervanging toe? Dan is dat hét moment om bijvoorbeeld zonnepanelen te plaatsen. Door vooruit te kijken, kunnen kosten én overlast beperkt worden. Zo blijven verduurzamingsmaatregelen haalbaar én betaalbaar.

Alle maatregelen aan en in het pand hebben direct invloed op de bedrijfsvoering en moeten dus goed worden afgestemd tussen huurder en verhuurder.

Samen Duurzamer

Het Vakcentrum en het CBL lanceerden samen met andere brancheorganisaties de campagne ‘Samen duurzamer’. Daarmee stimuleren zij samenwerking tussen huurders en verhuurders. Het Retail Inspiratiedocument Duurzaamheid biedt hierbij praktische voorbeelden en handvatten voor iedereen in de retail.

De oproep van Larissa Staal is duidelijk:

“We kunnen dit alleen samen. Blijf met elkaar in gesprek, want alleen zo maken we winkelvastgoed écht toekomstbestendig.”

Retail Inspiratiedocument Duurzaamheid

Samen werken aan de winkel



Retail Inspiratiedocument Duurzaamheid

Het Retail Inspiratiedocument Duurzaamheid is beschikbaar op de website.

www.vakcentrum.nl/inspiratiedocument

Hoe zorg je er voor dat de medewerkers het beste van zichzelf geven?

“Onze retail is in volle transitie. Die transitie heeft niet alleen gevolgen voor onze zaakvoerders, maar ook voor de winkelmedewerkers. Als we ons willen blijven onderscheiden van zowel de online als offline concurrentie, dan kan de rol en bijdrage van onze medewerkers nauwelijks onderschat worden. Hoe kunnen we ervoor zorgen dat die bereid zijn om de noodzakelijke extra mijl te lopen? Vooral voor zelfstandige servicegerichte retailers is het van doorslaggevend economisch belang dat we de juiste mensen kunnen rekruteren en houden. Maar het is eveneens, in het kader van MVO of duurzaam ondernemen, de verantwoordelijkheid van elke werkgever om onze medewerkers alle kansen te geven zowel professioneel als persoonlijk te groeien.”

Luc Ardies is directeur van onze Belgische zusterorganisatie Buurtsuper.be, voorzitter van het opleidingscenter PMO en auteur van het boek ‘De Motivatiecodex’ dat binnenkort verschijnt (zie www.vakcentrum.nl/dagvanhetvakcentrum).



De bijdrage van Luc Ardies in citaten:



Het gaat om vinden, binden en motiveren



We kennen allemaal de Piramide van Maslow. Maar weet dat het topje van de piramide, ‘zingeving’, pas veertig jaar na de publicatie van het oorspronkelijke model is toegevoegd (en ook niet in alle modellen wordt meegenomen).



Ons leven draait niet om leuk, leuker, leukst maar om zingeving. Zeg maar de MEERwaarde. Je bent als ondernemer de lokale animator voor dorpen, buurten, gemeenschappen.



Een job in de retail is maatschappelijk relevant.



Informaliseer het sollicitatiegesprek. Dan krijg je niet de sociaal wenselijke antwoorden. Loop met de sollicitant eens een rondje door de winkel en praat dan met elkaar.



Zoek uit waar mensen voor staan.



Mensen zijn tegen verandering.



Onderwijs is gericht op kennis, kennis en kennis. Maar de schooluitval groeit en we sturen mensen met een rugzak vol gedeukt zelfvertrouwen de arbeidsmarkt op.



Jullie, als ondernemers geven mensen de kans succes te ervaren. Ik dank jullie daarvoor en feliciteer jullie daarmee. Dat is echt maatschappelijk verantwoord ondernemen. Dat blijft te vaak onderbelicht.

AI: geen tovertruc, maar iets dat u móet begrijpen

Tijdens de Dag van het Vakcentrum namen Matthijs Akkenaar en Hans Kazàn ons mee in de wereld van AI. Wat eerst klonk als magie – systemen die zelfstandig leren, denken en voorspellen – bleek bij nader inzien vooral een kwestie van kennis en bewust omgaan met technologie. In dit artikel lees je waarom AI-geletterdheid geen luxe is, maar een noodzaak voor elke ondernemer. Want of je nu in food of non-food werkt: AI is al onderdeel van uw werk – vaak zonder dat u het doorheeft.



Slimme technologie zit tegenwoordig in alles: uw telefoon, uw kassa, uw webshop en zelfs uw marketingtools. Vaak werkt daar kunstmatige intelligentie (AI) onder de motorkap. AI bepaalt wat uw klanten te zien krijgen, wat u moet inkopen en hoe u aanbiedingen doet. Handig – maar hoe weet u nog wat er écht gebeurt? Daarom is AI-geletterdheid belangrijk. Het betekent dat u snapt wat AI is, hoe het werkt, en wat de invloed ervan is op uw winkel, uw klanten en hun privacy. Want AI verandert niet alleen de grote bedrijven – het verandert ook uw werk in de winkelstraat.

