

augustus 2025



Drogist kan zorgketen ontlasten

Gerben Boogaard



3 Vijf lessen voor
voedselspecialzaken



6 Lokale ondersteuning
in heel Nederland



7 Uw website en de
toegankelijkheidswet

Traditioneel innovatief,



dat is de zelfstandige winkelier! Vorige week werd dat weer bewezen. Ik was te gast bij de heropening van de Jumbo Plemp in Landsmeer. Een familiebedrijf dat daar al meer dan 80 jaar een supermarkt exploiteert. De familie van Johan Plemp was dan ook uitgebreid aanwezig: zijn echtgenote en drie zoons, zijn vader, die vroeger altijd op de Dag van het Vakcentrum aanwezig was, en nog veel meer leden van de familie Plemp. Traditiegetrouw stonden zij, een uur voor de opening de recente ervaringen uit de afgelopen drie wekenverbouwing uit te wisselen met mensen vanuit het Jumbo hoofdkantoor, de bouwers, collega's en heel veel medewerkers. Dergelijke gesprekken vonden ook voor de nog gesloten deuren van de winkel plaats, tussen klanten en familieleden van de medewerkers die niets wilden missen.

Iedereen had zijn steentje bijgedragen aan het project om alle ideeën van Johan, die soms pas tijdens de verbouwing ontstonden, uit te voeren. Op het gebied van duurzaamheid zijn veel innovatieve stappen genomen en ook op het gebied van de winkelinrichting. Veel leek bijna onmogelijk, maar het is allemaal gelukt. En zoals altijd (traditioneel dus) heeft Johan breder gedacht dan alleen de eigen winkel. Het hele winkelcentrum is meegenomen. Tenslotte zit continue innovatie in de genen van de ondernemer als deze de kans krijgt om het uit te voeren.

Dat geldt ook voor de partners met wie wordt samengewerkt, de formulehouder die ook continu innoveert en met zeer technologisch geavanceerde systemen werkt om een goede, duurzame bevoorrading van winkel te garanderen.

En last but not least zijn medewerkers, die hun familieleden meenemen in de ontwikkelingen van 'hun' winkel. Niet af en toe, sommigen al 35 jaar! Een team dat ervoor zorgt dat Johan ook nog veel uren kan besteden aan de verdere versterking van het Jumbo ondernemerschap. Traditioneel staat goed werkgeverschap ook hoog in het vaandel geschreven.

Die zelfstandig ondernemer heeft een belangrijke economische waarde voor de maatschappij, maar zeker ook een sociale. Hij investeert niet alleen in de totale locatie waar de winkel zit, maar houdt met zijn team de hele buurt schoon en veilig. Die, net als zijn voorgangers ook investeert in het welzijn van de buurtbewoners. Niet alleen heel zichtbaar door sponsoring van een sportclub, maar ook individuele steun aan personen die even iets extra's nodig hebben. Dat hoeft overigens niemand te weten, dat hoort er gewoon bij.

Samen met honderden collega-supermarkteigenaren wordt al jarenlang iedere dag gewerkt aan MEERwaarde voor de klanten, de medewerkers, de omgeving. Omdat ze dat normaal vinden omdat ze onderdeel van de maatschappij. Die inzet wordt erkend met het Super Supermarkt Keurmerk.

De ondernemers doen dat met hun eigen geld en voor eigen risico. Dat vraagt lef, dat vraagt voortdurend investeren en innoveren. Dan verdien je een gelijk speelveld. Zeker op het gebied van minimum arbeidsvoorwaarden. Daarom wordt er een cao afgesloten. Die moet gerespecteerd worden. Het kan niet zo zijn dat een partij zich, onder het mom van innovatie, onttrekt aan deze regels.

Iedere supermarkt, zelfstandig of filiaal van een van de grote formules, al dan niet op wielen, dient zich te houden aan de regels van het spel. Regels die met regelmaat samen worden afgesproken en helder zijn. Ook rechters hebben zich daarover onlangs heel duidelijk uitgesproken.

Ik blijf me dan ook inzetten voor dat gelijke speelveld. Zo'n feestje als hierboven beschreven levert daarvoor extra energie op. Op dit moment zet ik die energie in voor contacten met de ACM, de ministeries van Economische Zaken en Sociale Zaken en Werkgelegenheid, de vakbonden en de Tweede Kamerleden met het oog op het CAO dispensatieverzoek van Picnic.

