

JAARVERSLAG ADN 2007

Inleiding

Het jaar 2007 is over het algemeen een goed jaar geweest. De economie bleef op een hoog niveau doordraaien en daar pikken de groentewinkels de vruchten van mee. Zeker niet onbelangrijk waren de trends in de voeding. Voeding staat hoog op de lijst van aandachtspunten bij de overheid, verschillende organisaties, zoals het Voedingscentrum, en daardoor ook bij de consument. De afvalmethode van Sonja Bakker viert nog altijd hoogtijdagen. Al haar boeken stomen direct door naar de top van de verkochte boeken. Al met al ontwikkelingen die we toejuichen. Een ondernemer die hier goed op inspelt en met deze trends meegaat kan scoren.

Branchebreed zijn de omzetten gestegen voor de AGF detailhandel. Niet onbelangrijk hierbij was het feit dat ook het prijsniveau van verse groente en fruit zijn, en daarmee de inkoopprijzen omhoog zijn gegaan. De consumptie is procentueel gezien wel iets toegenomen, maar het marktaandeel ten opzichte van de supermarkten blijkt toch moeilijk vast te houden te zijn.

Ook is gebleken dat het weer een belangrijke invloed heeft op de verkopen in de groentewinkels. Een extreem warm voorjaar deed vooral de vraag naar fruit en salades aanzienlijk stijgen. Helaas is het bij deze ene uitschieter gebleven. De zomer viel behoorlijk tegen en dat heeft dan ook weer gevolgen gehad.

Voor ADN, als vereniging, was 2007 een druk, maar goed jaar. Op het gebied van de financiën heeft de vereniging het goed gedaan en hebben we een positief resultaat weten te behalen. Hier zal verderop dit Jaarverslag een nadere toelichting worden gegeven. Het Jaarverslag zal verder inzage verschaffen over de interne ontwikkelingen binnen ADN en de projecten en activiteiten waar ADN zich mee bezig heeft gehouden.

Organisatie en vereniging

De branche is nog altijd aan het inkrimpen. Hoewel dit niet meer in hetzelfde tempo gaat als een aantal jaren geleden, moeten we toch constateren dat de vereniging in 2007 leden heeft verloren. Hoewel er nog een aanzienlijk potentieel aan niet-leden is binnen de branche, blijkt het moeilijk te zijn deze ondernemers aan te laten sluiten bij ADN. In 2006 is hier zeer actief beleid op gevoerd en heeft dat nieuwe leden opgeleverd. In 2007 hebben we, vanwege het feit dat het werven van leden zeer arbeidsintensief is, de ledenwerving uitbesteed aan een externe partij. Dit heeft echter weinig resultaten opgeleverd. Dit heeft tot gevolg gehad dat het ledenaantal is teruggelopen. Voor 2008 zal ADN proberen weer aandacht te schenken aan de ledenwerving. Er zal echter een afweging gemaakt moeten worden tussen de daarvoor beschikbare tijd en middelen en de opbrengst. In 2006 is een eerste aanzet gedaan om tot een samenwerking te komen met de CVAH (Centrale Vereniging voor de Ambulante Handel). In de loop van 2007 zijn hierover binnen de beide besturen en op directieniveau gesprekken gevoerd. Dit heeft ertoe geleid dat eind 2007 van beide kanten positief is gereageerd op de plannen. De samenwerking zal in de loop van 2008 nader worden ingevuld. Hierover verderop in dit Jaarverslag een nadere toelichting.

Ledenraad

De Ledenraad van ADN is statutair het hoogste orgaan van de organisatie. In 2007 is de Ledenraad drie maal bijeen geweest. Binnen de vergaderingen van de Ledenraad wordt het beleid besproken en bediscussieerd zoals dat door het Bestuur en secretariaat wordt voorbereid. De Ledenraad is een belangrijk orgaan voor ADN, met name vanwege het feit dat binnen de Ledenraad de verschillende regio zijn vertegenwoordigd. Op deze manier blijft er gevoel met het land bestaan. In 2006 was al op te merken dat de vertegenwoordiging binnen de Ledenraad te wensen overliet. De betrokkenheid van de leden, bij de activiteiten van ADN, liet te wensen over. Voor 2007 is daarom een andere koers ingeslagen. De Ledenraadsvergaderingen werden 'op locatie' gehouden. Zo is een vergadering gehouden in de proeftuin in Bleiswijk en een andere vergadering in de haven van Rotterdam (ivm met het afscheid van bestuurslid Henk Hofland). De bedoeling is, bij deze ledenraadsvergaderingen op locatie, om de 'gewone' leden uit de betreffende regio ook uit te nodigen. Helaas hebben we ook hierbij moeten constateren dat de opkomst laag is gebleven. De leden komen moeilijk de winkel uit voor dergelijke activiteiten.

Eenzijds wordt dit veroorzaakt door het feit dat het jaarlijks moeilijk blijkt de regiostructuren in stand te houden. Daarnaast blijkt het voor ondernemers steeds moeilijker te worden het bedrijf te verlaten. Ook goed functionerende regiobesturen bemerken dat het lastig is om een activiteit te organiseren waarbij een goede opkomst wordt gerealiseerd. Landelijke bijeenkomsten zoals de Jaarvergadering en de beurs worden nog wel goed bezocht.

Voor 2008 zal door het bestuur worden voorgesteld het aantal ledenraadsvergaderingen terug te brengen naar twee. Deze twee zullen wel op locatie worden gehouden. Verder

zal gekeken worden hoe we de Ledenraad verder kunnen gebruiken als klankbordgroep. Wellicht is de digitale snelweg (e-mail en internet) hier een geschikte oplossing voor.

Algemeen Bestuur van ADN

Op 25 september 2007 heeft de heer Henk Hofland afscheid genomen als Vice Voorzitter van ADN en Voorzitter van Centraal Belang. De heer Hofland heeft de maximale termijn van twaalf jaar volbracht en diende derhalve statutair af te treden. De heer Hofland vervulde de laatste jaren de functie van Vice-Voorzitter van ADN en Voorzitter van Centraal Belang. Henk Hofland was altijd een bevrologen bestuurslid en zeer betrokken met ADN en de totale branche. Naast zijn activiteiten binnen het hoofdbestuur van ADN, was de heer Hofland ook altijd zeer actief binnen zijn regio. Ook daar vervulde hij de functie van voorzitter. De activiteiten binnen de regio zal de heer Hofland voort blijven zetten, daarnaast zal hij zitting nemen binnen de Ledenraad om daar de regio Zuid Holland te vertegenwoordigen. Het afscheid van de heer Hofland vond plaats tijdens de laatste Ledenraadsvergadering van 2007 in september. Als locatie was hiervoor gekozen de letterlijke 'thuishaven' van de heer Hofland, namelijk de havens van Rotterdam. Tijdens een rondvaart door de havens werden woorden van dank uitgesproken en werd de heer Hofland onderscheiden met de Gouden speld van verdienste.

De meeste taken van de heer Hofland zijn inmiddels overgenomen door de heer Adrie Bakker. Met betrekking tot het Vice-Voorzitterschap zal in de loop van 2008 een besluit worden genomen wie deze functie gaat vervullen binnen het bestuur. Het afscheid van de heer Hofland heeft ertoe geleid dat het Algemeen Bestuur van ADN op dit moment bestaat uit vijf personen. In 2006 is besloten dat de zetels van de heren Hofland en Grapendaal niet zouden worden opgevuld. Het aantal bestuursleden zal worden gehandhaafd op vijf personen.

Het Algemeen Bestuur van ADN bestond in 2007 uit de volgende personen:

- Dhr. Dick N. Meulblok - Voorzitter
- Dhr. Henk Hofland - Vice-Voorzitter (tot september 2007)
- Dhr. Coen van der Pol - Penningmeester
- Dhr. Adrie Bakker - Bestuurslid
- Dhr. Tonny van Eldijk - Bestuurslid
- Dhr. Bert Ossenblok - Bestuurslid

Het Algemeen Bestuur van ADN is in 2007 acht maal bijeen geweest.

Secretariaat

Ten opzichte van 2006 is er binnen het secretariaat aanzienlijk wat gewijzigd. Eind 2006 nam Iwan van Vliet afscheid van ADN om een nieuwe uitdaging aan te gaan bij Rainbow Growers. Gelet op de beschikbare financiële middelen binnen ADN is besloten deze arbeidsplaats niet in te vullen. Daarnaast is er met CKO een overeenkomst opgesteld voor het inhuren van uren van ADN. Onze bedrijfsadviseur Martijn van de Kamp heeft twee dagen per week werkzaamheden verricht voor CKO om aan een aantal

branchespecifieke projecten mee te werken. Dit had tot gevolg dat de bezetting binnen het secretariaat krap was. Eind 2007 werd de bezetting versterkt door Niels Koolstra. Hij heeft drie maanden stage gelopen bij ADN en zich ingezet voor de website(s) en het project Werkfruit (stageopdracht). Met betrekking tot de bezetting op het secretariaat zal er in 2008 niet veel wijzigen. Martijn van de Kamp zal in plaats van twee dagen in de week, één dag worden ingehuurd door CKO. Dit betekent wederom voor 2008 een krappe bezetting op het secretariaat. Dit heeft tot gevolg dat er duidelijke prioriteiten moeten worden gesteld in de activiteiten, werkzaamheden en projecten. In januari 2008 zal daarom een brainstormdag worden gehouden met bestuur en secretariaat om deze prioriteiten vast te stellen.

Het secretariaat van ADN bestond in 2007 uit de volgende personen:

- Dhr. Mark Heemskerk - Directeur
- Mevr. Dilly Degenaars - Financiën en ledenadministratie
- Dhr. Martijn van de Kamp - Bedrijfsadviseur en buitendienst
- Mevr. Els van Eig - Communicatie en juridische dienstverlening
- Dhr. Niels Koolstra - ICT en secretariaatsmedewerker

Centraal Belang en huisvesting

Centraal Belang is een aparte stichting waar het pand aan het Prins Mauritsplein te Den Haag is ondergebracht. Het bestuur van Centraal Belang bestaat uit dezelfde personen als het bestuur van ADN. Het vertrek van de heer Hofland heeft ertoe geleid dat er een nieuwe voorzitter is gekozen. De heer Adrie Bakker zal de komende jaren deze functie op zich nemen.

Het eigen pand van de branche is een kostbaar bezit waar goed over gewaakt wordt. ADN bezet de onderste verdieping van het pand. De overige verdiepingen worden verhuurd aan diverse andere organisaties. Financieel gezien is Stichting centraal Belang een gezonde stichting. Jaarlijks wordt er op diverse terreinen onderhoud gepleegd aan het pand. Een oud en statig pand vraagt regelmatig onderhoud. Voor 2007 stonden er geen grote renovaties op het programma.

In de loop van 2007 is het besluit genomen om de onderste verdieping van ADN te renoveren. Dit heeft geresulteerd in een fris en modern kantoor waar het prettig werken is. Voor 2008 staan er vooralsnog geen belangrijke aanpassingen op het programma.

Belangrijke evenementen 2007

Vakbeurs 'Fresh Rotterdam'

Twee jaar geleden werd voor de laatste keer AGF Totaal gehouden in Ahoy' Rotterdam. Na deze editie werd besloten dat het roer om moest en dat de beurs zich meer zou moeten richten op de nationale markt. Na veel overleg werd tijdens de beurs in Houten (AGF Detail) de nieuwe opzet van de beurs gepresenteerd onder de naam Fresh Rotterdam. De beurs zou bestaan uit twee onderdelen: Freshtec en Innofresh. Freshtec

laat de kant van de verstechnologie zien en Innofresh richt zich op de innovaties binnen de AGF keten.

De beurs werd gehouden van 10 t/m 12 september in Ahoy' Rotterdam. ADN had, evenals tijdens de beurs AGF Totaal, een stand op de beurs. De beurs was goed bezet door standhouders en bevatte veel noviteiten. Zoals het altijd gaat met een nieuwe beurs waren de meningen van de bezoekers gemengd. Zo werden er, met name door de groentemannen, de nodige verbeterpunten aangedragen. Dit neemt echter niet weg dat de nieuwe beurs een goede aanvulling is. Wanneer de verbeterpunten worden meegenomen naar een volgende editie van Fresh Rotterdam, heeft deze beurs zeker meerwaarde en bestaansrecht.

Voor ADN is een beurs altijd weer een belangrijke activiteit. Een prima plek om de leden te ontmoeten en om niet leden te spreken te krijgen. Op de beurs is er ruimte en tijd om de meningen uit het land te horen en om vragen van leden te beantwoorden. Het blijkt iedere keer weer dat een persoonlijk contact beter werkt, omdat er dan geen drempel aanwezig is om de vraag te stellen. Binnen de stand van ADN waren ook nog andere partijen/organisaties aanwezig: De Commissie AGF detailhandel (CAD) kon prima de nieuwe campagne presenteren. De campagne stond in het teken van de nieuwe oogst weken voor appels en peren. Daarnaast was ook de ADN verzekeringsdienst weer van de partij. Voor ADN een zeer belangrijke samenwerkingspartner, welke de aangesloten leden veel voordelen te bieden heeft. De laatste partij binnen de stand was Lenstra Software. Een bedrijf waar ADN in 2007 een samenwerkingsovereenkomst mee heeft gesloten. Hierover later meer.

Naast de eigen stand is een beurs ook van belang om contacten te leggen met andere organisaties en bedrijven. Het blijkt steeds weer dat ook de andere bedrijven en organisaties de stand van ADN goed weten te vinden. Uit deze ontmoetingen ontstaan vaak interessante gesprekken, waar in sommige gevallen de bodem wordt gelegd voor verdere gesprekken. Kortom, voor sommige bezoekers was de nieuwe beurs even wennen, ADN kijkt echter terug op een geslaagd evenement.

Verkiezing Beste Groenteman

Een van de belangrijkste onderdelen van de beurs van de afgelopen jaren is de verkiezing van Beste groenteman/vrouw. Hierbij worden uiteindelijk twee winnaars gekozen: één winnaar voor de ambulante handel en één winnaar voor de gevestigde handel.

Al jarenlang was het zoeken naar een manier waarop we de verkiezing echt konden laten gaan leven binnen de branche. Ieder jaar bleek het weer moeilijk te zijn om groentemannen en vrouwen enthousiast te krijgen om zich in te schrijven voor de wedstrijd. Met name de inschrijvingen voor de ambulante handel bleven sterk achter. Dit jaar is daarom gekozen voor een geheel nieuwe opzet en voortraject van de verkiezing. Dit was zeker niet zonder succes. Alle ondernemers die zich hadden aangemeld voor de

verkiezing werden namelijk, in eerste instantie bezocht door een Mystery Shopper. Deze nieuwe aanpak had tot gevolg dat ongeveer tachtig bedrijven zich aanmeldde als kandidaat, een record in de geschiedenis van de verkiezing. Vanuit deze eerste ronde werden 10 bedrijven geselecteerd als halve finalist (vijf ambulante handelaren en vijf gevestigde bedrijven). Deze tien bedrijven werden allen bezocht door een vakjury, welke vervolgens zes bedrijven selecteerde voor de uiteindelijke finale op de beursvloer. De volgende bedrijven werden geselecteerd:

Ambulant:

- Natasja Kruts uit Leiden;
- Firma Kros uit Apeldoorn;
- Het Fruitpaleis uit Ter Aar.

