



RONDJE GDH



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

Nr. 2 | 05 | 06 | 07 | 01 | 02 | 03 | 04 | 05 | 06 | 07 | 08 | 09 | 10 | 11 | 12

e 2 Tussen de stellingen met Annelies van der Kolk, BÉGÉDé

4 Controle Arbeidsinspectie in de drankensector

4 Start CAO-onderhandelingen



GDH-Jaarvergadering 2006:

HET HORECAKANAAAL CENTRAAL

Bijna veertig procent van alle horecabedrijven in Nederland valt onder de drankensector, van oudsher een belangrijke afnemer van de drankegroothandel. Deze sector bestaat voor meer dan de helft uit café- en barbedrijven. Het aantal bedrijven in de drankenverstrekkende horeca daalt, een trend die zich al enige jaren voortzet. In 2005 daalde het café aanbod naar zo'n 10.600 bedrijven. Naar verwachting zal de daling van het aantal cafés ook in 2006 voortzetten, vooral op het platteland. De beste kaarten liggen op tafel voor bedrijven die meegaan met hun tijd en voor ondernemers die activiteiten ontplooiën om hun gasten te betrekken bij hun bedrijf. In de coffeeshophoek en bij de ontmoetingscentra vallen naar verwachting de zwaarste klappen. Positieve ontwikkelingen in de sector zijn er gelukkig ook. Zo neemt de verkoopoppervlakte per drankverstrekker nog altijd toe en zit er een flinke groei in de zalen/partycentra en de horeca van recreatie- en sportbedrijven. Ook het restaurantaanbod stijgt nog steeds, hoewel er nauwelijks sprake is van schaalvergroting.

De bedrijfsomgeving van de drankegroothandel is en blijft enorm dynamisch. De ontwikkelingen op het gebied van concentratie, schaalvergroting, ketenvorming en internationalisering zetten nog steeds door, terwijl er ruimte blijft voor specialisatie en exclusiviteit. De drankegroothandel zal vooral toegevoegde waarde moeten bieden op het vlak van logistiek, assortiment, advies en prijsstelling. Om dit te kunnen realiseren is professioneel accountmanagement van belang, en voortdurende ontwikkelingen in interactieve bestelmogelijkheden en (binnenstedelijke) levering. Andere trefwoorden voor de toekomst zijn: kostenbesparing, efficiency, breed assortimentsaanbod, leveren van maatwerk en samenwerking.

Horeca Smart Chain

Inspeland op al deze marktontwikkelingen heeft Koninklijke Horeca Nederland plannen ontwikkeld voor de Horeca Smart Chain. De heer Jeu Claes van KHN gaf op de jaarvergadering een presentatie van deze plannen. De Horeca Smart Chain moet een efficiënte inkoopcombinatie voor horeca-

De GDH-jaarvergadering vond dit jaar plaats op een nieuwe locatie: in Horeca City in Amsterdam, de horeca-interieurshowroom van Heineken. Hier zijn onder één dak acht inspirerende inrichtingen voor verschillende horecaconcepten gerealiseerd: van een bruine kroeg wandel je zo een strandpaviljoen of een mondaine hotelbar binnen. In deze toepasselijke omgeving stond dit jaar het horecakanal centraal.

ondernemers worden, die volgens plan in 2015 is uitgekristalliseerd tot een geavanceerd inkoopproces met aanzienlijke kostenbesparingen voor alle partijen in de keten. Het ambitieuze plan is ontwikkeld in samenwerking met het bureau Foodstep, TNO en KPN. In de Horeca Smart Chain bestellen ondernemers hun producten via een geautomatiseerd systeem. Afnemers en leveranciers maken vooraf afspraken over de bestelfrequentie en aflevertijden waarbij bonussen kunnen worden verdiend als men met de leveranciers zogenaamde ideale aflevertijden afspreekt.

Aan de hand van uitgebreide onderzoeksresultaten schetste Claes de huidige marktsituatie en presenteerde hij de voorspelde voordelen van de aanpak van de Horeca Smart Chain.

