



Jaarverslag 2009

Organisatie en Vereniging

ADN is een relatief kleine branchevereniging, met grote ambities. Hoewel het aantal leden de laatste jaren aanzienlijk is gedaald (dit geldt evenredig ook voor het totaal aantal groentewinkels in Nederland), blijft de focus gericht op de overblijvende ondernemers met een visie voor de toekomst. Het afgelopen jaar, 2009, was daar weer een uitstekend voorbeeld van. Met de oprichting van het AGF Servicepunt, eind 2008, hebben we alle zeilen bij gezet om de ondersteuning aan onze achterban verder te optimaliseren.

Omdat ADN een kleine organisatie is, is het belangrijk om goede partners te hebben waar projecten mee uitgevoerd kunnen worden. Belangrijke taak en doelstelling met de oprichting van het AGF Servicepunt is dan ook om de branche dichter bij elkaar te brengen en daadwerkelijk invulling te gaan geven aan een betere samenwerking binnen en buiten de keten. Samenwerking met de groothandel en andere versbranches is een belangrijke voorwaarde om gezamenlijk een goede toekomst te realiseren.

Ledenraad

De Ledenraad van ADN is het hoogste orgaan van de vereniging. Het beleid wordt voorbereid door bestuur en secretariaat. De besluitvorming vindt vervolgens plaats binnen de Ledenraad. De Ledenraad dient een juiste afspiegeling te zijn van de achterban van de vereniging. Vandaar dat er zo veel mogelijk wordt getracht om vanuit alle regio van het land afvaardiging te hebben in de Ledenraad. De Ledenraad van ADN blijft een beetje het 'zorgenkindje' van de vereniging. De bezetting van de vergaderingen is nog niet optimaal en het vinden van beschikbare nieuwe ledenraadsleden gaat moeizaam. In 2009 zijn er wel wat besluiten genomen om de Ledenraad van ADN aan te passen. Inhoudelijk moeten de vergaderingen beter worden en er zal actief gezocht moeten worden naar een juiste bezetting. Door de drukte in 2009 is daar onvoldoende tijd voor geweest en zal dit verder invulling worden gegeven in 2010.

De Ledenraad van ADN is drie maal bijeen geweest. Tussentijds worden de leden van de Ledenraad op de hoogte gehouden middels een maandverslag.

Algemeen Bestuur van ADN

In 2009 is het de samenstelling van het Algemeen Bestuur ongewijzigd gebleven. Tonny van Eldijk en Adrie Bakker hadden in 2008 formeel afscheid moeten nemen als bestuurslid. Vanwege het feit dat de maximale bestuurstermijn is bereikt (12 jaar). In 2008 hebben beide bestuursleden echter aangegeven nog één jaar langer aan te willen blijven als bestuurslid. De Ledenraad heeft hier unaniem mee ingestemd. Dit zal wel betekenen dat 2010 voor beide bestuursleden het laatste jaar is en er dan ook twee vacatures ingevuld dienen te worden.

Een aantal bestuurstaken zijn intern al overgedragen. Zo zal Marco Dijkema de meeste taken van Tonny van Eldijk over gaan nemen. Hieronder vallen ondermeer de bestuurstaken bij: CKO, Sociaal Fonds en Commissie Agf Detailhandel.



Het Algemeen Bestuur van ADN bestond eind 2009 uit de volgende personen:

- Dhr. Dick N. Meulblok - Voorzitter
- Dhr. Tonny van Eldijk - Vice Voorzitter
- Dhr. Coen van der Pol - Penningmeester
- Dhr. Adrie Bakker - Bestuurslid
- Dhr. Marco Dijkema - Bestuurslid

In 2009 heeft er acht maal een vergadering van het Algemeen bestuur plaats gevonden. Hieronder was ook een dag ingeruimd als gezamenlijke brainstormdag met bestuur en secretariaat.

Begin mei kwam het trieste bericht binnen dat oud bestuurslid Jan Grapendaal was overleden. Jan heeft veel voor de vereniging betekend en nam in 2006 afscheid als penningmeester van ADN. Jan is zijn bestuurlijke loopbaan begonnen binnen het regiobestuur, waarna hij zitting nam in de Ledenraad van ADN. Van daaruit nam hij de gedurfde stap om zitting te nemen in het Algemeen Bestuur van ADN. In die roerige periode heeft hij, samen met de nieuwe bestuursleden, zich volop ingezet om het 'nieuwe gezicht' van ADN te bepalen.

Secretariaat

De start van het AGF Servicepunt (eind 2008) heeft aanzienlijk wat extra werk met zich meegebracht. Vooraf is moeilijk in te schatten welke invloed dat heeft op de werkdruk en de overige werkzaamheden binnen ADN. De eerste maanden van 2009 waren dan ook zeer druk en hectisch. Een succesvolle start en de daarmee gepaardgaande aanmeldingen van nieuwe deelnemers, vroegen veel tijd van het secretariaat. Op personeel gebied zijn er binnen ADN, in 2009, een aantal wijzigingen doorgevoerd:

Het secretariaat van ADN bestond in 2009 uit de volgende personen:

- Dhr. Mark Heemskerk - Directeur
- Mevr. Dilly Degenaars - Financiële- en ledenadministratie
- Dhr. Martijn van de Kamp - Bedrijfsadviseur en relatiebeheerder (tot 1 mei)
- Mevr. Els van Eig - Communicatie en advies
- Dhr. Niels Koolstra - ICT en projecten (tot 1 mei)
- Dhr. Iwan van Vliet - Interim projectmanager AGF Servicepunt (externe medewerker voor 2 dagen in de week)
- Joost Eurlings - Bedrijfsadviseur (vanaf 17 augustus)

Hoewel hierboven staat aangegeven welke personen er in dienst zijn van ADN, is er intern wel een verschuiving geweest richting AGF Servicepunt. Zo is Niels Koolstra volledig in dienst getreden van AGF Servicepunt. Mark Heemskerk is, formeel, voor tien procent van zijn tijd ondergebracht bij AGF Servicepunt.

Eind april is Martijn van de Kamp in dienst getreden bij CKO voor het uitvoeren van verschillende, branchespecifieke, projecten. Naast projecten van CKO, heeft Martijn invulling gegeven aan de functie van coordinator van het AGF Servicepunt. Deze combinatie van werkzaamheden bleek echter in de praktijk niet uitvoerbaar te zijn,



waarna is besloten dat Martijn zich is gaan richten op de belangrijke projecten binnen CKO (IPC en SIA RAAK).

Half augustus heeft het secretariaat versterking gekregen in de persoon van Joost Eurlings. In korte tijd heeft Joost zich in de branche ingewerkt en kennis gemaakt met veel groentemannen. Joost zijn functie binnen de organisatie is bedrijfsadviseur. Eind 2009 is, in onderling overleg en in samenspraak met het bestuur, besloten om Joost een actieve rol te laten vervullen binnen het AGF Servicepunt. Vanaf 2010 zal hij het coordinatorschap invulling gaan geven. Intern zal bekeken worden hoe de verschillende werkzaamheden het beste zijn in te vullen.