Gevestigd:

- Eet-Idee Koot uit Den Haag;
- Echte Groenteman Hemmy van Haaren uit Groesbeek;
- Echte Groenteman Klaas en Maaïke van der Meer uit Damwoude.

Door middel van de Vakwedstrijden, georganiseerd door het Centrum voor Kennis & Ontwikkeling (CKO), moest op de beursvloer uitgemaakt worden wie de titel mee naar huis kon nemen. De vakwedstrijden worden al een aantal jaren door televisiekok Rudolph van Veen gepresenteerd. Ook dit jaar bleek dit weer een spetterend evenement te zijn. Spanning, enthousiasme, creativiteit, inzet en kwaliteit waren de toverwoorden voor de wedstrijd. Na een spannende strijd werden uiteindelijk de winnaars bekend gemaakt. Het bleek dat de bedrijven erg dicht bij elkaar zaten. De wedstrijd werd dus beslist op de kleine details. Winnaar waren: voor de gevestigde handel Eet-Idee Koot en voor de ambulante handel: Natasja Kruts.

De wedstrijd voor volgend jaar zal, op een paar kleine wijzigingen na, op dezelfde manier worden georganiseerd als dit jaar.

Jaarvergadering 2007

Het organiseren van een Jaarvergadering vraagt ieder jaar meer inzet en creativiteit. De 'ouderwetse' invulling zoals dat een aantal jaar geleden werd gedaan past niet meer in deze tijd. Leden willen wat anders horen en willen voldoende tijd hebben om op informele wijze met elkaar te kunnen praten, onder het genot van een drankje en een hapje.

In 2006 heeft ADN al een belangrijke stap gezet in deze richting. Voor het eerst in de geschiedenis werd de Jaarvergadering op een zaterdagavond gehouden. Dit bleek een geschikte dag te zijn. Hoewel de zaterdagavond het einde van een drukke werkweek is, bleek het een groot voordeel te zijn dat iedereen de volgende dag vrij is. Op die manier was er voldoende tijd om na het programma na te praten met collegae, bestuur en medewerkers.

Met dit gegeven is ook de voorbereiding voor de jaarvergadering van 2007 weer van start gegaan. Gekozen werd wederom voor de zaterdagavond (17 november). De locatie was wat moeilijk te bepalen, evenals de invulling van het programma. Uiteindelijk is gekozen voor een mooie locatie, centraal gelegen in het land (Kontakt der Continenten te Soesterberg). Het thema van de avond stond in het teken van het aanboren van nieuwe omzet in combinatie met de Groenteman als Voedingsadviseur. Er is gekozen voor een cabaretachtige invulling van de avond. Hiervoor werden, voor de branche bekende, artiesten ingehuurd, namelijk de hoofdrolspelers uit de Arbo theatervoorstelling en de later verschenen DVD 'Uitkijken met die ha-ha-handel'. Naast het programma waren er ook weer leveranciers bereid gevonden die middels een aantrekkelijke stand noviteiten konden tonen. Er kan terug gekeken worden op een geslaagde avond. Het aantal bezoekers was hoger dan voorgaande jaren en waardering werd uitgesproken voor de invulling en de opzet. Natuurlijk zijn er ook voor dit evenement verbeterpunten naar voren gekomen, welke gebruikt zullen worden om volgend jaar nog verder te optimaliseren.

Brancheprojecten

ADN Online

Het project voor de website van de groenteman heeft zich inmiddels meer dan bewezen. De gebruikers van de website zijn zeer tevreden over de begeleiding en de gehele opzet. Jaarlijks komen er nog steeds nieuwe aanmeldingen bij. Daarnaast is er in 2007 contact geweest met Stichting De Echte Groenteman om collectief een speciale DEG website te ontwikkelen. In 2007 zijn er eveneens een aantal verbeteringen doorgevoerd binnen het project. Dit is gebeurd naar aanleiding van een tevredenheidonderzoek onder de gebruikers van de website. In 2008 zullen er geen grote veranderingen worden aangebracht in dit project. Getracht zal worden het aantal deelnemers te vergroten. Internet wordt per slot van rekening een steeds belangrijker communicatiemiddel.

Arboconvenant

Per 1 juli 2007 werd het gezamenlijke arboconvenant afgesloten. Een periode van ongeveer twee-en-een-half jaar van intensieve samenwerking tussen vier verschillende branches kwam officieel ten einde. Officieel omdat er inmiddels een vervolgtraject is opgezet. Waar aan het begin van het arboconvenant veel werk verricht in de voorbereiding, het verzamelen van gegevens en bestaande materialen en het bepalen van de koers, werd in het laatste deel van de periode de nadruk gelegd op de communicatie. Communicatie is een van de belangrijkste, maar tevens ook moeilijkste onderdeel van dergelijke projecten. Met name vanwege het feit dat we met een thema als 'arbo' niet direct de handen op elkaar krijgen van de werkgevers en werknemers in de branches. Het was daarom van groot belang om het communicatietraject goed in te vullen.

Het arboconvenant was een gezamenlijk initiatief van: De Visbranche, de Ambulante Handel, de Bloemenbranche, de AGF branche, Ministerie van Sociale Zaken, FNV

Bondgenoten en CNV dienstenbond. De communicatie verliep in eerste instantie via een speciaal ontwikkelde website (www.handigopjewerk.nl). Daarnaast is er middels een zevental theatervoorstellingen op ludieke wijze aandacht gevraagd voor het thema 'arbo'. Deze theatershows waren zeer succesvol en nagenoeg allen 'uitverkocht'. Middels een speciaal ontwikkeld programma werd op ludieke wijze gewezen op de risico's binnen de bedrijven en werd aangegeven hoe een negatief onderwerp als 'arbo' op een positieve manier ingevuld kon worden op de winkelvloer.

Vanwege het grote succes van de theatervoorstellingen is besloten om hierop aan het einde van de convenantperiode op door te gaan. Dit heeft ertoe geleid dat er een speciale DVD (Uitkijken met die Ha-Ha-Handel the Movie') is gemaakt. Een film met dezelfde acteurs als van de theatervoorstellingen. De DVD richtte zich vooral op het belang van de Risico-inventarisatie & Evaluatie (RI&E) binnen de bedrijven. De DVD is aan de gehele branche toegestuurd. De reacties hierop waren zeker positief te noemen.

Terugkijkend op de periode van het arboconvenant, kunnen we stellen dat er belangrijke stappen vooruit zijn gemaakt. Uit het evaluatieonderzoek kwam ook naar voren dat er met name binnen de AGF branche een positieve ontwikkeling was te bemerken. Een periode van twee-en-een-half jaar is echter te kort om echte grote structurele veranderingen door te voeren. Het is van belang dat er bewustwording is gecreëerd bij zowel de werkgever als de werknemer. Goede en gezonde arbeidsomstandigheden hebben immers tot gevolg dat er sprake is van veiliger werken en meer werkplezier en hierdoor natuurlijk minder verzuim en een hogere productiviteit. Voor ADN blijft 'arbo' dan ook zeker een onderwerp waar we de nodige aandacht aan zullen besteden de komende jaren.

