

DE SLAGER 7

Vakblad voor leden van de Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie | juli 2015



SLAVAKTO WORDT VLEES! "DRIE DAGEN VOL INSPIRATIE EN NIEUWE IDEEËN"



ALLEMAAL BEESTJES



WERVING EN SELECTIE



Weidenaar vlees en worstspecialiteiten
"Meer dan 85 jaar familiebedrijf"



koninklijke nederlandse slagersorganisatie

Weidenaar vlees en worstspecialiteiten

Meer dan 85 jaar familiebedrijf

Op een industrieterrein in Dokkum ligt het bedrijfspand van Weidenaar, producent van vers vlees en worstspecialiteiten voor de retail en horeca. De productiehal meet ruim 800 vierkante meter, ervóór ligt een klein kantoor. Binnen werken broer en zus Weidenaar en hun team. Hoe een dorpslager uitgroeide tot een distributeur van formaat.

Weidenaar is een familiebedrijf, en daar zijn ze trots op. Drie generaties stonden er al aan het roer; sinds 2012 is de derde generatie aan de beurt. Lieuwe Weidenaar (42) wordt bijgestaan door zijn zus Wini Weidenaar (32) en management Rikus Rudolphi, Rene Siinema en Jouke Jongsmá.

VAN BAKFIETS TOT SUPER

Het begon allemaal in 1927. In dat jaar bouwt Ate Feenstra in het Friese dorpje Niawier een slagerij. Zijn inwonend nichtje trouwt in 1946 met 'Pake' Weidenaar, waardoor de naam van de slagerij wijzigt. Zij krijgen drie zoons. Zoon Marcus werkt al vanaf zijn 10e in de winkel omdat Pake ziek wordt. Om de afzet te vergroten gaan de drie broers met de bakfiets en later de Solex 'venten' in de omringende dorpen. Op een gegeven moment is er zelfs een busje. Heel de familie werkt mee, ook de vrouwen. In

1978 neemt slagerij Weidenaar het eerste personeelslid aan: iemand om vlees uit te benen. In 1979 wint Weidenaar voor de eerste keer goud voor de Friese droge worst; in 1981 voor de tweede keer. Deze en andere worstsoorten worden later

nog meerdere keren bekroond. Per toeval komt de levering aan supermarkten op het pad van de slagersfamilie. Marcus en zijn vrouw zijn op vakantie in Schiermonnikoog als zij in de supermarkt wat vlees willen kopen. Hij raakt aan de praat met



“Gelukkig maakt het voeren van twee productgroepen ons minder kwetsbaar”

de eigenaar en belooft hem een betere kwaliteit te kunnen leveren dan wat er nu in de winkel ligt. De eerste levering is een feit. In 1989 volgt de tweede supermarkt in Anjum.

OP GROTE SCHAAL

De levering aan de retail neemt echt een vlucht als de familie in 2004 van de slagerij naar het bedrijfspand in Dokkum verhuist. Daar bouwen vader Marcus en zijn middelste broer – de jongste is inmiddels een eigen zaak begonnen – deze activiteit verder uit. Ze sluiten contracten af met verschillende supermarktketens zoals Spar, Sligro, Poiesz, Super de Boer, Konmar en later Jumbo voor het leveren van droge worst en vers vlees. Ook komt de verkoop aan horeca en groothandels als Deli XL, Hanos, Sligro en Actiefood in beeld. Een grote groei maken ze door als Albert Heijn in 2009 interesse toont in de levering van vers vlees. In één klap levert Weidenaar aan zeventig winkels in Friesland, Groningen, Overijssel en een deel van Gelderland. “Dat is gefaseerd gebeurd hoor, want het was een grote logistieke operatie. Ook op grote schaal moet de kwaliteit gegarandeerd zijn.” Weidenaar produceert nu dagelijks 15 tot 20.000 pakjes vers verpakt vlees en 100.000 droge worsten per week, en heeft een leveringsgraad van 99,9%, uitgezonderd het biologische assortiment.



Het bedrijf heeft het volledige proces in eigen hand, van aanvoer van het vlees tot de plaatsing in het schap van de supermarkt. “We doen zoveel mogelijk zelf, behalve de slacht. Daarvoor werken we met vaste slachthuizen, die de door ons geselecteerde dieren voor ons slachten,” zegt Wini.

Er zijn niet louter successen: dit jaar verliest de producent het contract met

Spar voor de levering van vers vlees.

