



UITREIKING PRIJZEN TIJDENS KNS INSPIRATIECONGRES

SPARERIBS TROPHY 2017 VOOR ONGEKOOKTE RIBS MET BITE

Voor de beste spareribs van Nederland moet je naar Den Haag. Op 26 juni is slager Peter Jan van den Broek uitgeroepen tot winnaar van de Spareribs Trophy 2017. Tijdens het inspiratiecongres van de KNS in Utrecht, maakte juryvoorzitter en televisiekok Ramon Beuk de winnaar bekend. Slagerij Christiaanse uit Leidschendam werd tweede en Slagerij Buth uit Ooltgensplaat derde.

De prijsuitreiking van de Spareribs Trophy 2017 vond plaats tijdens het KNS inspiratiecongres in Mereveld Utrecht. Voorafgaand was er de Algemene Ledenvergadering waarin voorzitter Ad Bergwerff aftrad. (zie kader).

'Het was een 'pittige' klus'

Het was een nek-aan-nekrace tussen de nummers een, twee en drie. "Het ging om heel kleine details. Het was bijna knokken tussen de juryleden", liet Ramon Beuk zich op het podium ontvallen. Samen met de winnaar van de Spareribs Trophy 2016, Simon van Schaijk uit Leiden en Rinus de

Rijder (onderwijsmanager SVO vakopleiding food) vormde Beuk de jury. Ze hadden er letterlijk een hele klui aan om de honderd inzendingen te proeven en beoordelen op smaak, geur, kleur en het uiterlijk. Beuk vond het een 'pittige' klus: "Ik ben slagers nog meer gaan waarderen. Ongelooflijk dat je een product op zoveel manieren elke keer weer anders kunt laten smaken door een element toe te voegen." Ramon Beuk, die naast zijn optredens op tv, boeken schrijft en lezingen geeft, gaf aan vooral op smaak en structuur te hebben gelet. De andere juryleden hadden eveneens een scherp oog voor bloedaders en botsplinters.

Juryvoorzitter Ramon Beuk: "Ik ben slagers nog meer gaan waarderen. Ongelooflijk dat je een product op zoveel manieren elke keer weer anders kunt laten smaken."

Smaakvolle spareribs

De winnende spareribs blonken volgens de jury vooral uit vanwege de smaak. "Met deze onderscheidende en smaakvolle spareribs maak je mensen heel blij", vond Beuk. De trotse winnaar Peter Jan van den Broek kon dat alleen maar beamen. "Het feit dat we al meerdere keren een finaleplaats bereikt hebben, bewijst wel dat onze spareribs van goede kwaliteit zijn. We zijn erg blij dat we de Spareribs Trophy dit jaar



dan ook daadwerkelijk hebben gewonnen!" De juryvoorzitter gaf de uitreiking extra glans door de tien finalisten het podium op te roepen. Hier en daar knoopte hij een gesprekje aan met de prijswinnaars die een oorkonde en beker in ontvangst mochten nemen. Dat leverde blije gezichten en mooie teamfoto's op. Bij de nummer drie, Slagerij Buth uit Ooltgensplaat, viel het de chef en presentator op dat er veel jonge meiden in het team zaten. Ze zijn allemaal in opleiding bij deze slager. "Top dat jullie in de top drie staan", vond Beuk oprecht.

Troef je concurrent af

Voor de bekendmaking van de prijswinnaar, voerde hij de spanning extra op. De twee overgebleven teams vroeg hij tegelijk op het podium. Zo kon de zaal de reacties van de dolblij winnaars goed zien. 'Wat is nu het geheim van jullie sparerib? Troef je concurrent eens af met een mooi verhaal', daagde Beuk de uiteindelijke winnaar uit. "Hij heeft een bite en we koken ze niet



Scheidend voorzitter van de KNS, Ad Bergwerff, en zijn opvolger Fred Karremans: "Wij slagers werken met hart, hoofd en handen."

BESTUURSWISSEL KNS

Na 12 jaar heeft Ad Bergwerff de voorzittershamer van de KNS neergelegd. Dat gebeurde officieel in de Algemene Ledenvergadering van de branchevereniging van slagers voorafgaand aan het inspiratiecongres in Utrecht. Bergwerff werd tot erelid benoemd. Zijn opvolger is Fred Karremans. Hij werd kort voorgesteld tijdens het inspiratiecongres. Daar sprak Bergwerff nog één keer als voorzitter. "De slager is een vakman die tegenwoordig weer als betrouwbaar wordt gezien. We werken met ons hoofd, hart en handen. Ik ben trots op ons vak."



Volop gelegenheid om te netwerken tijdens het KNS-inspiratiecongres.

maar braden ze alleen.” De temperatuur waarop de Haagse slager de ribs bereidt, wilde hij niet verklappen. Dat vond de chef wel een beetje jammer. In zijn lezing voorafgaand aan de prijsuitreiking, ventileerde hij als boodschap dat je als slager mensen blij moet maken. “Ga bij

slagers zich – net als koks - onderscheiden, vond de televisiekok en presentator.

