

Het moderne ambacht van Nico Sluis Vleeswaren

## ‘We kunnen grote én kleine volumes draaien’

Voor Nico Sluis Vleeswaren zijn kwalitatieve, ambachtelijke vleeswaren al decennialang heel normaal. Wat het bedrijf in Maarssen deze dagen echt uniek maakt, is het vermogen om groot- én kleinschalig te produceren. “Wij kunnen nog echt iets bijzonders maken.”

**N**ico Sluis (53) staat in één van de productieruimtes van zijn bedrijf in Maarssen, waar gegaarde vleeswaren de tijd krijgen om af te koelen. “Kijk, dit is nu wat ik bedoel: mooi krokant gebakken hammen en buikspek. Zo zien we het graag.” Eerder heeft hij uitgelegd dat ze in de oven worden gegaard op 240 graden, voor langere tijd. “Dan heb je weliswaar meer bakverlies, maar het eindproduct is smaakvoller. En je krijgt die mooie, krokante korst.”

De manier waarop vleeswaren hier worden vervaardigd is een direct gevolg van de visie van het bedrijf. “Het draait bij ons om smaak, rendement is ondergeschikt”, zegt de directeur als hij is aangekomen in de gekoelde opslagruimte. Hier liggen verschillende verpakte vleeswaren, klaar om vervoerd te worden naar de vele afnemers. “Dit zijn luxe, kwalitatieve en ambachtelijke producten. Daarmee stellen we onze klanten in staat onderscheidend te zijn.” Dat onderscheidend

vermogen heeft Nico Sluis Vleeswaren een prima 2022 bezorgd. “De feestdagen zijn altijd wat drukker voor ons, maar het was dit keer niet spectaculair. Het is natuurlijk algemeen bekend dat sommige consumenten voorzichtiger zijn geworden met uitgaven. Onze omzet is echter niet teruggelopen maar zelfs gestegen. Wij maken namelijk producten voor het hogere segment. Het volume is in mindere mate toegenomen. Dat heeft te maken met de hogere grondstofprijzen, waarvan we een deel kunnen doorberekenen.”

### Hardlopers

Het aanbod van Sluis bestaat onder meer uit achterhammen, beenhammen, fricandeau en rollades, rund- en lamsvleesproducten en gesneden vleeswaren. De hammen zijn de hardlopers. “We zijn ooit begonnen met een goede boerenachterham en beenham. Die maken we nog steeds. De recepturen hebben we in de loop der tijd ontwikkeld door veel te proberen en te proeven. Belangrijk is dat we



◀ Directeur Nico Sluis.

► Het productieproces omschrijft Nico Sluis als 'modern ambacht'. "We roken nog steeds op beukensnippers, maar de rookkast is volledig computergestuurd waardoor we altijd mooie en constante rook hebben."



consequent blijven in het gebruik van goede grond- en hulpstoffen. We proeven sowieso dagelijks, want onze producten staan hier tussen de middag op tafel."

De uitdaging is volgens Sluis om te blijven voldoen aan wet- en regelgeving zonder concessies te doen aan de kwaliteit van de recepturen. "Een aantal jaren geleden was het beheersen van listeria een onderwerp en sindsdien is de NVWA bedrijven anders gaan beoordelen. De vraag is niet meer of je een uitbraak hebt gehad, maar of je goed bent voorbereid op een uitbraak. Het gaat erom dat een bacterie in jouw product niet de potentie heeft om uit te groeien. Dan moet je goed naar je recepturen kijken zodat je aan de eisen voldoet en tegelijkertijd de smaak en houdbaarheid kunt blijven garanderen." Om al die vleeswaren te vervaardigen, beschikt het bedrijf over 3000 vierkante meter productieruimte (inclusief magazijn) en een team van 22 medewerkers. Het transport en administratie zijn uitbesteed. "Daar hebben we dus geen omkijken naar. We focussen ons

puur op de vleeswaren." In het voorjaar groeit het personeelsbestand naar zo'n 26 medewerkers. "Zodra mensen massaal trek krijgen in asperges met ham, begint voor ons de beste tijd van het jaar."

Dat Nico Sluis Vleeswaren een ambachtelijke producent is, komt tot uiting in alle onderdelen van het productieproces. Dat begint als het vlees binnenkomt. "We kopen grondstoffen op basis van een inkoopspecificatie. We benen zelf niet uit maar krijgen het op snit binnen, waarbij de ham-delen het grootste volume vormen. Tijdens een visuele controle kijken we onder meer of de spekdikte en pH-waarde in orde zijn en of er geen bloeduitstortingen zijn. Het vlees wordt eerst geïnjecteerd met een pekeloplossing voor smaak,

snijbaarheid en kleurbehoud. Vervolgens wordt het gemasseerd, gevormd en gekookt, gerookt, gebakken, gebraden of gegrild. Een gedeelte van de producten gaat daarna naar onze eigen snijlijn."