Regio van ADN

De vereniging ADN is opgedeeld in zes regio:

- Zuid Holland
- Noord Holland
- Friesland
- Centraal Nederland
- Zuid-West Nederland
- Zuid-Oost Nederland

De verschillende regio hebben (formeel) een eigen regio bestuur. De laatste jaren is het, voor een aantal regio, moeilijk gebleken om actieve bestuursleden te vinden. Daarnaast is het zo dat de activiteiten, welke door de regio worden georganiseerd, met wisselend succes worden bezocht door de leden uit de regio. Het blijkt moeilijk te zijn om de leden te stimuleren om deel te nemen aan uitstapjes of andere regiobijeenkomsten. De factor tijd is daarbij meestal de belangrijkste reden. In combinatie met het AGF Servicepunt en de daarbij aangesloten supporters proberen we op landelijk niveau toch invulling te geven aan dergelijke activiteiten. Het is belangrijk om contact te houden met de achterban, daarnaast zijn de bijeenkomsten vaak leerzaam en gezellig.

Centraal Belang en huisvesting

De stichting Centraal Belang beheert het pand van de AGF branche aan het statige Prins Mauritsplein te Den Haag. ADN is hier al vele jaren in gehuisvest. Waar het voorheen echt een branchepand betrof, is nu alleen de onderste verdieping nog door ADN bezet. De overige verdiepingen zijn verhuurd aan verschillende organisaties. Hieruit worden belangrijke inkomsten gegenereerd, waardoor Stichting Centraal Belang een gezonde stichting is en er jaarlijks mogelijkheden zijn om het pand in een uitstekend staat van onderhoud te houden.

De bestuursleden van ADN zijn tevens de bestuursleden van Stichting Centraal Belang. Verschil ten opzichte van het bestuur van ADN is dat de heer Adrie Bakker voorzitter is van deze Stichting en de heer Dick N. Meulblok Vice voorzitter.



Belangrijke activiteiten/evenementen 2008

Vakbeurs Fresh Rotterdam

Na vorig jaar onze 'eigen' beurs in Houten te hebben gehad, was het in 2009 weer de beurt aan Ahoy' Rotterdam, met de beurs Fresh Rotterdam. Een beurs die onderverdeeld is in twee verschillende categorieën: Fresh Tec en InnoFresh. Tevens een beurs die op de hele versketen gericht is. De beurs vond plaats van 21 t/m 23 september. ADN was vertegenwoordigd met een eigen stand, waarbij ook ruim aandacht werd besteed aan het AGF Servicepunt. Hoewel de beurs qua bezoekers tegen viel, is het toch altijd weer een goede en belangrijke ontmoetingsplek. Je ontvangt in drie dagen tijd toch veel van de leden en daarnaast is het een ideale gelegenheid om contacten te leggen en/of aan te halen. Met onderdelen als: de Vers top 100, SVO leerlingenwedstrijd, aandacht voor de week van de smaak, de winkel van de toekomst en de verkiezing beste groenteman kunnen we toch stellen dat de beurs de moeite waard was.

Verkiezing Beste Groenteman

Ook dit jaar vond de finale van de verkiezing Beste Groenteman weer plaats op de beursvloer in Rotterdam Ahoy'. Dit jaar een iets soberdere invulling van dit evenement dan wat men gewend is geweest. Dit had vooral te maken met de wisseling van de organisatie (van Reed Business naar CKO). De financiële mogelijkheden waren meer beperkt dan vorig jaar en administratief moest er nog het een en ander worden uitgezocht. Dat neemt echter niet weg dat de spanning weer volop aanwezig was.

Kruts uit Leiden en Oremans Fruit & Food uit Waalwijk mogen zich een jaar lang Beste Groenteman van Nederland noemen. Tijdens de InnoFresh vakbeurs in Ahoy Rotterdam werden zij respectievelijk uitgeroepen tot winnaar in de categorie ambulante AGF-handel en gevestigde handel.

De tweede prijs in categorie ambulante AGF-handel ging naar Haanex De Groentebroer uit Sint Philipsland. Het Fruitpaleis Gebroeders Vaneman uit Alphen aan den Rijn werd derde. In de categorie gevestigde handel ging de tweede prijs naar De Echte Groenteman van Haaren uit Groesbeek en de derde prijs naar De Echte Groenteman van der Werdt uit Boxtel.

De zes finalisten hadden al een lange weg afgelegd voordat zij het op maandag 21 september tijdens de InnoFresh vakbeurs tegen elkaar opnamen in de finale. In totaal hadden ruim 60 groentemannen zich ingeschreven voor de verkiezing Beste Groenteman van Nederland. Elke groenteman werd onverwacht bezocht door een mysteryshopper. De tien beste groentemannen werden vervolgens nauwkeurig onder de loep genomen door een vakjury. Zes ondernemers gingen uiteindelijk door naar de finale.



Brainstormdag Algemeen Bestuur en Secretariaat

Jaarlijks plant het bestuur van ADN een datum, samen met het secretariaat, om te brainstormen over het beleid. Daarbij een korte terugblik op het gevoerde beleid, maar belangrijker nog een vooruitblik naar het toekomstige beleid. Zaken die in 2009 op de agenda stonden voor deze dag waren er eigenlijk twee: ADN en AGF Servicepunt. De belangrijkste zaken die hierbij zijn besproken zijn:

- Organisatiestructuur ADN: inmiddels een vast punt van aandacht tijdens deze sessies. Er zijn voorstellen gedaan om hier een betere invulling aan te gaan geven. Met name de invulling van de Ledenraad verdient daarbij de aandacht;
- Prioriteiten zijn bepaald met betrekking tot de werkzaamheden van ADN en AGF Servicepunt. Daarbij is gesteld dat AGF Servicepunt in 2009 de volle aandacht dient te krijgen om de slagingskansen te vergroten;
- Taakverdeling van de medewerkers en bestuursleden;
- AGF Servicepunt door laten groeien naar 150 deelnemers;
- Werving van supporters van belang voor de financiële huishouding van het AGF Servicepunt;
- Verder optimaliseren van het pakket van het AGF Servicepunt;
- Organiseren van bijeenkomsten, waarbij de supporters van AGF Servicepunt actief worden betrokken;
- Veel aandacht voor communicatie en PR in het algemeen (zowel over ADN als over Agf Servicepunt);
- AGF Servicepunt moet een paraplu functie binnen de branche/keten gaan vervullen. In ieder geval op het gebied van lokale marketing;
- Er is gesproken over communicatie (ADN Magazine en de websites);
- InversNed (samenwerking tussen verschillende versbranches);

De jaarlijkse brainstormsessie wordt als zeer nuttig en waardevol ervaren. De resultaten van dergelijke sessies wordt in een verslag vastgelegd, welke vervolgens ter informatie en discussie wordt toegestuurd aan de Ledenraad van ADN.