“Gelukkig maakt het voeren van twee productgroepen ons minder kwetsbaar,” zegt Wini, “toch is het een klap. Maar we zijn volhardend en geloven in ons bedrijf.” Het zijn eigenschappen die nodig zijn in dit vak, weet Wini. “In sommige gevallen duurt het jaren voordat een retailer besluit om voor ons te kiezen. ‘Kan niet’ of ‘dat doen wij altijd zo’ bestaat bij ons niet; we zoeken altijd naar een mogelijkheid die bij de klant past.” Daarbij stáát Wini erop dat klanten altijd proeven. “Je moet toch weten wat je verkoopt!”

MARKETING

Wini is pas twaalf, als ze in de weekenden en vakanties begint mee te helpen in de slagerij in Niawier. “Ik stond op een krat in de winkel om bij de toonbank te kunnen. We waren als kind altijd nauw betrokken bij de winkel en hadden thuis ook allerlei dieren: koeien, geiten, kippen, schapen. Ik vond het geweldig.” Op haar 17e ging ze voor het eerst met haar vader mee naar een verkoopgesprek. “Spannend!” blikt ze terug. Ze besloot marketingcommunicatie en sales te gaan studeren. Broer Lieuwe deed de slagersvakopleiding. Beiden volgden tijdelijk de



opleiding Foodmanagement, maar dat bleek, naast het werk, te zwaar. Lieve werkt sinds zijn 16e in het bedrijf en is nu algemeen directeur. Hun oudste broer Durk helpt soms als het technisch brein achter verschillende productiemethoden; hoe het sneller of efficiënter kan, zonder concessies te doen aan de authentieke productiewijze.

EIGEN BUREAU

Wini besloot indertijd bewust om geen mede-eigenaar te worden, maar een eigen communicatiebureau te starten. Zij en haar andere broer worden nu door Weidenaar ingehuurd. Samen met commercieel manager Jouke onderhoudt ze de contacten met de supermarkten en verzorgt ze de communicatie.

Marketing is onontbeerlijk, vindt Wini. "Weidenaar is een open, toegankelijk en transparant bedrijf. Dat laten we graag zien door onze deuren letterlijk open te zetten; er komen regelmatig mensen over de vloer in ons bedrijf. De website en sociale media spelen daarnaast een belangrijke rol in de communicatie."

BETROUWBAAR BLIJVEN

"Als familiebedrijf voelen we ons verantwoordelijk voor onze medewerkers. Er zijn hele gezinnen van ons afhankelijk," realiseert Wini zich. "Onze prioriteit is daarom 'blijven bestaan', het gaat niet



om zoveel mogelijk winst maken of groter groeien. We kennen onze mensen allemaal persoonlijk. Veel van hen werken al jaren voor ons. We vieren de successen samen en maken soms ook minder leuke dingen met elkaar mee."

Weidenaar wil ook dicht bij de klant blijven. "We willen de kwaliteit die we als slager gewend zijn te leveren, blijven garanderen. Het recept voor de droge worst is bijvoorbeeld nog hetzelfde als toen Pake hem maakte. We roken hem nog steeds op hout en turf. De klanten rekenen op die smaak en kwaliteit en zijn erg merktrouw. Daarom houden we vast aan onze identiteit en productiemethoden. De consument moet tevreden

zijn met ons product. Het mooie is dat een supermarkt datzelfde doel heeft, waardoor je met hen het juiste gesprek hebt. Het gaat om het product, niet om de leverancier. We willen voor iedereen betrouwbaar zijn. Als we 'ja' zeggen, moet het 'ja' blijven."

TOEKOMST

Weidenaar heeft slagers en productontwikkelaars in dienst die doorlopend op zoek zijn naar nieuwe smaken en combinaties, zoals grillworst met een lokale kaas, Riperkrite Tsiis. Ook op het gebied van houdbaarheid innoveert het bedrijf. "Losse droge worst die in supermarkten ligt, heeft bijvoorbeeld een derving van 70%. Sinds kort produceert Weidenaar los verpakte worst in een zogenaamde scheurverpakking; met een houdbaarheid van zestig dagen."

Andere nieuwe ontwikkelingen zijn er ook. Zo wil Weidenaar de markt voor het biologisch verse vlees en worst verder uitbreiden. "Op dit moment is 30% van het verse vlees biologisch (SKAL gecertificeerd) en ongeveer 10% van de worsten." Ondertussen werkt Wini aan de nieuwe website waarbij nog meer aandacht is voor interactie met de klant. Het borrelt nog wel even in Friesland.

