

"Inspiratie is een continue proces dat ik niet kan uitschakelen"

Verrassen, inspireren, onderscheidend zijn van de supermarkten: dat verwacht de consument van de zelfstandige slager. Maar de klant is grillig. Vandaag iets Italiaans, morgen weer een streekproduct; als ondernemer valt het niet mee om alle trends te volgen. Bedenk echter dat als u achter alles en iedereen aanhopt, het verdraaid moeilijk is een eigen koers te varen. Slager Pieter Hol lukt dat wel. Met succes.

"Bij ons in de winkel zijn Italiaanse producten zeer gewild," vertelt Pieter Hol, eigenaar van Topslagerij Hol in Geldermalsen. Hij laat zich graag door het land inspireren. "Door het heerlijke klimaat en vooral het lekkere eten. Bovendien ben ik gek van Italiaanse auto's. Italië is absoluut mijn favoriete vakantieoord." Maar inspiratie doet hij niet alleen op tijdens zijn vakanties. Ook het bezoeken van beurzen levert veel op, culinaire programma's op tv, Internetsites en de ideeën die worden aangeleverd door kruidenfirma's. "Het is een continue proces dat ik niet kan uitschakelen."

INSPIRATIE

Onlangs volgde hij ter inspiratie bijvoorbeeld een workshop verzorgd door Erik van Loo, eigenaar en chef-kok van twee sterren restaurant Parkheuvel in Rotterdam. De workshop werd georganiseerd door 'De Vereniging van Nederlandse Meesterslagers', een initiatief van vernieuwende slagers die liefde voor het vak combineren met speciale aandacht voor culinair genieten. Een paar weken geleden kreeg hij een leuk idee via foodinspiration.nl. "Het idee van de 'ouderwetse' IJsooman: je rijdt met een soort van keukenwagen rond en stopt op verschillende plaatsen. Je verkoopt een beperkt assortiment kant en klare maaltijden, lekker vers en gezond. Natuurlijk is het niet zo dat ik al dit soort impulsen direct uitvoer, maar het draagt bij tot het ontwikkelen van nieuwe onderscheidende en toepasbare ideeën.

Want bulkverkoop moet je overlaten aan de supermarkt," stelt hij.

AANBIEDINGEN

"De klant komt naar de slager omdat ze iets anders, iets verrassenders, beters, wil dan wat bij de supermarkt te krijgen is. Dat is het uitgangspunt. Wat niet per definitie wil zeggen dat je duur moet zijn. Wij kunnen het ons in Geldermalsen niet permitteren ons alleen op de bovenkant van de markt te richten, daarvoor heeft het dorp simpelweg te weinig inwoners. Iedereen houdt trouwens van aanbiedingen. Dat is hier nooit een kilo spekklappen of gehakt voor een weggeefprijs, maar een lekkere special voor een makkelijke prijs. Ik kijk wel goed hoe bewerkelijk het product is. De arbeidsintensiviteit bepaalt voor een belangrijk deel de prijs, vaak meer dan de inkoop."

AMBITIEUS

Een echte slagerfamilie is het: Pieters broer heeft een slagerij in Berlicum en diens zoon heeft ook ambities voor het slagersvak. "Mijn overgrootvader was slager, mijn grootvader was slager, mijn vader was slager... dus werd ik ook slager," zegt Pieter zelf wat gekscherend.

Zijn Topslagerij Hol is een goed georganiseerd bedrijf met een team van 13 medewerkers waarvan 8 fulltime. Iedereen kent zijn/haar taak en bijbehorende verantwoordelijkheid.