Brancheprojecten

AGF Servicepunt BV

Het AGF Servicepunt is een belangrijke rode draad door het hele jaar heen geweest en al een paar keer eerder in dit jaarverslag ter sprake gekomen. Niet voor niets ook, want de oprichting van het AGF Servicepunt kant zonder meer worden gezien als één van de grootste en belangrijkste projecten van ADN. De voorbereidingen voor de oprichting zijn voor een belangrijk deel gedaan in 2008, waarna tijdens de beurs in september 2008 wereldkundig werd gemaakt wat het AGF Servicepunt in ging houden en wat de plannen waren. Binnen de branche werd er dan ook veel over gesproken en was de interesse gewekt. Niet alleen de interesse van de groentemannen, maar ook die van andere ketenpartijen. Het AGF Servicepunt is, in eerste instantie, opgericht ter ondersteuning van de lokale marketing van de groenteman. Deze dienst is in feite gekopieerd van de Keurslagersorganisatie. De partij met wie we dan ook de samenwerking zijn aangegaan



om het AGF Servicepunt tot stand te brengen. De diensten van het Servicepunt bestaan uit de volgende zaken/onderdelen:

1. Gebruikersomgeving: Extranet met allerlei functionaliteiten
2. Promotiemateriaal: Minimaal 8 themapakketten per jaar
3. Ontwerpmodule: Ontwerpen van prijskaarten, posters en advertenties
4. Drukwerkmodule: Drukken van prijskaarten, posters en advertenties
5. Foto's en recepten: Uitgebreide beeldbank en receptendatabase
6. Eigen website: Je eigen online groentewinkel
7. Helpdesk: Voor alle vragen en problemen
8. Starterscursus: Leren werken met je gebruikersomgeving
9. Bedrijfsbezoek: Bezoek van een marketingspecialist in het 1ste jaar
10. Begeleiding: Hulp en ondersteuning vanuit AGF Servicepunt

De kosten van de extra dienstverlening bedragen €198,- per kwartaal (speciale ledenprijs).

Bij de start van het nieuwe jaar, 2009, hadden ongeveer honderd ondernemers zich al aangemeld voor dit nieuwe initiatief. Onder die honderd deelnemers was ook de groep Echte Groentemannen collectief ingestapt.

Dit betekende dat er meteen vanaf het begin van het jaar veel georganiseerd moest worden. Voor iedere ondernemer moest een website gebouwd worden, een marketingbezoek ingepland worden en moesten er cursussen worden ingepland. Dit heeft de nodige tijd gekost, maar is het eerste half jaar allemaal gerealiseerd. Een prestatie van formaat.

In de loop van het jaar is het AGF Servicepunt verder gegroeid naar 150 deelnemers en zijn er supporters gevonden die het initiatief ondersteunen. Het spreekt voor zich dat in het aanloopjaar aanzienlijke kosten zijn gemaakt om het AGF Servicepunt van de grond te tillen.

Gedurende het jaar zijn er veel overlegmomenten geweest met Versplatform Nederland (Keurslagers) om de samenwerking op een goede manier invulling te geven. Daarnaast is er veel overleg geweest om de dienstverlening verder te optimaliseren en er voor te zorgen dat de 'producten' en diensten van het AGF Servicepunt verder werden verbeterd.

Om te kunnen afstemmen met de gebruikers, oftewel de groentemannen, is er een klankbordgroep ingericht. Binnen de klankbordgroep wordt er een aantal per jaar



vergaderd over de invulling van de thema's en de gebruiksvriendelijkheid van het systeem.

In de loop van het jaar zijn er wat personele wisselingen geweest op het gebied van het coordinatorschap. Eind 2008 en begin 2009 heeft Iwan van Vliet hier invulling aan gegeven, daarna is het verder opgepakt door Martijn van de Kamp. Martijn moest deze functie combineren met een aantal projecten van CKO en deels nog met zijn werkzaamheden als bedrijfsadviseur voor ADN. Deze combinatie bleek niet haalbaar te zijn, waarna Mark Heemskerk de laatste maanden van het jaar dit verder heeft opgepakt. In de tussentijd is Joost Eurlings aangenomen en heeft zich ingewerkt in de branche en het AGF Servicepunt.

Eind 2009 zijn er veel plannen gemaakt voor het komende jaar. Een jaar ervaring heeft veel informatie, aandachts- en verbeterpunten opgeleverd. De stemming onder deelnemers is positief te noemen. Dit heeft er in geresulteerd dat nagenoeg alle deelnemers zijn doorgedaan en ook in 2010 deelnemer zullen blijven van het AGF Servicepunt.

Stichting De Echte Groenteman is vanuit Versplatform Nederland extra ondersteuning toegezegd om verder te professionaliseren en door te groeien in leden. Hierover later meer.

Samengevat kunnen terugkijken op een bewogen jaar op het gebied van het AGF Servicepunt. Nog lang niet alles is zoals we het voor ogen hebben, maar er zijn belangrijke stappen gezet naar een goede toekomst. Een toekomst die we met elkaar positief in kunnen vullen. Een toekomst waarin we nog verder willen groeien en een nog belangrijke positie in willen gaan nemen binnen de branche. De branche moet niet meer om het AGF Servicepunt heen kunnen. Kwaliteit en toegevoegde waarde dienen daarbij de kernpunten te zijn. In 2010 zal dit verder vorm moeten krijgen. Daarnaast zal 2010 ook het jaar moeten zijn waarin we financiële stabiliteit binnen het AGF Servicepunt realiseren.

Praktijkavonden AGF Servicepunt

In het najaar van 2009 zijn er een drietal praktijkavonden georganiseerd door het land heen. Praktijkavonden die geheel in het teken stonden van de marketingactiviteiten van de groenteman. Vanzelfsprekend werd hierbij de relatie gelegd met deelname aan het AGF Servicepunt. Tijdens de avond werd de marketinggedachte overgebracht aan de aanwezigen. Niemand minder dan Sjors Reeder had zich bereid getoond om deze avonden, voor een belangrijk deel, in te vullen. Met zijn enthousiasme en kennis keerden de bezoekers weer vol nieuwe ideeën huiswaarts.

Tijdens de drie avonden hebben we ongeveer 100 ondernemers mogen verwelkomen, een prachtig resultaat, wat dan ook zeker voor herhaling vatbaar is. Hoewel het moeilijk is om de ondernemers uit de winkel te krijgen, blijkt het toch met een goed en aantrekkelijk programma mogelijk te zijn. Voor 2010 zullen we deze avonden zeker weer opnieuw gaan organiseren.



Arbocatalogus

In de 2008 is de Arbocatalogus ontwikkeld, speciaal toegespitst op de gevestigde groentewinkels in Nederland. De officiële goedkeuring van dit nieuwe instrument vond vlak voor het einde van het jaar plaats. Hiermee voldoen we collectief aan de verplichtingen voor de arbowetgeving in Nederland.

Begin 2009 zijn de boekjes gedrukt en verspreid onder alle gevestigde winkels in Nederland (de ambulante handel heeft een eigen arbocatalogus).

Stichting Arbeidsparticipatie Detailhandel (SAPD)

De activiteiten van de SAPD hebben een behoorlijke vertraging opgelopen. Dit is veroorzaakt door een stroeve communicatie met het UWV. Het UWV diende de stichting te voorzien van persoonsgegevens van personen die geregistreerd stonden als arbeidsgehandicapt en wellicht konden worden gereïntegreerd.

Begin 2009 is besloten om als partijen niet verder te gaan als bestuursleden van deze Stichting. De SAPD bleef wel bestaan, maar zonder bestuurlijke inbreng uit onze branche. Hierover zijn afspraken gemaakt en is een overeenkomst opgesteld.