Hij laat zien dat de huidige markt aan ondernemerszijde vooral uit kleinschalige bedrijven bestaat, die zelfstandig opereren. De op marketingprincipes gestoelde formules zijn in opkomst, maar maken slechts

Vervolg op pagina 3



ANNELIES VAN DER KOLK

"Ik ben eigenlijk vanzelf in deze rol gegroeid", vertelt Annelies. "Na de middelbare school heb ik alleen een secretaresseopleiding gedaan en daarna heb ik in de machinefabriek van de vader van Herman Brood gewerkt. Daar heb ik geleerd om te functioneren in een mannenwereld." Echtgenoot (en GDH-bestuurslid) Jan van der Kolk kwam bij haar oom en tante in de drankhandel te werken en werd vanuit die functie voorzitter van de BÉGÉDÉ. "De bond werd geleid door de diverse bestuursleden, maar de werkzaamheden kostten steeds meer tijd. Daarom werd in 1988 door het bestuur besloten de taken fulltime te coördineren vanuit één kantoor. Tot het moment dat ze 'de juiste man op de juiste plaats' hadden gevonden, zou ik de taken vanuit Zwolle waarnemen", vertelt Annelies.

Lachend: "Uiteindelijk bleek ik de juiste "man."

Gezamenlijke oplossingen

In korte tijd bundelde Annelies de versnipperde werkzaamheden tot een soepel lopend systeem. Sindsdien verzorgt ze, samen met een part-timer, alle voorkomende werkzaamheden voor de BÉGÉDÉ en haar leden. O.a. verzorgen ze de folder die tien maal per jaar verschijnt. De belangrijkste taak van de BÉGÉDÉ ligt volgens haar in het opkomen voor de belangen van alle leden. Als vrouw heb je in het zakenleven een plus, doordat je sommige zaken beter kunt aanvoelen. Ik heb altijd bepleit dat we concurrenten niet als concurrenten moeten zien, maar beter kunt samenwerken. We wissen allemaal in dezelfde vijver. We moeten allemaal geld verdienen, dus laten we proberen om oplossingen te vinden waar we gezamenlijk

beter van worden." Haar oproep wierp vruchten af. Ook andere verkooporganisaties sloten zich in de loop der jaren bij de BÉGÉDÉ aan om de krachten te bundelen.

Op grote veranderingen in het drankenvak, zoals het brouwerijbeleid of de regelgeving rond verpakkingen en retouemballage, heeft de BÉGÉDÉ echter geen grip, constateert Annelies met enige spijt. "Hoe moeilijk soms ook, drankhandelaren moeten meegaan in het vernieuwingsproces. Om te overleven moet je een toekomstvisie hebben. De kracht van de zelfstandige drankhandel is de eigen inbreng, maar alleen op service red je het niet. Je moet ook meedenken met de horeca, een compleet pakket leveren, net een stapje harder lopen dan de grote jongens." De zelfstandige drankhandelaar kan zijn sterke kanten beter benutten, vindt Annelies. "We moeten profiteren van onze logistieke kleinschaligheid en van onze lage vaste lasten. Bij de schaalvergroting van grote brouwerijen vallen spaanders die voor ons interessant kunnen zijn. Want hoe grootschaliger, hoe minder maatwerk er wordt geboden. Daar kan de zelfstandige drankhandel op inspringen."

De BÉGÉDÉ is opgericht op 11 februari 1964, met als doel het behartigen van de belangen van de vrije drankhandel. De organisatie telt 33 leden die verschillende fustagentschappen vertegenwoordigen en welke over geheel Nederland verspreid zitten. De BÉGÉDÉ is sinds 1997 geassocieerd lid van de vereniging GDH

Directeur BÉGÉDÉ... Annelies van der Kolk;

DE JUISTE MAN OP DE JUISTE PLAATS

"Neem maar een breiwerkje mee" kreeg ze te horen, toen ze in 1988 de coördinatie van de bestuurswerkzaamheden van de Bond van Groothandelaren in Dranken (BÉGÉDÉ) op zich nam. Ze legde het goedbedoelde advies opzij en binnen zes weken beheerde ze alle taken van de bond. Inmiddels is Annelies van der Kolk de Rooij directeur van de BÉGÉDÉ.

