

## TWEDE CONFERENTIE CEGROBB OVER HERGEBRUIK VERPAKKINGEN



Cegrobb, de Europese Vereniging van Drankengroothandelaars waar GDH bij is aangesloten, heeft in samenwerking met Deutsche Umwelthilfe eind vorig jaar een conferentie gehouden met als thema: de bescherming van de herbruikbare drankverpakkingen in Europa.

Tijdens de conferentie werd specifiek naar herbruikbare drankverpakking systemen in de EU lidstaten gekeken. Philip Schraven, voorzitter Cegrobb: "Hergebruik wordt nog vaak gezien als een ouderwets afvalbeheersysteem. Toch komen we ze in heel Europa tegen en bieden ze, in tegenstelling tot wat veel mensen denken, goede vernieuwingsmogelijkheden voor de drankenleveranciers." Verder traden er diverse sprekers op, waaronder Europarlementariër

Dorette Corbey. Zij deelde haar visie over "voedselafstand" en andere issues verbonden met de klimaatvoordelen van herbruikbare flessen.

### Winnaars van de European Refillables Award

De conferentie sloot af met de bekendmaking van de twee winnaars van de European Refillables Award. De eerste winnaar was Spadel. Zij vielen in de prijzen vanwege hun nieuwe herbruikbare fles. Deze fles weegt 10% minder en heeft toch 25% meer volume, wat leidt tot betere logistiek en een lagere impact per liter op het milieu. De tweede prijs ging naar de Duitse drankengroothandel Löscher Depot. Zij ontvingen de prijs voor hun intensieve samenwerking met regionale brouwerijen, fruitsapproducenten en mineraal water bottelaars, die allemaal herbruikbare flessen gebruiken.



## START CAO-ONDERHANDELINGEN DRANKINDUSTRIE

Op 31 maart 2009 loopt de huidige CAO voor de Drankindustrie en de Groothandel in Dranken af. Dit betekent dat er in de komende maanden weer onderhandelingen plaatsvinden en wel op:

- Donderdag 5 februari 2009
- Donderdag 5 maart 2009
- Donderdag 19 maart 2009

De GDH houdt u vanzelfsprekend op de hoogte van de ontwikkelingen.

## LEDENLIJST GDH

Drankenhandel Van Aubel CV • Bavaria DC Lieshout • Bavaria DC Limburg • Bavaria DC Utrecht • Berendhaus Groep BV • Slijterij Hennie Berendsen BV • Ivar van den Berg Dranken • Drankenhandel De Bergbron BV • Bessems Drink- & Partyservice • Drankenhandel H.H.J. Beukers BV • Bier & Co Amsterdam • Drankengroothandel De Boer BV • Jac. Bongers Dranken • Drankengroothandel Boonekamp BV • Beer & Selected Beverages eesv • De Brouwketel BV • Brunger Drankengroothandel • VOF Drankenhandel/Slijterij Bruynjke Beer • Bouwhuis Horeca & Grootverbruik • Budelse Brouwerij BV • Buffing Drankengroothandel BV • Slijterij/Drankenhandel Cevelum VOF • CH'I Holland • Valkenswaardse Drankengroothandel Claes • Drankenhandel/Slijterij Degen • Deli XL Horeca Totaal Sluis • Drankenhandel van Dooren • Drankenhandel Van Dorst BV • Dranken Organisatie Nederland B.V. • De Edese Drankenhandel BV • Drankengroothandel Eijkelenkamp-Onstenk BV • Drankenhandel ElSCO BV • De Nieuwe Gerstengel • Geurtsen BV • Drankengroothandel De Git BV • Th. Godschalx Drankengroothandel BV • Hamar BV • Heineken Brouwerijen Amsterdam • Heineken Brouwerijen Limburg • Heineken Brouwerijen Noord-Holland • Heineken Brouwerijen Noord Nederland • Heineken Oost Nederland • Heineken Brouwerijen Utrecht • Heineken Brouwerijen Zuid-Holland • Heineken Brouwerijen Zuidoost Nederland • Heineken Brouwerijen Zuidwest Nederland • Heisterkamp Drankenhandel BV • Drankenhandel Hooisma BV • Drankenhandel Houter BV • Drankenhandel Huybrechts • InBev Blerick • InBev West-Brabant • InBev Delft • InBev Geldrop • InBev Noord Nederland • InBev 's-Hertogenbosch • InBev Lochem • InBev Noord-Holland • InBev Rotterdam • InBev Utrecht • InBev Zeeland • JP Horeca BV • De Klok Dranken Babberich • De Klok Dranken Delfgauw • De Klok Dranken Enschede • De Klok Dranken Groningen • De Klok Dranken Helmond • De Klok Dranken IJsselmuiden • VOF C.F. van der Knaap & Zn. • Drankenservice Andre Knol BV • Koekkelkoren Dranken BV • Drankenhandel-Wijnhuis Korbeld • BV Leensmiddelen-groothandel 'De Kweker' • De Kweker - Weel • Limburgse Horeca Centrale BV • Lindeboom Brouwerij BV • Slijterij Toon van der Linden • Drankenhandel Harry de Louw • VOF M. Mans & Zoon • Meerburg Dranken • Drankenhandel Metz BV • Meulendijks Drankenhandel • De Monnik Dranken BV • Drankenhandel Mulco BV • VOF Drankenhandel Nectar • Nelissen Dranken vof • VOF Drankenhandel J. van Pas • Drankenhandel Pluym BV • Radder Horecare • Horeca-Groothandel Willie Robben BV • Fa. A. Robertus en Zn. • Roerbrouw BV • Scheerder Drankengroothandel • Scholten Horecagroothandel BV • Drankenhandel Albert Schuermans • Drankengroothandel Henk Smit BV • Somers-Hendrikx BV • Drankenhandel Terborgse Wijncentrale BV • Veelers Drankenhandel • Veldboer Eenhoorn Horeca en Grootverbruik • Drankenhandel VIDRA BV • Drankenhandel/Slijterij P. Weijs BV • Drankenhandel West Aleta (voorheen Kooijman's Drankenhandel BV) • West-Holland Wijnimport & Drankengroothandel BV • Drankenhandel Willems VOF • Winters Liessel BV • Fa. Woltjer & Oostingh • Woudenberg Dranken Wageningen BV • Café/Slijterij De Zoes • Wijn en Drankenhandel de Zwart (voorheen Fa. B. de Zwart & zn. - siropenfabrikant.) •

