



10

**ALEXPORT** **FRUIT  
IMPORT  
EXPORT**

*jaar*

# Inhoudsopgave

Historie | **Pag. 4**

S.A. Fruitbrothers | **Pag. 12**

Gerrit van der Vijver | **Pag. 20**

Gebroeders van der Waal | **Pag. 24**

RPO Automatisering | **Pag. 28**

Visie | **Pag. 34**

Ewerman | **Pag. 46**

Gebr. van Antwerpen | **Pag. 48**

ABN-Ambro | **Pag. 52**

Tellman | **Pag. 56**

Fossa Eugenia | **Pag. 60**

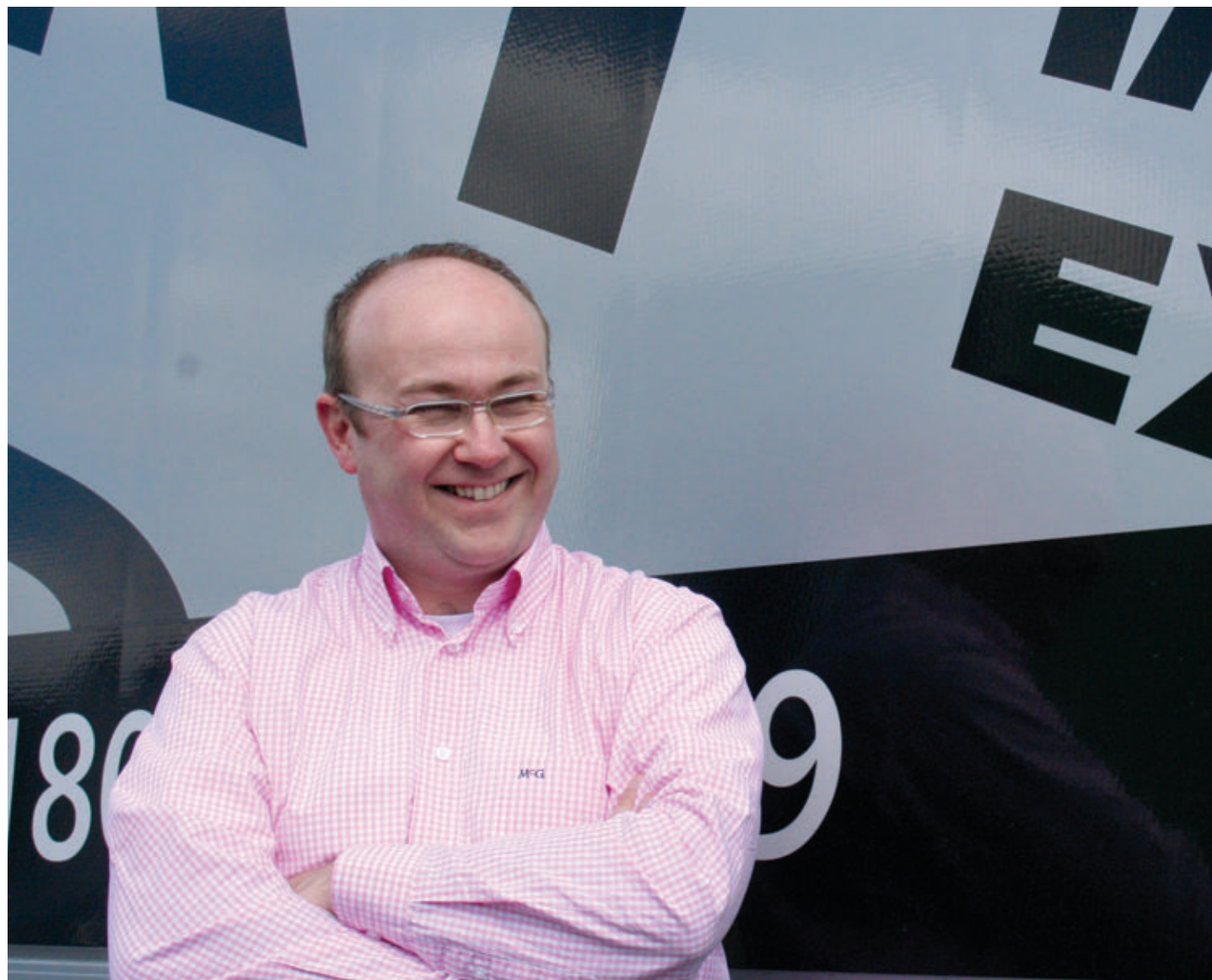
Modderdrift Farms | **Pag. 64**



Het nieuwe bedrijfspan van Alexport is gebouwd op vele pijlers. Een van die pijlers is het team van medewerkers. Samen hebben we barre tijden doorstaan, waarin we te kampen hadden met ruimtegebrek en enorme drukte. De positieve instelling, goede werkmentaliteit en het gevoel voor humor zijn eigenschappen die ons ook in de toekomst zullen helpen topprestaties te leveren. Mijn dank aan alle medewerkers die hebben bijgedragen aan het succes van Alexport. Daarnaast is voor mij persoonlijk, de belangrijkste pijler van dit alles de onzichtbare hand die mij leidt. Ik spreek dan ook mijn dank uit aan God.

Uiteraard ook mijn dank voor het vertrouwen van klanten en leveranciers. Dat relaties van het eerste uur nog steeds met ons werken beschouw ik als een voorrecht. De persoonlijke band die wij in de loop der jaren met al onze relaties hebben opgebouwd zullen we ook in de toekomst blijven koesteren. Het blad dat voor u ligt geeft een beeld van Alexport. Hoe het is begonnen, waar we nu staan en waar we heen willen. De sterke punten, die we door capaciteitsproblemen niet maximaal hebben kunnen ontwikkelen, komen nu aan bod. Onze nieuwe behuizing ademt een sfeer van openheid en efficiency. Koppel dit aan een persoonlijke band met klanten, leveranciers en medewerkers, waarin ruimte en respect voor elkaar centraal staan, dan weet u met mij dat Alexport staat voor een bedrijf dat goed is voor uw gezondheid.

**Alexander Visser**



*Toen Alexander Visser in 1998 begon als zelfstandig ondernemer kon hij niet bevroeden dat Alexport B.V. in 10 jaar tijd zou uitgroeien tot het internationale im- en exportbedrijf dat anno 2008 telt als een belangrijke speler op de markt.*