Vriendenclub

Hoewel pessimisten al jaren geleden het einde van de bond voorspelden, is de BÉGÉDÉ nog altijd springlevend. "Door het brouwerijbeleid via eigen distributiecentra, is ons ledenbestand gekrompen van 70 in 1987, tot de huidige 33 leden. Het afscheid van leden binnen een "zakelijke vriendenclub" als de BÉGÉDÉ was vaak moeilijk. Mede door de agenten hadden de brouwerijen voorheen een fijnmazige distributie. Voor veel agenten was een brouwerijovername emotioneel gezien niet altijd even prettig." Toch blijft Annelies optimistisch over de toekomst van de zelfstandige drankengroothandel. "Er zullen waarschijnlijk nog wel een aantal zelfstandigen verdwijnen, maar handelaren met een visie hebben zeker een toekomst. Je ziet bij de grote brouwerijen weer een voorzichtige trend in de richting van versnippering. Er zijn brouwerijen die bijvoorbeeld alweer distributeurs aanstellen voor de levering van de fusten, omdat dit logistiek soms niet houdbaar blijkt vanuit de centrale distributiecentra, vanwege te grote afstanden en of flexibiliteit. Het zou een flinke besparing kunnen opleveren wanneer we zouden toegroeien naar een drankengroothandel/distributiecentra die diverse biermerken mag distribueren. Het is wellicht een utopie, maar nogmaals, we moeten het met z'n allen zien te redden in het drankenvak: de brouwer, de diverse toeleveranciers, c.q. producenten/importeurs, drankhandel en de horeca."

Een probleem dat zich de komende jaren wel aan lijkt te dienen voor de zelfstandige drankhandel, is die van opvolging. "Drankenhandels zijn

TUSSEN DE STELLINGEN

vaak familiebedrijven en kinderen gaan niet meer vanzelfsprekend in het bedrijf van hun ouders, maar kiezen vaak hun eigen weg. Hoewel je zo hier en daar ook wel weer ziet dat er toch kinderen in de zaak stappen. Maar als dat niet het geval is en er is geen brouwerij die belangstelling heeft,

dan verdwijnt zo'n bedrijf gewoon."

Dit probleem is natuurlijk ook van toepassing op onze organisatie. Toch zie ik de toekomst positief tegemoet en heb vertrouwen in mijn bestuur en onze leden!

Vervolg van pagina 1

HET HORECANAAL CENTRAAL

een klein deel uit van de totale markt. Inkoopprocedures, bedrijfsformules en andere richtlijnen zijn veelal niet vastgelegd, terwijl de lage gemiddelde leeftijd en het hoge verloop van medewerkers dit juist wenselijk zouden maken. Dertig procent van de ondernemers betreft het grootste deel van de bestelling al 10 jaar of langer bij dezelfde groothandel. Als belangrijkste keuzeargument voor de groothandel staat 'dicht in de buurt' ruimschoots bovenaan. Afspraken met het hoofdkantoor vormen een goede tweede. Onderaan de lijst komen respectievelijk 'levering aan huis' en het als gelijkwegend beoordeelde trio 'scherpe prijs, goede service en goede prijs/kwaliteit-verhouding.

Andere opmerkelijke resultaten van het onderzoek hebben betrekking op de facturering. Gemiddeld ontvangt een horecaonderneming vier groothandelfacturen per week van minimaal 2 verschillende drankenleveranciers. Per factuur zeggen ondernemers zo'n 3 minuten bezig te zijn; bij een gedetailleerde uitsplitsing zeker 5 minuten. Met de Horeca Smart Chain belooft KHN alleen al op dit punt een grote besparing te kunnen bewerkstelligen. Ook door een efficiëntere levering kan fiks worden bezuinigd.

De presentatie van Claes leidde tot een discussie onder de aanwezigen over het belang

van een goede service, individueel advies en het leveren van maatwerk aan de afnemer; taken die op het lijf staan geschreven van de drankengroothandel die volgens diverse aanwezigen met dit systeem onderbelicht blijven.