Wat is AI-geletterdheid?

AI-geletterdheid betekent dat u:

- Begrijpt wat AI is, hoe het leert en keuzes maakt;
- Ziet waar AI gebruikt wordt in systemen die u dagelijks gebruikt;
- Weet welke data u prijsgeeft – en wat daar mee kan gebeuren;
- Bewuste keuzes kunt maken over het gebruik van AI in uw bedrijf.

U hoeft geen ICT'er te zijn om AI te begrijpen. Maar net als met een auto: u hoeft hem niet te kunnen bouwen, wél weten hoe u hem veilig bestuurt. AI is te belangrijk geworden om u er niet in te verdiepen.

Waarom is dit belangrijk voor leden van het Vakcentrum?

Ondernemers in de retail krijgen steeds meer te maken met slimme systemen:

- Online kassa's met verkoopvoorspellingen;
- Webshops die gepersonaliseerde aanbevelingen doen;
- Social media die advertenties automatisch laten draaien;
- Apps die klantgedrag analyseren.

Die systemen gebruiken vaak gegevens van u of uw klanten. Denk aan aankoopgeschiedenis, voorkeuren, of zelfs gezichten op camerabeelden. Als u niet weet hoe die data gebruikt worden, kunt u ook niet goed kiezen of het wel bij uw bedrijf past.

Ook wordt wet- en regelgeving strenger. Als ondernemer moet u straks misschien kunnen uitleggen hoe AI-systemen in uw winkel werken. Of uw klanten informeren over het gebruik van hun gegevens. Dan is het fijn als u weet waarover u praat.

Wat kunt u doen?

Het Vakcentrum moedigt ondernemers aan om zich te verdiepen in AI-geletterdheid. Dat kan op een laagdrempelige manier. Bijvoorbeeld met het programma 'Aan de slag met AI-geletterdheid', dat speciaal is ontwikkeld voor het mkb.

Daar leert u onder andere:

- Wat AI is, in begrijpelijke taal;
- Welke kansen het biedt voor uw winkel;
- Waar u op moet letten bij privacy en ethiek;
- Hoe u vandaag al slimme stappen kunt zetten.

Meer weten of starten met AI-geletterdheid?

Ga naar www.vakcentrum.nl/ai voor meer informatie.

Belangrijk voor Vakcentrum-leden: voorkom dat Meta AI jouw gegevens gebruikt

Veel leden van het Vakcentrum gebruiken Facebook of Instagram om hun winkel te promoten of klanten te bereiken. Maar let op: Meta, het moederbedrijf van deze platforms, wil vanaf 27 mei 2025 uw berichten, foto's en reacties gebruiken om hun AI te trainen.

Wilt u dit niet?

Maak vóór 27 mei bezwaar via uw profielinstellingen op Instagram of Facebook.

U vindt het bezwaarformulier op de websites van deze platforms. Log wel eerst in om het formulier te zien.

Als u niets doet, stemt u automatisch in.

Congres foodspecialiteitenwinkels

Van groei naar duurzaam succes, toekomstbestendige vers- en biospecialisten

Het Vakcentrum heeft onderzoek laten doen naar ondernemers, succesfactoren en toekomstscenario's voor versspecialisten. Erik Brouwer (clustermanager bij SEO economisch onderzoek en hoogleraar Nyenrode Business University) presenteert de resultaten.

U krijgt antwoord op vragen als:

- Wie zijn de ondernemers en wat typeert hen?
- Hoe opereren koplopers en wat kunnen we hen leren?
- Welke trends en toekomstscenario's komen op ons af?
- Wat zijn de praktische aanbevelingen om uw onderneming toekomstbestendig te maken?

De resultaten van het onderzoek worden besproken met een panel van drie collega-ondernemers. Zij vertalen de resultaten naar de dagelijkse praktijk.

Maike de Reuver (hoofdredacteur bij trend- en mediaplatform Food Inspiration) deelt haar visie op de ontwikkelingen, foodtrends en voedselinnovaties.

Kortom een informatieve en inspirerende congresmiddag.