**“Mijn overgrootvader
was slager, mijn
grootvader was slager,
mijn vader was slager...
dus werd ik ook slager”**

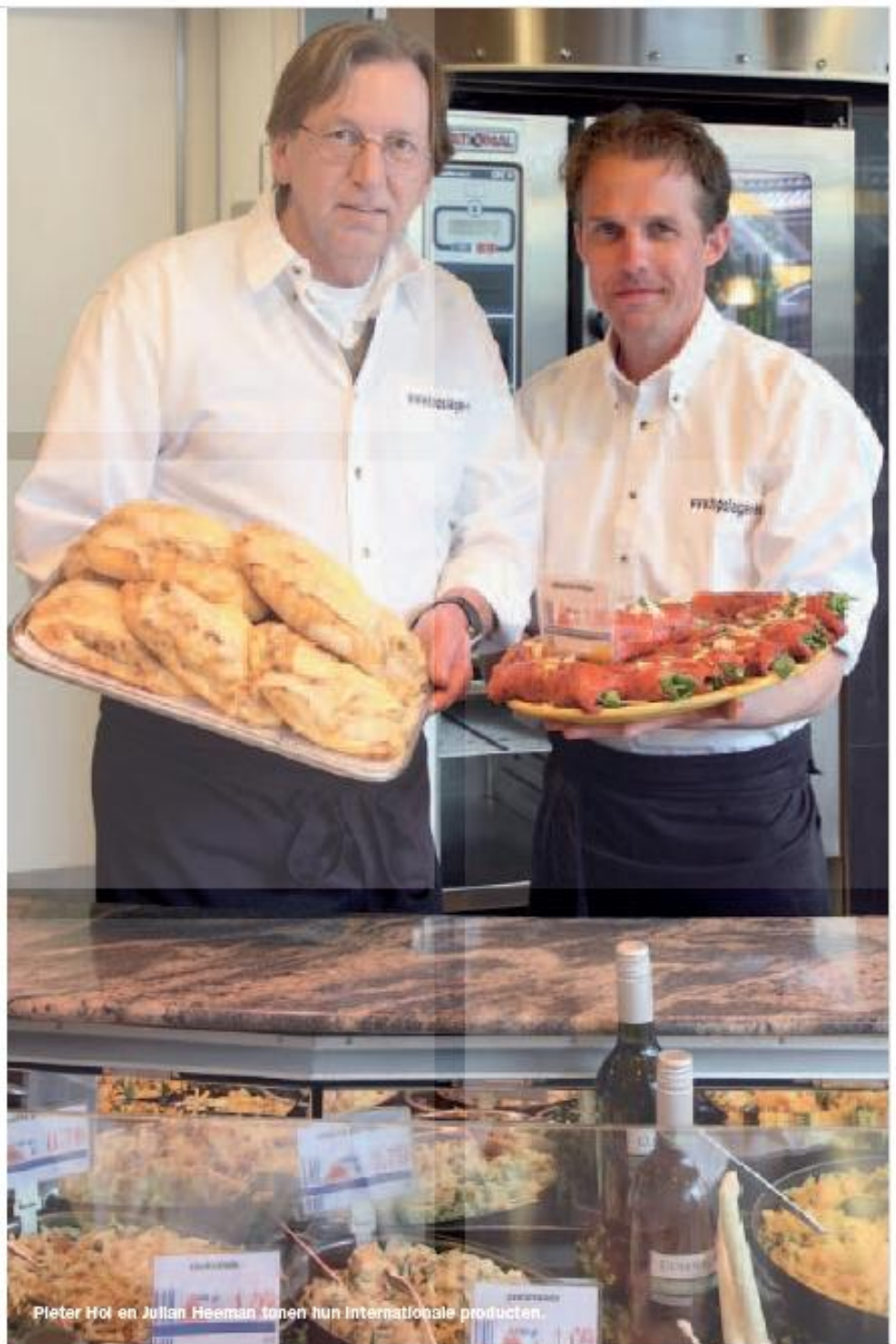
STAMTAFEL

De winkel is het domem van chef-slager Julian Heeman. “Ik werk nu ongeveer 10 jaar in dit bedrijf en vind het nog steeds geweldig. De winkel, het verzorgen van de toonbank, het omgaan met klanten geven mij nog altijd een kick. De samenwerking met Pieter loopt geweldig, ik krijg een enorme vrijheid om mijn ideeën erin te leggen. We zijn beiden redelijk perfectionistisch en daardoor altijd aan het puzzelen waar we een en ander nog kunnen verbeteren.” Dat Julian zijn werk met hart en ziel doet kun je wel zien als je de winkel binnenkomt. Geen hoekje van de winkel dat geen aandacht heeft gehad. Een geweldige presentatie in de toonbank, het gekoelde zelfbedieningsmeubel is strak afgewuld, vleeswarenmeubel, maaltijdtoonbank, het één ligt er nog mooier bij dan het ander. Voor het raam een gezellige ‘stamtafel’ vol culinaire boeken en folders om de klant te inspireren. Zeer de moeite waard om eens een kijkje te nemen als collega-slager.

HERINRICHTING

Het Marktplaatsplein waaraan slagerij Hoi gevestigd is, is onlangs op de schop gegaan. De gemeente besloot het plein te herinrichten en autovrij te maken. Protesten van diverse winkeliers ten spijt, zijn de werkzaamheden in januari van start gegaan. “Dit betekende vijf maanden in de rommel en een slechte bereikbaarheid. De parkeerplaatsen voor de deur zijn blijvend verdwenen. Daar komt nog bij dat AH een tweede, grotere vestiging heeft geopend een kilometer verderop. Dit betekent voor ons gewoon minder traffic.”

Nu kun je als ondernemer bij de pakken gaan neer zitten, maar dat is niet Pieters stijl: “We hebben verschillende acties op touw gezet, waaronder een ‘scheurbonnen-actie’ van Pajo graphics (Ronald Kroezen). Als een klant ten minste driemaal een aanbiedingsbon inlevert, maakt hij kans op een maand gratis vlees.



Pieter Hoi en Julian Heeman tonen hun internationale producten.

Het heeft geweldig gelopen. We hebben ondanks alle problemen zowel in omzet als in klantenaantal een behoorlijke plus gerealiseerd. Het stukje marge dat we hiervoor hebben ingeleverd, heb ik er wel voor over. Je houdt je klanten vast en dat biedt nu weer mogelijkheden om te scoren.”

WERELDS TOEREN

Maatschappelijke betrokkenheid is geen loze kreet bij deze ondernemer. Er wordt veel gedaan aan ondersteuning van diverse verenigingen.

“Zoveel mogelijk in natura,” zegt Pieter. “Zoals het voordelig leveren van barbecuepartijen aan diverse sportclubs. En dan een gratis partytent erbij leveren, waar dan wel duidelijk onze bedrijfsnaam op staat. Het mede organiseren van een toertocht voor klassieke auto’s, waarvan de opbrengst volledig naar de FC Linge-kids, het G-jeugdvoetbalteam uit Geldermalsen, gaat. Dat is voor mij een wereldse combinatie van maatschappelijke, lokale betrokkenheid en mijn hobby: klassieke, liefst Italiaanse, auto’s.”