



Waar liggen uw kansen?

Over de kwaliteit van onze zomer kunnen we het oneens zijn. Juni was het prachtig zonnig weer met weinig regenval. Terwijl Zuid-Europa gebukt ging onder droogte en extreem hoge temperaturen tot wel 42 graden Celsius, kenmerkte juli in Nederland zich door veel regenwolken en lage temperaturen. Augustus was best redelijk, met vooral hier en daar een bui. Voor de slijters waren er niet zoveel wolkjes aan de lucht want er zijn genoeg momenten geweest waarbij er een fles geopend moest worden.

Alcoholverkoop in belwinkel niet toegestaan

De gemeente Utrecht heeft de wet juist geïnterpreteerd en toegepast in een handhavingsswestie rond de verkoop van alcoholhoudende dranken in een belwinkel. Het assortiment van de winkel bestond voor ongeveer de helft uit telefoonartikelen en voor de helft uit licht-alcoholische dranken, tabak en levensmiddelen. De gemeente sommeerde de belwinkel de verkoop van alcohol te staken op straffe van een dwangsom á 500 euro per geconstateerde overtreding per dag, tot een maximum van 5.000 euro. De belwinkel maakte hiertegen

Vooral mousserende wijnen doen het beter dan ooit. Naast prosecco (gelukkig eindelijk als spumante en niet frizzante) bleek cava het goed te doen en ook de kwaliteitssekt uit Duitsland deed aardig mee. Rosé, ook vaker als spumante maar vooral als stille variant, heeft ondanks de wat milde zomer weer bij heel wat kelen de dorst gelest. Bier schijnt door de jongere garde minder populair te zijn geweest. Maar toch is het marktaandeel redelijk stabiel gebleven, vooral dankzij de flinke groei in prima drinkbaar alcoholvrij en bieren van kleine brouwerijtjes. Gedistilleerd heeft weer wat in moeten leveren, maar de hype rondom gin is zeker niet voorbij. Hierin liggen veel kansen voor slijters, want naast gin gaan er dan vaak meteen winstpakkers als tonic over de plank. Denk bijvoorbeeld ook aan vermout!

Om echt te weten waar de kansen liggen, is de Dranken & Pakket Expo te Houten een must. Graag hopen wij jullie allen tijdens dit jaarlijkse slijtersevent op onze stand te mogen begroeten, en even bij te praten over de perikelen waar wij als slijters mee te maken hebben.

Een hartelijke groet!

Ron Andes
Voorzitter

bezwaar en verzocht de rechter om een voorlopige voorziening te treffen. De gemeente stelde zich op het standpunt dat het aandeel levensmiddelen onvoldoende is om te kunnen spreken van een winkel waarin in overwegende mate levensmiddelen worden verkocht. Ook heeft de voorgevel duidelijk de uitstraling van een telefoonwinkel. Daarom wordt niet voldaan aan artikel 18, lid 2 van de Drank- en Horecawet. Volgens de rechter heeft het bezwaar geen redelijke kans van slagen, reden om het verzoek van de belwinkel af te wijzen.

SlijtersUnie komt in actie tegen pick up point

De SlijtersUnie heeft de burgemeester van de gemeente Best gevraagd te handhaven in het kader van de vestiging van een pick up point van Jumbo. Particulieren hebben hier de mogelijkheid om sterke drank op te halen buiten een vergunningslokaliteit om. In januari vorig jaar trad de gemeente Hoofddorp in een vergelijkend geval, na een verzoek van de SlijtersUnie, handhavend op. Het afhaalpunt dat een online slijterij had ingesteld bleek niet op de slijtvergunning vermeld te staan, wat in strijd is met de Drank- en Horecawet. Sterke drank mag volgens artikel 19 lid 1 alleen worden verkocht en afgeleverd worden op de locatie die op de vergunning gemeld staat. In dit geval was het pick up point gevestigd in een winkel die direct verbonden was met een benzinstation. Dat betekent dat ook de eigenaar van de benzinepomp in overtreding was. De burgemeester sommeerde de online slijterij om de aflevering van sterke drank vanuit het afhaalpunt te stoppen, op straffe van een dwangsom. Naast Jumbo zijn er meer pick up points waar dit probleem speelt. De SlijtersUnie trekt ten strijde omdat dit de belangen van de branche zou kunnen schaden.

