



Door toenemende bewustwording en de vraag naar eerlijk voedsel, vinden steeds meer consumenten de weg naar biologische producten. Bij die kwaliteitsbewuste consumenten vallen ook verfijnde delicatessen, liefst uit eigen streek, goed in de smaak. Hoe kan de (biologische) slager hier op inspelen?

DOOR LINDA VAN 'T LAND

SLAGER ZOEKT (H)EERLIJKE DELICATESSEN

KWALITEITSBEWUSTE CONSUMENT KIEST LEKKER EN VERANTWOORD

Veel slagers verkopen tegenwoordig ook producten zoals wijn, olijven, mosterd of kaas. Ze ontwikkelen een assortiment met diverse delicatessen naast hun reguliere aanbod. Heel verstandig, vindt Marian Lemsom van de KNS. “Maar doe het alleen als het je bedrijf een toegevoegde waarde geeft en het duidelijk aanvullend is op je eigen assortiment.” Worst- en vleeswarendeskundige Paul van Trig van de Gildeslager is het daarmee eens. “Door het aanbieden van delicatessen kun je jezelf uitstekend als versspecialist profileren”, zegt hij. “Zorg er wel voor dat je kwalitatief hoogwaardige producten aanbiedt die minstens zo goed zijn als je eigen vlees. Kies dus bijvoorbeeld voor boerenkaas en verkoop geen ‘slobberwintjes’. Als je bijproducten niet van hoogstaande kwaliteit zijn, kunnen zij het imago van al je vlees onderuit halen.”

Streekgerechten

“Zongedroogde tomaten met geitenkaas of gevulde knoflookolijven: iedereen dweept tegenwoordig met zogenoemde tapas”,

merkt slager Antoine van Baars op. “Ik geloof veel meer in authentieke, Nederlandse streekgerechten, zoals zult, balkenbrij of bloedworst. Als je deze producten leuk presenteert met bijvoorbeeld appelcompote erbij, zijn ze ook heel goed als tapas te gebruiken.” Daarmee slaat de Keurslager uit Deurne de spijker op z'n kop. Kwaliteitsbewuste consumenten eten anno 2012 namelijk graag herkenbare producten die het liefst zo regionaal mogelijk geproduceerd zijn. Traditionele (streek)gerechten in een modern jasje zijn daarom een goede keuze voor slagers die het assortiment willen uitbreiden. “Het verwerken van streekproducten in hapjes of delicatessen spreekt consumenten enorm aan”, bevestigt Lemsom. “Bij die producten valt ook een sterk verhaal te vertellen, wat belangrijk is voor het onderscheidend vermogen van je assortiment. Gebruik hiervoor ook een medium als Twitter.”

Eerlijke grondstoffen met een duidelijke herkomst en lokaal produceren staan al jarenlang hoog in het vaandel bij de bio-

logische slagers. Ook zij zoeken naar uitbreiding van hun assortiment én klantenbestand en vinden dit in het aanbieden van (h)eerlijke delicatessen. De Groene Wegslager Bas Derksen uit Nijmegen verkoopt bijvoorbeeld verschillende soorten biologische olijven, zeven soorten droge worst, zelfgemaakte ham, pancetta's en worstjes. “Door de opmars van tv-koks en de populariteit van koks als Jamie Oliver heeft het begrip ‘duurzaam’ ineens de kop opgestoken”, vertelt hij. “De media hebben een belangrijke rol gespeeld bij de opmars van biologisch produceren en ook supermarkten als Albert Heijn zijn er erg mee bezig.” Dat heeft veel consumenten aan het denken gezet, met name de echte lekker-

bekken en kookfanaten. “De groep die voor kwaliteit kiest, is de afgelopen jaren duidelijk gegroeid”, merkt Derksen. “Zij vragen zich in toenemende mate af: ‘Wat eten we nu eigenlijk en waar komt het vandaan?’ Ook collega Theo Pronk van De Groene Wegslagerij Rotterdam ontvangt steeds meer klanten die aandacht hebben voor wat zij eten. “Soms komen mensen hier met complete kookboeken de winkel in en wij werken ook veel samen met een kookstudio. Biologisch en vooral bewust eten heeft mijns inziens zeker de toekomst.”

Exclusiviteit

De kwaliteitsbewuste klant vindt steeds vaker de weg naar de biologische slager en

Als je bijproducten niet van hoogstaande kwaliteit zijn, kunnen zij het imago van al je vlees onderuit halen



Je biedt met huisgemaakte delicatessen exclusiviteit en dat verschaft ieder bedrijf een bepaalde uitstraling

is daar vervolgens ook bereid iets extra's te betalen voor verfijnde smaken en exclusieve hapjes. Maar goed ook, want zelf produceren van delicatessen is een arbeidsintensief proces en dient wel een bepaalde prijs te dragen. "De slager moet bij het aanbieden van een dergelijk assortiment goed zijn marges bewaken", adviseert Henk Joosten van Uw Slager. "De productiekosten liggen hoog en er moet rekening gehouden worden met een aanzienlijk deel derving." Ook Lemsom waarschuwt de slager dat er vanwege veel productie-uren goede prijzen berekend moeten worden om voldoende marge over te houden. Volgens Paul Van Trigt moet marge niet de belangrijkste reden zijn om het assortiment binnen de slagerij uit te breiden met delicatessen. "Veel belangrijker vind ik het dat een dergelijk aanbod klantenbinding genereert en bovendien je imago als versspecialist kan verstevigen. Je biedt met huisgemaakte delicatessen exclusiviteit en dat verschaft ieder bedrijf een bepaalde uitstraling."