Dat doe ik met een bevlogenheid, die recht doet aan het zelfstandig ondernemerschap en de MEERwaarde van al onze leden. Met respect voor onze sector, want die is bewezen traditioneel innovatief.

mr. Patricia E.H. Hoogstraaten RAE
directeur

Koplopers onder voedselspecialzaken tonen: focus en kwaliteit maken het verschil

Benchmarkstudie onthult succesfactoren voor toekomstbestendige specialzaken

Wat maakt een voedselspecialzaak succesvol? Hoe toekomstbestendig zijn specialzaken in een snel veranderend retaillandschap? Een nieuwe benchmarkstudie van SEO Economisch Onderzoek – in opdracht van het Vakcentrum, Koninklijke Nederlandse Slagers (KNS) en de Vereniging van Nederlandse Visspecialisten (VNV) – brengt het in kaart. De opvallende conclusie: het zijn niet de grootste of meest vernieuwende specialzaken die het meest succesvol zijn, maar juist de meest consistente. Deze zogenoemde ‘koplopers’ onderscheiden zich door scherpe keuzes, vakmanschap en een consequente focus. Hun succes is geen toeval maar het resultaat van doelgericht en bewust ondernemerschap.

Specialzaken spelen sleutelrol in winkelstraat én samenleving

Voedselspecialzaken leveren niet alleen kwaliteit en service, maar dragen ook bij aan een divers en duurzaam voedselaanbod in de buurt. Maar tegelijk staan ze onder druk: stijgende kosten, personeelstekorten en veranderend consumentengedrag dwingen tot scherpere keuzes.

Prijsstrategie: kwaliteit mag wat kosten

In plaats van prijsconcurrentie kiezen koplopers voor een strategie gebaseerd op kwaliteit, exclusiviteit en merkwaarde. Klanten zijn bereid meer te betalen – mits de beleving en het vakmanschap dit rechtvaardigen. Een te lage prijs kan zelfs schadelijk zijn voor het imago van de producten of de winkel.



Niet harder werken, maar slimmer werken.

De onderzoekers

Winst per medewerker belangrijker dan winkelloppervlakte

Koplopers halen gemiddeld een jaaromzet van bijna een miljoen euro met slechts zeven fte. Dat is goed voor een winst van ruim €25.000 per medewerker – bijna tien keer zoveel als gemiddeld in de sector. Het geheim? Geen overdaad aan personeel of vloeroppervlak, maar een efficiënte bedrijfsvoering waarin elke medewerker waarde toevoegt.

“Het draait niet om het grootste team of de grootste winkel, maar om maximale waarde per persoon,” aldus de onderzoekers.

Strategisch gevestigd en klantgericht ingericht

Koplopers kiezen bewust voor een strategische locatie – vaak in binnensteden of levendige wijkcentra – en zijn minder afhankelijk van toevallig winkelend publiek of supermarktbezoekers. In plaats daarvan bouwen ze aan een trouwe klantenkring. Hun winkels zijn kleiner (gemiddeld 79 m²), overzichtelijk en gericht op een kernassortiment dat past bij hun identiteit.

Kwaliteit boven kwantiteit – in assortiment én personeel

Koplopers onderscheiden zich door een focus op kwaliteit, exclusiviteit en merkwaarde. Tegelijk investeren deze ondernemers in hun team: vaste contracten, betere arbeidsvoorwaarden en laag personeelsverloop zorgen voor stabiliteit, betrokkenheid en herkenning op de winkelvloer.

Geen marketingmachines, maar sterke reputaties

Waar andere ondernemers inzetten op zichtbaarheid via sociale media, campagnes of influencers, bouwen koplopers aan hun reputatie via beleving in de winkel, mond-tot-mondreclame en klantvertrouwen. Duurzaamheid is een vanzelfsprekend onderdeel van de bedrijfsvoering – zoals lokaal inkopen of verspilling tegengaan – maar wordt zelden als los verkoopargument gebruikt.

