

# MAKE-OVER VOOR SLAGERIJ DICK REUS

**'ALS SLAGER MOET JE TEGENWOORDIG WEL VAN KOKEN HOUDEN'**

TEKST EN FOTO'S: NAOMI HEIDINGA

**Een geslaagde make-over: slager Dick Reus is blij met de restyling van zijn winkel. In een week tijd kreeg zijn winkel een frisse look. De inrichting is veranderd, evenals de koelmeubels. "Klanten hebben het gevoel dat de winkel ruimer is geworden, terwijl de oppervlakte niet is vergroot."**

**A**ls kleuter wist Reus het al: later wilde hij slager worden. Hij had het idee niet van een vreemde: drie van zijn ooms waren slager. Reus volgde de slagersopleiding en werkte vervolgens bij verschillende slagerijen om de kneepjes van het vak te leren. Op zijn achtentwintigste vond hij het tijd

om voor zichzelf te beginnen en opende hij een zaak in Santpoort-Noord. Een echte dorpswinkel, waar hij het goed naar zijn zin had. Toch koos hij ervoor om na twaalf en een half jaar ergens anders opnieuw te beginnen. "Het parkeren was in eerste instantie goed geregeld, maar later moesten klan-

ten te ver lopen om bij mijn winkel te komen. Dat kostte veel klandizie." Uit een aantal opties koos hij voor de overname van een slagerij in Hoofddorp. De winkel was kleiner qua vierkante meters en de winkel lag in een wijk in aanbouw. Best spannend, maar spijt van zijn keuze heeft hij nooit gehad. Qua parkeren is het

prima geregeld in Hoofddorp. Zijn klantenbestand is wel wat veranderd: Hoofddorp is minder dorps. In de wijk wonen veel jonge gezinnen. Dat merkt hij aan de hardlopers. Naast kip, salades en diverse soorten rundvlees doen de hamburgers het goed.

## EEN BAKJE EXTRA

Zijn winkel heeft onlangs een opfrisbeurt gekregen. "We zijn nu drie weken geopend. De reacties van klanten zijn heel positief. De nieuwe inrichting bevat ons prima, dit werkt veel efficiënter." Er is een nieuwe toonbank, een zelfbedieningsmeubel met onder meer salades, en de vleeswarenwand is vernieuwd. Ook heeft hij een nieuwe vriezer en koeling. "De vriezer is maar iets groter dan de vorige, maar omdat deze ook hoger is, kan ik veel meer kwijt. De routing is beter geworden,

"DANKZIJ HET ZELFBIEDIENINGSMEUBEL EN DE VLEESWARENWAND KUNNEN WE MEER PRODUCTEN LATEN ZIEN."

door het rechte trekken van het wandje bij een van onze werkstations. Dankzij het zelfbedieningsmeubel en de vleeswarenwand kunnen we meer producten laten zien. En het voorverpakken is een groot voordeel. Op een drukke zaterdag kun je nu eenmaal niet voor driehonderd klanten vleeswaren snijden. Zeker niet ten tijde van corona, wanneer er maximaal vier mensen in de winkel mogen staan. De omzet is de afgelopen weken gestegen, we verkopen veel meer salades. Mensen nemen makkelijker een bakje extra mee."

Niet alleen de winkel is opgefrist, ook de huisstijl van de slager is veranderd. Hij was jaren Keurslager, maar koos ervoor om zijn eigen weg te gaan. Dat had onder meer te maken met de verhoging van de contributie, die volgens Reus te laat gecommuniceerd werd. Voor een nieuw

*'We merken dat klanten steeds meer durven te experimenteren'*

logo schreef hij een wedstrijd uit: de ontwerper van het mooiste logo won een bedrag van 450 euro. De website werd vernieuwd, evenals de aankleding van de winkel. "We hebben een professionele fotograaf ingehuurd die foto's voor ons heeft gemaakt. Zulke foto's zijn belangrijk voor de uitstraling van je bedrijf.

We hebben bijvoorbeeld verschillende A2 posters gemaakt, die we om de zoveel tijd kunnen wisselen. Daarop laten we zien wat we te bieden hebben. De foto's staan ook op de website. Nieuwe klanten nemen vaak eerst een kijkje op je website, om te beoordelen of je een bezoekje waard bent." Het loslaten van het Keurslager-concept betekent dat Reus meer zelf moet doen. Dat vindt hij geen probleem. "Het vraagt meer van je als ondernemer. Maar ik loop al een tijdje mee in het vak. Eens in de zoveel tijd ga ik met de meiden zitten om te overleggen. Dat werkt heel prettig. Ik had dit eigenlijk al veel eerder moeten doen. We kunnen nu veel beter inspringen op bijvoorbeeld het seizoen, het weer en regionale verschillen."