Stichting Arbeidsparticipatie Detailhandel (SAPD)

Om de gezamenlijke activiteiten van het arboconvenant te kunnen borgen is er eind 2006 een nieuwe stichting opgericht onder de naam: Stichting Arbeidsparticipatie Detailhandel (afgekort SAPD). Binnen deze stichting is het, onder andere, de bedoeling de communicatie activiteiten vanuit het arboconvenant voort te zetten. Basisactiviteit voor de stichting zal echter zijn het re-integreren van medewerkers binnen en buiten de branche. In nauwe samenwerking met het UWV is een plan van aanpak gemaakt om hier invulling aan te gaan geven. Middels subsidiestromen zal het mogelijk worden gemaakt om werknemers een goed traject aan te bieden om weer aan het werk te kunnen. De stichting is op dit moment nog niet actief aan de slag vanwege een stroeve communicatie met het UWV. Het ligt in de bedoeling om begin 2008 een begroting op te stellen en de eerste arbeidsongeschikte medewerkers te benaderen.

Arbocatalogus

In een arbocatalogus staan de verschillende manieren beschreven waarop werkgevers kunnen voldoen aan de doelvoorschriften die de overheid stelt. Bijvoorbeeld: beschrijvingen van technieken en methoden, goede praktijken, normen en praktische handleidingen. De verantwoordelijkheid voor het opstellen en bekendmaken van de

arbocatalogi ligt bij de werkgevers en werknemers (of organisaties van werkgevers en werknemers, bijvoorbeeld binnen een bepaalde sector). ADN gaat zich hier dus op richten. Omdat er vanuit het arboconvenant een goede samenwerking is ontstaan tussen de genoemde organisaties was het een logische stap om ook voor de invulling van de arbocatalogus de samenwerking met deze partijen op te zoeken. Gezamenlijk is er een deskundige aangetrokken die voor de vier verschillende branches een arbocatalogus gaat ontwikkelen. Deels kan hiervoor gebruik gemaakt worden van bestaande informatie bij het Hoofdbedrijfschap Detailhandel, daarnaast zal de vergaarde informatie binnen het arboconvenant een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan de ontwikkeling van de arbocatalogus. Het is de bedoeling dat de arbocatalogus halverwege 2008 beschikbaar komt voor de branche. Het opstellen van een arbocatalogus biedt voor de ondernemers uit de betreffende branche belangrijke voordelen. Hij hoeft dan niet meer aan de gehele Arbowetgeving te voldoen, maar kan zich richten op de bepalingen welke zijn opgenomen in de arbocatalogus.

CAO-zaken

Na veel overleg te hebben gevoerd in 2006 en een aantal mislukte pogingen om tot een akkoord te komen, werd begin 2007 toch een nieuwe CAO afgesloten. Een CAO waar we ons als werkgevers goed in konden vinden. Belangrijk aspect daarbij was een gematigde stijging van de loonkosten. De AGF branche zit nog altijd in zwaar vaarwater en was gebaat bij een minimale stijging van de kosten. Dit is dan ook een positief resultaat wat er is bereikt. Per 1 oktober 2006 werd een loonstijging doorgevoerd (met terugwerkende kracht) van 1,75%, per 1 april 2007 kwam hier nog een loonstijging van 2% bij. Gelet op de gemiddelde stijgingen binnen andere branches was dit een prima resultaat.

Met het afsluiten van de CAO is ook een belangrijke afspraak gemaakt met betrekking tot de Wet Werken en Inkomen (WIA). Werkgevers zijn verplicht hier een regeling voor aan te bieden aan de eigen werknemers. Een regeling die de risico's van inkomensverlies afdekt bij arbeidsongeschiktheid. In 2006 heeft ADN middels de verzekeringsdienst hier al een aantal maal op gewezen en een aparte verzekering voor afgesloten. Helaas bleek in de praktijk dat slechts zeer weinig ondernemers hier iets mee deden. Dit bracht grote risico's met zich mee. Wanneer een medewerker arbeidsongeschikt wordt en nooit de mogelijkheid is geboden door de werkgever zich hiertegen te verzekeren, kan de werkgever een schadeclaim tegemoet zien voor het inkomensverlies van de betreffende werknemer. Om dit risico af te dekken is met de sociale partners, tijdens de CAO onderhandelingen, besloten een collectieve, verplichte verzekering af te gaan sluiten voor alle werknemers in de branche. Deze verzekering heeft behoorlijk wat voeten in de aarde gehad. Voordat een geschikte verzekeraar was gevonden en de bepalingen allemaal goed waren neergezet was er ruim een half jaar verstreken. Communicatie over deze CAO afspraak kwam dan ook pas laat op gang. Uiteindelijk zijn alle werkgevers aangeschreven en is hen de mogelijkheid geboden hieraan deel te nemen. Belangrijk onderdeel van de afspraak was dat de werkgevers de helft van de premie zullen betalen en de werknemers de andere helft.

Lenstra Software

ICT is de afgelopen jaren steeds belangrijker geworden voor de ondernemers uit de branche. Het computergebruik is zichtbaar toegenomen en ondernemers weten het internet steeds beter te benutten binnen de bedrijfsvoering. Het gebruik van goede, gebruiksvriendelijke, betaalbare branchespecifieke software was nog een belangrijk punt van aandacht. Na verschillende pakketten te hebben bekeken bleek de combinatie van gebruiksvriendelijk en betaalbaar nagenoeg niet te vinden te zijn. In de loop van 2007 is ADN in contact gekomen met Jan Lenstra. Een klein bedrijf dat zich specifiek richt op de kleinere (vers) MKB bedrijven. Lenstra was al behoorlijk actief in de slagerswereld. Na een aantal gesprekken en bijeenkomsten is een samenwerkingsovereenkomst ontstaan en is de software van Lenstra geschikt gemaakt voor de AGF winkels. Halverwege 2007 werd deze nieuwe software geïntroduceerd in de branche. Helaas bleken er in het begin nogal wat kinderziektes aanwezig te zijn en zijn er veel aanpassingen gedaan. Om deze reden is de volledige uitrol binnen de branche nog even uitgebleven. Inmiddels zijn er grote vorderingen gemaakt en wordt er hard gewerkt aan het optimaliseren van de software. Het ligt dan ook in de verwachting dat er begin 2008 echt van start kan worden gegaan met de software.

Benchmark / ADN Basismodel Cijferanalyse (ABC)

Het goed van de grond krijgen van een benchmarksysteem heeft jarenlang hoog op de prioriteitenlijst van ADN gestaan. ADN is van mening dat het sturen op cijfers van een onderneming in deze huidige tijd onmisbaar is. Om die reden is er jarenlang veel aandacht besteed aan het werven van leden die aan dit project deel wilde nemen. Dit heeft de afgelopen jaren geleid tot het samenstellen van een aantal benchmarkgroepen in het land. Het vergelijken van cijfers was daarbij slechts onderdeel van de bijeenkomsten, echter een niet onbelangrijk onderdeel. Het bleek echter twee jaar geleden dat het zeer moeizaam was om hier voldoende ondernemers voor te interesseren. Na onderzoek bleek dat deels te liggen aan het feit dat we gebruik maakten van (te) ingewikkelde software, deels vanwege de financiële investering in deze software en natuurlijk speelde beschikbare tijd een belangrijke rol. Twee van de belangrijkste bezwaren hebben we middels een nieuw eenvoudig programma weggenomen, namelijk het kostenaspect en de gebruiksvriendelijkheid. Helaas hebben we ook in 2007 moeten constateren dat het niet mogelijk bleek te zijn voldoende deelnemers te interesseren. Het project is daarom op een lager pitje gezet. Gekeken wordt nu of, middels de software van Lenstra, een eenvoudige constructie kan worden bedacht om toch verder te gaan met de benchmark. Vooralsnog zal er voor 2008 geen actief beleid op worden gezet.

