



# Natuurslagerij Keijzer & Van Santen met een huiskamergevoel

De slagers Keijzer & Van Santen vinden het belangrijk dat klanten zich thuis voelen in hun slagerij. Daarom krijgt iedere klant een kopje koffie en maken ze met iedereen een praatje. Vijf jaar geleden verkocht slager Ruud Keijzer de helft van zijn zaak aan medewerker Jaap van Santen. “Dat had ik eerder moeten doen,” zegt hij. “Het is goed om samen de kar te trekken.”

Natuurslagerij Keijzer & Van Santen in Wageningen verkoopt vrijwel alleen biologische producten of streekproducten. Toch heeft de winkel beslist geen geitenwollensokken-sfeer. Integendeel, de slagerij oogt fris en modern, maar ook knus en gezellig. De winkel heeft



een groene luifel en groene stoepborden. Binnen springt meteen de presentatie van biologische groente uit de Betuwe in het oog. In het midden is de vlees-vitrine. Tegen de rechter muur staat een authentieke kast met natuurlijke streekproducten. Bij binnenkomst vraagt Jaap van Santen enthousiast aan elke klant of hij of zij een kopje koffie wil. Als klanten twifelen, dan begint hij de koffie aan te prijzen. "Misschien een lekkere cappuccino of espresso? Ik zou het zeker even proberen." En deze aanpak werkt. Op een rollator zit een oudere man te genieten van zijn kopje koffie. Een andere klant maakt even een praatje. Klanten voelen zich hier thuis.

#### HONING

De slagers verkopen vooral veel biologische producten. Dit is door de jaren heen zo ontstaan. Zo'n 32 jaar geleden nam Keijzer namelijk een reguliere slagerij over, maar hij merkte al snel dat dat niet bij hem paste. "Ik schrok van de kwaliteit die ik aantrof bij het opensnijden van de runderhalzen. Er zijn natuurlijk veel goede reguliere slagers. Maar ik had hier geen goed gevoel bij." Daarom besloot hij zich te richten op biologische producten en dit sluit goed aan bij het marktgebied. "Veel mensen uit deze omgeving werken bij de Wageningen Universiteit. Ze hebben veel te besteden en begrijpen dat biologisch beter is. Sommigen komen zelfs uit de verre regio en doen hier de boodschappen voor de hele week."

*"Een oudere man  
geniet van zijn  
kopje koffie. Een  
andere klant maakt  
even een praatje.  
Klanten voelen zich  
hier thuis"*

#### BIOLOGISCH RANDASSORTIMENT

Keijzer verkocht in de eerste instantie alleen vlees en vleeswaren. Hij wilde met zijn tijd meegaan en maakte daarom een uitstapje naar de verkoop van maaltijden. Al snel bleek dat de doelgroep daar niet op zat te wachten. De verkoop van een biologisch randassortiment werd wel een succes. Ook dat is door de jaren heen zo ontstaan. "Een klant vertelde een keer dat ze zelf biologische honing maakte. Ze vroeg of ze dat in mijn winkel mocht verkopen. Na de honing, kwam er ook een klant met een perengaard en iemand die enkele walnootbomen bezat. Zo groeide het assortiment." Tegenwoordig kopen de slagers hun biologische groente zelf in. Ze verdienen er niet veel aan. Na een paar dagen kunnen ze enkele



groenten weggooien of nemen deze mee naar huis. Maar de groente geeft de winkel een leuke sfeer en zo kunnen ze de klanten een volledig assortiment bieden.

#### FRANS RUNDVLEES

De belangrijkste productgroep is nog altijd het vlees en de vleeswaren. De slagers verkopen biologische kip en biologisch varkens- en lamsvlees. Maar ze willen niet koste wat kost alleen maar biologische producten verkopen. Daarom komt een deel van het rundvlees van een Franse boerderij die niet gecertificeerd is. "Biologisch rundvlees heeft niet de kwaliteit die wij graag willen leveren. Het vlees is te rijp of het zijn vrouwelijke dieren, terwijl wij liever met stieren werken. Daarom zijn we verder gaan kijken. De Franse boerderij waar onze runderen vandaan komen, werkt vrijwel helemaal volgens de biologische normen. Alleen de laatste paar dagen staan ze op stal en daardoor is deze boerderij niet gecertificeerd."