Sligro: ongeoorloofde verkoop aan particulieren

De rechtbank Den Bosch heeft dit voorjaar een verzoek van de Koninklijke SlijtersUnie (KSU) om handhaving tegen de Sligro wegens ongeoorloofde verkoop aan particulieren niet in behandeling willen nemen. De SlijtersUnie heeft tegen die beslissing beroep aangetekend bij de Raad van State. De rechter is van mening dat de leden van de KSU niet in hetzelfde marktsegment werkzaam zijn als Sligro en dus geen belang hebben bij handhaving. Daar denkt de SlijtersUnie uiteraard anders over en voert daar in dit artikel verschillende argumenten voor aan. De rechtbank erkent wel dat het pasjesysteem ertoe zou kunnen leiden dat alcoholische dranken die bij Sligro zijn gekocht in handen van particulieren terechtkomen. Dat valt volgens de rechtbank niet uit te sluiten. De Raad van State heeft hier eerder al uitspraken over gedaan. Door geen verdergaande maatregelen te nemen om verstrekking aan particulieren te voorkomen, profiteert Sligro wel van het neveneffect. Volgens de SlijtersUnie heeft zij haar bedrijfsvoering mede ingericht op de verstrekking aan particulieren.

PERSWIJN

Sligro richt zich ook mede op particuliere klanten. Een voorbeeld daarvan zijn de advertenties in het blad Perswijn. Perswijn is naar eigen zeggen 'Hét wijnmagazine voor liefhebbers & professionals', dus geen vakblad strikt gericht op handel en horeca, maar eerst en vooral een blad voor consumenten. In het blad staan proefnotities van wijn met prijsinformatie. Perswijn vermeldt

daar bewust géén inkooprijzen exclusief btw bij, maar uitsluitend (een indicatie van) consumentenprijzen inclusief btw. In tegenstelling tot andere adverterende groothandelaren en importeurs vermeldt Sligro haar prijzen exclusief btw. Die andere leveranciers adverteren ook in Perswijn maar zonder vermelding van hun prijzen. Zo staan in de editie van juli onder meer advertenties van LFE, DGS, De Monnik en Kwast. Die laten prijzen achterwege omdat de consument daarmee inzicht krijgt in de marge van de detaillist. De reguliere groothandel probeert zoveel mogelijk te voorkomen dat de detaillist daardoor in verlegenheid komt. Als Sligro zich niet zou richten op directe verkoop aan de consument zou een prijsindicatie van de consumentenprijs inclusief btw voor de hand liggen. Dan krijgt de consument immers de informatie wat de wijn in de winkel/wijnhandel ongeveer kost. En weet de professionele inkoper op basis van deze indicatie wel in welke range de inkooprijzen exclusief btw zich bevindt. Kennis van de inkooprijzen van de detaillist bij zijn klanten zorgt voor discussies waar de detaillist niet op zit te wachten. Het is ook om die reden dat er weinig slijters zullen zijn die een substantieel deel van het assortiment inkopen bij Sligro. De slijter koopt veelal in via de reguliere drankengroothandel, die de inkooprijzen afschermt voor de consument. Sowieso heeft het alleen zin om prijzen te communiceren aan (doel)groepen die ook daadwerkelijk voor die prijzen de goederen en diensten kunnen aanschaffen. Dat de prijzen bij Sligro voor iedere consument toegan-

kelijk zijn, geeft mede aan dat de consument dus onderdeel van de doelgroep uitmaakt.

PARTICULIEREN ÉN ONDERNEMINGEN

Leden van de SlijtersUnie verstrekken, net als Sligro, alcoholhoudende dranken aan particulieren én ondernemingen en organisaties die ingeschreven staan bij de Kamer van Koophandel. Uit de bestreden uitspraak lijkt te kunnen worden afgeleid dat de rechtbank er vanuit gaat dat slijterijen hun waar enkel aan particulieren verkopen, maar dat is natuurlijk niet het geval. Ook de zakelijke markt wordt voor een belangrijk deel door slijters verzorgd. Het spreekt voor zich dat een restaurant, hotel of andere zakelijk afnemer een buitengewoon interessante klant is voor slijters. Zowel slijters als Sligro richten zich dus op de zakelijke markt. In meerdere opzichten is de verkoopomgeving vergelijkbaar: ook bij Sligro zijn alle alcoholhoudende dranken op één locatie binnen de vestiging geconcentreerd. Zowel slijters als Sligro verkopen alcoholhoudende drank aan particulieren én ondernemingen en laten hen proeven. Hoewel zij zich niet formeel richt op particulieren –dat zou immers niet passen binnen bestemmingsplannen en de regels van de Drank- en Horecawet– kan Sligro niet ontkennen dat de feitelijke verkoop plaatsvindt aan particulieren, omdat het huidige pasjessysteem niet waterdicht is.