Het productieproces omschrijft Nico Sluis als 'moderne ambacht'. "We roken nog steeds op beukensnippers, maar de rookkast is volledig computergestuurd waardoor we altijd mooie en constante rook hebben. Het touwtje om de hammen en rollades doen we niet met de hand maar met een machine. We moeten namelijk wel grote volumes kunnen draaien."

### Bijzondere positie

Nico Sluis Vleeswaren levert aan afnemers in verschillende voedingsegmenten. Van oudsher zijn dat de slagerijgroothandels. "Die blijven belangrijk, maar door de terugloop in het aantal slagerijen vormen die niet meer onze grootste afzetmarkt. Die rol hebben de supermarkten inmiddels overgenomen. Daarnaast leveren we aan de horecagroothandels. Wekelijks schrijven we tussen de 50 en 75 facturen."

Wat zijn bedrijf volgens Sluis echt bijzonder maakt, is het vermogen om zowel groot- als



### ► Opgegroeid tussen het vlees

Jaren 80: vader helpen

Nico Sluis is de tweede van vier kinderen in een echte vleesfamilie. Hij groeit op "tussen het vlees", zoals hij het zelf omschrijft. Zijn vader heeft een noodslachterij in Benschop en later in Oudewater. "In de schoolvakanties moest ik 's ochtends om 5 uur m'n bed uit om te helpen. Mijn oudere broer ging al naar de slagersvakschool in Utrecht en toen ik zestien was, ben ik hem gevolgd. Daarna heb ik in een aantal slagerijen gewerkt die ook zelf slachtten. Ik heb het hele traject gezien en meegemaakt, van inkoop tot productie."

### 1995: eigen onderneming

Bij een producent in Stolwijk begint Nico Sluis zijn eigen productielijn. "Ik kon een aantal luxere producten maken waar deze producent behoefte aan had, waaronder een mooie fricandeau en rosbeef. Ik was ervan overtuigd dat er ruimte was voor het betere product bij de slager en bij de consument op bord." Het bedrijf groeit verder en de jonge ondernemer moet op zoek naar een ander onderkomen. "Ik gebruikte daar de machines op momenten dat zij er niet mee werkten, dus in de avond en in het weekend. Op een gegeven moment was dat niet meer te doen."

### 1997: verdere groei

Van een vleesleverancier in 't Goy kan Nico Sluis een stukje hal huren. "Dat hebben we helemaal betegeld en HACCP- en EEG-waardig gemaakt. Ik kocht een tweedehands rookkastje die met ijzerdraadjes aan elkaar hing. Ik had niet zoveel centjes, dus het was schipperen met apparatuur die ik met een schop links en een klap rechts aan de praat kon houden."

### 1999: start in Maarssen

Het bedrijf van Nico Sluis groeit verder en verhuist naar het huidige onderkomen in Maarssen. Het is een voormalig pand van het Leger des Heils, dat volledig op de schop gaat. "We hadden vier muren en een dak en daar hebben wij een vleeswarenfabriek van gemaakt."

### 2002 - 2022: alsmaar groei

Nico Sluis begint in 2002 met het snijden van vleeswaren voor de horecagroothandels. "Eerst extern, maar dat werkte niet want de horeca is ontzettend wispelturig. Vandaag bestellen en leveren, bij wijze van spreken. Daarom zijn we intern gaan snijden en daarin zijn we ook gegroeid." Een grote verbouwing volgde in 2010 en in 2022 werd een naastgelegen productiehal bij het bedrijf getrokken. Vandaag de dag beschikt Nico Sluis Vleeswaren over een productieruimte van 3000 vierkante meter, inclusief magazijn.

kleinschalig te produceren. "We zijn een middelgroot bedrijf. In een tijd van vele overnames geeft ons dat een bijzondere positie. Wij kunnen op receptuur voor een slagersgroothandel een ham of pastrami maken. Als een afnemer op zoek is naar iets bijzonders, dan kijken we samen naar de mogelijkheden. Wat wil je precies, wie zijn je klanten, wat heb je al in je assortiment? Uiteindelijk komen we samen tot een onderscheidend product. Grote producenten doen dat soort dingen niet meer."

Hoewel er geen zonen of dochters van Nico Sluis in het bedrijf werkzaam zijn, is de term 'familiebedrijf' volgens hem wel van toepassing. "Het grootste goed van een familiebedrijf is dat er geen aandeelhouders zijn die meer rendement willen zien of andere aanpassingen eisen. Wij doen wat we zelf willen."

### Kerngezond

De uitdaging voor 2023? "Die zit voornamelijk in de portemonnee van de consument. Wat dat betreft vind ik het bijzonder dat de horeca nog steeds vol zit. Ik denk dat er sprake is van een tweedeling, waarbij de ene groep nog steeds geld kan uitgeven en de andere moeilijk rondkomt. Die laatste groep kiest daarom voor de goedkopere producten. Dat wordt een grote uitdaging voor de BV Nederland het komende jaar. Net als vele bedrijven hebben wij ook te maken met hoge energie- en personeelskosten, maar we zijn kerngezond en gezegend met geweldige mensen en afnemers." ●

“  
Het draait bij ons om smaak, rendement is ondergeschikt