

# Klare Taal

Nr.

91

Jaargang 23, juni/juli 2007

Berichtgeving onder verantwoordelijkheid van de Koninklijke SlijtersUnie

Meesterlijke presentatie van allrounder Erik Hulzebosch

## World of Drinks Zierikzee gekozen tot Slijter van het Jaar 2007

Winnaar van deze verkiezing Slijter van het Jaar

2007 is 'The World of Drinks' uit Zierikzee. De

jury omschreef de slijter als een eigentijdse en

professionele ondernemer, glossy en bruisend

van ambitie. Krijnse Locker heeft een grote

en moderne zaak. Hij wil marktleider worden

en straalt dat ook uit. Mede-eigenaar Anton

Krijnse Locker nam de bij de prijs behorende

oorkonde in ontvangst van schaatser en

tegenwoordig popidool Erik Hulzebosch.

Voorafgaand aan de presentatie van de genomineerden voor de titel Slijter van het Jaar 2007 en de jaarrede van de voorzitter van de SlijtersUnie, waarin zij de standpunten van de georganiseerde Nederlandse slijters kenbaar maakte, stelde gastheer en algemeen directeur Hans Olde Monnikhof zijn bedrijf, 'Drankengroothandel De Monnik', voor. Hij ging daarbij terug tot de oprichting in 1918 en legde uit hoe Dirkzwager al meer dan twintig jaar geleden een 50% belang in het bedrijf verwierf. Ook gaf hij aan waar het bedrijf zijn landelijk succes in zijn ogen aan dankt en



Een eervolle vermelding was er dit jaar voor de Wijn & Whisky Schuur van Bijlsma bij Sneek

waarom hij uiteindelijk in het kader van nieuwbouw bewust had gekozen voor een nieuwe locatie in Oldenzaal en niet in het midden van het land.: 'het enthousiasme en de inzet van ons personeel, dat is onze kracht, ons kapitaal! Dat koesteren we bovenal, want dat schept de vertrouwensband die nodig is voor blijvend goede relaties met onze klanten. Zonder hun teamgeest hadden we nooit kunnen uitgroeien tot de landelijk opererende onderneming van nu', zo zei hij.

### GENOMINEERDEN

Bij de aansluitende voorstelling van de genomineerden, liet schaatser en inmiddels ook popidool Erik Hulzebosch de genomineerden één voor één op het sfeervolle podium komen en probeerde aan de hand van een aantal slimme vragen meer te weten te komen over hun bedrijven, maar met name ook over de mens achter de slijter. Hulzebosch toonde daarbij aan niet alleen te beschikken over de nodige dosis humor, ook profileerde hij zich als een uitermate geslepen interviewer. Ongetwijfeld geleerd van al die jaren dat hij zelf werd (en nog wordt) belaagd door het journaal met, zoals hij zelf aangaf, Mart Smeets als grootste quirelant voorop. Het resulteerde in een show die geen minuut verveelde en die weer werd opgepakt na een intermezzo van een uur, waarin het Schiedamsche Jenevermuseum haar nieuwe op 17e eeuwse recept gestoelde moutwijnjenever voorstelde en de aanwezige slijters deelgenoot maakte van de keuze van uitmonstering en prijsstelling (€ 32,50 voor een kelderfles met 0,7 liter inhoud). De absolute top in jenever en redelijk op niveau met de prijzen die voor een behoorlijke maltwhisky moeten worden neergeteld.

Ook de mensen van De Monnik zelf maakten van de gelegenheid gebruik een nieuwe productlijn basismixen voor te stellen voor slij-



Het team van Slijter van het Jaar 2007, 'The World of Drinks', met op de voorgrond Hans Olde Monnikhof en Erik Hulzebosch

ters en horeca, in het segment cocktails- en longdrinks. Belangstellenden werden vervolgens rondgeleid door de nieuwbouw.

### VERKIEZING:

Dat de inmiddels 37-jarige Erik Hulzebosch een echte allrounder is, bleek wel uit zijn ruim half uur durende conference rond het onderwerp: 'hoe word je topschaatser'. Een show waarin hij zich ontpopte als een vaardig conferencier, standup comedian, 'fondsenwerver' en uiteindelijk -als toegift- inmiddels ook als zanger. Chapeau. De spanning overvoerd riep hij aansluitend de genomineerden weer op het podium om de officiële envelop met de naam van de winnaar te openen en bekend te maken dat het Zierikzeese 'The World of Drinks' zich Slijter van het Jaar 2007 mag noemen.



