nieuws

Ter Beke plaatst voortaan dienstverlening centraal

nieuws

In alle stilte heeft de voedingsgroep Ter Beke de voorbije twee jaar een grondige transformatie ondergaan. “Sinds de jaren negentig waren we steeds meer gaan investeren in het uitbouwen van onze divisie bereide maaltijden, maar de slinger is te veel doorgeslagen. We wilden te snel, te veel”, zegt gedelegeerd bestuurder Marc Hofman in De Tijd.

9 OKTOBER 2009 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:09

Lees meer over:
voedingsindustrie

In alle stilte heeft de voedingsgroep Ter Beke de voorbije twee jaar een grondige transformatie ondergaan. “Sinds de jaren negentig waren we steeds meer gaan investeren in het uitbouwen van onze divisie bereide maaltijden, maar de slinger is te veel doorgeslagen. We wilden te snel, te veel”, zegt gedelegeerd bestuurder Marc Hofman in De Tijd.

De aandacht voor bereide maaltijden, plaatste de vleeswarendivisie van Ter Beke wat in de schaduw. Nochtans is het in die afdeling dat gewerkt werd aan het nieuwe gezicht van het bedrijf. Cruciaal in dat opzicht was de overname van Langeveld-Sleegers in 2005, een Nederlandse specialist in het versnijden en verpakken van charcuterie. "Tot dan hadden we bij Ter Beke altijd geredeneerd vanuit het product", vertelt Hofman.

Maar bij Langeveld-Sleegers gebeurde het omgekeerde. Daar vraagt men zich in de eerste plaats af wat de klanten willen. Dat was voor ons een openbaring, geeft Hofman toe. Ter Beke leerde van de Nederlandse aanpak, waardoor de zogeheten service-slicing – het voor een retailer versnijden en verpakken van vleeswaren – steeds meer een aandachtspunt werd. “Intussen is dat een activiteit van honderd miljoen euro omzet. Ten opzichte van nul in 2005”, aldus Hofman.

De extra dienstverlening blijkt een gat in de markt te zijn: de andere concurrenten zijn er nauwelijks mee bezig en het beschermt tegen de almacht van de distributiesector. Door zich als partner te positioneren, kon Ter Beke meer toegevoegde waarde creëren. "Het komt erop neer dat wij een Duitse wagen bieden, met een optielijst", legt Hofman uit. "De retailer kiest en wij denken mee".
Ter Beke bouwt verder op dat concept, en wil graag het hele beheer van het vleeswarenschap in supermarktketens overnemen. "Het stockbeheer, de logistiek, de aankoop van de bulkproducten, het versnijden, verpakken. Maar it takes two to tango. De retailer moet meewillen, hij moet een deel van de controle uit handen geven. Daarvoor is vaak een mentaliteitsverandering nodig, al zien we dat als ze het doen, iedereen daar beter van wordt", zegt Hofman.
Ter Beke haalde in 2008 een omzet van 393 miljoen euro en een nettowinst van 7,6 miljoen. De groep telt tien vestigingen, in België, Nederland en Frankrijk. In totaal zijn er 1.800 mensen aan de slag.

Bron: De Tijd

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |