

## Juryrapport Hesseling Vlees

We schrijven het jaar 1786 als Johan Willem Hesseling aan de slag gaat in de slagerij van de weduwe Rutger Kok, gevestigd aan het Rokin in Amsterdam. Niet minder dan zes generaties Hesseling werken in de slagerij. In 1867 neemt H.F.M. Hesseling het bedrijf over. Tot 2014 was het bedrijf eigendom van de heren Hesseling en Kanters. Toenmalige werknemer Barry van Leeuwen nam in dat jaar de zaak over.

Barry van Leeuwen ging na het voltooien van de slagersvakopleiding aan de slag bij diverse bedrijven. Van een uitbenerij tot een keurslager. Uiteindelijk belandde hij bij Hesseling Vlees. Een slagerij die puur op de horeca is gericht; voor Barry tot dan toe een onbekend terrein. Het wende snel. Een man als Barry van Leeuwen heeft het slagersvak omarmd, en dan vooral dat deel van de branche waar respect voor dier en product hoog in het vaandel staan. Constant pure kwaliteit leveren is een absolute voorwaarde om aan toprestaurants te mogen (blijven) leveren. En niet alleen de absolute toprestaurants, ook andere horecazaken die kiezen voor kwaliteit weten Hesseling Vlees te vinden. Of het nu een strandtent, een cateraar of topkok is: Barry van Leeuwen en zijn mensen kennen hun klanten en weten wat ze willen.

In 2014, het jaar waarin Van Leeuwen de zaak overnam, was het bedrijf nog gevestigd in het oude pand nabij Kwadijk. De onderneming telde toen 18 medewerkers. Het onderkomen was gedateerd en te klein. Besloten werd om op Baansteede-Noord een geheel nieuw en natuurlijk zeer duurzaam pand te realiseren. Architectenbureau Ruben Wennekers en aannemer Mercurius Bouw gingen aan de slag en eind 2018 kon Hesseling Vlees het nieuwe onderkomen betrekken. Tot dan toe gingen de zaken voorspoedig. In 2020 brak echter de coronacrisis uit. De algehele lockdown legde de horeca, en dus ook Hesseling Vlees volkomen plat. Veel voorraden, geen omzet.

Barry van Leeuwen en zijn mensen zochten naar mogelijkheden om tenminste de voorraden te kunnen verkopen. Niets doen was immers geen optie. Vleespakketten voor particulieren leek een goed middel om toch nog iets van omzet te genereren. Daartoe moest echter eerst het FSSC keurmerk worden verkregen.

De vleespakketten vonden gretig aftrek. De nieuwe website, sociale media en de pr via topkok Ron Blaauw zorgden zelfs voor landelijke bekendheid. Toen de 2e lockdown volgde verkocht Hesseling Vlees haar producten bovendien via de online supermarkt Gorilla's. Niet denken in problemen, maar juist in oplossingen. De creatieve ondernemersgeest van Barry van Leeuwen en zijn mensen hebben Hesseling Vlees doen overleven. En niet alleen dat. Leveren aan

particulieren bleek uiteindelijk toch een andere tak van sport te zijn. Van de ervaringen uit die tijd plukken ze nu nog de vruchten.

Zodra de pandemie was verdwenen richtte Hesseling Vlees weer volledig op de horeca. Het verworven FSSC keurmerk kon worden behouden. Mede dankzij het keurmerk leverde een tender op dat Hesseling Vlees voortaan ook leverancier is van de Harbour Club, een prestigieuze keten van restaurants en theaters waar 'de kwaliteit van het bord afdruipt'.

De coronacrisis is overleefd, maar daarmee is dan ook alles gezegd. Voor Van Leeuwen en zijn mensen begon alles als het ware weer van begin af aan. Het jaar 2023 bleek een prima jaar te zijn. Het aantal medewerkers is inmiddels gegroeid naar zo'n 35-40 mensen. Klanten als de Amsterdamse RAI, Burgers Zoo en het Amstel Hotel hebben hun vertrouwen geschonken aan Hesseling Vlees.

Kwaliteit en duurzaamheid. Ze gaan bij Hesseling Vlees hand in hand. Waar mogelijk zijn de administratieve en productieprocessen gedigitaliseerd. Zo beschikken de chauffeurs over een app waarmee ze de af te leveren producten scannen. Dit alleen al scheelt op jaarbasis zo'n 30.000 pakbonnen. Binnenstedelijk wordt door de bezorgers ook wel gebruik gemaakt van bakfietsen; de komst van elektrische voertuigen om in Amsterdam te kunnen blijven bezorgen, is aanstaande. En ook duurzame bouwkundige voorzieningen als een warmtepomp en/of zonnepanelen zijn gerealiseerd dan wel voorgenomen.

Het is de vaste overtuiging van Barry van Leeuwen dat de vraag naar vlees blijft bestaan. Er zullen weliswaar accent verschuivingen plaatsvinden, maar voor kwaliteitsvlees is altijd een markt. De slogan 'als het dier een goed leven heeft gehad, dan proef je dat' is Barry op het lijf geschreven. Desalniettemin houdt Hesseling Vlees rekening met veranderende eetpatronen. Zo is er recent een partnership aangegaan met een onderneming die vega-burgers levert.

De arbeidsmarkt is voor Hesseling Vlees – zoals voor vrijwel elke onderneming – een uitdaging. Om goed en gemotiveerd personeel te vinden onderhoudt Hesseling goede contacten met opleidingen als het Nova-College, het Regio College en met Ron Blaauw. Barry van Leeuwen is gastdocent en maakt al doende de studenten enthousiast voor zowel het slagersvak als voor Hesseling Vlees.

Hesseling Vlees is een ambachtelijk bedrijf. Geen grote productiehal, maar specialisten die met liefde voor hun vak en volgens de hoogste hygiënische normen werken aan de topproducten die Hesseling Vlees levert. Is er geen passie voor mooi vlees, dan is er bij Hesseling Vlees ook geen plaats voor je.

De maatschappelijke betrokkenheid blijkt niet alleen uit de gastlessen die Van Leeuwen met grote regelmaat geeft. Ook de voetbalclub V.P.V. Purmersteijn, de rugbyclub Waterland en de daklozenopvang in Amsterdam Noord mogen rekenen op de steun van Hesseling Vlees.

Tien jaar geleden waagden Barry van Leeuwen en zijn echtgenote Sabine de sprong. Een goed lopend bedrijf overnemen, vervolgens bijna twee jaar in een lockdown terechtkomen, weten te overleven en nu weer de groei te pakken. Voorwaar een prestatie van formaat waarvoor ook alle medewerkers een pluim verdienen.

**De PRO:-jury is unaniem van oordeel dat Hesseling Vlees een meer dan terechte winnaar is van de PRO: Ondernemersprijs van het Jaar 2023 in de categorie groot.**