## KALFSWANGETJES

Het assortiment van Reus bestaat naast diverse soorten vlees- en vleeswaren uit salades, maaltijden, soepen en broodjes. "We verkopen tegenwoordig steeds meer broodjes. In het verleden waren dit er tot zo'n vijftien per dag, nu zijn het er soms dertig tot vijfenveertig." Hij heeft gekozen voor een breed assortiment aan vlees, waarmee hij zijn klanten een ruime keuze biedt. "We merken dat klanten steeds meer durven te experimenteren. Dat ze vaker voor minder gangbaar vlees kiezen, zoals kalfswangetjes. Niet veel klanten vragen hierom,

>>



VOOR EEN NIEUW LOGO SCHREEF REUS EEN WEDSTRIJD UIT: DE ONTWERPER VAN HET MOOISTE LOGO WON EEN BEDRAG VAN 450 EURO.

maar het is fijn dat je het kunt bieden. Kip en rundvlees doen het bij ons goed, varkensvlees is minder populair. Schnitzels en dergelijke producten verkopen nog wel redelijk, maar karbonades laten mensen steeds vaker links liggen. Dat is zonde. Misschien komt het doordat ze gewend zijn aan de smaak van supermarktvlees? Onze karbonades zijn veel rijker van smaak.”

#### OLIJVENPULP EN GRANEN

Kwaliteit en een verantwoord stukje vlees, dat vindt Reus belangrijk. Qua rundvlees kiest hij voor Beef Best, rundvlees afkomstig van Nederlandse koeien. Het varkensvlees komt van Duroc varkens, een bijzonder ras, dat gevoerd wordt met olijvenpulp en granen. “Dat proef je, daardoor heeft het een andere

smaak dan varkensvlees dat te koop is in de supermarkt.” Het kippenvlees komt van Gildehoen, de ‘honderd procent antibioticavrije Hollandse kip’. “De keuze voor het type kippenvlees dat we zouden moeten verkopen, vond ik het lastigst. Wat betreft het rund- en varkensvlees wist ik wel bij wie ik moest zijn.” Klanten vragen hem geregeld naar de herkomst van het vlees. Voor Reus is niet alleen de herkomst belangrijk, maar ook de kwaliteit. “Het kippen- en varkensvlees is bijvoorbeeld veel droger.”

Veel aanbod qua vegetarische producten heeft hij niet, op een aantal salades en een vegetarische hamburger na. “Daar hebben we tot dusver nog niet veel mee gedaan, maar wie weet komt dat in de toekomst nog.” Met het aantal flexitariërs dat blijft stijgen, kan het zomaar zijn dat de slager over tien jaar een groter vegetarisch as-

QUA RUNDVLEES KIEST REUS VOOR BEEF BEST, DAT AFKOMSTIG IS VAN NEDERLANDSE KOEIEN.

sortiment voert. Wellicht is er volgend jaar meer ruimte om iets te doen met vegetarische producten. Voor 2021 voorziet Reus een verdere stijging van de kipverkoop. Daarnaast verwacht hij meer salades en vleeswaren te gaan verkopen.

#### PARTYTENT

Het afgelopen half jaar was het druk. “De eerste coronamaanden hadden we een omzetstijging van twintig tot vijftientig procent. Ook nu de restaurants dicht zijn merken we dat het weer drukker wordt.” December belooft een goede maand te worden voor Reus. “We verwachten ook dan een omzetstijging van rond de twintig procent.” Om alles in goede banen te leiden, overweegt hij om eerder open te gaan, om zeven uur. “Al kunnen mensen nu ook al voor achten bij ons terecht, maar daar wordt doorgaans niet zoveel gebruik van gemaakt.” Reus heeft ook een bezorgdienst opgezet. Mogelijk komt er in december een partytent voor de deur, zodat klanten droog kunnen staan tijdens het wachten. “Verder roep ik klanten zoveel mogelijk op om bij bestellingen van grotere stukken vlees al eerder langs te komen. Ik verpak het vlees vacuüm, zodat ze het langer kunnen bewaren.” Bang voor een sluiting vanwege corona is hij nooit geweest. “Ook al zouden we opnieuw een lockdown krijgen, ik ver-



wacht niet dat foodzaken dicht hoeven.” Dankzij de restyling kan zijn zaak weer tien tot vijftien jaar vooruit, verwacht Reus. Hij wordt volgend jaar vijftig en is nog lang niet van plan het slagersmes neer te leggen. Hij gaat nog altijd met plezier naar zijn werk, ook al was dit jaar door corona en de verbouwing extra druk. Het werk vindt hij nog steeds afwisselend. Door de jaren heen is het vak

van slager wel veranderd. De slager wordt steeds meer een traiteur. “Als slager moet je tegenwoordig wel van koken houden, gezien alle maaltijden die we maken. Ik vind het leuk om te doen. Meer dan ooit is het van belang om je klant te blijven verrassen en als ondernemer te blijven vernieuwen.” ●

SLAGERIJREUS.NL

KLANTEN VRAGEN GEREGLD NAAR DE HERKOMST VAN HET VLEES.

*‘Nieuwe klanten nemen vaak eerst een kijkje op je website, om te beoordelen of je een bezoeker waard bent’*