TOEKOMSTBESTENDIGE SPECIALZAKEN

EEN BENCHMARKSTUDIE

RAPPORTAGE

SEO • economisch onderzoek

AUTEURS
Erik Brouwer, Jeroen Content, Elene Lenders

IN OPDRACHT VAN
Vakcentrum, Koninklijke Nederlandse Slagers (KNS), Vereniging van Nederlandse Visspecialisten (VNV)
Amsterdam, juli 2025

Vijf lessen voor de sector

Deze studie brengt op basis van enquêtes, CBS-data, gesprekken en clusteranalyse in kaart wat koplopers anders doen dan hun collega's – en wat andere ondernemers daarvan kunnen leren.

De benchmarkstudie identificeert vijf succesfactoren van koplopers:

1. Consistente keuzes en heldere identiteit
2. Hoge omzet en winst per fte
3. Bewuste locatiekeuze met kruisbestuiving
4. Sterk personeelsbeleid gericht op continuïteit
5. Klantgerichtheid en kwaliteit als prijsstrategie

Lees het rapport:

vakcentrum.nl/SEO-specialzaken



Drogist kan zorgketen ontlasten

De kosten van de zorg “lopen de spuigaten uit”. “Maar als we als drogisten ons vak serieus blijven nemen, kunnen wij de huisarts en dus de zorgketen ontlasten.” Dat stelt Gerben Boogaard, drogist in Amsterdam en betrokken bestuurder. We spraken Gerben in zijn DA- winkel in Amsterdam Oud-Zuid. Over ondernemen, over de branche en over brancheondersteuning.

Gerben realiseert zich tijdens het gesprek dat hij inmiddels ruim 25 jaar drogist-ondernemer is. Hij deed een HEAO-studie en een drogistenopleiding naast het werk bij zijn vader in de apotheek-drogisterij-combinatie in Uithoorn. Na de opleiding ging hij aan de slag bij een automatiseerder met veel DA's als klanten. Daar hoorde hij over locaties waar hij eventueel voor zichzelf kon beginnen.

“Dat leek mij wel wat. Ik kom toch wel uit een ondernemend gezin. Mijn vader was apotheker, mijn oudste broer is apotheker en mijn twee andere broers zijn ook ondernemer.” In 1999 opende hij zijn eerste winkel op de Bilderdijkstraat in Amsterdam, daarna volgden de winkels achtereenvolgens in de Cornelis Schuytstraat, Olympiaplein en Beethovenstraat. Tegenwoordig concentreert hij zich helemaal op de Cornelis Schuytstraat.

“Dat geeft mij nu ook de mogelijkheid om mijn kennis en ervaring breder in te zetten. Ik heb de opleiding voor commissarissen en toezichthouders gedaan aan de Erasmus-universiteit in Rotterdam. Dat komt goed van pas bij mijn rollen bij de DA-franchiseneemersvereniging en het Centraal Bureau Drogisterijbedrijven. Ik heb ook in het bestuur van MKB-Amsterdam gezeten en in de Retail Adviescommissie Noord-Holland Zuid.”

Steeds sneller schakelen

De grootste verandering in het ondernemen is volgens Gerben de planningshorizon. “Toen ik startte in 1999 maakte ik nog plannen voor

zeven acht of tien jaar. Ik heb nu het idee dat ik bijna voor het komende jaar niet eens meer kan plannen, want er gebeurt altijd wel iets, wereldwijd. Daar staat tegenover dat je ook wel heel snel kunt reageren als er zich kansen voordoen.

Niet verkopen maar luisteren

Terug naar de winkel. Wat is jouw rol als drogist vandaag de dag?

“Die rol is natuurlijk mede afhankelijk van de locatie. We hebben over het algemeen hier in de buurt goed opgeleide mensen. Dus je moet over veel kennis beschikken om goed advies te kunnen geven. Als je goed luistert naar de klant, is verkopen ‘een passend advies’. Daarnaast heb ik echt keuzes moeten maken in het assortiment, mede door de beperkte oppervlakte van mijn winkel. Ik heb maar 80 vierkante meter, terwijl de meeste schappenplannen uitgaan van 140 of 150 vierkante meter. Dus heb ik bijvoorbeeld geen geuren.

Daarvoor kan men makkelijk naar een parfumerie in de buurt.

Wij voeren een zeer ruim assortiment geneesmiddelen en werken alleen met kwalitatieve goede vitamines en voeren bijna geen synthetische vitamines. Ook focus ik mij zoveel mogelijk op onderscheidend assortiment waaraan wij met onze kennis in de winkel iets toe kunnen voegen.”