Versamenwerking (InversNed)

Versamenwerking is belangrijk binnen het MKB en dus ook voor ADN. Uiteindelijk moeten we als versbranches (gezamenlijk) opboksen tegen onze grootste concurrent: de supermarkt. Eind 2008 is InversNed opgericht door vijf verschillende brancheorganisaties:

- Slagersbranche
- Bakkersbranche
- Poeliers
- Visbranche
- AGF

Al met al drie relatief kleine branches, en twee wat groter (slagers en bakkers). Belangrijkste punten bij aanvang waren: in kaart brengen van nieuwe potentiële ondernemers en kijken welke huidige ondernemers op korte termijn hun bedrijf willen overdragen of wellicht verhuizen. Tweede onderdeel was het verkrijgen van goede en betaalbare locaties.

Gaandeweg het jaar is de agenda van InversNed aanzienlijk uitgebreid met andere projecten. Daarnaast is ook CKO betrokken in de projectmatige aanpak van bepaalde onderdelen. Dit heeft geresulteerd in een aantal gezamenlijke projecten:

- Onderzoeken om te kijken of er mogelijkheden zijn voor het opzetten van een gezamenlijk klantvolgsysteem;
- IPC project (innovatie prestatie contracten), het onderzoeken van innovatieve vormen van ondernemen als gezamenlijke versbranches;
- SIA RAAK, houdt zich voornamelijk bezig met het onderzoeken van mogelijkheden op het gebied van formuleontwikkeling.



In 2009 hebben zich echter een aantal belangrijke wijzigingen voorgedaan. De directeur van de slagersbranche is weg gegaan bij de organisatie. Zij was een belangrijke kartrekker. Daarnaast heeft de bakkersbranche aan het einde van het jaar besloten om uit InversNed te stappen. Een behoorlijk tegenvaller. Het zal betekenen dat we als InversNed weer even terug naar de basis moeten gaan en keuzes maken over de werkwijze en de prioriteiten. Begin 2010 zal hier verder over gesproken worden binnen het bestuur.

Het Wereld wijde Web

Internet is in deze huidige tijd een belangrijk communicatiemiddel en daarmee ook niet meer weg te denken. ADN heeft vanaf het begin af aan al veel tijd en energie gestoken in internet en ICT. Voor de ondernemers is het van groot belang om te kunnen gaan met de verschillende ICT toepassingen en gebruik te kunnen maken van de vele informatiebronnen die er op internet te gebruiken zijn. Ook ADN verspreid veel informatie via internet en e-mail. Daarnaast is er via het AGF Servicepunt de beschikking over een eigen extranet omgeving voor het zelfstandig maken van allerlei promotiemiddelen. ADN heeft de onderstaande websites opgezet.

- www.agfdetailhandel.nl – voor ADN de belangrijkste website en tevens de website die al het langst bestaat. Begin 2009 is de website van ADN geheel vernieuwd. De huidige website is aanzienlijk verbeterd, niet alleen qua uitstraling, maar ook inhoudelijk en qua gebruiksvriendelijkheid. Met de nieuwe website is het ook mogelijk om interactie te creëren met de bezoekers. Ze kunnen reageren op artikelen.
- www.agfservicepunt.nl - Voor het AGF servicepunt is een aparte website opgericht. Hierop is alle informatie te vinden omtrent het AGF Servicepunt. Daarnaast worden hier de thema's van het AGF Servicepunt toegelicht en uitgebeeld;
- www.versvooru.nl – Een website waar de groenteman richting de consument in de schijnwerpers wordt gezet. Deze site zal wellicht ook als basis gebruikt gaan worden om de landelijke Campagne van de groenteman te ondersteunen.
- www.adnwerkfruit.nl – Werkfruit is ook in 2009 een belangrijk item gebleken., Steeds meer groentemannen richten zich op deze markt. De website biedt ondersteuning aan de groenteman die hiermee van start wil gaan. Er is veel informatie op terug te vinden. Een handleiding en consumentenbrochures zijn via ADN aan te vragen.
- www.fruitwerkt.nl – een website voor de consument/bedrijven welke informatie verstrekt over de voordelen en het belang van de introductie van Werkfruit binnen het bedrijf. Op deze site staan ook de groentemannen geregistreerd die Werkfruit kunnen leveren. Inmiddels staan er ongeveer 90 ondernemers geregistreerd.

CAO zaken

In 2009 hebben er geen onderhandelingen plaats gevonden voor een nieuwe CAO. De huidige CAO loopt tot 1 april 2010. Wel is er per 1 oktober een loonsverhoging doorgevoerd van 3,25%. Een afspraak die in 2008 is gemaakt, toen er een tweejarige CAO is afgesloten. Gelet op de economische situatie was deze loonstijging aan de forse



kant, echter gelet op het landelijk gemiddelde liep het nog wel aardig in de pas. Echter, toch hebben we moeten constateren dat de verhoging bovengemiddeld is geweest.

Begin 2010 zullen de eerste gesprekken plaats gaan vinden voor het afsluiten van een nieuwe CAO. Hierin zal de laatste forse verhoging van de lonen zeker worden meegenomen. Er zal dan ook aangestuurd gaan worden op loonmatiging voor 2010 en daar waar mogelijk ook voor 2011. Een ander blijvend punt van aandacht binnen de CAO voor de AGF blijft de compensatie van bijzondere uren. Dit blijft echter een lastig punt om uit de CAO te krijgen. Dit artikel uit de CAO krijgen betekent dat het 'afgekocht' moet worden. De vraag is dan natuurlijk wat dit mag kosten.

WIA/WGA

De collectieve afspraak met betrekking tot het afsluiten van een werknemersverzekering voor de risico's van de WGA/WIA zijn voortgekomen uit een CAO afspraak. Werkgevers waren al verplicht een verzekering aan te bieden aan de werknemers om risico's af te dekken bij langdurige arbeidsongeschiktheid (dus na twee jaar ziekteverzuim). Voorheen was hiervoor de WAO regeling van kracht en was alles publiekrechtelijk geregeld. Tegenwoordig ligt deze verantwoordelijkheid bij de werkgevers en werknemers gezamenlijk. Omdat in de praktijk bleek dat er geen aandacht werd besteed aan dit onderwerp is er een collectieve afspraak gemaakt. Iedere medewerker wordt automatisch verzekerd, tenzij de werkgever aangeeft dat er al een dergelijke verzekering is afgesloten of als de werknemer een afstandverklaring tekent. De premie van de verzekering wordt gelijkmatig verdeeld tussen werkgever en werknemer.

In 2009 is er opnieuw aandacht geschonken aan dit onderwerp. Het is gebleken dat nog niet alle werknemers zijn ondergebracht of een afstandsverklaring hebben getekend. Er is dus nog een 'grijs' gebied wat bereikt dient te worden. Wanneer een langdurig ziektegeval zich voordoet en er geen enkele verzekering is afgesloten (of een afstandverklaring is getekend), worden de kosten verhaald op de werkgever. Dit kan grote consequenties hebben voor de werkgever. In 2010 zal er nog een uitgebreide mailing aan gewijd gaan worden.