**Geassocieerde leden:**  
VOF Tentenverhuurbedrijf Ter Horst  
Maxxium Nederland BV  
Nederlandse Koolzuur Centrale BV  
RAFTI BV  
Brouwerij Palm BV

## COLOFON

Rondje GDH is de Nieuwsbrief van de Vereniging van de Nederlandse Groothandel in Dranken en Horecabenoedigheden (GDH). Deze nieuwsbrief wordt verstuurd aan leden en relaties van de GDH. Aan de inhoud van Rondje GDH kunnen geen rechten worden ontleend.

**Eindredactie:**  
GDH secretariaat • Postbus 179 • 2501 CD Den Haag  
Tel: 070 - 3180710 • Fax: 070 - 3106173 •  
E-mail: info@gdh.nl • Website: www.gdh.nl

**Ontwerp en opmaak:**  
RAL Reclame-adviesbureau • Website: www.ral.nl

# Rondje GDH

Rondje GDH is de nieuwsbrief van de Nederlandse Groothandel in Dranken en Horecabenoedigheden

Nr. 1

| 08 | 09

| 01 | 02 | 03

| 04 | 05 | 06

| 07 | 08 | 09

| 10 | 11

| 12

2 Nieuw secretariaat GDH.

2 Als je maar zorgt dat er klanten blijven komen.

3 Ook in 2009 verdient 'Fris een flesje'.

4 Hergebruik verpakkingen: verslag conferentie CEGROBB.

# DE BESTE WENSEN VOOR 2009!

## EEN NIEUW JAAR, EEN NIEUWE ORGANISATIE

Allereerst wil ik onze leden en lezers het allerbeste wensen voor 2009, ondanks de huidige moeilijke tijden. Laten we vooral niet vergeten dat een crisis óók een uitdaging is, die ons weer kansen biedt om op een creatieve en inventieve manier te werk te gaan. We zullen dit jaar scherp aan de wind moeten varen, maar je kunt niet meer doen dan je best. In de meeste gevallen is dat goed genoeg.

Het jaar dat achter ons ligt, was vooral een jaar van veranderingen. De stichting BBM, bestaande uit de Nederlandse vereniging Frisdranken, Waters, Sappen (FWS) en de GDH, is samengegaan met het Centraal Brouwerij Kantoor (CBK) onder de paraplu Stichting Dranken Nederland. Alle drie de organisaties blijven onder eigen naam en verantwoordelijkheid opereren, maar gezamenlijk hebben we nu een nog bredere expertise in huis. Op die manier heeft de GDH haar positie versterkt als professionele organisatie die u op diverse vlakken kan adviseren en ondersteunen. Uiteraard gaan we ook het komende jaar weer namens u in gesprek met toeleveranciers, afnemers, stakeholders en overheden.