Nieuwe website ADN

Hoewel dit onderwerp nog uitgebreid terugkomt onder het kopje 'communicatie' is er in 2007 een apart project opgestart om de website van ADN te vernieuwen. Een website is in deze huidige digitale tijd een onmisbaar communicatiemiddel. Niet alleen richting de eigen leden, maar ook richting werknemers, administratiekantoren en allerlei andere branche gerelateerde organisaties. De website van ADN is zes jaar geleden tot stand gekomen en nu toe aan vernieuwing. Belangrijke punten hierbij zijn de

gebruiksvriendelijkheid en betrouwbare informatie. Daarnaast zal met de nieuwe site getracht worden een interactie op te wekken met de bezoekers. Bijvoorbeeld middels het in het leven roepen van een forum/vraagbaak waar iedereen op kan reageren. Het inrichten, ontwikkelen en vormgeven van een nieuwe website vraagt behoorlijk wat uren van het secretariaat. In de loop van 2008 hopen we de nieuwe website te kunnen presenteren.

Verssamenwerking

Het thema verssamenwerking stond een aantal jaren geleden al op het programma. Er is destijds een start gemaakt met een aantal versbranches om te kijken waar er samengewerkt kon worden. Om verschillende redenen is daar toen een einde aan gekomen. Het bleek dat de verschillende branches te veel 'eilandjes' waren om tot een constructieve samenwerking te komen. In de loop van 2007 zijn deze contacten weer aangehaald. Niet in de laatste plaats vanwege het feit dat er een aantal personele wijzigingen binnen de verschillende organisaties hadden plaats gevonden. Dit gaf weer ruimte voor een frisse blik naar de toekomst in plaats van oud zeer van vroeger. In eerste instantie is het gezamenlijk overleg in het leven geroepen om te bespreken hoe het beste kan worden omgegaan met het thema 'locatiewerving'. Toenemende berichtgeving omtrent dit thema bracht aan het licht dat het winkelbeeld van de stadscentra steeds meer op elkaar gaat lijken. De kleinere zelfstandige ondernemers worden weggedrukt door de grote retailbedrijven. Meer en meer komen er verswinkels op solitaire punten te zitten. Dit is voor alle branches en ook voor het totale winkelbeeld een onwenselijke situatie. Inmiddels is dit onderwerp ook op de politieke agenda terecht gekomen en vindt er overleg plaats tussen gemeente, overheid en MKB Nederland. Naar aanleiding van dit onderwerp zijn er inmiddels meerdere gezamenlijke punten op tafel terecht gekomen bij het versoverleg. Het blijkt dan ook dat er veel gemeenschappelijke zaken spelen, waarbij het zinvol is deze met elkaar te bespreken en actie op te ondernemen. Het overleg zal dan ook in 2008 zeker worden voortgezet en wellicht op bepaalde punten worden geïntensiveerd.

Commerciële samenwerking

In het verlengde van het voorgaande onderwerp, is er in 2007 een overleg tot stand gekomen met de Vereniging Van Keurslagers. De Keurslagers organisatie, een onafhankelijke vereniging, heeft met ADN contact opgenomen om praten over het verdwijnen van het 'versaanbod' in de winkelstraten. De Vereniging Van Keurslagers (VVK) is een krachtig commercieel samenwerkingsverband binnen de slagerijbranche. De vereniging weet, ondanks de terugloop van het aantal slagerijen in Nederland, het ledenaantal stabiel te houden. Zij zien echter andere verswinkels, waaronder de groentewinkels, rondom de Keurslagerijen verdwijnen. Zowel voor ADN als voor de VVK is dit een zorgelijke ontwikkeling. Er wordt dan ook gezamenlijk gekeken op welke onderdelen en onderwerpen de beide organisaties (ADN en VVK) elkaar zouden kunnen versterken. In 2008 zullen deze gesprekken dan ook worden voortgezet.

Samenwerking Centrale vereniging voor de Ambulante Handel (CVAH)

Zoals ook bij het vorige onderdeel is te lezen, is ADN op zoek naar samenwerking met aanverwante organisaties. Eind 2006 werd hier een start mee gemaakt door de contacten verder aan te halen met de Centrale Vereniging voor de Ambulante Handel (CVAH). De CVAH een voor de hand liggende partner omdat er op een aantal vlakken al intensieve samenwerking plaats vindt (Commissie AGF, CKO, Sociaal Fonds en CAO). Daarnaast zijn er ook raakvlakken met betrekking tot de handel. De CVAH heeft ongeveer 400 ambulante AGF leden in het bestand. In 2007 zijn er op directieniveau nadere gesprekken gevoerd hoe het beste invulling kan worden gegeven aan samenwerking tussen beide verenigingen. Hieruit is een notitie voortgekomen welke in beide besturen is besproken en goedgekeurd. De samenwerking zal zich in eerste instantie toespitsen op het intensiveren van de dingen die we al gezamenlijk doen. Hier valt winst te behalen wanneer de zaken vooraf goed met elkaar worden afgestemd. Er is voornamelijk voor gekozen om laagdrempelig te beginnen met een samenwerking en in de loop van de tijd verder te kijken hoe dit kan worden uitgebreid. Beide besturen zullen begin 2008 bij elkaar worden gebracht om de samenwerking officieel te bekrachtigen.

Onderzoeken productschap Tuinbouw

In 2007 is er door het productschap Tuinbouw, in opdracht van en samenwerking met ADN een onderzoek uitgevoerd met als titel: 'De groenteman nader bekeken'. Het onderzoek betrof een vergelijk tussen de supermarkt en de speciaalzaak. Waarin kan een groenteman zich onderscheiden ten opzichte van de supermarkt. Hiervoor zijn een aantal interviews gehouden met leden van ADN. Daarnaast is er een groot consumentenonderzoek uitgevoerd. Resultaten van het onderzoek zullen begin 2008 worden gepresenteerd.

ADN heeft ook voor 2008 twee onderzoeksvragen ingediend bij het Productschap Tuinbouw. Beide onderzoeksvragen zijn toegekend en zullen in de loop van 2008 worden uitgevoerd. Het betreft de volgende onderzoeken:

- Commerciële samenwerking – Commerciële samenwerking binnen de AGF detailhandel is al jarenlang een punt van aandacht en van zorg. Commerciële samenwerking komt onvoldoende van de grond en bereikt daardoor niet de gewenste omvang en het gewenste resultaat. De grote vraag is dan ook waarom dat binnen de AGF branche niet, daar waar het binnen andere branches wel lukt. Het PT gaat dit onderzoeken door interviews te gaan houden met verschillende partijen in de branche, zoals: zelfstandige ondernemers die nergens bij aangesloten zijn en ondernemers die wel ergens zijn aangesloten. Tevens zal er gesproken gaan worden met formulehouders in de branche. De uitkomsten van het onderzoek moeten een goed beeld kunnen vormen van de verschillende meningen. Daarnaast dient de uitkomst een handleiding te vormen voor bestaande en nieuwe initiatieven in de branche om uiteindelijk tot een goede invulling te komen van dit thema.
- Assortiment – een breed begrip wat nog verder uitgewerkt dient te worden tot een goede onderzoeksvraag. Tijdens de laatste jaarvergadering hebben we een paar neven artikelen gepresenteerd, welke geïmplementeerd zouden kunnen worden

binnen de AGF detailhandel. Voorbeelden hiervan zijn bijvoorbeeld het fruitgebak, Smoothies en diepvriesgroente en fruit. Wat kan een goede aanvulling zijn op het bestaande, traditionele product en op welke wijze zouden we hier invulling aan kunnen geven. Dit onderzoek zal in de tweede helft van 2008 uitgevoerd gaan worden door het PT.