Volgens zijn vader, wilde Alexander Visser als klein jongetje al directeur worden. In zijn eigen herinnering heeft hij altijd iets in de handel willen doen. Iets met verkoop. Vertegenwoordiger leek hem wel iets, want dan kreeg je een auto van de zaak. In ieder geval moest het iets commercieels zijn. Door toeval is hij in de handel in kunstbloemen en -planten en tuinmeubelen terecht gekomen. Het was heel interessant omdat dit bedrijf zaken deed over de hele wereld. Wat hem stoorde was de trage besluitvorming van het hele gebeuren. Over aankopen voor een bepaald seizoen moest ruim 14 maanden van tevoren worden beslist, dus het traject dat voor de verkoop werd afgerond was erg lang. Tijdens zijn schooltijd, toen hij een jaar of 15/16 was had Alexander als vakantiehulp gewerkt bij een groothandel in AGF en dat beviel hem wel. Toen hij toe was aan een nieuwe baan, schreef hij zich in bij een wervings- en selectiebureau en gaf op dat hij wilde werken in een bedrijf, waarbij de handel snel was, zodat aan het einde van iedere dag zijn bureau schoon zou zijn. Hij gaf als voorkeuren op te willen werken in de sectoren AGF, Bloemen en

Planten, Olie, Ertsen en Mineralen of op de treasury desk bij een grote Bank. Dit leidde tot een aanstelling als internationaal verkoper bij een groothandel in AGF. De inwerkperiode bestond uit het meelopen in de loods. Toen hij begon had hij gekneusde ribben, maar dat liet hij niet weten, want bij een nieuwe baas beginnen en zeggen dat je dit of dat niet zou kunnen kwam zijn eer te na. Omdat hij een beetje Italiaans sprak, werd hij al na twee dagen naar binnen gehaald. "Ga maar bellen", werd er gezegd. Het eerste wat hij verkocht was een pallet Italiaanse citroenen naar Denemarken, en die kwam gelijk weer retour. Alexander stond aan de wieg van het opzetten van de export afdeling en verkocht onder andere naar Zweden, Finland, Oostenrijk en Italië.

#### **Zelfstandig ondernemer**

Het bloed begon na verloop van tijd te kriebelen. Zelfstandig ondernemen is wat de volgende stap moest worden. Die drive is er bij Alexander altijd geweest. Hij is wat je kunt noemen een prototype ondernemer.