Prijsvchter of Meerwaarde?

“Het bijzondere van onze branche is ook dat wij een prijsvechter als marktleider hebben. Dat zie je nergens anders. Daar kunnen we ook niet tegenop. En dat wil ik ook niet. Wij hebben een ander bedrijf. Wij kennen onze klanten, wij luisteren en adviseren. Daarmee speel je een belangrijke rol in de buurt. Ook als het gaat om de sociale samenhang, de sfeer, de veiligheid. Dat zijn zaken die je als ondernemer kunt toevoegen.”



Ontzorgen van de zorg

“De retail in het algemeen heeft het zwaar, met hoge huren, personeelskosten etc. De marges staan onder druk. Dat geldt ook voor de drogisterij. En de consument koopt ook anders. Het is niet meer zo dat als moeder de luiers komt kopen, ze ook veel andere aankopen doet. Het gaat veel gericht, veel meer op basis van acties. Die heb je wel nodig om je klanten in de winkel te krijgen en dan moet je vervolgens zorgen voor het goede winkelspel.”

“Maar ik zie wel grote kansen voor de drogisten. Ik ben ervan overtuigd dat wij kunnen helpen de zorgketen te ontlasten. Wij kunnen van grote waarde zijn in de nulde/ halve-lijns zorg. Veel vragen die bij de assistent van de huisarts binnen komen kunnen wij heel goed beantwoorden. Dan moeten we wel een constante hoge kwaliteit in onze branche garanderen. Dus goede nascholing en een goede certificering (al is die niet verplicht). Dan worden we serieus genomen.”

Verkopen is ‘een passend advies’

“De discussie rond antischimmelmiddelen speelt nu. Mogen die nog door een drogist worden verkocht of moet dat naar de apotheek? En dan is het voor ons als drogisten lastig omdat dit een Europese discussie is. Eigenlijk is Nederland het enige land waar drogisten geneesmiddelen mogen verkopen. Elders in Europa kent men dat niet. Dus is het zaak dat we in Brussel onze boodschap kwijt kunnen. Daarom ben ik ook blij dat ook het Vakcentrum zich inzet voor drogisten. Die kennen de weg in Brussel.



Je noemt het Vakcentrum, waarom ben je lid?

“Ik kwam met het Vakcentrum in aanraking via het Franchisenemers Netwerk Nederland (FNN). Dat ken ik weer via de DA-franchisevereniging. Ik had voor FNN diverse malen met mensen van het Vakcentrum samengewerkt en merkte dat daar veel specialisten zitten. Niet alleen als het gaat om franchise maar ook voor personeelsvraagstukken, juridische kwesties en zo. Het is een grote club met invloed. Ik voel me daar goed door gesteund.”

Vakkennis essentieel

“Ik denk ook dat het belangrijk is dat drogisten zorgen dat zij een goed vangnet hebben. Wat mij betreft is vakkennis essentieel om in de toekomst te slagen als drogist. We moeten onze specifieke rol en meerwaarde perfect invullen. Dan houden we onze positie en kunnen we zelfs onze inbreng in de zorgketen verbeteren. Het is dan ook zaak dat je voor de elementen van de bedrijfsvoering en de belangenbehartiging kunt vertrouwen op de vereniging.”



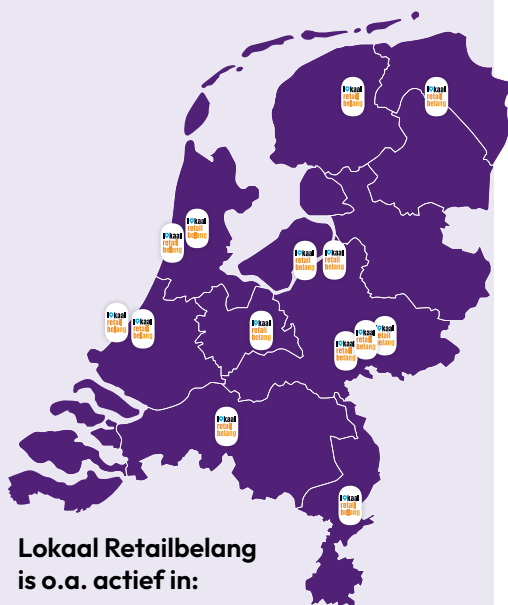
DA Boogaard
Cornelis Schuytstraat 38
Amsterdam

“In het hart van Amsterdam Oud-Zuid, op loopafstand van het Museumkwartier en het prachtige Vondelpark, vind je de Cornelis Schuytstraat. De levendige mix van ambachtelijke buurtwinkels, exclusieve boetieks, gezellige cafés en sfeervolle restaurants maakt ‘De Schuyt’ tot één van de mooiste en meest geliefde locaties van Nederland. Een charmante én mondaine straat voor levensgenieters en fijnproevers. Little Paris in Amsterdam.”
Dat stelt de website van de winkeliersvereniging.