Wat betreft dat laatste zitten we nu dicht bij het vuur. De gezamenlijke verhuizing van de Stichting Dranken Nederland naar de Haagse

binnenstad brengt onze gesprekspartners uit de Haagse politiek op loopafstand. Daar komt bij dat onze nieuwe secretaris-directeur, Eveline Graus, zeer bekend is in het Haagse doolhof, mede door haar werkervaring bij de Tweede Kamer. Eveline is, samen met secretaresse Corinne van Rijn, sinds 1 oktober het aanspreekpunt voor onze leden. Ook binnen het bestuur hebben we nieuwe gezichten. Vier nieuwe, jonge leden, ieder met een grote hoeveelheid vakkennis en creativiteit, zijn het afgelopen jaar aangetreden als bestuurslid. Ik ben dan ook heel tevreden over de kwaliteit van het huidige GDH bestuur. Daar kunnen we ongetwijfeld mooie dingen mee bereiken.

En er is genoeg te doen. Op onze prioriteitenlijst voor 2009 staan uiteraard zaken als de CAO onderhandelingen, inclusief arbeidsvoor-

waarden en pensioen; de omgang met het rookverbod en de negatieve omzetgevolgen daarvan voor veel horeca-ondernemers; het tegengaan van (verdere) accijnsverhoging op bier en het gezamenlijk op zoek gaan naar slimme distributiemethodes. Maar we zullen ook de strijd blijven aanbinden met de papieren tijger die met de uitvoering van de verpakkingenbelasting onze branche binnen is geslopen. We zullen bestuurlijk Den Haag voortdurend blijven wijzen op de inefficiëntie van die hele papierwinkel, maar dat is een kwestie van lange adem. 'Frappier toujours!', is daar ons motto.

Binnen het bestuur hebben we de aandachtsgebieden verdeeld over de verschillende bestuursleden, waarbij iedereen uiteraard zijn eigen expertise, ervaring en netwerk optimaal zal inzetten. Mijn eigen inbreng richt zich vooral op het stimuleren van een eenheid in opvattingen binnen de organisatie, het oplossen van knelpunten en het tonen van ons gezicht naar buiten toe. Ook wil ik me sterk maken voor verbreding van ons draagvlak, bijvoorbeeld door samenwerking te zoeken met foodservice groothandels. Want in tijden als deze heeft de oude zegswijze 'samen sterk', extra geldigheid. Ik wens u een creatief, productief en vooral ook gelukkig en gezond nieuw jaar."

Rudi Boekhoven, voorzitter



## HET NIEUWE SECRETARIAAT VAN GDH

Per 1 oktober 2008 zijn Eveline Graus en Corinne van Rijn van start gegaan als secretariaat van de GDH. Ze volgen hiermee Cécile Riphagen en Jeannie de Groot op als respectievelijk secretaris/directeur en secretaresse. Hierna stellen ze zich aan u voor:



Eveline Graus

### Eveline Graus

Eind vorig jaar ben ik enthousiast begonnen in mijn functie als secretaris/directeur voor de GDH. Al snel had ik door wat een bijzondere branche de GDH vertegenwoordigt met een heel divers ledenbestand. Van grote brouwerijen tot onafhankelijke groothandels, allemaal verschillend in omvang. Ik zie het als een uitdaging alle belangen, zowel intern als extern, goed te behartigen en de leden met goede service en advies van dienst te zijn.

Voor mijn benoeming bij GDH ben ik vanaf 2006 werkzaam geweest als Public Affairs Adviseur/lobbyist bij Heineken Nederland. Daarvoor heb ik 4,5 jaar gewerkt als Public Affairs adviseur voor een gerenommeerd Haags Bureau. Mijn carrière ben ik, na mijn studie bestuurskunde aan de Universiteit Leiden, in 1998 begonnen

bij de Tweede-Kamerfractie PvdA. Daar vervulde ik eerst de functie van beleidsmedewerker en was ik later, ten behoeve van de landelijke verkiezingen in 2002, werkzaam als voorlichter van fractievoorzitter Ad Melkert.

### Corinne van Rijn

Tegelijkertijd met Eveline, ben ik gestart in mijn baan als secretaresse bij de Stichting Dranken Nederland. Mijn hoofdwerkzaamheden betreffen GDH. Daarnaast verricht ik algemene secretariale werkzaamheden voor FWS (de Nederlandse Vereniging Frisdranken, Waters, Sappen) en het CBK (Centraal Brouwerij Kantoor).

Voordat ik in deze baan begon heb ik zes jaar lang met plezier als communicatiemedewerker

bij een cultuurfonds in Den Haag gewerkt. Daarvoor heb ik een jaar in het buitenland (in Nairobi, Kenia) aan een internetproject gewerkt met kansarme tieners uit een sloppenwijk (in samenwerking met de Nederlandse Ambassade). Mijn 'grote start' op de arbeidsmarkt begon in 1986 in de uitzendbranche waar ik een aantal functies heb vervuld; intercedente, secretaresse en opleidingscoördinator.

De GDH en haar leden leer ik inmiddels steeds beter kennen en ik zie er naar uit om samen met Eveline de branche zo goed mogelijk van dienst te zijn.



Corinne van Rijn

## VIER NIEUWE BESTUURSLEDEN BLIKKEN VOORUIT:

### "ALS JE MAAR ZORGT DAT ER KLANTEN BLIJVEN KOMEN"

In het afgelopen jaar verwelkomde het GDH bestuur maar liefst vier nieuwe leden: Remco Boerefijn, directeur horeca bij InBev Nederland, Hans Olde Monnikhof, directeur van drankengroothandel De Monnik Dranken in Oldenzaal, Stijn Swinkels, directeur horeca bij Bavaria en tenslotte Leendert Vellekoop, category manager bij Heineken Nederland. Wij vroegen hen naar hun visie op de toekomst van ons vak.

#### Om te beginnen, vanwaar een plek in het GDH-bestuur?

"Er was behoefte aan iemand die de zelfstandige groothandels vertegenwoordigde", begint Hans Olde Monnikhof. "Ik wil daar graag invulling aan geven." Remco Boerefijn onderstreept het belang dat zijn bedrijf hecht aan een belangenvereniging. "Mijn voorganger in deze functie liet bij zijn vertrek ook zijn bestuurszetel achter, dus het leek vanzelfsprekend om die over te nemen", vertelt hij. "Bovendien denk ik door mijn werkervaring in diverse hoeken van de branche de verschillende belangen te kennen. Dat zal zeker van pas komen." Stijn Swinkels ziet zijn bestuursfunctie vooral als een manier om mee te denken over de toekomst van de drankendistributie. "Er is op dat gebied heel erg veel aan het veranderen. En er liggen

flinke problemen. Denk maar aan de complexe stedelijke distributie, of aan de brandstofprijzen. Samenwerken wordt cruciaal om aan al die zaken het hoofd te blijven bieden."

#### Zijn er nog andere prioriteiten die het komend jaar bovenaan de lijst staan?

Hans Olde Monnikhof ziet vooral de verpakingsbelasting als heikel punt. "Den Haag bedenkt nogal eens iets zonder na te denken over de implicaties. De verpakingsbelasting brengt een enorme hoeveelheid administratie met zich mee. Ik denk dat we binnen de GDH gezamenlijk moeten zoeken naar een goede manier om daar mee om te gaan en een eerlijke verdeelsleutel moeten vinden om de kosten door te berekenen." Remco Boerefijn denkt als eerste aan de arbo-omstandigheden



Hans Olde Monnikhof



Leendert Vellekoop



Stijn Swinkels



Remco Boerefijn

op het gebied van logistiek. We zoeken nu vaak naar oplossingen van specifieke problemen bij de klant, maar het is goed hier ook gezamenlijk over na te denken. Wat doen we met de 50 liter fusten, bijvoorbeeld? Het is sowieso goed als we samen de rol van de GDH scherper maken. Als je nu een gemiddeld GDH lid 's nachts wakker maakt en vraagt: 'Wat heb je aan jouw brancheorganisatie?', dan zal niet iedereen daar helder antwoord op kunnen geven."

#### En? Wat mógen GDH leden verwachten van hun organisatie?

"De GDH moet zorgen voor informatie en kennisoverdracht", zegt Stijn Swinkels stellig. "Ook moeten ze fungeren als intermediair tussen de leden onderling, zodat je kunt leren van elkaars ervaringen. En de CAO onderhandelingen, die zijn natuurlijk heel belangrijk." Ook praktijkmodellen uit het buitenland zouden hier aan de leden gepresenteerd moeten worden, denkt Remco Boerefijn. "De brancheorganisatie moet vooral kijken wat ze kan doen aan de achterkant van het proces. Horeca-specifieke verpakkingseisen bijvoorbeeld. Lobbyen in Den Haag. Ledenservice en advies bieden."