GRENZEN VERVAGEN

Sligro meldt zelf in haar jaaroverzicht 2016 dat de grenzen tussen de consumentenmarkt



en professionele markten vervagen: ‘Het wordt bovendien steeds lastiger om de pure foodservicemarkt en foodretailmarkt te definiëren, aangezien met de komst van online de traditionele grenzen tussen consumentenmarkt en professionele markten in toenemende mate vervagen.’ De Rabobank signaleert dezelfde ontwikkeling in haar uitgave Cijfers & Trends, Een visie op branches in het Nederlandse bedrijfsleven (editie 2016/2017), onder het kopje ‘Strijd achter de schermen, buiten het zicht van de consument’: ‘In de keten zijn de inkoopcombinaties van supermarkten (foodretail) dominant door hun inkoopkracht. Foodretail beweegt zich ook meer op het terrein van foodservice en vice versa (blurring). De groothandel en grossiers zijn aan zet. De grens tussen foodretail en foodservice wordt het toneel voor een felle strijd tussen de distributiekanaalen. De groei van food online vormt een uitdaging maar mogelijk ook een kans voor de foodservice-groothandel.’ Deze uitspraken laten opnieuw zien dat sprake is van eenzelfde marktsegment.

Nieuw leven voor verpakkingsafval

De SlijtersUnie gaat zich in samenwerking met Nedvang inzetten voor de inzameling van verpakkingsglas. NEDerland Van Afval Naar Grondstof: daar staat de naam Nedvang voor. Nedvang regisseert de inzameling en recycling van de verschillende soorten verpakkingsafval: papier en karton, glas, kunststof, metaal en hout. Daarmee krijgt verpakkingsafval een nieuw leven en worden kostbare grondstoffen bespaard. Nedvang is opgericht voor en door producenten en importeurs die verpakte producten op de markt brengen. Zij zijn wettelijk verplicht te zorgen voor de recycling van verpakkingsafval. De stichting Afvalfonds Verpakkingen heeft deze verantwoordelijkheid van hen overgenomen. De monitoring en stimulerende van de inzameling en recycling van verpakkingsafval is door het Afvalfonds Verpakkingen aan Nedvang uitbesteed. Zij werkt hiervoor samen met gemeenten, afvalbedrijven, recyclers en de organisaties die hen vertegenwoordigen. Alle informatie over deze interessante consumentenpromotie ontvangt u tijdens de Dranken & Pakket Expo op 3 en 4 september in Houten.

HOEVEEL PASHOUDERS ZIJN ER EIGENLIJK?

Nederland telde in 2016 volgens de Kamer van Koophandel 1.832.812 ondernemingen. Voor een tweede inkomer kan bij Sligro een extra klantenkaart worden aangevraagd. De mogelijkheid van een derde of nog meer klantenkaarten wordt niet uitgesloten. De kring van potentiële pashouders is nog groter, omdat ook ondernemers met een vestiging in het buitenland een Sligro-klantenkaart kunnen aanvragen. Aan hen vraagt Sligro een kopie van een geldig legitimatiebewijs. Een klantenkaart is weliswaar strikt persoonlijk, maar biedt toegang voor twee personen gelijktijdig. Daarvan moet één persoon met naam op de kaart vermeld staan. Bij het betreden van een Sligro-vestiging wordt de klant gevraagd naar zijn klantenkaart en eventueel een geldig legitimatiebewijs. Dat staat allemaal te lezen op de website van Sligro. Ten aanzien van de tweede persoon, die niet beschikt over een kaart, is dus sowieso geen sprake van enige controle op

betrokkenheid bij de onderneming van de pashouder. De enorme hoeveelheid potentiële pashouders sluit aan bij de perceptie van de slijter. Onderzoeksinstituut EIM heeft in 2009 onder de titel ‘De Slijtersbranche’ de bevindingen gepubliceerd van een grootschalig onderzoek onder slijters, leden en niet-leden van de SlijtersUnie. Maar liefst 44% van de geïnterviewde slijters geeft aan de concurrentie te ervaren. Sligro mag dan menen dat geen sprake is van concurrentie, door de slijter wordt dit beslist anders gezien. Ook al zou aangenomen worden dat Sligro en de leden van de SlijtersUnie niet in hetzelfde marktsegment werkzaam zijn, blijf natuurlijk dat de leden van de SlijtersUnie ook in dat geval een concurrentiebelang houden. Iedere fles die via het groothandelskanaal zijn weg naar de particuliere of zakelijke consument vindt, gaat af van het aandeel van de leden van de SlijtersUnie. Naar verwachting zal de Raad van State pas op zijn vroegst medio 2018 uitspraak doen. U wordt op de hoogte gehouden.