Externe Organisaties

Commissie AGF Detailhandel (CAD)

De Commissie AGF Detailhandel (CAD) vervult voor de AGF branche een zeer belangrijke rol. Ondanks het feit dat de publiekrechtelijke organen in Nederland zwaar onder vuur liggen, is de CAD voor ADN en de branche van groot belang. Met de publieke gelden die voor deze Commissie worden geïnd worden belangrijke brancheprojecten uitgevoerd. Groot voordeel van deze heffing is dat ook niet-leden mee betalen en er dus een aanzienlijk budget gecreëerd wordt. Aangesloten leden van ADN krijgen korting op de heffing van de CAD. De CAD speelt een belangrijke rol bij de promotionele activiteiten voor de branche. In samenwerking met een aantal andere, externe organisaties zijn er voor 2007 4 reclamecampagnes georganiseerd:

- De stevige Stamppotweken;
- De verrukkelijke aspergeweken;
- De sappige zomerfruitweken;
- De nieuwe oogst weken.

Voor alle acties is een mooi promotiepakket ontwikkeld, waarmee de ondernemers de winkel aan kunnen kleden. Daarnaast is er, door de samenwerking met externe organisaties, ook aan iedere periode een consumentenactie gekoppeld waar prijzen mee gewonnen kunnen worden. Dit alles werd ondersteund door een aanzienlijk aantal radio commercials en berichtgeving in verschillende huis aan huis bladen.

In 2007 bleken deze acties zeer succesvol. Veel ondernemers hebben de verschillende themapakketten besteld, daarnaast hebben ook zeer veel consumenten mee gedaan aan de acties. Voor 2008 is er extra budget gezocht en gevonden om deze acties nog verder uit te breiden.

Naast de promotiecampagnes houdt de CAD zich ook nog op vele andere terreinen bezig:

- Ondersteuning bij arbo zaken. De CAD was een belangrijke subsidieverstrekker bij het arboconvenant;
- Bedrijfsvoering en kwaliteitszorg. Hierbij is de CAD ook een van de belangrijke sponsoren voor de verkiezing beste Groenteman. Mede dankzij de steun van de CAD konden de bezoeken van de Mystery Guest gratis worden verzorgd voor de deelnemers;
- De CAD doet ook veel op het gebied van opleiding. Vanuit het Hoofdbedrijfschap detailhandel worden er regelmatig landelijke cursussen/workshops verzorgd.

Centrum voor Kennis & Ontwikkeling (CKO)

Centraal bij de activiteiten staat scholing en opleiding binnen de branche. Uniek daarbij is dat het zowel (gesubsidieerde) cursussen verzorgt voor de werknemers én de werkgevers in de branche. Cursussen worden verzorgd op het gebied van: Productkennis, veilig werken en arbo, management en ICT. Cursussen via CKO kunnen gevolgd worden met een aanzienlijke subsidie (in het totaal tot maximaal tachtig procent). Naast een uitgebreid opleidingsprogramma houdt CKO zich nog met andere branchespecifieke activiteiten bezig:

- Employability – middels dit project wordt een uitgebreide scan gemaakt van de medewerker (of de ondernemer). Hierbij wordt gekeken wat de sterke en de zwakke punten zijn. Dit wordt gekoppeld aan een EVC (eerder verworven competenties) scan, waaruit vervolgens, samen met de medewerker een scholingsadvies kan worden opgesteld;
- Vakwedstrijden – zoals eerder aangegeven verzorgt CKO de Vakwedstrijden op de beurs. De Vakwedstrijden vormen de uiteindelijke finale voor de Verkiezing Beste Groenteman;
- Nieuw Ondernemerschap – CKO zet zich in samenwerking met ADN in voor het verkrijgen van nieuwe ondernemers in de branche. Bedrijfsopvolging lijkt het grote probleem te worden voor de komende jaren. Vergrijzing speelt daarbij een belangrijke rol, maar ook het imago van de branche onder de jeugd is sterk te verbeteren. Om nieuwe ondernemers op te leiden is een uitgebreid scholingstraject opgezet;
- SIA RAAK – Dit project biedt de branche de mogelijkheid om op veel gebieden onderzoek te laten verrichten door verschillende Hogescholen. In 2008 zal dit aanzienlijk wat onderzoeksresultaten op gaan leveren;
- Stageplaatsen – CKO bemiddelt in het verzorgen van stageplaatsen binnen de branche.

Uitgebreide informatie met betrekking tot CKO is na te lezen op de website www.agfcko.nl

MKB Nederland

ADN is al behoorlijk wat jaren lid van koepelorganisatie MKB Nederland. Met ruim 186.000 bedrijven en instellingen uit 150 brancheorganisaties en 250 regionale en lokale ondernemersverenigingen is de Koninklijke Vereniging MKB-Nederland dé centrale werkgeversorganisatie voor het midden- en kleinbedrijf. Binnen MKB Nederland worden de krachten gebundeld voor de belangen van ondernemers en ondernemersorganisaties in het MKB en (publieke) instellingen die zich met ondernemerschap identificeren met als doel het ondernemerschap in al zijn facetten te versterken.

De organisatie kenmerkt zich door: een doelgerichte lobby en dienstverlening -europees, nationaal, in steden en regio's, kennis van de dagelijkse ondernemerspraktijk en een sterk organisatievermogen.

MKB-Nederland is actief op Europees en landelijk niveau, in steden en regio's. Dit gebeurt door voortdurend overleg met overheid, politiek, vakbeweging, kennisinstituten en al die instellingen en organisaties die invloed uitoefenen op de ontwikkeling en het behoud van ondernemerschap. Een aantal van de belangrijke dossiers, voor onze branche, waar in 2007 aan gewerkt is, zijn:

- De auteursrechten – het inzichtelijk zien te krijgen van de verschillende organen die heffingen opleggen. Tevens is er veel werk verricht om ervoor te zorgen dat deze voortaan op één factuur komen te staan;
- Locatie beleid – Een van de belangrijkste standpunten van MKB Nederland op dit gebied is de oproep om te stoppen met nieuwbouw van winkelcentra. MKB maakt zich sterk om bestaande winkelcentra en winkelgebieden te renoveren in plaats van extra vierkante meter bij te bouwen;
- Ontslagrecht – Er wordt al jaren een strijd gevoerd met de vakbonden en de politiek om het ontslagrecht te versoepelen. Vooralsnog blijft dit nog zonder resultaat. Wel heeft MKB ervoor gezorgd dat dit punt hoog op de politieke agenda terecht is gekomen;
- Arbeidsmarkt – Zoals jaarlijks gebruikelijk stellen de sociale (koepelorganisaties) partners jaarlijks de arbeidsnota op. MKB lobbyt hierbij sterk voor het verlagen van de werkgeverslasten met betrekking tot personeel en arbeid;
- Betalingsverkeer – MKB Nederland maakt zich al jaren sterk voor een betaalbaar (elektronisch) betalingsverkeer. Betaalbaar en transparant zijn daarbij de belangrijkste aandachtspunten;
- Interne fraude en veiligheid – Wellicht minder van belang voor de AGF branche, maar wel een belangrijk onderwerp binnen de detailhandel in het algemeen. De misdaad is zich steeds meer aan het verleggen richting de kleinere zelfstandige bedrijven;
- Arbo – Met betrekking tot de wet- en regelgeving omtrent arbo, lobbyt MKB Nederland regelmatig in het Haagse om het allemaal overzichtelijk en uitvoerbaar te houden. Tegenstrijdige regelgeving en overbodige regelgeving zijn daarbij ook belangrijke aandachtspunten.