Alexander Visser: "Op 19 januari 1998 ben ik begonnen als Alexport B.V. Eerst helemaal alleen en na twee dagen heb ik Irina Dobrynina in dienst genomen. Om een succes van de onderneming te maken wist ik dat je de zaken goed moest aanpakken. Mijn klanten moesten het verschil herkennen tussen een exporteur en een goede exporteur. In het eerste jaar heb ik door schade en schande heel wat geleerd. Bijvoorbeeld dat je nooit handel moet versturen voor de centjes binnen zijn. Maar dat hoort bij het ondernemerschap."



Er waren ook successen en het opbouwen en onderhouden van relaties mag daartoe gerekend worden. De eerste klant, Everman in Zweden, is nog steeds een gewaardeerde klant van Alexport. De begrote omzet voor het eerste jaar NIg 6,5 miljoen, werd NIg 6,7 miljoen (ca. 3 miljoen Euro). Er was dus reden genoeg om door te gaan op de ingeslagen weg.

#### Rusland

Rusland was een interessante markt en Alexport had er een aardige klantenkring opgebouwd. In 1998 begon de crisis in Rusland. Toch is Alexander altijd blijven geloven in de potentie van de Russische markt. Stoppen op de Russische markt heeft hij nooit overwogen. Dat zit niet in zijn aard. In goede en slechte tijden samen doorwerken om de zaak overeind te houden was het motto. Vanaf 1999 is Alexport standhouder op

de World Food beurs in Moskou, hetgeen geholpen heeft om de naam daar bekend te maken. Er werd gezocht naar alternatieve mogelijkheden en tegen de verdrinking in bleef het goed gaan met Alexport.

Toen de Rusland crisis over was werd Johan de Witte aangetrokken. Afkomstig uit de transportsector was het voor hem wel een overgang naar de AGF branche. Er werd volop gepionierd in die dagen. In Scandinavië leidde dit tot de nodige successen, want juist in die landen verwierf Alexport door de mond op mond reclame een stabiele klantenkring. Het derde personeelslid was Denis Vasiljev, die aanvankelijk werd binnengehaald voor het afhandelen van de documenten. Zijn commerciële talent stak hij niet onder stoelen of banken en al rap zat hij auto's handel naar Rusland te verkopen. Keihard werken; het leveren van een goede kwaliteit en in de hoeveelheid die men wilde hebben leverde Alexport een uitstekende reputatie op.

#### Loods

Voor de logistieke afhandeling huurde Alexport de eerste jaren van haar bestaan loodsruimte en loodsmedewerkers van derden. Het moment om het heft in eigen hand te nemen kwam toen er door ons te veel fouten geconstateerd werden in de verlading. Alexander Visser: "Voor onze klanten moet het gewoon 100% goed zijn. De reputatie die we met zoveel zorg hadden opgebouwd dreigde beschadigd te worden door een slechte logistieke afhandeling. Wij hadden een goede club mensen die in een hele goede sfeer samenwerkten om tot de

maximale prestatie te komen, dus ik moest iets doen. Samen met de andere huurder van het pand, hebben we uiteindelijk het pand waarin we zaten kunnen kopen.

Op 26 augustus (één dag na de geboorte van Alexander's eerste kind, Tom) werd Alma Logistics (Alexport en Marni Logistics) opgericht door Alexport en Marni Fruit. Vanaf dat moment had Alexport de regie over het hele logistieke gebeuren in eigen hand.

#### Import

Omstreeks 2000 is Alexport actief zelf gaan importeren. De omzet groeide nog steeds. Men zag de mogelijkheid om de keten een stukje korter te maken en dat zou de klanten alleen maar ten goede komen. Er werden contacten gelegd met producenten in verschillende landen en Alexport werd van exporteur im- en exporteur. Chili Argentinië, Spanje en Italië waren de eerste importlanden. Het Alexport team bleef en zal ook in de toekomst blijven pionieren. Het resultaat is dat er inmiddels uit meer dan twintig landen wordt geïmporteerd. Tot op de dag van vandaag wordt er nog steeds samengewerkt met de eerste contacten in die landen.