Onderzoeksvragen Productschap Tuinbouw

In 2009 is er één onderzoeksrapport opgeleverd door het Productschap Tuinbouw. Het betreft het onderzoek naar het assortiment van de groenteman. Binnen het onderzoek is er gekeken naar kansrijke productgroepen. Hiervoor zijn interviews gehouden onder groentemannen, groothandelaren en overige branchekenners. Productgroepen die hierbij aan bod zijn gekomen zijn onder andere:

- verschillende soorten groenten en fruit (zowel bewerkt als onbewerkt);
- Paddestoelen;
- Verse sappen en smoothies;
- Diepvriesgroenten en fruit;
- Conserven groenten en fruit;
- Seizoensproducten;
- Hollandse kasproducten;
- Ready to eat producten;



- Biologisch, streekproducten en fair trade;
- Overige verwante productgroepen.

De uitkomsten van het onderzoek zijn zeker de moeite waard om te lezen en de kennis te gebruiken voor de eigen bedrijfsvoering. Uit het onderzoek komt wel naar voren dat de gemiddelde groenteman redelijk terughoudend is in het uittesten van nieuwe productgroepen.

Alle onderzoeksrapporten die tot nu toe zijn opgeleverd, zijn terug te vinden en te downloaden van de website van ADN (www.agfdetailhandel.nl).

SIA RAAK

Sia Raak is een project van CKO, waarbij ADN een bijdrage (kennis en uren) levert. SIA staat voor Stichting Innovatie Alliantie. RAAK staat voor: Regionale Aandacht en Actie voor Kenniscirculatie en is een regeling vanuit het Ministerie van OCenW.

Doelstelling

De initiële doelstelling van deze regeling is om de kennisuitwisseling tussen hogescholen, BVE-instellingen en het midden- en kleinbedrijf in regionale innovatieprogramma's te verbeteren. Daarbij gaat het vooral om het versterken van de kennisbrugfunctie die deze instellingen kunnen hebben in de relatie tussen MKB-bedrijven en het totaal van de kennisinfrastructuur.

Binnen het project worden er door studenten, in samenwerking met CKO en ADN, onderzoeksvragen opgesteld en uitgewerkt. Het gaat dan met name over een stuk (keten) samenwerking in de branche. Zo is er de afgelopen periode met zowel groothandelaren als met commerciële organisaties een project opgestart en uitgevoerd. In 2009 zijn de resultaten van het project gepresenteerd op de vakbeurs Fresh Rotterdam. Hier is de winkel van morgen gepresenteerd, samen met de partners van InversNed. Binnen deze winkel werden allerlei innovatieve technologieën gepresenteerd. Hoewel nog niet allemaal haalbaar op korte termijn, geeft het wel een goed beeld voor de mogelijkheden van de toekomst. Naar alle waarschijnlijkheid zal het project een vervolg krijgen in 2010.

Leeftijdsbewust Beleid (LBB)

De laatste jaren heeft ADN veel gedaan op het gebied van het verbeteren van het arbobeleid binnen de branche. Hoewel dit voor veel ondernemers, in eerste instantie, geen spannend onderwerp is, is het wel van groot belang. Een goed arbobeleid verkleint namelijk de risico's voor de werkenden binnen de branche. Zoals we allemaal weten liggen de risico's van verzuim en langdurige arbeidsongeschiktheid tegenwoordig volledig bij de werkgever. Nu is nagenoeg alles te verzekeren, maar zonder een duidelijk beleid op dit gebied moeten er hoge premies worden betaald voor dergelijke verzekeringen. Het is dus van belang om de zaken op dit gebied goed geregeld te hebben. In voorgaande jaren zijn we actief bezig geweest binnen een gezamenlijk arboconvenant. Vervolgens hebben we in 2008 een Arbocatalogus opgeleverd.

In 2009 zijn we aan de slag gegaan met het onderwerp Leeftijdsbewust Beleid (LBB). Het project LBB is gesubsidieerd door het Ministerie van SZW en (kan) zich richten op



verschillende onderwerpen. Hoewel het in eerste instantie is bedoeld voor het aan het werk houden (binnen de branche) van oudere werknemers, heeft ADN een andere insteek gekozen. Een bestaande scan, welke in eerder stadium is ontwikkeld door CKO, is omgevormd tot een zeer bruikbare scan om nieuwe ondernemers te screenen op de competenties. Met deze scan wordt inzage gegeven in de vaardigheden die goed zijn ontwikkeld en de vaardigheden die verder moeten worden aangescherpt. De scan is eind 2009 opgeleverd en zal in 2010 verder onder de aandacht worden gebracht.

Project Biologische- en streekproducten

In 2009 heeft ADN, in samenwerking met groothandel Vroegop-Windig en Taskforce Biologisch, een nieuw project opgezet. Binnen het project gaan we kijken of en hoe we biologische- en streekproducten via de groenteman onder de aandacht van de consument kunnen brengen. Beide assortimentsgroepen passen uitstekend binnen de speciaalzaak. De pilot wordt opgestart in Noord Holland met een groep van ongeveer 10 ondernemers. Het project wordt ondersteund met veel marketing tools zoals: postermateriaal, verpakkingsmateriaal, instore communicatie, advertenties en redactionele artikelen in het Noord Hollands dagblad.

Het is de bedoeling dat de pilot een half jaar gaat draaien. Ondersteuning op de winkelvloer zal gegeven worden door groothandel Vroegop-Windig. Het project is in nauwe samenspraak met de betrokken ondernemers opgezet. Beeldmaterialen zijn middels klankbordbijeenkomsten samengesteld. Eind 2009 zal bekeken worden of het project geschikt is om landelijk verder uit te rollen.

Franchise in de branche

Het afgelopen jaar is er best veel te doen geweest over de stelling dat franchise een goede mogelijkheid is om de vestigingspunten binnen de branche te behouden. Deze stelling heeft best wat stof doen opwaaien. Niet alle ondernemers in de branche zijn het hiermee eens. Toch is het reden genoeg geweest, voor groothandelsorganisatie Frugiventa, om hier verder op door te gaan. Er zijn in 2009 een aantal bijeenkomsten georganiseerd waar de groothandel voor is uitgenodigd. Bijeenkomsten waarin de franchisemogelijkheden zijn besproken voor de AGF detailhandel. Dit heeft geresulteerd in een select groepje van 5 groothandelaren die verder gaan met dit onderwerp en daar externe deskundigen voor hebben aangetrokken. In 2010 zal hier verder vervolg aan worden gegeven.



Externe Organisaties

Commissie AGF Detailhandel (CAD)

De CAD is voor de AGF Detailhandel een belangrijke commissie. De CAD is een branchespecifieke commissie van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD). Het HBD incasseert jaarlijks een bestemmingsheffing bij alle groentemannen in Nederland. Aangesloten leden van ADN krijgen een korting op deze heffing (Schilthuisaftrek). Met dit geld worden verschillende initiatieven uitgewerkt binnen de commissie. Een van de belangrijkste en meest aansprekende projecten zijn de verschillende promotiecampagnes (Je koopt het lekkerst bij de groenteman). De thema's van 2009 waren:

- De verrukkelijke aspergeweken
- De sappige zomerfruitweken
- De nieuwe Oogst weken

Evenals het voorgaande jaar zijn er veel pakketten besteld bij de Commissie en worden de acties zeer gewaardeerd. Naast de posters worden de themaweken ondersteund met een aanzienlijke hoeveelheid radioreclame. Door de samenwerking met een aantal marktpartijen is er extra budget beschikbaar gekomen om nog meer aandacht (voornamelijk via de radio) te genereren.