Sociaal Fonds

Het Sociaal Fonds voor de AGF detailhandel is in 2007 een 'zorgenkindje' geweest. De financiering vanuit het Sociaal Fonds verliep erg stroef. Dit werd veroorzaakt door een nieuwe regeling voor het uitbetalen van subsidiegelden. Waar dit voorheen uit een grote gezamenlijke pot kwam (werd voorgeschoten eigenlijk), moest het fonds in 2007 zichzelf bedruipen. Financiële middelen konden pas worden uitgekeerd wanneer die ook daadwerkelijk op de rekening van het fonds binnen waren. Met name voor CKO heeft dit de nodige problemen opgeleverd. Belangrijkste oorzaak was dat de reserves uit het fonds op waren. Voor de komende jaren zijn er dan ook belangrijke maatregelen genomen binnen het bestuur van het Sociaal Fonds. Er zal de komende tijd weer hard gewerkt gaan worden aan het opbouwen van een reserve binnen het fonds. Dit heeft echter wel tot gevolg dat de financiële middelen vanuit het fonds aanzienlijk worden terug gedraaid voor de komende jaren. Vanuit het fonds worden voor een belangrijk deel de scholing en

opleidingen betaald. Daarnaast verschaft het fonds subsidies aan betrokken organisaties voor het verschaffen van informatie over de CAO aan de achterban.

Productschap Tuinbouw

Hoewel de groentemannen in Nederland geen directe heffing betalen aan het productschap Tuinbouw (PT), heeft ADN wel inbreng binnen verschillende gelederen van het PT. Zo heeft ADN zitting in de Commissie Groente en Fruit en mag ADN onderzoeksvragen indienen (zie eerdere toelichting op de lopende en uitgevoerde onderzoeken). Het PT is een belangrijke kennisbron voor de keten en de AGF detailhandel kan daar van meeprofiteren. Onderzoeken worden op een professionele wijze uitgevoerd. ADN heeft volledige zeggenschap over de formulering van de onderzoeksvragen. Deze worden dan ook in gezamenlijkheid geformuleerd en uitgewerkt.

Communicatie

Communicatie behoort tot één van de belangrijkste kerntaken van ADN. Om die reden wordt daar door de medewerkers van ADN dan ook veel aandacht en tijd aan besteed. ADN is continue bezig met het verder optimaliseren van de communicatie activiteiten. Hoewel het ICT gebruik in de branche jaarlijks toeneemt, blijft een papieren uitgave van branche-informatie een belangrijk communicatiemiddel. Ook vanwege het feit dat de leden steeds minder tijd hebben en/of nemen om bijeenkomsten in het land bij te wonen, is het van belang dat de overige informatievoorziening zo goed mogelijk is. Laagdrempelig en eenvoudig te verkrijgen is daarbij van groot belang.

Hieronder een overzicht van de belangrijkste communicatiemiddelen:

ADN Magazine

In 2007 is het ADN Magazine tien keer verschenen. Van deze magazines zijn er twee edities naar alle ondernemers in de branche gestuurd. Dit betrof een speciale editie rondom arbo en de beurseditie. Het ADN Magazine is nog altijd een zeer gewaardeerd communicatie middel. De redactie van het blad is in handen van Els van Eig. Met grote zorg wordt er iedere keer weer gewerkt aan het verbeteren van het blad. Daarnaast wordt er hard gewerkt aan advertentiewerving. Streven is om het blad kosten neutraal te verzorgen.

ADN Informatiegids

Jarenlang heeft ADN een jaarlijkse Informatiegids uitgegeven. Deze werd altijd in papieren versie verstrekt. In 2006 is de overstap gemaakt naar een digitale Informatiegids op CD Rom. Met het toenemende gebruik van Internet biedt een aparte CD Rom onvoldoende toegevoegde waarde. Om die reden is besloten voor 2007 geen nieuwe Informatiegids te ontwikkelen. Daarnaast biedt de website van ADN betere mogelijkheden om de informatie goed actueel te houden. Bij een CD Rom bestaat de kans in feite dat na het verschijnen de informatie al verouderd is.

Website www.agfdetailhandel.nl

De website van ADN heeft een steeds belangrijkere plaats ingenomen. Het gebruik van Internet is sterk toegenomen de laatste jaren en dat is te merken aan de bezoekersaantallen van de website. Hieruit blijkt tevens dat de website van ADN niet alleen door de leden wordt bezocht, maar een groot algemeen belang dient voor de gehele branche en aanverwante ketenpartijen. Aan de website wordt dan ook grote zorg besteed. Dagelijks is er nieuwe informatie op te vinden en is de website te raadplegen voor allerlei overige informatie. Ook het downloaden van bestanden, instrumenten en formulieren is een belangrijk onderdeel van de site. Koplopers hierin zijn de CAO en de digitale Risico-inventarisatie & Evaluatie. De huidige website van ADN is inmiddels ruim zes jaar oud. In 2007 is dan ook besloten dat het tijd is voor een renovatie van de website. Niet omdat deze slecht is, maar het kan tenslotte altijd beter. We willen met de nieuwe website nog meer mensen naar onze site trekken. De nieuwe site zal nog overzichtelijker en gebruiksvriendelijker worden. Daarnaast zullen er een aantal nieuwe onderdelen op komen, waarmee we willen proberen interactie te creëren met de bezoekers. Dit gaan we onder andere doen door middel van een Forum. Een Forum is een onderdeel waar bepaalde onderwerpen behandeld kunnen worden. Deze onderwerpen kunnen zowel door ADN als door de bezoekers worden aangedragen. Bezoekers kunnen dan reageren op de onderwerpen of de stellingen. Het is de bedoeling dat de nieuwe website, welke overigens gewoon hetzelfde adres blijft houden, halverwege 2008 online komt.

Digitale Nieuwsbrief

De digitale nieuwsbrief wordt in principe één keer per week verstuurd. Iedereen kan zich hierop abonneren. Op dit moment wordt de Nieuwsbrief naar ongeveer driehonderd adressen gestuurd. De digitale Nieuwsbrief is een prima communicatiemiddel om actuele informatie onder de aandacht te brengen. Wanneer er speciaal nieuws is wordt de Nieuwsbrief ingezet om de achterban te informeren. Aan de Nieuwsbrief zit altijd een soort van 'kijkersvraag' gekoppeld. Dit wordt de poll genoemd. De poll is een goed instrument om de meningen van de achterban te pijlen op bepaalde onderwerpen. In toenemende mate is te bemerken dat ook de digitale Nieuwsbrief aan kracht wint. Op de artikelen komen steeds vaker reacties binnen via de e-mail. Een prima ontwikkeling dus om op die manier het contact met de achterban te versterken. Ook de Nieuwsbrief zal, met het vernieuwen van de gehele website, in een nieuw jasje worden gestoken.

Overig

Mantelcontracten

Op het gebied van de mantelcontracten zijn er in 2007 geen grote veranderingen geweest. ADN is van mening op dit moment een goed pakket mantelcontracten beschikbaar te hebben voor de leden. Belangrijkste hierbij zijn: De ADN verzekeringsdienst, brandstofpassen en Pin apparatuur. Met name op het gebied van verzekeringen is voor leden, over het algemeen, groot voordeel te behalen. Daarnaast biedt de verzekeringsdienst goede service en zijn de medewerkers van de

verzekeringdienst zeer bekend met de branche. Naast financiële voordelen voor de leden, weet ook ADN hier wat financiële voordelen uit te halen. Deze voordelen worden met name behaald voor het bieden van reclamemogelijkheden in het ADN Magazine.