Een gezonde bedrijfsvoering: uw drogisterij, ook onze zorg!

Het Vakcentrum zet zich ook in voor uw drogisterij. Kijk op www.vakcentrum.nl/drogisterij





**Lokaal Retailbelang
is o.a. actief in:**

Detailhandelsbeleid

- Delft
- Roermond

Onwenselijke ontwikkelingen voor de retailstructuur

- Heemstede, AZC
- Zuidlaren, parkeren
- Olst-Wijhe, perifere detailhandelsbeleid
- Tilburg, ontwikkeling Stappegoor
- Den Haag, Megastores
- Drachten, solitaire supermarkt
- Hengelo (gld), wonen in de winkelstraat

Leegstand

- Harderwijk

Centrummanagement, samenwerking

- Houten
- Haarlem

Vergrijzing/inclusief winkelgebied

- Lingewaard / Overbetuwe

Outlet

- Zevenaar, FOC

Regionale belangenbehartiging

- Kop van Drenthe, beleid Nij Begun
- Drents Netwerk voor Centrumgebieden, vervolg Drentse Retailagenda
- Parkstad Limburg, STREZL & Stratenaanpak
- Centrum Platform Limburg, KSO Lobby
- VNO Regio NB, GR2026
- Netwerk Centrummanagement Friesland, opzet nieuwe Friese Retailagenda
- Toerisme Alliantie Friesland, bijeenkomst Franeker, opzet nieuwe Friese Retailagenda
- Retail Platform Overijssel, retail aanpak Overijssel
- VNO MKB Noord, Groningen, GR2026 & IAW lobby
- Adviescommissie Detailhandel Noord-Holland
- Masterplan Regiocentra, bijeenkomst Hoogezand

Lokaal Retailbelang

Lokaal Retailbelang ondersteunt winkeliers(verenigingen) bij de opzet van samenwerkingen, door het geven van beleidsadvies en te ondersteunen in de lobby. Juist door lokaal en regionaal de krachten te bundelen kunnen goede resultaten worden behaald.



Twee voorbeelden

Niet volgens het boekje

In Schagen gaat het in het winkelgebied van Boekhandel Plukker niet volgens het boekje. Probleem is dat het belang van retailers wordt vergeten bij het plannen van een ijsbaan en het autoluw maken van de Markt. Winkelbezoekers krijgen slechter toegang tot het centrum en de winkels.

Lokaal Retailbelang helpt het bestuur van de winkeliersvereniging om invloed te krijgen. Zowel op de locatie van de ijsbaan als op de autoluw plannen rondom de Markt. Doel is om proactief samen te werken met gemeente en andere partijen in het centrum voor een aantrekkelijke en leefbare winkelstraat.

Concreet hebben we het gesprek met wethouders en ambtenaren geopend. En zetten we in op goed centrummanagement, want uiteindelijk moet je het samen doen.

Blik op Medemblik

In de gemeente Medemblik stond de regionale detailhandelsvisie West-Friesland op de agenda. Deze regionale visie is opgesteld voor zeven West-Friese gemeenten. Het doel van de visie is om een toekomstbestendig perspectief op de detailhandel te schetsen. De focus ligt op het versterken en veerkrachtiger maken van de detailhandelsstructuur in West-Friesland.

Probleem

Binnen de gemeente Medemblik ligt Winkelhart Zwaagdijk, een aparte casus in de hele winkelstructuur van de regio. Gelegen middenin agrarisch gebied, aan de rand van het lintdorp Zwaagdijk. Het Winkelhart functioneert goed, zo goed, dat er problemen ontstaan met de verkeersafwikkeling.

In de regionale detailhandelsvisie werd bij 'Strategie en Koers' van Winkelhart Zwaagdijk Oost vermeld dat het 'in onderzoek' is. Vanuit de retailsector en de ondernemers uit de omliggende kernen waren wij bang dat dit ruimte zou geven voor verdere uitbreiding van Zwaagdijk. Iets waar wij gezien een gezonde detailhandelsstructuur en ongewenste concurrentiepositie van Zwaagdijk t.o.v. omliggende kernen op tegen zijn.

Wat hebben we gedaan?

Samen met de ondernemers hebben we daarom een zienswijze gestuurd naar de gemeenteraad. Ook hebben een aantal ondernemers ingesproken.

Het leverde veel discussie op in de gemeenteraad. Maar uiteindelijk is er een amendement aangenomen waarin werd opgeroepen dat 'in onderzoek' in ieder geval niet moet worden gelezen als 'ruimte voor uitbreiding'. Hiermee geeft de raad aan dat zij ook tegen uitbreiding zijn. Een mooi resultaat!

Ook lokaal advies nodig?

Via het Vakcentrum kunt u terecht bij Vakcentrum Bedrijfsadvies voor individuele vraagstukken over uw locatie. Als winkeliersvereniging kunt u gebruik maken van Lokaal Retailbelang of De Nieuwe Winkelstraat. Het Vakcentrum stuurt DNWS en Lokaal Retailbelang aan. Wij kunnen u dan ook adviseren welke adviseur het beste bij uw vraagstuk past.

Bel (0348) 41 97 71
of stuur een bericht aan
reactie@vakcentrum.nl

Nieuwe toegankelijkheidswet: is uw website al toegankelijk voor iedereen?

Vanaf 28 juni 2025 geldt de Europese Toegankelijkheidswet (EAA) ook voor u als retailondernemer. Dit betekent dat uw website, webshop of app goed bruikbaar moet zijn voor iedereen, óók voor mensen met een beperking.

Waarom is digitale toegankelijkheid belangrijk?

- Ruim 1 op de 4 Nederlanders kan door een vorm van een beperking niet makkelijk digitaal de weg vinden. Zij willen net zo makkelijk online winkelen of informatie vinden als iedereen.
- Toegankelijkheid is niet alleen verplicht, maar ook goed ondernemerschap. U vergroot uw bereik én laat zien dat u inclusief onderneemt.

Wat moet u doen?

De wet verplicht u om digitale diensten en producten toegankelijk te maken.

Denk aan:

- Webshops
- Betaalautomaten
- Apps
- Online klantenservice

Uitzondering:

Bent u een 'micro-onderneming' (minder dan 10 medewerkers én minder dan €2 miljoen omzet)? Dan geldt de verplichting voor digitale diensten niet, maar wél voor digitale producten.

Zelf testen: Drie snelle checks

1. **Navigatie met toetsenbord**
Probeer uw website eens zonder muis te bedienen. Kunt u met de Tab-toets door alle knoppen en velden?
→ Niet? Dan is uw site niet volledig toegankelijk.
2. **Tekstalternatieven voor afbeeldingen**
Zet uw muis op een afbeelding: verschijnt er een korte beschrijving (alt-tekst)?
→ Geen alt-tekst?
Dan missen blinde of slechtziende bezoekers belangrijke informatie.
3. **Contrasten en lettergrootte**
Kunnen mensen met verminderd zicht alles goed lezen? Zet de tekstgrootte eens flink omhoog of bekijk uw site in zwart-wit.
→ Valt tekst weg of is het slecht leesbaar? Dan is het tijd voor verbetering.



Direct aan de slag

- Gebruik de praktische tips en e-learnings op de website van het Vakcentrum: www.vakcentrum.nl/toegankelijkheid
- Doe de gratis toegankelijkheidsscan die u daar vindt en krijg direct inzicht in verbeterpunten.

Wordt uw gemeente retailhoofdstad van Europa?

Heeft uw gemeente een bruisende binnenstad met een sterk winkelaanbod en wordt het ondernemerschap in uw plaats versterkt vanuit de gemeente? Doe dan mee met de verkiezing 'European Capitals of Small Retail' en zet uw gemeente op de kaart als hét voorbeeld voor andere Europese steden.