Kijkje achter de schermen bij Hansen Dranken

In samenwerking met de SlijtersUnie wordt op maandag 2 oktober een bijeenkomst gehouden voor Limburgse slijters; leden én niet-leden van de SlijtersUnie. Doel is een mogelijkheid te creëren voor slijters om elkaar, anders dan bijvoorbeeld op de jaarvergadering van de SlijtersUnie of de Dranken & Pakket Expo, op regionaal niveau te treffen. Onderdeel van de dag is een rondleiding door Hansen Dranken. Dit bedrijf is in 1947 opgericht in Linne, een dorpje onder de rook van Roermond. Wat begon als een eenmanszaak is inmiddels uitgegroeid tot een onafhankelijke drankenhandel met meer dan honderd medewerkers en een totale opslagcapaciteit van 13.500 m². De onderneming levert aan drankengroothandels, groothandels in

aanverwante branches (zoals de foodbranche), slijterijen, retail-organisaties, supermarkten, wijnhandels en speciaalzaken in heel Nederland.

Programma:

- 10.30 uur ontvangst
- 11.00 uur presentatie SlijtersUnie door Ron Andes
- 12.00 uur lunch
- 13.00 uur rondleiding Hansen Dranken
- 14.00 uur proeverij
- 15.00 uur afsluiting met borrel

Deelname is kosteloos. Aanmelden kan tot 18 september bij Ed Villevoeye via e-mailadres berns@edvillevoeye.nl

Heineken passeert slijter

Heineken heeft in 2014 de thuistap The Sub in Nederland gepresenteerd. Deze wordt ‘geladen’ met de Torp, een compacte bierversapkking van twee liter die in elke koelkast past. Consumenten kunnen de producten online bestellen. De nieuwe thuistap was ook verkrijgbaar bij een aantal geselecteerde winkels. Maar jammer genoeg zijn de vaatjes niet door iedere slijter te verkrijgen. De SlijtersUnie ontving berichten van leden dat de

Torp niet meer aan hen wordt geleverd en dat het product nog uitsluitend door Heineken rechtstreeks aan consumenten wordt geleverd. De SlijtersUnie heeft hierover opheldering gevraagd en Heineken gevraagd hoe men de rol van de slijter ziet in de distributie van Heineken-producten. Ondanks diverse herinneringen heeft Heineken niet inhoudelijk op die vraag willen reageren. Het stilzwijgen lijkt al antwoord te bieden.



Van ‘ver van je bed’ naar betrokkenheid

De drukste periode van het jaar is voor slijterij/wijnhandel ‘In de Blauwe Druif’ weer achter de rug: de Vierdaagse van Nijmegen, waar alle medewerkers er flink de schouders onder zetten. Maar tijd om stil te zitten is er niet, andere evenementen staan al weer gepland. Tussen de bedrijven door ziet eigenaar Machiel Otten ook nog kans om

zich te laten interviewen voor Klare Taal. Hij is namelijk het nieuwste bestuurslid van de Koninklijke SlijtersUnie en dat vraagt om een nadere introductie.

Als voorzitter van De Wijnproevers, een club van zo’n veertig onafhankelijke slijters verspreid over Nederland, vond Otten het belangrijk dat iemand uit die gelederen zitting zou nemen in het bestuur van de KSU. Daarom besloot hij te reageren op de vacature. “Als er nieuws komt vanuit de SlijtersUnie, wordt dat vaak ervaren als ‘ver van je bed’. Omdat je met je eigen dagelijkse dingen bezig bent of omdat het misschien niet direct op jou van toepassing is. Maar het zijn wel belangrijke zaken voor slijters, problemen die al heel lang spelen of waar je als individu niets tegen kunt beginnen.” Dat ver-van-mijn-bed-gevoel is iets wat Otten graag wil omturnen naar: meer betrokkenheid. “We zullen in elk geval de activiteiten van de SlijtersUnie standaard op de agenda van De Wijnproevers zetten.” Er zijn veel zaken die meer aandacht verdienen, vindt hij. Bijvoorbeeld de strijd tegen blurring, maar ook het gemak van de voorbeeldbrieven die vanaf de site te downloaden zijn en die slijters zelf kunnen sturen naar gemeenten om handhavend op te treden. “Ik merk dat er heel veel dingen spelen en dat er veel afhangt van hoe de slijtersbranche er uit gaat zien de komende jaren.” Als zelfstandig slijter ziet Otten de toekomst gelukkig positief in. “Maar ik denk wel dat er nog een kleine schifting gaat plaatsvinden. De slijterij en wijnhandel zal moeten kiezen, zich verder moeten specialiseren, met veel kennis van het product en het verhaal daarachter. Met een krat pils en een flesje blond gaan we het niet meer winnen.” De tijd dat klanten vanzelf komen binnenwandelen, is voorbij. Daar komt bij dat steeds meer groothandels de markt van de slijter verkennen. “De grote spelers worden steeds groter, terwijl de kleintjes het alleen maar moeilijker krijgen.” De dunne scheidslijn tussen particuliere en zakelijke markt is er volgens Otten altijd al geweest, maar wordt nu meer zichtbaar. “Dat zie je bijvoorbeeld ook aan Heineken die zijn drankengroothandel onderbrengt bij Sligro. Dit soort interessante ontwikkelingen volg ik op de voet. Je ziet vaak dat het een cyclus is; eerst schaalvergroting dan weer verkleining. Vaak loopt men achter de behoeftes van de samenleving aan.”

