

## Interview Joop Goossens

Op 30 september en 1 oktober a.s. is Bommels Conserven terug te vinden op de Vakbeurs Foodspecialiteiten die dit jaar voor de 25<sup>e</sup> keer wordt gehouden.

Op een stormachtige zomerdag hadden we het genoegen om met de man achter vakbeurs Foodspecialiteiten - Joop Goossens - te spreken over zijn vak, zijn ambities en natuurlijk over de beurs. We delen het gesprek graag met u.

### Wie is Joop Goossens?

Joop Goossens is man, vader, ondernemer, horeca- en verenigingsdeskundige, branchemanager Speciaalzaken bij het Vakcentrum en belangenbehartiger voor zelfstandige winkeliers. Maar dat is zullen we maar zeggen, de korte versie van het verhaal. Want Joop is veel meer en mag zich heugen op een jarenlange staat van dienst in verschillende functies, waaronder inkoper van de bedrijfsrestaurantieve dienst bij Philips, Horeca Manager bij Gran Dorado / Center Parcs in combinatie met de centrale inkoop. Voordat hij zijn entree maakte bij het Vakcentrum heeft hij 20 jaar gewerkt in verschillende posities bij Koninklijke Horeca Nederland, waarvan de laatste 15 jaar in het Management Team. Kortom een gepassioneerde man met veel kennis van zaken.



### Wat is je functie binnen het vakcentrum/ Heb je nog nevenfuncties, wat kun je daarover vertellen?

Ik ben Branchemanager Speciaalzaken (dat wil zeggen Kaas- en Delicatessenwinkels en Biologische Speciaalzaken); vanuit die functie ben ik ook directeur van de Stichting Kaas- en Delicatessenwinkels Nederland (organisatie van: Vakbeurs Foodspecialiteiten, De Lekkernijver, Certificering Foodspecialiteitenwinkels, Landelijke Competities en het Branchefeest) en de Stichting Varena (voorheen de Vakbeurs Reform- en Natuurwinkels).

### Je bent sinds 2012 het nieuwe gezicht voor de Vakbeurs Foodspecialiteiten, hoe kijk je tegen de beurs aan?

Een mooie, gemoedelijke, kleinschalige en laagdrempelige Vakbeurs voor alle winkeliers in de delicatessenwereld, maar ook voor catering, gastronomische horeca, supermarktkopers, importeurs, producenten en grossiers van kaas en delicatessen. Daarnaast een beurs voor alle toeleveranciers die zich richten op inrichting en ondersteuning van POS (Point of Sales).

### Welke veranderingen heb je doorgevoerd?

De eerste verandering werd doorgevoerd door EXPO Houten namelijk Hal 1 werd verdubbeld en dat betekende sinds vorig jaar een flinke nieuwe uitdaging. Ik ben blij dat we deze opgepakt hebben, want het is nu (door het vergrote oppervlak) rustiger in de gangpaden.

Daarnaast heb ik (in overleg met een aantal jaarlijkse standhouders, zoals Bommels Conserven) gekeken hoe we de Vakbeurs Foodspecialiteiten meer toekomstbestendig kunnen maken. Hieruit is een aantal nieuwe activiteiten ontstaan:

- Noviteitenverkiezing met een professionele jury en meer (pers-)aandacht (verplaatst naar Hal 1). *Noot van de reactie: Het blijft nog even geheim maar we mogen ons verheugen op een professionele jury met echte lekkerbekken.*
- Demonstratiekeuken op de beursvloer met allerlei activiteiten door chefs die je laten genieten van allerlei culinaire zaligheden (in Hal 1 schuin tegen over de stand van Bommels Conserven, nr. 156).
- Naast het Nationaal Nederlands Kaaskeur Concours ook de Holland Kaaskeuring.
- Het Vakcentrum zelf ook prominenter op de beursvloer aanwezig laten zijn, evenals SVO (Vakopleiding Food), GemZu (brancheorganisatie Zuivelhandel) en BBZ (Bond van Boerderij Zuivelbereiders).
- Meerdere marktpleinen gecreëerd op de beursvloer.
- Het beurscafé op de beursvloer een sociale functie gegeven (even zittend bijkletsen).
- Volledig geautomatiseerde bezoekersregistratie en een beurshandboek-online voor de exposanten.
- Ontvangst van Young Professionals Special op woensdagochtend van 11.00 tot 13.00 uur. Wij willen studenten van HBO instellingen en ROC's gericht op Horeca en Detailhandel Food meer interesseren in ons vak, daarom worden ze speciaal verwelkomd op onze beurs.