Korte tête-à-tête in het Twentse dialect tussen twee allrounders: Hans Olde Monnikhof en Erik Hulzebosch

SlijtersUnie-voorzitter Miranda Korendijk-Logt in Jaarrede:

## Sector gebaat bij duidelijke regelgeving, een stringent handhavingsbeleid en een wettelijke onmogelijkheid van verkopen onder vastgestelde inkooprijzen

'Helaas komt het alcoholbeleid vaak negatief in het nieuws. Daarbij wordt geen onderscheid gemaakt tussen horeca-, groothandel-, supermarkt- of slijterijverkoop. Terwijl daartussen een wereld van verschil is. Ik denk dat wij als zelfstandige slijters aan de meest positieve kant zitten maar wij worden mee getrokken door die negatieve uitlatingen in de pers die meestal betrekking hebben op de gang van zaken in horeca en de supermarkt.' Dat stelde SlijtersUnie-voorzitter Miranda Korendijk-Logt in haar jaarrede uitgesproken voorafgaand aan het bekend maken van de winnaar van de verkiezing Slijter van het Jaar 2007 ten overstaan van een goed gevulde zaal in de nieuwbouw van drankengroothandel De Monnik in Oldenzaal.

Terugdringen van alcoholmisbruik en dan met name ook door jongeren, is een zaak die de hele branche aangaat. Vooral de zelfstandige slijters kunnen daarin een belangrijke rol spelen, mits de overheid maar bereid is een aantal stappen te ondernemen die het beleid ook effectief maken. Bovendien zal de overheid de slijters de mogelijkheden daartoe moeten bieden door een pakket maatregelen die het voor de zelfstandige slijters mogelijk maakt rendabel te kunnen blijven opereren. Daarbij hamerde de SlijtersUnie-voorzitter met name ook op het invoeren van een minimumprijs voor alcoholhoudende dranken en stuntartikelen als pilsener in het bijzonder en het uit de supermarktschappen bannen van premixen, likorettes en andere alcoholhoudende dranken die daar in het verleden nooit werden verkocht. 'Het supermarktassortiment zou wat alcoholhoudende dranken louter nog moeten bestaan uit bier, wijn, port, sherry en vermout en niets meer. Ook een streng en consequent doorgevoerd handhavings- en sanctiebeleid van de overheid behoort tot die maatregelen', zo zei de SlijtersUnie voorzitter.

### GEEN ACCIJSVERHOOGING OP GEDISTILLEERD

Het bestuur van de SlijtersUnie heeft al geruime tijd geleden vijf kernstandpunten geformuleerd die worden gebruikt voor gesprekken met verantwoordelijken voor het alcoholbeleid. 'Het eerste standpunt luidt: geen accijnsverhoging op gedistilleerd. De afzet van gedistilleerd heeft zich eindelijk gestabiliseerd ten opzichte van 2005. De likorettes met minder dan 15 procent hebben voor de toename van 2,5 miljoen liter gezorgd. Het aandeel buitenlands gedistilleerd nam in 2006 toe tot 45 procent, deels ten koste van het binnenland gedistilleerd. Whisky, likeur,

rum, en wodka noteerden volumestijgingen', signaleerde de SlijtersUnie voorzitter, die voorts aangaf dat de belastingdienst en de douane hebben besloten om met ingang van 1 juni 2007 aanstaande de dranken op basis van wijnferment tegen het fors hogere alcoholaccijns te veraccijnsen. Er hoeft dus geen verdere accijnsverhoging plaats te vinden op gedistilleerd, want de accijns op dranken die bewust worden gemaakt voor de supermarkt gaan omhoog.'

### VERFIJNING BESCHRIJVING 'GEVARIÉERD ASSORTIMENT'

Het tweede punt betreft de verkrijgbaarheid. Miranda Korendijk-Logt: 'Verkoop van zwak alcoholhoudende dranken is toegestaan in winkels met een gevarieerd assortiment aan levensmiddelen. Door de branchevervaging vallen steeds meer winkels onder deze noemer, denk aan Kruidvat, Xenos, VVV enz. De definitie van 'gevarieerd assortiment in levensmiddelen' zal verfijnd moeten worden anders staat bij de bouwmarkten binnenkort ook een assortiment zwak alcoholhoudende dranken. In de reparatiewet van Drank- en Horecawet wordt daar aandacht aan besteed. We hopen dat de ambtenaren van V.W.S. duidelijke en te handhaven aanvullingen hebben gemaakt.'