Horeca City als beleving

Een tweede presentatie werd gehouden door Diederik de Vos, trade marketeer van Heineken. Hij gaf zijn visie op het concept van Horeca City. Deze unieke interieurshowroom is ingericht door de eigen interieuradviseurs van Heineken, die zich baseerden op uitgebreid consumentenonderzoek. "Elk horecakanal heeft zijn eigen, karakteristieke kenmerken, met een bijbehorende specifieke beleving", onderstreept De Vos. Heineken deelde de totale horeca op in acht segmenten en bracht per bedrijfsgroep de bezoekers in kaart. Hun wensen en eisen werden uitgebreid geïnventariseerd. Welk segment de klant ook kiest, bepaalde eisen gelden overall: "de consument wil gastvrijheid, service en een verrassende ervaring binnen een raamwerk van kwaliteit, sfeer en veiligheid." Horeca City wil de bezoekende ondernemer laten zien hoe hij daar op kan inspelen en daardoor zijn rendement kan verhogen. Heineken hoopt jaarlijks zo'n drieduizend ondernemers in Horeca City te ontvangen.

Aardig detail voor de drankenhandel: de Heineken interieurspecialisten adviseren in alle gevallen om het drankenassortiment 'optimaal zichtbaar aanwezig' te laten zijn. "Moffel die mooie producten niet weg in een koeling onder de bar, maar zet ze zoveel mogelijk met gepaste trots in het zicht."



Column

"OP VOLLE TOEREN"

Het is weer zomer. Het WK-voetbal kleurde ons land oranje en als de zon zich vaak genoeg laat zien, betekent dit volle terrassen, hard werken en meer omzet voor onze branche. De GDH zal deze zomermaanden optimaal benutten door te inventariseren wat er leeft bij leden en relaties, welke nieuwe ontwikkelingen onze aandacht verdienen en welke projecten op gebieden als logistiek, veilig werken en verpakkingen, moeten worden gestart.

Nieuwe ontwikkelingen, nieuwe bedreigingen maar zeker ook nieuwe kansen. In samenwerking met Coca-Cola en diverse groothandels is het nieuwe inzamelsysteem voor de buitenshuismarkt voor de eenmalige recyclebare grote PET-flessen met statiegeld opgezet en per 1 april ingevoerd. In de loop van dit jaar moet blijken in hoeverre het nieuwe inzamelsysteem met Small- & BigBags voordelen dan wel nadelen voor de drankengroothandel met zich mee brengt.

Echter, niet alleen op het gebied van verpakkingen en de inzameling daarvan zijn er de nodige veranderingen. Ook onze afnemers blijven in beweging: verdergaande professionalisering en de behoefte binnen de horeca naar "onderscheidend vermogen". Meedenken met de horeca, diversiteit, bieden van maatwerk en onderscheidend vermogen: de drankengroothandel met toekomstvisie kan als geen andere toeleverancier hier goed op inspelen!

Rest mij nog u allen, vanaf deze plaats een zonnige zomer en goede vakantie toe te wensen!

R.G. Boekhoven, voorzitter



Bron: Horeca City - fotografie Bureau Kellerman

GDH Agenda 2006

5 oktober GDH-bestuursvergadering
30 november GDH-bestuursvergadering

CONTROLE ARBEIDSINPECTIE IN DE DRANKENSECTOR

De Arbeidsinspectie heeft aangekondigd van oktober 2006 tot en met februari 2007 landelijk inspecties uit te voeren in de drankindustrie. Niet alleen distillateurs, frisdrankfabrikanten en bierbrouwers, maar ook drankengroothandels hebben in deze periode grote kans op een inspectiebezoek.

Binnen de groothandel wordt een veelheid aan activiteiten verricht. De Arbeidsinspectie heeft al aangegeven zich bij de controles op de volgende werkzaamheden te richten:

- Fysieke belasting en tillen binnen de drankengroothandel en bij de afnemer. Daarbij wordt onder meer nagegaan of bedrijven voldoende aandacht besteden aan het voorkomen van te zware lichamelijke belasting door tillen, duwen en trekken. Tevens wordt gekeken of goede tilhulpmiddelen aanwezig zijn, zowel binnen het bedrijf als bij het uitleveren aan de klant.
- De gang van zaken binnen de drankengroothandel bij het orderpicken.
- Eventueel gevaarlijke situaties bij het uitleveren aan de afnemer. De GDH heeft recentelijk de pictogrammen "moeilijke situaties" en "gevaarlijke situaties" bij de afnemer op het besloten gedeelte van de website gepu-