Zaken als het per 1 juli 2008 ingevoerde rookverbod en de kredietcrisis maken het er voor de branche niet eenvoudiger op. Hoe ziet de toekomst er in de horeca uit volgens de nieuwe bestuursleden?

"Voor de horeca tekent zich al een moeilijke periode af sinds de introductie van de euro en de daarop volgende discussie over prijs-kwaliteit verhouding", vindt Leendert Vellekoop. "Of de recente omzetterugloop nu het gevolg is van het rookverbod of van de kredietcrisis,

doet er eigenlijk niet toe. Het wordt gewoon steeds moeilijker om je zaak vol te krijgen." Toch weet Vellekoop zeker dat er voor 'goede horeca' altijd kansen liggen om te scoren. Remco Boerefijn voorziet een daling van het aantal horecabezoeken én van de besteding per klant. De omzetsdaling door het rookverbod herstelt zich na verloop van tijd wel weer. Dit zien we in de meeste landen waar het rookverbod al eerder is ingevoerd. Maar door de bijkomende recessie, zal er de komende tijd flink aan de boom worden geschud. Vooral café's hebben het moeilijk. Er staan er steeds meer te koop en banken zijn steeds terughoudender in het verstrekken van leningen." Breed aanbieden, zoveel mogelijk doelgroepen bespelen en onderscheidend zijn: die aanpak biedt de beste kansen, vinden de heren. Swinkels: "Een horecaondernemer moet ook proberen de rustige dagen van de week vol te krijgen. Door activiteiten te organiseren, bijvoorbeeld." "Een Beaujolaisproefavond, een feest, een braderie, een muziekfestival", draagt Boerefijn aan. "Als je er maar voor zorgt dat er klanten blijven komen. Liefst ook nieuwe."

#### En waar liggen de kansen en bedreigingen voor de drankengroothandel?

Voor de zelfstandigen is het van belang om meerdere pijlen op de boog te hebben, denkt Olde Monnikhof. "Bij mijn aantreden als directeur heb ik direct onze activiteiten verruimd. We leveren nu niet alleen meer aan de horeca, maar ook aan slijterijen. En we hebben onze eigen importartikelen. Op die manier spreid je je risico's en dat slaapt een stuk rustiger. Zeker nu met de economische recessie. Het aantal liters dat consumenten jaarlijks tot zich nemen,

zal ongeveer constant blijven, maar er zal wel een productverschuiving optreden. Daar hebben wij minder last van. Ondernemers moeten nu vooral hun klanten koesteren en kort op hun debiteuren zitten." Remco Boerefijn verwacht dat het marktaandeel van de foodservice groothandels zal blijven stijgen. "Kleine groothandels zullen zich duidelijker moeten profileren. Bijvoorbeeld door de bekendheid met de klant, de service of de breedte van het assortiment. Het voordeel van het aanbieden van foodproducten is dat je je met de winst van bijvoorbeeld biefstukken, mayonaise en sla, kleinere marges kunt veroorloven op bier en fris." ▽



Het afgelopen jaar hebben we de nodige campagne activiteiten ondernomen waarvan het opstarten van onze eigen website [www.frisverdieneenflesje.nl](http://www.frisverdieneenflesje.nl) er één is. Tevens hebben we middels de inzet van campagnemateriaal en interviews/advertenties in vakbladen en landelijke dagbladen, aandacht gevraagd voor onze campagne. De deelnemende fabrikanten (zoals Coca Cola en Spadel) en drankengroothandels hebben zelf ook verschillende campagneactiviteiten ondernomen. Het mee laten lopen van de campagne tijdens de Horecava is er één van.

#### Nog veel te doen

Kortom, er is veel gedaan maar er is ook nog veel te doen. Dit jaar gaan we enthousiast door met datgene waarmee we in 2008 zijn gestart. Samenwerking aangaan met IENS.nl (een website boordevol onafhankelijke restaurant informatie) is een activiteit die bijvoorbeeld hoog op ons lijstje staat. Uiteraard houden we jullie graag op de hoogte van alle ontwikkelingen!

## OOK IN 2009 VERDIENT FRIS EEN FLESJE

In mei 2008 zijn we enthousiast van start gegaan met de campagne 'Fris verdient een flesje'. Doel van de campagne is het verhogen van de afzet van de horecaflles. Dit willen we bereiken door horecaondernemers

te stimuleren over te stappen van de gezinsflles op de horecaflles. Tegelijkertijd proberen we consumenten bewust te maken van hun mogelijkheden om in de horeca te vragen naar de horecaflles. >