### BODEMPIJIS

Het derde punt betreft de bodemprijs. 'De motie die aangenomen is waarin een anti stunt maatregel wordt gevraagd moet worden uitgevoerd', zo stelde de voorzitter met grote stelligheid vast.

### BEPERKT ASSORTIMENT IN SUPERMARKTEN

Het vierde punt betreft het streven om producten onder de 15 procent uit de schappen van



SlijtersUnie-voorzitter Korendijk-Logt ziet goede perspectieven voor slijters bij helder overheidsbeleid

### ÉÉN LEEFTIJDGREN: 18 JAAR

Het vijfde punt van de Nederlandse slijters is het brengen van de leeftijdsgrens voor alle alcoholhoudende dranken naar achttien jaar. Miranda Korendijk-Logt: 'De controle wordt eenvoudiger en duidelijker indien we nog maar met één leeftijd te maken hebben en de jeugd is veel verantwoordelijker bij een leeftijd van achttien jaar dan bij zestien jaar.'

### ALCOHOL TE VAAK NEGATIEF IN HET NIEUWS

Te vaak komt alcohol volgens de SlijtersUnie negatief in het nieuws, waarbij geen of veel te weinig onderscheid gemaakt tussen horeca-, groothandel-, supermarkt- of slijterijverkoop. Terwijl daartussen een wereld van verschil is. 'Jammer', vindt de SlijtersUnie, 'omdat de zelfstandige slijters in de ogen juist wel probeert mee te denken en werken aan oplossingen van problemen met alcoholconsumptie.' In haar jaarrede stond de voorzitter uitgebreid stil bij dit fenomeen. Ze kwam daarbij met negen stellingen, die in haar ogen extra aandacht verdienen.

### 1. EIGEN WEBWINKEL BEGINNEN LIJKT GEMAKKELIJKER DAN HET IS.

De toename van het aantal webwinkels gaat ten koste van de fysieke winkel in de straat. Iedere dag komen er nieuwe bij. Ze worden niet zelden geëxploiteerd door mensen zonder ondernemersdiploma en zonder productken-



nis. Wie al een fysieke winkel heeft is in het voordeel; logo's, bezorgservice, naamsbekendheid, etc. zijn al aanwezig. Een eigen site voor elke winkel is in deze tijd eigenlijk een must. Het is een reclamemedium dat de jongere generatie erg aanspreekt. Het is een niet meer weg te denken medium dat de aankomende jaren een bedreiging vormt maar ook kansen creëert voor de gevestigde ondernemers. Vooral persoonlijke digitale mailings worden door veel consumenten erg gewaardeerd. En wie kent zijn klant het beste? Dat is de zelfstandige ondernemer. Toch is de controle op internetverkoop absoluut onvoldoende. Te vaak vindt ongeoorloofde verkoop plaats van alcoholhoudende drank via dit kanaal.

## 2. DETAILLISTEN ZIJN ONEIGENLIJKE CONCURRENTIE BEU. CONTROLE OP MAKRO-PASJE VERSCHERPEN!

MKB Nederland wil dat de belastingdienst boetes oplegt aan pasjeshouders zoals Makro en Sligro die daar voor privégebruik hun boodschappen doen. Dit is het gevolg van een inbreng door de SlijtersUnie in de Nationale Winkelraad, waar de SlijtersUnie regelmatig in meedraait. 'Helaas is dit onderwerp bij het nieuwe kabinet weer onderop terecht gekomen en moet het weer bovenop de stapel worden geplaatst. Steeds meer bedrijven verschijnen op plaatsen waar ze zich volgens het bestemmingsplan niet mogen vestigen. Een willekeurig bestemmingsplan duidt dit soort nering als volgt aan: *'Detailhandelbedrijven waarvan redelijkerwijs mag worden aangenomen dat deze gezien de aard van de goederen, zoals auto's, boten, grove bouwmaterialen, grootschalige meubeldetailhandel en tuincentra, niet passen in een winkelcentrum, met inbegrip van bouwmarkten met een vloeroppervlak van ten minste 750 meter.'* De afzonderlijke gemeentes moeten dit controleren en verlenen de vergunningen. Je ziet daarvoor grote verschillen per provincie. Het is belangrijk dat ondernemers zelf goed op de hoogte blijven van de ontwikkelingen in de eigen gemeente', stelde de SlijtersUnie-voorzitter.