Uw stad moet uitblinken en zichtbaar maken op welke manier de gemeente zich inzet voor een aantrekkelijk winkelaanbod. Gemeenten worden beoordeeld op:

1. Duurzaamheid
2. Ondersteunen van ondernemerschap,
3. Digitalisering
4. Aantrekkelijk en vitaal centrum.

De prijs wordt uitgereikt in drie categorieën:

- Grote steden: > 250.000 inwoners
- Middelgrote steden: 50.000-250.000 inwoners
- Kleine steden: 5.000-50.000 inwoners

Inschrijven kan tot 9 oktober 2025. In januari 2026 is de prijsuitreiking in Brussel.

De verkiezing 'European Capitals of Small Retail' is een initiatief van de Europese Unie. Het Vakcentrum is, via EuroCommerce, nauw betrokken.

DNWS

Platform De Nieuwe Winkelstraat (DNWS) wil gemeenten en haar lokale partners ondersteunen bij deze verkiezing. Meer lezen over de verkiezing? Kijk op www.dnws.nl/european-capitals-of-small-retail.



Gratis toegang tot Maison&Objet Paris speciaal voor u!

4-8 september 2025
Parc des Expositions
Villepinte, Paris

Maison&Objet bestaat 30 jaar en dat wordt groots gevierd met een vernieuwde editie vol inspiratie, innovatie en jonge creatieve energie.

Vakcentrumleden kunnen gratis* entreekaarten (t.w.v. € 80,- per stuk) aanvragen.

gemengdebranche.nl/acties

Agenda

26-08-2025

Online informatiesessie
European Capital of Small Retail

01-09-2025

Masterclass Wittekorst kazen

02-09-2025

Inspiratieavond
voor Verswinkeliers (vol)

04 t/m 08-09-2025

Maison&Objet, Parijs

08-09-2025

Masterclass Geiten-/schapenkaas

15-09-2025

Masterclass Harde kaas

22-09-2025

Masterclass Rodekorstkaas

24-09-2025

Start Basiscursus Kaas Verkoopen

24-09-2025

Bijeenkomst FNN: Basiscondities
voor het conditiestelsel

29 en 30-09-2025

Vakbeurs Foodspecialiteiten

vakcentrum.nl/agenda

Vakcentrum feliciteert...

Marije de Brabander met de opening van Marije's Kaaswinkel in Anna Paulowna op 12 april.

Richard Schutten als nieuwe eigenaar van Ekoplaza Winschoten op 12 juni.

Paul Papo met de heropening van Jumbo Drachten de Drait op 25 juni.

Evert-Jan en Erica van Egteren met de opening van Boon's Markt Uddel op 2 juli.

Wilfred van Luijk met de heropening van Plus van Luijk in Dirksland op 2 juli.

Coop **Raymond Bijlholt** met de heropening als Spar FoodClub Eenrum op 3 juli.

Jurgen van Dommelen als nieuwe eigenaar van Jumbo van Dommelen in Amerongen per 7 juli.

Irene Halferkamps met de heropening van Etos Halferkamps in Spijkenisse op 8 juli.

Michael de Bruijn met de opening van Plus Michael de Bruijn in Vianen op 9 juli.

Jacob Cornielje en Halma Stolte - Cornielje met de opening van Kaas & Jacob in Genemuiden op 10 juli.

Laura Pikavet met de verhuizing van Kaasjes bij Lou in Cuijk op 15 juli.

Benjamin en Lisette Ledda als nieuwe eigenaren van Ekoplaza Enschede per 16 juli.

Leon Geurtjens met de verhuizing van Rommedoeke in Wyck op 23 juli.

Johan Plemp met de heropening van Jumbo Plemp Landsmeer op 23 juli

Certificering SSK

- Albert Heijn Bijen, Hengelo
- Jumbo Hendriks Maaspoort, 's-Hertogenbosch
- Jumbo Michael Janssen, Arnhem
- Jumbo Maarheeze
- Jumbo Gerrit Roeke, Elburg
- PLUS Tony Haars, Harmelen
- PLUS Neels, Mijnsheerenland



Het Vakcentrum is de onafhankelijke belangenbehartiger en bewezen partner van zelfstandige detaillisten in food, non-food, fast moving consumer goods en franchisenemers.

info@vakcentrum.nl
www.vakcentrum.nl

Nummer 8, 41^{ste} jaargang
Redactie Blekerijlaan 1
3447 GR Woerden
T (0348) 41 97 71
Druk MediaCenter, Rotterdam