Koe als verbindende factor
Evenals twee andere sprekers was Beuk gevraagd om een voordracht te houden tijdens het inspiratiecongres van de KNS.

vertelde hoe verschillende generaties te werk zijn gegaan. Aan de hand van films, foto’s en anekdotes en met een vlotte Brabantse tongval en veel humor, wist hij het publiek te boeien. In het begin sloeg hij gelijk een brug met de slagers. De koe is in zijn ogen de bindende factor. “Zonder leer komen we niet ver als schoenfabrikant.” Net als Beuk gaf Van Bommel aan dat je jouw (familie)verhaal moet vertellen. Dat deed hij aan de hand van hoe het merk Floris van Bommel in de jaren ’80 is gelanceerd. Zijn broer Floris is de naamgever en fungeert in reclamecampagnes als

verteller van de boodschap. Hij laat daar bij ook zijn persoonlijke voorkeuren voor bijvoorbeeld rockmuziek zien. “We kennen zelf ons verhaal het beste en weten hoe we dat moeten verkopen. Daar heb je geen marketeers voor nodig. Luister daar niet naar. Wij zijn met eigen winkels en een webshop gestart, tegen alle adviezen in. In die webshop staat bij elke schoen een verhaaltje over dat model.” Ook doet de schoenfabrikant het net een tikkeltje eigenwijzer en anders, om zo de pers te halen. Zo zoekt ze onalledaagse samenwerkingsvormen. Bijvoorbeeld door de Zeeuwse band Racoon te laten optreden

in hun eerste, kleine shop in Amsterdam. Binnenkort mogen klanten in de schoenfabriek komen kijken hoe de Van Bommels worden gemaakt. “We serveren daarbij koffie en een Brabants worstenbroodje. Dat past bij ons.” De KNS liet bij monde van woordvoerder Marian Lemson weten interesse te hebben voor zo’n rondleiding.

Speel in op emoties
De lezing van Martin de Munnik van Neurensics, neuromarketing research, ging over hoe je de consument kunt raken. Hij gaf een wetenschappelijk kijkje in het brein van de mens. Op basis van hersenscans gaf hij inzicht in hoe de consument overgaat

tot aankoop. De meeste beslissingen nemen mensen op basis van emoties. Speel daar op in, was zijn advies. Doe dat niet met prijsacties, maar met beleving. Het weggeven van een plakje worst en het laten proeven van producten, stimuleert de verkoop. “Als mensen iets krijgen, kopen ze het ook.” Verder helpt het om te laten zien dat je je vak verstaat en om autoriteit en vertrouwen uit te stralen. “Zet een slager in een supermarkt neer en de omzet stijgt”, beweerde De Munnik. Uitleggen waar je product vandaan komt, heeft meerwaarde. Vertel wel de waarheid want alles is tegenwoordig te checken. “Maar je mag het verhaal wel iets mooier maken.” ■



De koe is in de ogen van schoenfabrikant Reynier van Bommel de bindende factor tussen hem en de slager. “Zonder leer komen we niet ver als schoenfabrikant.”



Martin de Munnik van Neurensics: “Zet een slager in een supermarkt neer en de omzet stijgt.”

DE TOP 10 VAN DE SPARERIBS TROPHY 2017

Jurylid en televisiekok Ramon Beuk was onder de indruk van de variëteit aan spareribs die hij voorgeschoteld kreeg tijdens de Spareribs Trophy 2017. Elke slager heeft zo zijn eigen stijl. Dit zijn de tien finalisten met de smaaktypering van hun sparerib volgens de jury.

1. Slagerij Peter-Jan van den Broek, Den Haag. *‘Onderscheidend en smaakvol’*
2. Slagerij Christiaanse, Leidschendam. *‘Om door een ringetje te halen.’*
3. Slagerij Buth, Ooltgensplaat. *‘Een robuuste sparerib met een fijne rooksmak.’*

Eervolle vermeldingen, in willekeurige volgorde:

- Slagerij Tomassen, Heel. *‘Een bijna perfecte sparerib.’*
- Keurslagerij Marco van Strien, Gravenmoer. *‘Een sparerib waar je van kunt houden.’*
- Ambachtelijke Slagerij Dennis van de Ven, Schijndel. *‘Een prachtige sparerib waar de kunst van het garen tot zijn recht komt.’*
- Gildeslager Goossen, Rijssen. *‘Een mooie, traditionele sparerib met een goede grillsmak.’*
- Keurslager Horst, Epe. *‘Ambachtelijk en met zorg bereid.’*
- Slagerij Hein Swolfs, Goirle. *‘Een keurige sparerib met een hartige nasmak.’*
- Keurslager Kluijtmans, Sint-Oedenrode. *‘Een sparerib met een zoetige onderton die niet misstaat op tafel.’*