Eerstelijns advies

Leden van ADN weten steeds beter het kantoor van ADN te vinden met vragen. Dit is een goede ontwikkeling, want nog altijd is het vaak het probleem dat ADN te laat wordt benaderd wanneer het bepaalde problemen betreft. Het is essentieel om in een zo vroeg mogelijk stadium informatie in te winnen of om hulp te vragen. In dat geval zijn problemen vaak nog op eenvoudige wijze op te lossen. Eerstelijns advies wordt in eerste instantie door Els van Eig verstrekt. Voor meer ingewikkelde kwesties is ADN een samenwerking met van Kempen & Co aangegaan. Zij beschikken over juristen, fiscalisten en bedrijfseconomische kennis. De meeste vragen die binnen komen bij ADN gaan over de CAO en personeelsbeleid. Daarnaast worden er ook huurkwesties aan de orde gesteld en hebben we met enige regelmaat te maken met problemen op het gebied van de ruimtelijke ordening.

Individuele dienstverlening op maat

In de persoon van Martijn van de Kamp heeft ADN veel kennis ter beschikking als het gaat om bedrijfseconomische vraagstukken en personeel en arbo. In toenemende mate wordt er een beroep gedaan op deze kennis. Omdat het hier, over het algemeen, meer complexe vraagstukken betreft, valt dit over het algemeen niet onder de reguliere dienstverlening. Afhankelijk van het vraagstuk, wordt vooraf bepaald welke kosten hiervoor in rekening worden gebracht. Wel is het zo dat leden een zeer scherp tarief wordt berekend. Dienstverlening op dergelijke vraagstukken is over het algemeen maatwerk. De volgende diensten worden tegen betaling verricht:

- Het opstellen en verder uitwerken van de Risico-inventarisatie & Evaluatie (RI&E);
- Het opstellen van een meerjarenbegroting;
- Het uitvoeren van een vestigingsplaats onderzoek;
- Het uitvoeren van een bedrijfsscan;
- Ondersteuning bij financiële vraagstukken en bedrijven in nood.

Financiën

De dagelijkse financiële administratie binnen ADN is in handen van Dilly Degenaars. Penningmeester van ADN is sinds 2006 de heer Coen van der Pol.

De opgestelde begroting voor het jaar 2007 kwam uit op €2.000,- positief. Ten opzichte van het jaar 2006 was dit al een veel beter uitgangspunt. Belangrijkste oorzaak hiervan is gelegen in de personeelskosten. De functie van Iwan van Vliet is immers niet opnieuw ingevuld. Daarnaast zijn er werkzaamheden uitgevoerd voor CKO, hier stond een vergoeding tegenover.

Uiteindelijk heeft dit geresulteerd in een positieve afsluiting van het jaar 2007 en kunnen we dus, in financieel opzicht, spreken van een uitstekend verenigingsjaar.

Externe vertegenwoordiging 2007

Hoofdbedrijfschap Detailhandel, Commissie AGF Detailhandel (CAD)

- Bestuur: D.N. Meulblok (voorzitter), A.J.G.J. van Eldijk en M.A. Heemskerk
- Commissie Reclame : D.N. Meulblok (voorzitter), H. Hofland (tot september 2007) en de heer A.J. Bakker (vanaf september 2007)
- Commissie Onderwijs en Professionalisering: D.N. Meulblok (voorzitter) en Dhr. C.S. Schoenmakers
- O3D (Over De Digitale Drempel); Verbetering gebruik ICT toepassingen binnen de detailhandel: M.A. Heemskerk

Stichting Centrum voor Kennis en Ontwikkeling (CKO)

- D.N. Meulblok (voorzitter), A.J.G.J. van Eldijk (penningmeester) en M.A. Heemskerk (toehoorder)

Productschap Tuinbouw

- Bestuur: D.N. Meulblok (plv)
- Sectorcommissie Groenten & Fruit : D.N. Meulblok en A.J. Bakker
- Werkgroep Marktonderzoek PT: M.A. Heemskerk, Bespreekt de marktonderzoekplannen van het PT
- Bestuur Voorlichtingsbureau Groenten en Fruit: D.N. Meulblok (vergadering is vaak gekoppeld aan sectorcommissie groenten en fruit)

Hoofdproductschap akkerbouw

- Commissie voor aardappelen: Dhr. H. Hofland (tot september 2007) en A.J. Bakker (vanaf september 2007)

MKB Nederland

- Nationale Winkelraad en diverse commissies: D.N. Meulblok en M.A. Heemskerk
- Voorzittersoverleg: D.N. Meulblok

Vut- en Sociaal Fonds AGF (Interpolis)

- Bestuur: A.J.G.J. van Eldijk en M.A. Heemskerk

Commissie Arbeidsvoorwaarden

- A.J.G.J. van Eldijk en M.A. Heemskerk (secretaris)

Stichting Centraal Belang

- Bestuur: alle leden van het bestuur van ADN

Verkiezing " Beste Groenteman "

- Voorzitter: D.N. Meulblok
- Lid van de werkgroep: M.A. Heemskerk

Arboplusconvenant (tot 1 juli 2007)

- Voorzitter: D.N. Meulblok
- BBC-lid: M.A. Heemskerk

Stichting Arbeidsparticipatie Detailhandel (SAPD)

- M.A. Heemskerk (bestuurslid)

Cijfers

Algemeen

Op het moment van het schrijven van dit jaarverslag zijn er nog geen nieuwe cijfers over 2007 bekend met betrekking tot de AGF Detailhandel. Cijfers over de branche worden nauwkeurig bijgehouden door het Hoofdbedrijfschap detailhandel en zijn terug te vinden op de website www.hbd.nl. Zodra de branchecijfers bekend zijn, zullen deze worden opgenomen op deze website.

ADN

Met betrekking tot het ledenaantal van ADN hebben we helaas in 2007 moeten constateren dat het ledenaantal is gedaald. Belangrijkste oorzaak hiervoor is, evenals voorgaande jaren, bedrijfsbeëindigingen. Daar staat tegenover dat er met betrekking tot de ledenwerving in 2007, bewust, weinig activiteiten zijn geweest. Zoals eerder aangegeven had dit in 2007 te maken met het aantal beschikbare uren binnen het secretariaat. Het uitbesteden van de ledenwerving bracht niet het gewenste resultaat.

Per 1 januari 2007: 663

Per 1 januari 2008: 629

Tot slot

Het jaarverslag dat u zojuist heeft gelezen bevat een globale samenvatting van de activiteiten van de branchevereniging voor de groentemannen in Nederland. Het dient de lezer een beeld te geven van hetgeen er gebeurt in de branche, in de keten en bij ADN.

De afgelopen twee jaar hebben we te maken gehad met een sterke economie. Daarnaast zijn de termen als gezondheid, verantwoord en voedingsadvies bij de consument niet meer weg te denken. De groenteman kan en moet hier op inspelen. In de praktijk blijkt dan ook dat groentemannen die hier goed op inspelen, goede omzetten en rendementen weten te behalen.

Op het gebied van (commerciële) samenwerking zijn er nog altijd flinke stappen te maken en grote winsten te behalen. Het komende jaar zal ADN zich hier dan ook, ondermeer, voor in gaan zetten. Daarnaast zal de samenwerking tussen de versbranches, daar waar mogelijk, ook verder worden geïntensiveerd. Persoonlijke ondersteuning en dienstverlening aan de eigen leden blijft vanzelfsprekend de



belangrijkste activiteit. Ook in 2008 kunnen de leden van ADN rekenen op professionele ondersteuning en uitstekende informatievoorziening.

2008 zal een jaar vol kansen en uitdagingen worden. Vanzelfsprekend zullen er ook bedreigingen op de loer liggen. Het is aan de branche deze het hoofd te bieden om er daarna weer sterker uit te komen.