## 3. DROGIST KRIJGT KLAPPEN VAN DE KRUIDENIER.

Onlangs stond in de krant dat de DA en Kruidvat steeds dieper in de nesten raken door de prijzenslag met de supermarkten. Dat de drogisten het zo lang zonder problemen hebben volgehouden komt doordat ze gespaard werden door de supermarkten. De bakker, de slager, de groenteboer allemaal worden ze langzaam maar zeker weggedrukt door de supers. Huismerken, boeken

en verzekeringen moeten redding brengen voor de drogist. De slijter is volgens de SlijtersUnie nog betrekkelijk gespaard gebleven, 'maar ook bij ons gaat de ontwikkeling hard. Wij hebben nog steeds de bescherming van de Drank- en Horeca Wet maar sinds de Sligro supermarktketens zoals Edah heeft gekocht komen er in ons land in een rap tempo zogenaamde 'borrelshops' bij. De supermarktketens Golf, Attent, Em-Té en Meermarkt komen veelvuldig met kleine slijterijen, meestal meteen bij de ingang van de supermarkt. De aparte doorgang is naar de balie waar de klantenservice, sigarettenverkoop en drogisterijartikelen worden verkocht. Degene die de balie bemant, 'doet' dan ook even de slijterij als het belletje gaat. Een ontwikkeling waar wij als slijters erg veel last van hebben want de aanbiedingen zijn meestal ook erg scherp en de consument neemt dat dan even tegelijk mee met al zijn andere boodschappen. Wij hebben deze zorgelijke ontwikkeling aangekaart in Den Haag omdat degene die er staat vaak geen sociale hygiëne heeft (dat is dan bijvoorbeeld de fulltime slager die toch in het pand aanwezig is) en er vindt ook daardoor minder leeftijdscontrole plaats.' Deze ontwikkeling past volgens de SlijtersUnie niet in het door de overheid voorgestane alcoholbeleid. 'De consument kan altijd op elke hoek van de straat zwak alcoholhoudende drank kopen en nu ook sterke drank in veel supermarkten. Kan het dan een optie zijn dat na 18.00 uur geen alcoholhoudende drank meer mag worden verkocht?', zo vroeg de voorzitter zich publiekelijk af tijdens haar jaarrede. Je moet als slijter volgens haar nog meer uit de kast halen om dezelfde omzet te halen. 'Nog actiever worden door de consument persoonlijk aan je te binden. Proeverijen, een mooi voorbeeld; hebben we net kennis mee gemaakt. Een wijnopleiding voor de consument die de zelfstandige slijter kan ondersteunen door middel van proeverijen met cursisten en verdere begeleiding in de cursus door het aanbieden van mixdoosjes, want leren over wijn doe je met een wijntje in het glas.' De Nederlandse slijters blijven assortiment natuurlijk belangrijk. Hoe vaak zegt de consument wel niet: 'bij Gall & Gall zeggen ze dat het niet meer in het assortiment zit. Dan kun je weer uitleggen dat ze spreken over het assortiment van Gall & Gall maar dat jij zelfstandig bent en zelf bepaalt wat je verkoopt. Wij kunnen zelfs speciaal voor hem of haar dat speciale drankje bestellen. Dat is en blijft onze grootste kans.'



## 4. MENSEN WIJS MET ALCOHOL LEREN OMGAAN IS BETUTTeling.

Het woord betutteling is naar de mening van de voorzitter van de SlijtersUnie een modewoord, dat te pas en te onpas wordt gebruikt. 'Dat woord gebruikt men vaak als het om regels gaat. Het lijkt wel of alles maar moet kunnen. Handhaving en duidelijkheid daar ontbreekt het vaak aan. Als je in deze maatschappij gezamenlijk leeft dan moet je duidelijke regels opstellen en handhaven en dat geldt dan voor iedereen. Wat betreft de alcoholproblematiek is dat een groot probleem. Er wordt niet bij iedereen gecontroleerd. Een algemeen gevoel is dat er méér bij de kleinere ondernemers wordt gecontroleerd dan bij de grotere. Controle moet uiteraard bij iedereen plaats vinden zonder aanzien des persoons. Een hulpmiddel om wijs met alcohol om te gaan is de supermarkt alleen bier, wijn, port, sherry en vermout te laten verkopen en alle andere alcoholhoudende dranken terug naar de slijter te brengen waar men goed advies krijgt en waar beter op de leeftijd wordt gecontroleerd.'