**Het imago van de beurs is een kaasbeurs, terwijl het een beurs is voor Vakbeurs Foodspecialiteiten. Daarmee voelen winkeliers die geen kaas verkopen zich veelal niet op hun plek. Wat doe je er als beursorganisatie aan om dat beeld te veranderen?**

Het is inderdaad van oorsprong een kaasbeurs, maar we zien de laatste jaren dat kaas nog maar 1/3 van het beursoppervlakte beslaat en dat is een juiste weergave van hetgeen zich in de foodspecialiteitenwinkels afspeelt. Van de ruim 1.000 foodspecialiteitenwinkels zijn er rond de 400 die zich als kaasspecialzaak profileren, de overigen hebben (gedreven door de wijzigende markt) een breder assortiment. Retailers kunnen leren van elkaar (dat is anders dan zich niet op hun plek voelen). De Vakbeurs Foodspecialiteiten is in Nederland dé vakbeurs met de grootste diversiteit van foodspecialiteitenproducten. Als organisatie proberen wij de winkeliers **informatie** (breed assortiment), **innovatie** (nieuwe producten en diensten), **inspiratie** (ideeën, voorbeelden, concepten) en **interactie** (ontmoeting met collega's, workshops, wedstrijden) te bieden.

### **Op de beurs zien we oude rotten en nieuwkomers? Wat is het verschil (de aanpak, de uitvoering) en wat zouden de jonge instroom van de oude rotten kunnen leren en andersom?**

Zowel bij de standhouders als bij de bezoekers zie je een mix van jong en oud, ervaren oude rotten en frisse nieuwe instroom. Allen hebben te maken met fiks verschuivende omstandigheden (economie, social media, informatie-tijdperk, back-to-basic, etc.) en degene die de gevoelige snaar van zijn klant het beste raakt is de winnaar. Wissel ervaring uit en gebruik de kennis en ervaring om toekomstgericht te werken. Ervaring uit het verleden biedt geen.....

### **Dit jaar voor de 25<sup>e</sup> maal de beurs. Wat mogen we verwachten?**



Dit is de eerste beurs van de volgende 25! We hopen weer een sprankelende beurs te presenteren met veel activiteiten, noviteiten en inspiratie voor de bezoekers en de standhouders.

### **Waarom mogen bezoekers deze beurs niet missen?**

Winkeliers en hun personeel moeten voorbereid zijn op de toekomst en weten welke producten er op de markt verkrijgbaar zijn; net als een kok steeds weer nieuwe producten en kruiden uitprobeert zo moet een zelfstandige ondernemer steeds weer zoeken naar niches. Inkopers, cateraars en andere bezoekers moeten deze beurs bezoeken om nieuwe ontwikkelingen te zien en daarop binnen hun concept op in te spelen.

### **Wanneer is voor jou de beurs geslaagd?**

Als de winkeliers voldoende "munitie" hebben gevonden om nieuwe klanten te vinden of hun bestaande klanten meer te binden en te verkopen en als de standhouders ook goede zaken hebben kunnen doen op de beurs. Uiteraard hoop ik ook dat winkeliers die de beurs bezoeken de toegevoegde waarde van het Vakcentrum beter zien en zich realiseren dat deze belangenbehartiger voor de zelfstandige foodspeciaalzaak een goede rol vervult.

### **Hoe maak je gebruik van Social Media en welk effect heeft dit?**

Ik splits privé en zakelijk gebruik en gebruik hoofdzakelijk twitter en LinkedIn; vanuit KDWN hebben we ook een Facebook account, maar deze wordt niet veel gebruikt. Het leuke is dat mensen hier weer op gaan reageren.

### **Onze belangrijkste doelgroep is de speciaalzaak. Wat zou je hen mee willen geven om zich te kunnen blijven onderscheiden in de markt?**

Blijf op zoek naar niches en zorg dat je blijft in je vakmanschap en deskundigheid en persoonlijke benadering van je klant.

### **Wat kunnen we van je verwachten in de toekomst?**

Vernieuwing, verandering, toekomstbestendigheid, enthousiasme, beleving en hopelijk heel veel inspiratie.

### **Waarin is Bommels Conserven onderscheidend t.o.v. andere exposanten?**

Het bijzonder enthousiaste directie-paar. En uiteraard het onderscheidende assortiment dat ze te bieden hebben.