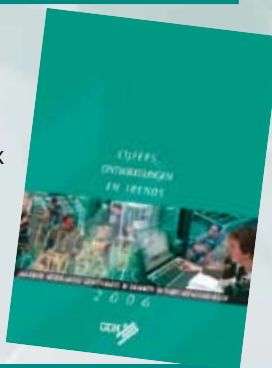
bliceerd. Deze pictogrammen zijn reeds met de Arbeidsinspectie besproken en kunnen door de drankengroothandel goed worden gebruikt als uitgangspunt bij de beoordeling van een situatie bij de afnemer.

- Interne logistiek en veiligheid in het magazijn. Hierbij moet worden gedacht aan de veiligheid van pallets, opslag door middel van stellingen en het zorgvuldig omgaan met heftrucks door middel van goede interne routing.

Tot slot hanteert de Arbeidsinspectie als algemeen aandachtspunt de aanwezigheid van een actuele Risico Inventarisatie & Evaluatie (RIE) en de beschikbaarheid van een plan van aanpak binnen de bedrijven. De leden van de GDH ontvangen binnenkort uitgebreide informatie over dit project.

GDH-JAARBOEK 2006

Tijdens de GDH-jaarvergadering op 31 mei jl. is het GDH-jaarboek 2006 gepresenteerd. In deze editie zijn interviews opgenomen met een zestal horecaondernemers. Daarnaast wordt uitgebreid ingegaan op de ontwikkelingen in de bedrijfstak en op de activiteiten van de vereniging. De bij de GDH aangesloten ondernemingen presenteren zich in het jaarboek met een uitgebreid bedrijfsprofiel.



START CAO-ONDERHANDELINGEN DRANKINDUSTRIE

Op 31 december 2006 loopt de huidige CAO voor de Drankindustrie en Groothandel in Dranken af. De onderhandelingen vinden plaats op de volgende data:

- 11 oktober 2006
- 9 november 2006
- 29 november 2006

De GDH heeft inmiddels het onderhandelingstraject voor specifieke afspraken binnen de CAO voor de drankengroothandel in

gang gezet. Om concurrerend te blijven ten opzichte van de horecagroothandel worden in ieder geval de volgende issues in deze specifieke onderhandelingen meegenomen: salarisopbouw, prikkel voor ziekteverzuim en uitbreiding van het zogenaamde 100%-traject waarbij meer werktijden kunnen worden ingezet zonder structurele betaling van toelagen. De GDH houdt u vanzelfsprekend van de ontwikkelingen op de hoogte.