## 5. ALCOHOLVERBOD JONGEREN SLAAT AAN.

De leeftijdsgrens voor de aankoop van alcoholhoudende dranken kan rustig naar 18 jaar. Controle op de illegale aankoop en consumptie van alcoholhoudende dranken is dan volgens de slijters veel makkelijker. 'Er is dan nog maar één leeftijd waar je op moet controleren. Daarbij is (meestal) iemand van 18 jaar een stuk volwassener dan iemand van 16 jaar en zijn de effecten van alcoholgebruik op deze leeftijd minder schadelijk. Je zou ook nog kunnen denken aan degene die alcohol verkoopt, dat die tenminste 18 jaar moet zijn, dus geen jonge meiden van 16 jaar meer die bier mogen verkopen. In een aantal krantenartikelen over dit onderwerp wordt natuurlijk ook weer de accijnsverhoging genoemd die begin dit jaar al werd aangekondigd. 'Accijnsverhoging komt er dat staat vast', zo constateerde de voorzitter van de SlijtersUnie. 'Maar waarop? gedistilleerd, wijn of bier? Alcohol is alcohol. Met een paar cent extra accijns op een glas bier kan de overheid de beoogde extra gelden al realiseren. Een glas bier bevat net zoveel alcohol als een glaasje jenever alleen is de beleving anders. Wijn is gezellig, bier is van het volk en gedistilleerd lijkt altijd de grote boosdoener. Wij hopen dit te veranderen om duidelijk te maken dat alcohol alcohol is!'

## 6. BURGEMEESTER URK STRIJDT TEGEN BIER.

SlijtersUnie-voorzitter Korendijk-Logt destilleerde haar zesde case uit een krantenbericht,

waaruit blijkt dat wat de burgemeester van Urk betreft er minimumprijzen kunnen komen op kratjes bier. 'In de supermarkt worden nu al kratjes bier zonder aanbieding met 24 pipjes voor 3euro 49 eurocent aangeboden. Belachelijk, zo werk je alcoholmisbruik onder jongeren gewoon in de hand. Er moet een anti-stuntmaatregel komen of een minimumprijs, gebaseerd op de officiële (prijslijst) inkoopprijs van de betreffende producten voor alle afnemers, vermeerderd met de btw. Dus zonder rekening te houden met kwantumkortingen, speciale fabrikantenaanbiedingen en bonussen. Welke van de twee men kiest maakt niet zoveel uit, als de prijzen maar omhoog gaan en dat er niet meer zulke buitensporige aanbiedingen worden gedaan. Je voelt je als slijter nu absoluut niet plezierig omdat je toch echt een hogere prijs moet vragen voor dezelfde krat bier'.

## 7. LESSEN TEGEN 'BREEZERSEKS'

Zo'n echt voorbeeld hoe alcoholhoudende dranken een negatieve klank krijgen in de pers, was in de ogen van de SlijtersUnie het fenomeen 'breezerseks'. Miranda Korendijk-Logt: 'Onze nieuwe minister voor Jeugd en Gezinszaken, de heer Rouvoet van de ChristenUnie, komt vanuit zijn nieuwe functie veelvuldig in het nieuws. De denkbeelden van Rouvoet komen gelukkig op veel punten overeen met die van de SlijtersUnie', constateerde zij staande de vergadering.

## 8. TIEN BIER, IS DAT VEEL?

Miranda Korendijk-Logt: 'Persoonlijk vind ik van wel. Als slijter moet ik mij in gesprekken vaak verdedigen. Jullie willen toch alleen maar verkopen? Natuurlijk, maar niet aan te jonge jongeren en evenmin aan alcoholisten. Wij willen graag de mensen hun hele leven als klant houden en willen graag meewerken aan een gezellige avond thuis waar met beleid met alcohol wordt omgegaan. Er is weinig kennis over de gevaren van alcohol bij veel mensen en ook bij ouders die verantwoordelijk zijn voor hun kinderen. Op scholen wordt er ook te weinig aandacht aan besteed. Er wordt hard gewerkt om iedereen meer informatie over alcohol te geven. Er is een website ontwikkeld, www.alcoholenopvoeding.nl, waar informatie kan worden gevonden over alcohol en opvoeding. De campagne is ontwikkeld door het Trimbos-instituut en het NIGZ ( Nationaal Instituut voor Gezondheidsbevordering en Ziektepreventie) in opdracht van het ministerie van VWS.