Machiel heeft nog maar één vergadering meegemaakt, maar langzamerhand ontstaat wel een beeld van de rol die hij voor zichzelf ziet weggelegd. “Ik zou me kunnen voorstellen dat ik me ga inzetten voor de werving van nieuwe leden en communicatie. Zodat iedereen nut en waarde van de SlijtersUnie inziet. Het is lastig omdat je weet dat het aantal slijterijen minder wordt. Bovendien zijn we ook nog eens elkaars concurrent. Maar je moet ook in een groter geheel kunnen denken.” Als voorzitter van De Wijnproevers is een dergelijke houding Otten niet vreemd. “Soms moet je als bestuur anders besluiten dan je voor je eigen winkel zou doen. Dat is denken vanuit het algemeen belang.”

Blurring gaat door

Ondanks dat de blurringpilot van de VNG officieel al is afgelopen, gaan meerdere gemeenten op eigen initiatief toch door met de proef. In Apeldoorn deden veertien ondernemers mee aan het experiment, waarbij zij hun klanten een glas bier of wijn mogen serveren tijdens het winkelen. Een mengvorm tussen horeca en detailhandel waar de Koninklijke SlijtersUnie sinds het begin tegen heeft gestreden. In meerdere zaken is de SlijtersUnie door de rechtbank in het gelijk gesteld en werden gemeenten gesommeerd de proef voortijdig te beëindigen. Ondanks deze gerechtelijke uitspraken en de formele beëindiging van de pilot door de VNG, heeft een drietal steden besloten om toch door te gaan met blurring. Zo koos het college van burgemeester en wethouders te Apeldoorn ervoor om de proef te verlengen, tegen het advies van haar eigen handhavers in. Die vinden dat de gemeente moet afwachten of de Drink- en Horecawet wordt aangepast. Maar dat kan naar verwachting nog wel twee jaar duren. Ook de gemeenten Nijmegen en Venray hebben plannen ontwikkeld om te blijven experimenteren met blurring. Rotterdam heeft bekend gemaakt dat het sinds 1 juli wel is gestopt met het project Blending010 en dat vanaf nu weer handhavend zal worden opgetreden. De stad ging drie maanden langer door om de effecten beter te kunnen meten, maar heeft het experiment nu toch beëindigd. Ondervindt u hinder van blurring in uw gemeente? Met behulp van de Modelbrief blurring, te downloaden via onze site, kunt u een verzoek tot handhaving indienen.

Extra voordelen exclusief voor onze leden:

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:

Kortingen

• automatisch lidmaatschap MKB-Nederland	€ 250,00
• korting op cursussen van MKB-Nederland	PM
• Korting op afgifte Slijtersbasisdiploma	10%
• Korting op SDEN-3 bieropleiding StiBON	10%
• Korting op SDEN-3 slijterscursus bij VAKO	10%
• Korting cursus Sociale Hygiëne Horeca Stichting NL	10%
• Korting op afgifte Slijtersvakdiploma	€ 15,00
• Korting op SDEN-4 opleiding Liquorist van de Wijnacademie	10%
• Gratis toezending 'Klare Taal' katern, 6x per jaar, tegenwaarde (6x € 5,00)	€ 30,00
• Korting op een jaarbonnement Drinks Slijtersvakblad	€ 5,00

*Subsidie is tijdelijk beschikbaar en dient vooraf aangevraagd worden via KSU. Voor alle overige kortingen geldt alleen bij aanmelding via SlijtersUnie.

Het lidmaatschap van de Koninklijke SlijtersUnie bedraagt in 2017 exclusief btw	€ 229,-
---	---------