LEDENLIJST GDH

Drankenhandel Van Aubel CV • Bavaria DC Limburg • Bavaria DC Noord Nederland • Bavaria DC Zuid Nederland • Berendhaus Groep BV • Slijterij Berendsen • Ivar van den Berg Dranken • Drankenhandel De Bergbron BV • Drankenhandel Bertrand-Didden VOF • Drankenhandel "De Beugel" • H.H.J. Beukers BV • Bier & Co Amsterdam • Drankengroothandel De Boer BV • Jac. Bongers Dranken • Drankengroothandel Boonekamp BV • Brewer's Special Beers • De Brouwketel BV • Brunger Distilleerderij • VOF Drankenhandel/Slijterij Bruyntje Beer • Bouwhuis Horeca & Grootverbruik • Budelse Brouwerij BV • Buffing Drankengroothandel BV • Drankenhandel Van Buuren • Slijterij/Drankenhandel Cevelum VOF • CH'1 Holland • Valkenswaardse Drankengroothandel Claes • Drankenhandel/Slijterij Degen • DeliXL Breda • DeliXL Drachten • DeliXL Emmen • DeliXL Geleen • DeliXL Groningen • DeliXL Helmond • DeliXL Hellevoetsluis • DeliXL Hengelo • DeliXL Hoofddorp • Deli XL Sluis • DeliXL Nieuwegein • DeliXL Oss • DeliXL Schiedam • DeliXL Zwolle • Drankengroothandel M.J.M. van Dijk & Zn. • Drankenhandel van Dooren • Drankenhandel Van Dorst BV • De Edese Drankenhandel BV • Drankengroothandel Eijkelenkamp-Onstenk BV • Drankenhandel Van den Eijnden BV • Drankenhandel ElSCO BV • Van Erp Dranken • Geurtsen BV • Drankengroothandel De Git BV • Th. Godschalx Drankengroothandel BV • Drankenhandel Van Gool-Rijnmond BV • Drankenhandel De Graafschap BV • Hamar BV • Drankenhandel Hanenberg VOF • Hanos Texel • Drankenhandel A. Hardeman BV • Heineken Brouwerijen Amsterdam • Heineken Brouwerijen Brabant West • Heineken Brouwerijen Midden-Brabant • Heineken Brouwerijen Deventer • Heineken Brouwerijen Drachten • Heineken Brouwerijen Drenthe • Heineken Brouwerijen Gelderland • Heineken Brouwerijen Haaglanden • Heineken Brouwerijen Helmond • Heineken Brouwerijen Holland-Zuid • Heineken Brouwerijen Limburg • Heineken Brouwerijen Noord-Holland • Heineken Brouwerijen Rijnland • Heineken Brouwerijen Schielanden • Heineken Brouwerijen Utrecht • Heineken Brouwerijen Zeeland • Heineken Brouwerijen Zeeuws-Vlaanderen • Heisterkamp Drankenhandel BV • 't Hekeltje B.V. • Drankengroothandel Hengst BV • Drankenhandel Hooisma BV • J.P. Horeca BV • Drankenhandel Houter BV • Drankenhandel Huybregts • 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 • InBev Zwolle • VOF C.F. van der Knaap & Zn. • Drankenservice Andre Knol BV • Koekkelkoren Dranken BV • Kooijman's Drankenhandel BV • Drankenhandel-Wijnhuis Korbeld • BV Horecagroothandel KSV • Kweker Weel • Drankenhandel en Partyservice Jan de Leijer • Limburgse Horeca Centrale BV • Lindeboom Brouwerij BV • Drankengroothandel Toon van der Linden • Lijfering Dranken BV • Drankenhandel Harry de Louw • VOF M. Mans & Zoon • Meerburg Dranken • Drankenhandel Metz BV • Jan Meulendijks Drankengroothandel BV • De Monnik Dranken BV • Drankenhandel Mulco BV • VOF Drankenhandel Nectar • VOF Drankenhandel J. van Pas • Drankenhandel Pluym BV • Radder Horecare • Horeca-Groothandel Willie Robben BV • Fa. A. Robertus en Zn. • Roerbrouw BV • Scheerder Drankengroothandel • Drankenhandel De Schipbeek BV • Scholten Horecagroothandel BV • Drankenhandel Albert Schuermans • Drankengroothandel Henk Smit BV • Somers-Hendrixx BV • Drankenhandel Terborgse Wijncentrale BV • Veelers Drankenhandel • Veldboer Eenhoorn • C.J.A. Verdaasdonk • Drankenhandel VIDRA BV • Drankencentrale Waterland BV • Drankenhandel/Slijterij P. Weijs BV • West-Holland Wijnimport & Drankengroothandel BV • Drankenhandel Willem VOF • Winters Liessel BV • Fa. Woltjer & Oostingh • Wouderberg Dranken Wageningen BV • Café/Slijterij De Zoes •

Geassocieerde leden:

Bond van Groothandelaren in Dranken (BèGèDé) • VOF Tentenverhuurbedrijf Ter Horst • Maxxium Nederland BV • Nederlandse Koolzuur Centrale BV • ORAFIT BV • Brouwerij Palm BV

COLOFON

Rondje GDH is de Nieuwsbrief van de Vereniging van de Nederlandse Groothandel in Dranken en Horecabodigheden (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 26155 • 3002 ED Rotterdam
Tel: 010 - 477 4033 • Fax: 010 - 425 9025
E-mail: info@gdh.nl • Website: www.gdh.nl

Ontwerp en opmaak:

RAL Reclame-adviesbureau • Website: www.ral.nl