Om de themaweken nog beter onder de aandacht te brengen wordt er een speciale redactionele pagina opgesteld die naar vele redacties wordt gestuurd van lokale huis aan huis kranten. Hieruit wordt veel free-publicity verkregen.

In 2009 is het besluit genomen binnen het bestuur om een geheel nieuwe campagne op te gaan starten. Geheel nieuw omdat zowel slogan en beeldmerk geheel zullen worden vernieuwd. Daarnaast wordt er voor het komende jaar meer ingezet op ondersteuning op de winkelvloer dmv postermateriaal. Ook is er gekozen voor andere mediakanalen. Er wordt gestopt met de radioreclame, waardoor er meer aandacht gegeven kan worden aan de andere communicatiekanalen (bijlage Vrouw van de Telegraaf, Internet en POS materiaal). Tevens is er een innovatief communicatiemiddel ontwikkeld, het betreft het 'fustdoek'. Een doek met de campagne-uitingen dat over de blauwe fustkratten gespannen kan worden en gebruikt kan worden in de presentaties in en buiten de winkel/markt.

Invulling aan de nieuwe campagne zal worden gegeven door Iwan van Vliet (bekend binnen ADN). Iwan is sinds vorig jaar zelfstandig geworden (ZZP-er) en heeft samen met nog 2 andere reclamebureaus offerte uitgebracht en een plan ingediend. Na een uitgebreide selectieprocedure is de keuze op hem gevallen.

Naast de promotiecampagne richt de CAD zich ook, projectmatig, nog op andere onderdelen binnen de AGF Detailhandel. In 2008 was dit onder andere:

- Ondersteuning van het ontwikkelen en verspreiden van de Arbocatalogus;
- Ondersteuning van de verkiezing Beste Groenteman en de Vakwedstrijden;



- Het HBD heeft een bijdrage geleverd voor het ontwikkelen van de informatievoorziening via de nieuwe website van ADN.

Centrum voor Kennis & Ontwikkeling (CKO)

Het CKO, voluit de Stichting AGF Centrum voor Kennis en Ontwikkeling, is in 1999 ontstaan op initiatief van zowel werknemersorganisaties als werkgeverspartijen. In 2009 vierde CKO haar tienjarig bestaan. Dit werd gevierd tijdens de beurs Fresh Rotterdam. Het feestje werd gevierd met alle betrokken partijen binnen de branche.

Doelstelling CKO

CKO is opgericht om die kennis, dat vakmanschap en die moderne visie op de ontwikkeling van onze 'versbranche' te bevorderen, vorm te geven en te vernieuwen.

Werkwijze

De activiteiten van CKO zijn globaal te onderscheiden in opleiden en ontwikkelen. Voor de scholing en opleiding van medewerkers en ondernemers maakt CKO gebruik van:

- Eigen, branche specifieke cursussen, trainingen en workshops;
- De opleidingen van het MBO met een branche eigen invulling.
- Daarnaast ontwikkelt CKO allerlei projecten die bijdragen aan de kennisontwikkeling van de branche, maar die ook betrekking hebben op de algehele brancheontwikkeling. Enkele lopende projecten van CKO zijn:
 - Nieuw Ondernemerschap;
 - Leefstijdsbewust Beleid;
 - Sia Raak;
 - Vakwedstrijden voor verkiezing Beste Groenteman;
 - Employabilityscan/ondernemersscan;

CKO wordt bestuurd door vertegenwoordigers van:

- AGF Detailhandel Nederland (ADN)
- Centrale Vereniging voor de Ambulante Handel (CVAH)
- FNV Bondgenoten
- Dienstenbond CNV

In 2009 is er met CKO intensief overleg geweest. Directeur van CKO, Dhr. Cees Schoenmakers, heeft binnen één van de bestuursvergaderingen van ADN met het bestuur gediscussieerd over de beleidsplannen voor de komende tijd. ADN heeft hierbij aangegeven wat zij denken dat de speerpunten zouden moeten zijn voor de komende jaren. CKO heeft hiermee rekening gehouden in het Werkplan voor 2010. Afgesproken is om jaarlijks dit overleg met elkaar te hebben, voorafgaand aan het schrijven van het nieuwe werkplan voor het volgende jaar.

MKB Nederland

Koninklijke Vereniging MKB-Nederland...

- voor een kansrijk ondernemersklimaat!
- de grootste ondernemersorganisatie van Nederland



- vertegenwoordigt 150 brancheorganisaties en 600 ondernemersverenigingen en regioleden, samen goed voor ruim 186.000 bedrijven
- bestaat sinds 1995, maar haar eerste voorganger is van 1902
- actief op Europees en landelijk niveau, in steden en regio's
- is opgebouwd uit de clusters: zakelijke dienstverlening, detailhandel, zorg en publieke dienstverlening, industrie & bouw en vrije tijd & zakelijke gastvrijheid
- is sinds 1 september 2009 samen met VNO-NCW gevestigd in de Malietoren in Den Haag
- heeft 7 regiokantoren

MKB Nederland gaat voor resultaat! Op de website van MKB Nederland staat te lezen wat ze zoal in 2009 hebben gedaan en bereikt. Een kleine greep hieruit:

- Informatievoorziening via de website (1,5 miljoen bezoekers in 2009);
- Ondersteuning in CAO onderhandelingen;
- Bijdrage leveren in veel landelijke evenementen;
- Vuist maken tegen overbodige regelgeving (schrappen van vergunningen en vermindering toezichtlasten);
- Aanpak verkeersknelpunten;
- Ondersteuning ondernemers bij verbetering winkelgebieden;
- Verruiming kredietverlening MKB en verhoging borgstelling overheid.

Verder richt MKB Nederland zich op:

- doelgerichte lobby en dienstverlening
- kennis van de dagelijkse ondernemerspraktijk;
- een ijzersterk organisatievermogen.

ADN is collectief aangesloten bij MKB Nederland. Hierdoor hebben we zitting in verschillende Commissies, waaronder de Nationale Winkelraad.

Sociaal Fonds

Vanuit het Sociaal fonds voor de AGF Detailhandel worden verschillende activiteiten betaald. Iedere geregistreerde werkgever betaalt een bijdrage aan het Sociaal Fonds. Deze bijdrage (1%) wordt gebaseerd op de loonsom. Het bestuur van het Sociaal Fonds wordt gevormd door afgevaardigden van de werkgevers- en werknemersorganisaties (ADN, CVAH, FNV Bondgenoten en CNV Dienstenbond). Het grootste gedeelte van deze gelden wordt gebruikt voor het opleidingsfonds voor de detailhandel (CKO) en de ambulante handel (BOAH).

De financiële situatie binnen het fonds is de afgelopen jaren een belangrijk punt van aandacht geweest. In 2008 is dan ook een begin gemaakt met het opbouwen van een reserve binnen het fonds. Dit is een prima besluit geweest, want de reserve is in de loop van 2009 al behoorlijk op peil gekomen, wat heeft geresulteerd in een voldoende reserve om vooraf de betalingen te kunnen garanderen.



Naast de ondersteuning van de opleidingsfondsen, verstrekt het Sociaal Fonds ook subsidies aan de partijen van het bestuur voor het verstrekken van informatie omtrent alles wat met de CAO te maken heeft. Daarnaast biedt het Sociaal Fonds ruimte voor het indienen van aanvullende projecten, welke in verband staan met de richtlijnen van het Fonds. Alle voorstellen worden binnen het bestuur besproken, waarna besluitvorming volgt.