Ik denk dat op dat gebied nog veel werk moet worden verricht en dat we dat als slijters dit soort initiatieven alleen maar moeten aanmoedigen, want jeugd en alcohol past niet samen. Wij hopen dat er ook eens wat positiefs in de pers komt met betrekking tot alcohol. Overmatig alcohol schaadt de gezondheid maar regelmatig gebruik van beperkte hoeveelheid alcohol komt de gezondheid ten goede. Het is weten-

schappelijk bewezen dat een glaasje alcohol een positieve bijdrage levert bij het tegen gaan van vernauwingen van de bloedvaten.'

## 9. GALL & GALL VERNIEUWT SLIJTERIJFORMULE.

De nieuwe formule van Gall & Gall: strak, nieuwe kleuren, modern en klaar voor de toekomst. Op ooghoogte in het schap worden een aantal speciaal geselecteerde producten op een opvallende manier onder de aandacht gebracht. Gall & Gall lanceert ook het pick & mix cadeauconcept. Klanten kunnen bij iedereen hun eigen cadeauverpakking kiezen. Daarbij is er keuze uit basis, eigentijds, luxe en traditioneel. Samenwerking, automatisering, internet, proeverijen dat zijn onderwerpen waar de slijters hard aan moeten werken om over 10 jaar nog een goedlopende slijterij te hebben. Miranda Korendijk-Logt tenslotte: 'Ik zou graag een beroep op onze leveranciers en importeurs willen doen om meer te investeren in de zelfstandige slijterijen. Het dynamische beeld dat de consument voorgeschoteld krijgt op TV van de drankenproducenten, dat gevoel, dat vindt de consument uiteindelijk maar in weinig slijterijen terug. Waarom worden de etalages voor promotie niet gemaakt door professionals? Waarom worden er geen zuilen ontwikkeld waar de jongere consument zijn keuze kan maken in de winkel? Waarom wordt er ook bij distillateurs en importeurs zo weinig samen-gewerkt? Geef de slijter vertrouwen om samen te werken aan de toekomst!'

# Daarom lid worden van de Koninklijke SlijtersUnie

Naast de algemene belangenbehartiging biedt het lidmaatschap van de Koninklijke SlijtersUnie een aantal concrete voordelen. Bereken zelf uw direct financieel voordeel van het lidmaatschap van de Koninklijke SlijtersUnie:

- korting op de verplichte basisheffing van het bedrijfsschap Slijters, uw voordeel € 26,87
- toezending jaarboek, voor niet-leden exclusief BTW € 35,00
- korting op basisplan en arbozorgplan van Commit en Commit Arbo PM
- automatisch lidmaatschap MKB-Nederland (exclusief het blad Ondernemen), uw voordeel excl. BTW € 167,45
- korting op cursussen MKB-Nederland PM
- korting op de verplichte basisheffing van het Hoofd Bedrijfsschap Detailhandel, uw voordeel € 23,90
- het 'Klare-Taal' katern wordt u 6x per jaar gratis toegezonden, tegenwaarde exclusief BTW PM
- korting op een jaarabonnement op het vakblad Drinks Slijtersvakblad € 5,00
- 10% korting op de kosten van de SSO opleidingen en examens bij aanvraag via de SlijtersUnie PM
- brandstofkortingen bij Esso, Texaco en Total PM
- eenmalige korting van 5% bij de Ziekteverzuimpolis en VerzuimVizier van Goudse Schadeverzekering NV PM
- 5% korting gesprekskosten telefoon PM

Uw totale voordeel bedraagt tenminste	€ 257,22
Het lidmaatschap van de Koninklijke SlijtersUnie bedraagt in 2006 exclusief BTW	€ 150,-
U verdient dus door uw lidmaatschap tenminste	€ 107,22 per jaar!

Wilt u lid worden? Vraag dan bij het secretariaat te Eindhoven (040-2453785) om toezending van een aanmeldingsformulier. Het lidmaatschap bedraagt in 2006 € 150 exclusief BTW.

Koninklijke SlijtersUnie • Postbus 885 • 5600 AW Eindhoven • tel: 040-2453785 • fax 2431749