#### NERO

Het was de visie van Alexander Visser die er toe leidde dat er een eigen merk in de markt gezet werd. Met een producent uit Italië, die nog altijd een gewaardeerde leverancier is van Alexport, werd hierover van gedachten gewisseld. Alexander Visser:



"Ik lag ziek in bed toen Pepino Martinelli, de producent uit Italië, me belde en zei: "je hebt me gezegd dat ik dit jaar in een eigen merk moest gaan leveren. Hoe moet die doos eruit zien?" Ik heb toen gezegd: "Pepé, het kan me geen zak schelen hoe het heet, als de doos maar zwart is. Zwart in het Italiaans is Nero, maar Nero betekent ook kracht. Daar komt dus de naam NERO vandaan. Vanuit huis ben ik in Excel een doosje gaan ontwerpen en heb dat naar een drukkerij gestuurd. Die heeft het logo toen een beetje opgepoetst door er een lauwerkrans omheen te maken (in eerste instantie hadden ze ook nog het halve Colosseum erbij gemaakt, maar dat heb ik er later weer uitgeschrapt, want dat vond ik niets, het moest gewoon strak) en nu hebben we dus NERO, dat opgebouwd is uit de kleuren, pikzwart, Ferrari rood en goud." NERO bleek een schot in de roos. Na twee jaar was Nero een gevestigde naam in de handel. Door hoge eisen te stellen aan producten die in NERO mogen worden geleverd is het een sterk merk gebleven. Het ontwikkelt zich steeds verder en op internationale vakbeurzen komen er steeds vaker mensen uit alle landen van de wereld naar Alexport die het merk kennen en er belangstelling voor hebben.

**HPM Holland Product Marketing**

De noodzaak om een eigen marketing organisatie voor telers op te richten kwam omstreeks 2005 toen de handel van het binnenlands product zich anders ging ontwikkelen. Alexport moest daar wel op reageren. Er werd onderzoek gedaan en het plan, hoe de eigen marketing organisatie voor telers er uit moest zien werd uitgewerkt met een tweede partij die in hetzelfde schuitje zat namelijk Marni Fruit.

Holland Product Marketing, afzetorganisatie van Hollandse AGF producten is opgericht door Alexport B.V. en Marni Fruit B.V. Beide bedrijven verkopen dagelijks AGF naar vele landen. Direct bij de bron betrekken betekent voor de teler dat het met zorg geteelde product zo vers mogelijk de eindbestemming bereikt. De kenmerkende flexibele instelling van HPM als afzetorganisatie betekent dat er zo min mogelijk druk op de teler wordt gelegd. De primaire doelstelling van HPM is om voor de telers een optimale prijs te realiseren. HPM vermarkt Nederlandse groenten en fruit op een snelle effectieve manier tegen de laagst mogelijke kosten. Daarbij onderscheidt HPM zich zoveel mogelijk door het hoge kwaliteitsniveau. HPM streeft naar een optimale samenwerking met zorgvuldig geselecteerde kwaliteitstelers.

**Nieuwbouw**

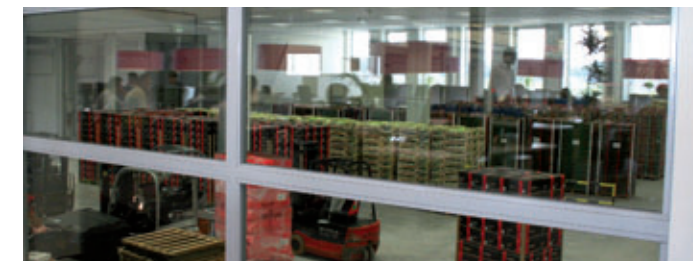
In 2006 werd de loods te klein. Alexport bleef groeien en er moest meer ruimte gevonden worden. Als tijdelijke oplossing werd een loods gehuurd op het Handelscentrum, vlakbij het



kantoorpand van Alexport. Ondertussen werd naarstig gezocht naar de mogelijkheid een eigen nieuw pand, inclusief voldoende loodsruimte, te bouwen. Barendrecht bleek 'vol' te zijn en na vele locaties bezocht te hebben kwam men in Alblasserdam terecht. Hier werd een locatie gevonden die aan alle eisen voldeed. Directe ontsluiting op het wegennetwerk, voldoende ruimte om eventueel later uit te breiden en vanuit de Randstad filevrij te bereiken. In de ogen van veel AGF mensen is dit een onlogische keuze maar Alexport is niet afhankelijk van Barendrecht. Volgens Alexport is de plaats heel belangrijk, zowel de interne als externe logistiek moet steeds efficiënter gebeuren. Dit kan in Alblasserdam naar de visie van Alexport beter dan in Barendrecht. *Meer over de nieuwbouw leest u elders in dit magazine.*