Productschap Tuinbouw (PT)

Het Productschap Tuinbouw is voor ADN een belangrijke partij waar het gaat om het vergaderen van kennis en het doen van onderzoek. Zoals eerder in dit verslagen te lezen is geweest, voert het Productschap onderzoeken uit in opdracht van ADN. Onderzoeken die we als ADN zelf mogen formuleren. Deze voorstellen worden vervolgens besproken in een aparte commissie Marktonderzoek. Daarnaast is het Productschap Tuinbouw ook een belangrijke partij wanneer het gaat om de hygienecode voor de branche. Er is nauw contact met de VWA (Voedsel en Waren Autoriteit), voorheen de keuringsdienst van Waren. In overleg met het PT en de betrokken branches worden de speerpunten bepaald.

Naast deze activiteiten heeft ADN een zetel in de Sectorcommissie Groenten en Fruit. Daaraan gekoppeld is ook een bestuurszetel beschikbaar binnen het bestuur van GroentenFruit Bureau, voorheen AGF Promotie Nederland. ADN heeft ook zitting in de Commissie Marktonderzoek, waarin besloten wordt welke projecten er uitgevoerd mogen worden. Uitkomsten van deze commissie worden voorgelegd aan de sectorcommissie, alwaar de definitieve besluitvorming plaats vindt.

Communicatie

Een van de belangrijkste kerntaken voor ADN is de informatievoorziening richting de leden. Daarnaast is het voor ADN belangrijk om ook richting aanverwante organisaties van ons te laten horen. Op die manier proberen we betrokkenheid te creëren en medestanders te vinden bij het uitvoeren van beleidszaken.

Informatievoorziening richting onze leden doen we via verschillende kanalen. Via deze kanalen proberen we nieuwsitems en wetenswaardigheden op een laagdrempelige manier over te brengen. ADN filtert het nieuws en probeert dit in hoofdlijnen door te vertalen. Dit doen we via onderstaande kanalen:

ADN Magazine - In 2009 is het besluit genomen om afscheid te nemen van Vakblad AGF. De vrijkomende gelden hiervoor dienen te worden gebruikt om de overige (eigen) communicatiekanalen te verbeteren. De belangrijkste daarbij is ons eigen ADN Magazine. Het brancheblad voor onze leden en relaties. Een blad waarvan we weten dat het gewaardeerd wordt door onze leden. Een blad wat door de jaren heen al een aantal professionaliseringsslagen heeft doorgemaakt, maar nog altijd verbeterd kan worden. Met het ADN Magazine willen we naar een volwaardig branche/vakblad toe. Een blad wat naast belangrijke algemene informatie en ledeninformatie ook veel verhalen en goede voorbeelden uit de praktijk verwoord. Voorbeelden van collegae in het land die overgenomen kunnen worden door de lezers. We willen meer columns gaan plaatsen, het liefst van de mensen uit de praktijk. Daarnaast zal de gehele vormgeving en lay out worden aangepast. Kortom, het ADN Magazine moet een blad worden waar naar



uitgekeken wordt. In januari 2010 zal het eerste ADN Magazine, nieuwe stijl, in de bus vallen van de leden. Binnen het secretariaat is Els van Eig eindverantwoordelijk voor het ADN Magazine. Zij zal de nieuwe vormgeving en inhoud dan ook op gaan zetten en begeleiden.

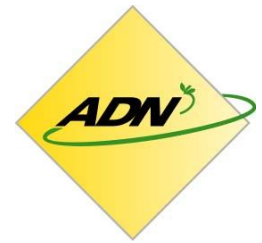
www.agfdetailhandel.nl – Internet is een medium dat niet meer is weg te denken. De laatste jaren hebben we als brancheorganisatie veel aandacht besteed aan alles wat met ICT en internet te maken heeft. Goed ondernemerschap is tegenwoordig bijna niet meer mogelijk zonder de ICT toepassingen. Internet als informatiebron, branchespecifieke software voor de kengetallen, goede weegschalen en kassa's voor het verzamelen van de gegevens.

De website van ADN is een belangrijk communicatiemiddel. De bezoekersaantallen laten zien dat steeds meer mensen (leden, niet leden en geïnteresseerde) de weg naar onze website weten te vinden. Begin 2009 is de geheel vernieuwde website gelanceerd. De website is een stuk gebruiksvriendelijker en overzichtelijker. Met de reactiemogelijkheden voor de bezoekers hopen we het op deze manier ook meer interactief te maken en wellicht discussies op gang te brengen. In de toekomst willen we wellicht ook nog naar een forum toe en een manier waarop vraag en aanbod bij elkaar gebracht kan worden voor verschillende onderwerpen.

De vernieuwing van de website is voor een belangrijk deel mogelijk gemaakt door een bijdrage vanuit het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD). Voor de brancheorganisaties wordt eens in de drie jaar branchespecifiek budget gereserveerd, waarvoor projecten kunnen worden aangedragen. Belangrijk hierbij is dat de projecten voldoen aan de eisen van het HBD. Dat is ondermeer gelukt omdat we vanaf nu geen apart inloggedeelte meer hebben voor leden. De website van ADN is daarmee volledig openbaar geworden en toegankelijk voor iedereen.

Digitale Nieuwsbrief - Omdat het ADN Magazine een maandblad is, is het niet altijd mogelijk om actueel nieuws tijdelijk over te brengen. Zoals aangegeven is internet en e-mail een steeds belangrijker middel geworden om te communiceren. Vandaar dat we zowel vanuit ADN als vanuit AGF Servicepunt wekelijks een digitale nieuwsbrief versturen. In deze nieuwsbrief staat actueel nieuws en andere belangrijke zaken die we onder de aandacht willen brengen (vaak worden dingen ook meerdere keren gecommuniceerd via de verschillende kanalen om er zeker van te zijn dat de boodschap bij onze leden aan komt. De digitale Nieuwsbrief van ADN heeft op dit moment ongeveer 350 abonnees.

Vakblad AGF – Zoals eerder aangegeven is er in 2009 binnen de vergadering van de Ledenraad, op voorstel van het Algemeen Bestuur, besloten om te gaan stoppen met Vakblad AGF. Het Vakblad was jarenlang onderdeel van het lidmaatschap. Echter in voorgaande jaren was regelmatig aangegeven dat het blad te weinig detailhandelsgericht was. Op zich ook logisch omdat het een ketenblad is, waarbij de detailhandel slechts een onderdeel is. Vanwege het feit dat er plannen waren om onze eigen communicatie te verbeteren, is besloten de financiële middelen die vrijkomen met de opzegging van het Vakblad, hiervoor aan te wenden.



Aan het einde van 2009 maakte Vakblad AGF bekend om helemaal te stoppen met het blad.

Overig

Mantelcontracten – Op het gebied van de mantelcontracten zijn er in 2009 weinig veranderingen geweest. Met de mantelcontracten probeert ADN gunstige afspraken, met verschillende leveranciers, te maken voor haar leden.