De kwaliteit van dit vlees is beter dan dat van biologisch rundvlees en daarom hebben we hiervoor gekozen”, vertelt Van Santen.

### HULPSTOFFEN

Ook bij de rest van het assortiment houden de slagers niet star vast aan hun principes. Zo verkopen zij zo veel mogelijk streekproducten. Maar Nederlandse biologische wijn vinden ze echt niet lekker. Daarom staat er een Franse biologische wijn in de winkel. Van Santen vertelt zijn klanten veel over de kwaliteit van biologisch vlees. Zo vindt hij dat klanten alle producten in de supermarkt kunnen

kopen, behalve kip. “Een biologische kip is zoveel beter dan een gewone kip. Bij een gewone kip loopt het vocht eruit tijdens het braden. Een biologische kip houdt zijn gewicht en ruikt erg lekker. Klanten proeven het verschil.”

De slagers produceren ook hun vleeswaren zonder hulpstoffen. Daardoor is de ham en de leverworst slechts vier dagen houdbaar. Ook dat moet goed uitgelegd worden aan klanten. “Ik heb wel eens een klant gehad die daarover klaagde,” vertelt Keijzer. “Ik heb het verhaal uitgelegd en de vleeswaren vergoed. De keer daarop bestelde hij weer negen ons vleeswaren

en vond hij het weer vervelend dat sommige producten na vier dagen bedorven waren. Toen heb ik niets meer vergoed. Uiteindelijk sta ik wel achter mijn eigen producten en mijn eigen verhaal.”

### VIS

Keijzer runde de zaak de eerste jaren samen met zijn vrouw. Vijf jaar geleden is zijn vrouw uit de zaak gestapt en heeft medewerker Jaap van Santen zich ingekocht. Keijzer merkt dat dat een goede beslissing is geweest. “Dat had ik veel eerder moeten doen. Het is prettig om samen de kar te trekken. Dat geeft rust. Natuurlijk heeft Jaap soms ideeën waar ik niet zo veel mee heb. Maar ik vind het goed om mijn eigen standpunt soms te verlaten en hem een kans te geven.” Zo houdt Van Santen van vissen en daarom wilde hij op een gegeven moment vis gaan verkopen in de slagerij. Dit vraagt veel van de productie, want vis en vlees moet gescheiden blijven. Keijzer: “Maar het is goed dat we dat zijn gaan doen, want klanten vinden het geweldig.”

### PASSIE

Van Santen heeft duidelijk meer passie voor het vak gekregen, nu hij mede-eigenaar is. “Jaap werkt al vanaf zijn zeventiende in de zaak en ik was altijd al tevreden. Maar nu merkt hij pas echt hoe belangrijk het is om enthousiasme uit te stralen. Hij weet van meer dan honderd klanten hoe zij hun koffie drinken en hij geeft elke klant aandacht, ook als het druk is. Hij ziet in de cijfers terug dat dat werkt.”

## Wild

De slagers vinden het leuk om af en toe wild te verkopen. Daarom hebben ze contact met jagers die hen bellen als ze iets bijzonders geschoten hebben. “Ik ben ook wel eens met een jager mee geweest,” vertelt Keijzer. “Dat is een hele belevenis: we zaten samen in een boom te wachten tot het

wild kwam.” De slagerij wordt bovendien wel eens gebeld als er een ree aangereden is. Ze maken foto's voor op de website en een jager ontwijdt de dieren. Vervolgens worden ze in de slagerij uitgesneden. “De dieren hebben jaren met hun poten door de modder gelopen. Dus het geeft veel rommel en vuiligheid. Maar klanten vinden het leuk om af en toe iets aparts te eten. En het levert voldoende op.”