Congres Van groei naar duurzaam succes

Maandag 2 juni 2025

16.00 uur: start

18.00 uur: napraten met borrel

(Vakcentrumleden met een foodspecialiteitenwinkel kunnen aansluitend het Branche-event bijwonen)

Aanmelden voor het congres kan via www.vakcentrum.nl/foodcongres

Branche-Event Foodspecialiteiten

Op 2 juni vindt ook het jaarlijkse Branche-Event Foodspecialiteiten plaats. Tijdens deze feestelijke avond worden de winnaars van de Nationale competitie bekend gemaakt. Dit jaar worden de titels bekend gemaakt van:

- Nederlands Beste Foodspecialiteitenwinkel;
- Nederlands beste Foodspecialist Kaas van de boer;
- Nederlands beste Foodspecialist Noten.

De bijeenkomst wordt gepresenteerd door Jan Versteegh. Rolf Sanchez treedt op tijdens het event.



Vanzelfsprekend kan ook ditmaal weer worden genoten van een uitgebreid kaasbuffet en bij diverse foodcorners.

Branche-event Foodspecialiteiten

Maandag 2 juni 2025

18.30 uur: ontvangst

19.00 uur: start programma

23.00 uur: afsluiting

Aanmelden voor het Branche-Event kan via www.vakcentrum.nl/branche-event

Bestel gratis entreekaarten

Maison&Objet, nu met Cook&Share

Van 4 t/m 8 september vindt in Parijs de non-food vakbeurs Maison&Objet plaats, nu inclusief de sector Cook&Share. Door afspraken met de beursorganisatie kunnen Vakcentrumleden gratis entreekaarten (ter waarde van € 80) krijgen.

Bij de najaarseditie van Maison&Objet staan zes sectoren centraal: Cook&Share, Decor&Design, Craft, Fragrance&Wellness, Fashion&Accessories en Gift&Play. Tevens zijn er educatieve en creatieve sessies en presentaties waar u altijd veel inspiratie van krijgt.

Bestel nu uw gratis entreekaarten via www.gemengdebranche.nl/acties. De kaarten zijn alle dagen van de beurs geldig. Er geldt een maximum van vier kaarten per adres. Voorafgaand aan de beurs ontvangt u een e-mail met daarin een code waarmee u op de website van de beurs uw gratis entreekaart(en) kunt downloaden.



Ledenvoordeel: De kracht van led

De juiste verlichting is een belangrijk element voor een betere omzet in uw winkel. Goed licht zet uw producten letterlijk in het zonnetje en verhoogt de veiligheid in en rond uw winkel.

Led-verlichting heeft daarbij nog extra voordelen zoals een aanzienlijke besparing op energie (en dus minder CO2 uitstoot) en een mooie kleurweergave zonder extra warmte die uw producten kan aantasten.

Leden van het Vakcentrum kunnen daarbij ook nog voordelig investeren in Ledverlichting. Onze partner Saled biedt ook de mogelijkheid bestaande armaturen om te bouwen, zodat het niet nodig is het volledige verlichtingssysteem te vervangen.

Vakcentrumleden krijgen een korting van 25% op de materialen.

Meer informatie:
www.vakcentrum.nl/led



Agenda

02-06-2025:

Presentatie Benchmark onderzoek 'Van groei naar duurzaam succes'

02-06-2025:

Branche-Event Foodspecialiteiten

12-06-2025:

DNWS congres Centrum&Schil: de moderne agora in Deventer

17-06-2025:

Aanvullende trainingsdag Interne Vertrouwenspersoon gericht op certificering

24-06-2025:

Inspiratieavond voor Vers winkeliers

vakcentrum.nl/agenda

Vakcentrum feliciteert...

Familie Bruinsma met het 40-jarig bestaan van Bruinsma kaas, noten en wijn in Lemmer.

Lammert & Marjan Boonstra met het 20-jarig bestaan van Spar Boonstra in Dokkum.

Inger Wolters met het 18-jarig bestaan van Hunnie Kinderwinkel in Rotterdam.

Erik Heinen als nieuwe eigenaar van Eriks Delicatessen Watergraafsmeer per 7 april.

Daphne Duister als nieuwe eigenaar van Zuivelhoeve Den Bosch per 1 mei.

Ger Lubbers met de heropening van Plus Lubbers in Groningen op 7 mei.

John Bolle met de heropening van Gewoon CoopCompact in Oosterland op 14 mei.

Frans Mourik met de heropening van Plus Mourik in Kruiningen op 15 mei.

Jacco Kat met de heropening van Albert Heijn Kat in Den Helder op 20 mei.

Paul & Marjon Houben met de heropening van Jumbo Maarheze op 28 mei.

Certificering SSK

- Jumbo Marktstraat, Meppel
- Jumbo Nootweg, Loosdrecht
- Jumbo Ruyter, Leeuwarden
- Jumbo Verboom, Amsterdam
- PLUS Kant, 's-Hertogenbosch
- PLUS Van der Vliet, Waardenburg

