

DESLAGER



BOERDERIJWINKEL BIJ BROEDERS UIT BERKEL-ENSCHOT

LAAT CONSUMENT KENNISMAKEN MET EERLIJK VLEES

- Wouter van de Veen: “Wij willen lekkere worst maken”
- Generatie Z is de eerste generatie die volledig met internet is opgegroeid
- Slagerij 't Wuiver bereikt met één TikTok video meer dan 740.000 kijkers!



BOERDERIJWINKEL BIJ BROEDERS UIT BERKEL-ENSCHOT

CONSUMENT KENNIS LATEN MAKEN MET EERLIJK VLEES



"DAT WE GEEN
TOONBANK HEBBEN,
BETEKENT NIET DAT
BELEVING BIEDEN
ONBELANGRIJK IS"

Begin dit jaar opende Bij Broeders in Berkel-Enschot; een brasserie en boerderijwinkel met eigen slagerij. Het '2 sterren Beter Leven'-rundvlees van de eigen boerderij en de slagerij staan centraal in het concept dat je gerust een boerderijwinkel 3.0 kunt noemen.

Twintig jaar geleden nam Henk Broeders het voortouw om – tegen de trend in – zijn runderen op een duurzame manier groot te brengen. Henk zette ook Bief Select op; een keten van veehouders die werken volgens het '2 sterren Beter Leven'-keurmerk.

Het idee om een boerderijwinkel te starten is al meer dan tien jaar

oud, vertelt Henks dochter Lia die de dagelijkse leiding heeft over de brasserie en de winkel. Telkens waren er andere prioriteiten waardoor het er niet van kwam. Een jaar of drie geleden stofte Henk de oude ideeën af. Lia: "We hebben alles samen met onze leveranciers zelf bedacht en ontworpen. Wij zijn veel bij andere slaggers en boerderijwinkels gaan kijken voor inspiratie."

ZO VEEL MOGELIJK ZELF

Er werd geen aannemer ingeschakeld. "Met onze slager Guus bouwden we onze brasserie en winkel met zoveel mogelijk nostalgische materialen. De dakpannen zijn uniek en komen van een kerk uit Tilburg. De oude gebakken klinkers zijn we zelf gaan sorteren, we hebben ze zelf opgehaald en gelegd. Gebruikte materialen geven een nostalgisch karakter en het is ook duurzaam. Zo zaten we overal zelf achterheen en deden we zoveel mogelijk zelf." Brasserie en winkel is een combi van oude en moderne details. De ruime slagerij, worstmakerij, rookkast, de opslagruimtes en de koelcellen bevinden zich ondergronds.



TIPS VAN LIA EN GUUS

- Ga je (ver)bouwen? Check wat je zelf kunt en welke duurzame of gebruikte materialen je kunt toepassen om de kosten te drukken.
- Werk met vlees van goede herkomst en draag dat uit.
- Zorg voor vierkantsverwaarding voor een optimaal rendement.

OPFRIS STAGE

Slager Guus Verhoeven legt ziel en zaligheid in de nieuwe winkel en slagerij. Guus werkte de afgelopen dertig jaar als productie leider bij een horecagroothandel. "Ik was er meer manager dan slager. Daar werkten we overigens met vlees van Bief Select en daar kennen we elkaar van." Guus kwam vorig jaar aan boord en

omdat de bouw achterliep op schema, werkte hij eerst mee in de bouw en op de boerderij. "Fantastisch om zo vanaf het begin betrokken te zijn." Om weer feeling te krijgen met het 'echte' slagerswerk deed Guus een 'opfrisstage' bij een slagerij. "Dat was heel nuttig, vooral op het gebied van het fijnere werk en het presenteren van het vlees. Rechtstreeks voor consumenten werken is toch anders dan business-to-business."

WISSELWERKING

Het rundvlees komt logischerwijze van de eigen boerderij waar circa negenhonderd stieren rondlopen. Lia: "Ons pap koos ruim twintig jaar geleden al voor natuurlijke bemesting en nul antibiotica." De negen stallen zijn diervriendelijk ingericht. De gewassen die van het land komen, zijn bestemd voor de eigen runderen. Guus:

"Behalve het slachten doen we alles zelf. Dat begint op de boerderij met het bemesten en eindigt in de winkel, of in de brasserie op het bord. De vleeswaren worden voor 70% in eigen slagerij geproduceerd. Vierkantsverwaarding vinden we belangrijk: we gebruiken alles en de wisselwerking met de koks van de brasserie is daarin belangrijk én leuk: we leren van elkaar."

VERRAST

De slagerij ging half maart open en de brasserie ruim twee maanden later. Lia: "Inmiddels hebben we een team van tien ervaren medewerkers" Het tweesterren-rundvlees van eigen boerderij is de trekker. Het varkensvlees heeft geen label, maar is door Henk Broeders geselecteerd bij een boer die net als hijzelf goed met mens, dier en milieu omgaat. Het kippenvlees is van Gildehoen en er is een beperkt

assortiment lamsvlees. Guus: "Wat mij wel verraste is dat er zo veel mensen komen voor het gemak, zoals vlug- en panklaar en kant-en-klare maaltijden. Samen met het rundvlees en de seizoensproducten zijn dat ook de hardlopers." Lia laat twee kleine houten plankjes zien waarop een cadeaubon is gelaserd. "Deze gaan ook hard."

IN DE MARKT ZETTEN

Het concept in de markt zetten gebeurt op verschillende manieren. Er is een moderne website, plus webwinkel. "En we zijn heel actief op social media. Ik heb ook folders laten drukken en bezorgd bij de campings en hotels in de buurt. We zitten langs een drukke fietsroute en dat zorgt ook voor aanloop. Het is allemaal nieuw voor ons, dus het is afwachten hoe het zich ontwikkelt." Er zijn plannen genoeg, getuige een vel papier op de binnenkant van de kantinedeur: Spaanse week,

Italiaanse week, Duitse week. Guus: "De bedoeling is dat iedereen zijn of haar suggesties erbij schrijft." Bij Broeders wil op termijn ook aan derden leveren, bijvoorbeeld de horeca. Lia: "Een aspergeboer in de omgeving verkoopt nu onze ham."

GEEN DOORSNEESLAGER

Guus: "Wij zijn geen doorsneeslager met een toonbank. Vrijwel alles ligt voorverpakt in de koelvitruines en mensen moeten daaraan wennen. Als vervolgens blijkt dat het vers is en goed smaakt, komen ze vanzelf

**"DAT WE GEEN TOONBANK
HEBBEN, BETEKT NIET
DAT BELEVING BIEDEN
ONBELANGRIJK IS"**

terug. Dat we geen toonbank hebben, betekent niet dat beleving bieden onbelangrijk is. In de winkel werken namelijk gastvrouwen die advies geven, producten laten proeven en een praatje maken. Ook in de brasserie en op het terras is beleving belangrijk. In de brasserie kan men de producten eten en deze kopen in de winkel. Op het terras ziet men de koeien lopen in de weide." Lia: "We bieden ook excursies aan op de boerderij, om de consument te laten zien hoe een eerlijk stukje rundvlees op ons bord komt."

Lia: "De winkel ziet er modern en exclusief uit. Qua prijzen zitten we tussen de slager en een supermarkt in." Guus: "Dit bedrijf heeft nul historie omdat alles nieuw is. Maar als ik zie waar we nu al staan, denk ik dat we goed bezig zijn. Iedereen is betrokken en werkt keihard om het concept tot een succes te maken."