Biologische slager Lieuwe Nicolai uit het Friese Oosterwolde werkt hard aan deze

eigen uitstraling. Om zijn paté te promoten, vertelt hij een prachtig verhaal over het biologische pluimveebedrijf van de familie Ykema uit Hichtum, waar door een omaatje als uit de tv-reclame van Bertolli eieren worden geraapt. "Natuurlijk is het één en al marketing", erkent hij. "Maar de consument wil vooral niet meer besodemieterd worden door slechte grondstoffen voorgeschoteld te krijgen. Als biologische slager maken wij inzichtelijk waar de producten vandaan komen en als het even kan, noemen wij de boerderij bij naam."

"Verder dan dat moet je trouwens niet gaan", zegt collega Pronk. "Wij hebben op de schermen in onze winkel wel eens beelden getoond van lammetjes in de wei bij boer Jansen, maar dat gaat de consument nét te ver."

Nicolai probeert zijn biologische vleesaanbod uit te breiden met delicatessen en aanverwante zaken, maar vindt hiervoor in Friesland nog geen grote markt. "We zijn hier rijk geworden van het turfsteken", lacht hij. "Liever eerlijk eten dan liflafjes." Wel merkt hij dat door een specialistisch aan-

bod zijn klantenkring gegroeid is en dat mensen het niet vreemd meer vinden als sommige producten niet verkrijgbaar zijn. “Onze hammen hangen negen maanden te drogen in de winkel. Klanten zijn bereid hierop te wachten, vinden dat zelfs leuk. Zodoende ontstaat meer begrip en sympathie voor je product én je prijzen.” Theo Pronk heeft tot zijn spijt niet veel ruimte in de winkel om diverse delicatessen aan te bieden, hoewel bijvoorbeeld zijn quiches en truffelsalami gretig aftrek vinden. “Ik werk daarom samen met een delicatessenzaak bij mij in de straat, waar ze nu en dan mijn producten willen verkopen.”

Laat proeven!

Slagers die overwegen hun assortiment uit te breiden met (biologische) delicatessen, krijgen van collega's bovenal één belangrijke tip: laat proeven, proeven en nog eens proeven. “Wees niet bang om iets weg te geven”, adviseert Bas Derksen. “Dat verdient zich altijd terug.” Nicolai sluit zich hierbij aan: “Plaats geen dure advertenties in de lokale kranten over het feit dat je de lekkerste paté van de streek hebt. Proeven zegt alles.” ■

BIOLOGISCHE ROOMPATÉ MET APPELTJES EN CALVADOS

Recept afkomstig van Uw Biologische Slager Lieuwe Nicolai

Grondstoffen

- 5 kilo varkenslever
- 5 kilo zacht spek (broekspek en buikranden)

Ingrediënten (per kilo)

- 20 g n.p. zout
- 3 g witte peper
- 0,5 g gember
- 0,5 g koriander
- 10 g bio kutterpower van firma Nesse (4 superstim van Verstegen kan ook)
- 2 g vanillesuiker
- 60 g gesmoorde uien
- 20 g tomatenpuree (ontzuren door met de uien mee te fruiten)
- 40 g ei
- 0,5 g rode bietenpoeder

Roux

- 750 g roomboter
- 2 liter volle melk
- 1.000 g Nutricia Bambix rijstbloem

Bereiding

Smoor de uien samen met de tomatenpuree. Maak de roux door de melk rustig op te warmen en laat de boter erin smelten. Voeg als laatst de rijstbloem toe. Cutter de voorverwarmde lever uit met kutterpower, eieren, gefruite ui en tomatenpuree.

Voeg roux toe met de kruiden en voeg daarna het gebroeide spek en circa 1 liter bouillon toe voor de gewenste smeerbaarheid. Dit is ongeveer 15 kilo deeg voor de roompaté. Splits deze hoeveelheid op in drie gelijke delen.

Verdeel het eerste deel over drie ingevette cakeblikken met biologische reuzel. Vermeng het tweede deel met 10 gram calvados en 25 gram appelgranulaat (rasp) per kilo. Vermeng het derde deel vermeng met 80 gram cranberries per kilo.

Stop het deeg in drie ingevette cakeblikken. Garneer de patés ten slotte af met gerookt spek en bak het af in de steamer op 120 graden met 50 procent droge lucht en 50 procent vochtige lucht tot een kern van 72 graden. Laat de roompaté daarna afkoelen en vacumeer in plakken.