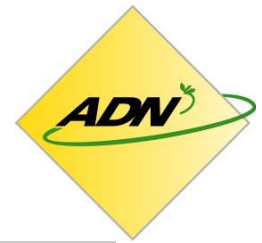
Het verzekeringspakket via de ADN verzekeringsdienst is nog altijd een van de belangrijkste voordelen die we de leden te bieden hebben. Steeds weer blijkt dat leden hier aanzienlijke bedragen op kunnen besparen. De ADN Verzekeringsdienst houdt ontwikkelingen in verzekeringsland scherp in de gaten. Ook op het gebied van veranderende wetgeving is de ADN Verzekeringsdienst een belangrijke partij. Via het ADN Magazine worden de leden gewezen op de diensten van de ADN Verzekeringsdienst.

Eerstelijns advies – Leden van ADN hebben recht op eerstelijns advies. Dit kan zijn juridisch advies of advies op het gebied van de bedrijfsvoering. De laatste jaren is gebleken dat de leden ADN hier steeds beter voor weten te vinden. Het is belangrijk om vroegtijdig in kennis te worden gesteld van problemen. Dit is een punt waar we op blijven aansturen. Vroegtijdig advies inwinnen, kan veel problemen voorkomen, waarmee er sneller naar een oplossing toegewerkt kan worden.

De meeste vragen die binnen komen bij ADN hebben betrekking op arbeidszaken en de toepassingen uit de CAO. Ook zaken als huurkwesties, wegoopbrekingen, vergunningen e.d. komen bij ADN binnen. In eerste instantie worden de vragen in behandeling genomen door Els van Eig.

Individuele dienstverlening – Er komt steeds meer behoefte in de branche aan advisering op maat. Het gaat hierbij dan vaak om bedrijfseconomische kwesties, bedrijfsbeoordelingen, personele kwesties op de winkelvloer, opstellen van de Risico-inventarisatie & evaluatie, huishoudelijk reglement, diefstal door eigen personeel, zaken omtrent verbouwingen etc.

Het is voor een kleine organisatie als ADN moeilijk om heel veel leden te bezoeken. Hiervoor zoeken we wel de samenwerking met verschillende aanverwante organisaties die ook medewerkers in de buitendienst hebben. Op die manier hopen we over te kunnen brengen wat ADN kan betekenen voor haar leden en welke ondersteuning geboden kan worden. Daarnaast heeft ADN een aanzienlijk netwerk opgebouwd waarmee afgestemd kan worden wie een ondernemer kan bezoeken en van advies kan voorzien. Voor 2010 proberen we ook de banden met Stichting Ondernemersklankbord weer aan te halen. Hier zit veel kennis en ervaring welke ingezet kan worden voor ondersteuning van MKB ondernemers. In voorgaande jaren hebben hier al vaker een beroep op kunnen doen.



Externe vertegenwoordiging 2009

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) en de heer A.J. Bakker (bestuurslid)
- Commissie Onderwijs en Professionalisering: D.N. Meulblok (voorzitter) en Dhr. C.S. Schoenmakers (Directeur CKO)
- 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)/Dhr. M. Dijkema 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 AGF Promotie Nederland: D.N. Meulblok (vergadering is vaak gekoppeld aan sectorcommissie groenten en fruit)

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/Dhr. M. Dijkema en M.A. Heemskerk

Commissie Arbeidsvoorwaarden

- A.J.G.J. van Eldijk/Dhr. M. Dijkema 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

Innovatie Versdetailhandel Nederland (InversNed)

- D.N. Meulblok (penningmeester)
- M.A. Heemskerk (Bestuurslid)

Stichting Arbeidsparticipatie Detailhandel (SAPD)

- M.A. Heemskerk (bestuurslid)



Financiën

Cijfers

Algemeen

Ten tijde van het schrijven van dit jaarverslag zijn er nog geen branchecijfers bekend over 2009. Zodra deze cijfers bekend zijn, zijn ze te vinden op de website van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (www.hbd.nl). Hier worden de volgende onderwerpen nader uit- en toegelicht:

- Omzet en exploitatie
- Bestedingen en marktaandelen
- Ondernemingen en vestigingen
- Ondernemers en arbeidsmarkt

ADN

Met betrekking tot het ledenaantal van ADN hebben we helaas in 2009 moeten constateren dat het ledenaantal is gedaald.

Per 1 januari 2009: 586

Per 1 januari 2010: 539

Tot slot

Het Jaarverslag dat u heeft gelezen verschaft inzicht in de activiteiten binnen de branche en belangrijker de activiteiten van ADN voor haar leden. Uit de verslaglegging en de toelichting op de vele activiteiten en projecten, blijkt dat ook een kleine organisatie slagkracht heeft en mogelijkheden heeft om, door middel van samenwerking, sterker te worden.

2009 was een spannend jaar, een jaar waarin Bestuur en Ledenraad van ADN daadkrachtige besluiten hebben genomen. Een jaar waarin keihard gewerkt is aan het verder opbouwen van het AGF Servicepunt, naast alle andere activiteiten die we als branchevereniging in het takenpakket hebben.

2010 zal wederom een spannend en druk jaar worden. De verdere ontwikkeling van het AGF Servicepunt is daarin een belangrijk onderdeel. Maar ook de dienstverlening aan onze leden zullen we verder optimaliseren. Het potentieel aan niet-leden zullen we moeten zien te bereiken en aantonen dat het lidmaatschap belangrijke meerwaarde biedt voor de ondernemer in onze branche. Met de landelijke campagne van de CAD slaan we een nieuwe weg in. De verwachtingen hiervoor zijn hoog.

Samenwerking met andere brache- en ketenpartijen wordt belangrijker dan ooit. Nauwe samenwerking met de AGF groothandel is een must! Niet alleen voor ADN en de detailhandel, maar ook voor de groothandel.



Bedrijfsopvolging wordt een van de belangrijkste aandachtspunten voor het gehele MKB de komende jaren. We moeten actief op zoek naar nieuwe (jonge) ondernemers om onze vestigingspunten te handhaven in de branche. Deze nieuwe, potentiële ondernemers moeten ondersteund worden op alle mogelijke terreinen.

In 2010 zal er weer een nieuwe, verantwoorde CAO afgesloten moeten worden, waarbij loonmatiging het belangrijkste item is voor de werkgevers en werkzekerheid een belangrijk punt is voor de vakbonden.

Met betrekking tot de interne organisatie moeten we proberen de openstaande vacatures in te vullen binnen het Algemeen Bestuur en Ledenraad. De Ledenraad moet daarbij een goede afspiegeling worden van onze achterban.

Financieel gezien zal er een verantwoord beleid gevoerd moeten worden. Er zal goed gelet moeten worden op de kosten, maar ook aan de inkomstenkant moeten alle zeilen worden bijgezet.

De samenwerking met de overige versbranches zal nieuw leven ingeblazen moeten worden. Een duidelijk beleid zal moeten worden neergezet om voor alle partijen te komen tot een win/win situatie.

Kortom, ADN zal van zich moeten laten horen en op veel terreinen actief moeten zijn. Er liggen veel kansen en uitdagingen, maar daar staan ook de bekende bedreigingen en valkuilen tegenover. Gezamenlijk moeten we komen tot een mooi en goed 2010. Hiervoor hebben we iedereen, die de AGF detailhandel een warm hart toedraagt, heel hard bij nodig. ADN gaat ervoor!