



Duurzaam de toekomst tegemoet

Grensverleggers zijn vernieuwende ondernemers in hun eigen branche. Pioniers die in letterlijke én figuurlijke zin grenzen overschrijden. Deze keer: diervriendelijke, biologische en ambachtelijke vleeswaren van Slegers Quality Meat Products.

Pas sinds de laatste vier jaar legt Slegers Quality Meat Products zich toe op diervriendelijk geproduceerde vleeswaren. Twee jaar geleden besloot het Hapertse bedrijf bovendien alleen nog met biologische grondstoffen te werken. “Het past bij de cultuur van dit bedrijf, en bij die van de directeur”, zegt directeur Walter Slegers over die keuze. Maar het was vooral ook een commerciële afweging: “Als je als klein bedrijf een positie wilt verwerven op een markt die zo concurrerend is als die van de worst- en vleeswaren, moet je je specialiseren. Anders is er nauwelijks op te boksen tegen grote producenten als Stegeman en Zwanenberg.” Slegers zag dat de consument zich steeds bewuster wordt van de herkomst van het product. “Er ontstond opeens veel vraag naar diervriendelijke, biologische producten. We hadden al connecties met toeleveranciers die zich op dat gebied specialiseerden en we zagen hier kansen voor de continuïteit van ons bedrijf.”

Door zich te richten op zo'n betrekkelijk kleine niche in de vleeswarenmarkt, kon Slegers zich bovendien weer toeleveren op bewerkelijke, ambachtelijke producten. “Onze vleeswaren worden bijvoorbeeld nu weer op een natuurlijke manier gerookt en gegrilld”, legt Slegers uit. “Mensen willen weer terug naar een authentieke, traditionele smaak.” Dat betekende voor het bedrijf dat er ingrijpend gereorganiseerd moest worden. “We hadden een bepaald machinepark, het personeel was gericht op de massaproductie van worsten en vleeswaren, dat moest allemaal worden veranderd”, aldus Slegers. Nu werken er ambachtelijke slaggers en is ook het machinepark vervangen. Slegers levert aan landelijk bekende supermarkt- en warenhuisketens, niet alleen in Nederland maar ook in omliggende landen als Duitsland, België, Engeland en Denemarken.

“Veertig procent van onze omzet komt uit de export”, zegt Slegers. “Vooral Duitsland is een groeimarkt, daar hechten consumenten erg aan traditioneel gemaakte producten.” Nu maakt Slegers kwaliteitsproducten die bewerkelijker en dus ook duurder zijn dan de doordeweekse supermarktworst. Vormt de huidige financiële crisis een groot gevaar voor zijn omzet? “Vooral twee jaar geleden, toen we net lekker in de flow van onze reorganisatie zaten, zorgde de crisis, die toen voor het eerst van zich liet merken, voor een paar extra hobbels”, antwoordt Slegers. Maar dat zware weer hebben we doorstaan en ons vaste klantenbestand is inmiddels breed geworden. We hebben inmiddels zo'n vaste positie verworven in de schappen van de supermarkten, dat we het volste vertrouwen in de toekomst hebben. Ook het afgelopen jaar hebben we zeer goed gedraaid, met een groei van 32 procent ten opzichte van het jaar daarvoor.”

“Innovatief bezig blijven”, is het besliste antwoord van Slegers op de vraag wat de toekomst brengt. “Dat betekent ook met de klanten in gesprek blijven over concepten als ‘mager’ of ‘glutenvrij’. Als de klant dan een klein assortiment magere of glutenvrije vleeswaren in zijn schappen wil, zorgen wij ervoor dat dat een aansprekende uitstraling krijgt. Zo blijven we constant op zoek naar nieuwe benaderingen, nieuwe kansen.”



Geert Boink, voorzitter van de Stichting Zeldzame Huisdieren, glimlacht samen met zijn bok zo onweerstaanbaar naar de camera dat we niet anders kunnen dan deze foto Foto van de Maand te maken. Lees alles over deze bijzondere stichting in de special.