**Eerste steen**

Alexport is een rode draad in het gezin van Alexander Visser: "Als gezin zijn we niet actief bezig met Alexport. Maar een eigen bedrijf heeft toch een bepaald impact op je gezin. Mijn geluk is dat ik een vrouw heb die me in balans weet te houden. Waar ik vroeger ongeremd doorwerkte en weinig tijd maakte voor ontspanning is het nu zo, dankzij mijn vrouw Marieke, dat ik toch probeer zoveel mogelijk op tijd thuis te zijn om met het gezin te eten en zelf de kinderen op bed te leggen." Toen de eerste steen gelegd moest worden was het dan ook niet verwonderlijk dat deze handeling werd verricht door het gezin Visser. Op 12 december 2007 legde oprichter/directeur, Alexander Visser, samen met zijn drie kinderen de eerste steen voor de nieuwbouw. De officiële handeling, die bestond uit het plaatsen van de handafdrukken in het cement, van de kinderen Tom Visser (5 jaar), Lotte Visser (3 jaar) en Noortje Visser (1 jaar). Enkele maanden geleden hadden de kinderen deze handafdrukken al een keer gezet en daaruit is de echte eerste steen vervaardigd. Marieke Visser onthulde de echte eerste steen die nu is ingemetseld in een pilaar van de nieuwbouw.

**Toekomst**

Alexport heeft de ambitie zich in de toekomst steeds verder te ontwikkelen. Er wordt niet gestreefd om de grootste im- en exporteur te worden, maar wel de beste. Het bedrijf waar traditionele normen en waarden hoog in het vaandel staan kenmerkt zich tegelijkertijd door innovatief management, durf en maatschappelijk verantwoord ondernemerschap. Nieuwe uitdagingen zijn altijd de belangrijkste drijfveer geweest voor de ontwikkeling van het bedrijf. Ook in de toekomst geldt dit uitgangspunt als basis voor de continuïteit en groei. Er zijn nog paden die Alexport niet heeft betreden en die vormen de uitdaging voor de toekomst.



Arno Folkerts - John Lieskamp - Alexander Visser



Joinventure

**S.A. Fruitbrothers**

*Geen naam kan beter weergeven waar het bedrijf voor staat en door wie het wordt gerund dan S.A. Fruitbrothers.*

*De 'broeders' Morné Venter en Alexander Visser bezitten elk 50% van de aandelen. Toen de zakelijke wegen van de twee zich enkele jaren geleden kruisten, wisten ze meteen: 'eens zouden ze gaan samenwerken'. Ze delen dezelfde visie en integriteit en hetzelfde idealisme en, wat het belangrijkste is, ze hanteren dezelfde normen en waarden.*

*Op deze basis richtten zij S.A. Fruitbrothers op, momenteel een van de grootste druivenexporteurs en een van de*

*snelst groeiende citrusexporteurs in Zuid-Afrika.*

**Deregulering van de Zuid-Afrikaanse fruitexport**

Historisch gezien kan de Zuid-Afrikaanse fruitexport worden opgesplitst in 'voor de deregulering' en 'na de deregulering'. Voor 1997 kon het Zuid-Afrikaanse fruit maar via één kanaal uitgevoerd worden. In principe was Capespan (voorheen Unifruco/Outspan) het enige bedrijf dat mocht exporteren. In 1997 maakte de deregulering van de Zuid-Afrikaanse fruitexport een einde aan deze situatie. Er ontstond een vrij marktsysteem en ook andere geregistreerde bedrijven konden een exportvergunning aanvragen.

**Morné's achtergrond**

Morné Venter begon zijn loopbaan in de fruitexport, één jaar voor de deregulering. Hij werd bedrijfsleider op een productiebedrijf van 'easy peelers', citrus, peren, pruimen en tafeldruiven. In dat jaar kreeg het bedrijf een speciale vergunning van de overheid om fruit te exporteren namens een groep telers. Deze telers waren ontevreden over het feit dat ze tien maanden per jaar het teeltrisico op zich namen en vervolgens hun producten uit handen moesten geven aan die ene marketingorganisatie, zonder daarbij ook maar de minste invloed op hun inkomen te hebben. Morné was vanaf het begin actief betrokken bij de marketing en de export totdat hij een mogelijkheid zag om het beter te doen voor de telers. Hij besloot zijn eigen bedrijf te beginnen en Regent Produce zag het levenslicht.

**Regent Produce**

In 1999 richtte Morné samen met een partner zijn eigen bedrijf op. Het bedrijf heette Regent Produce. 'We hebben toen ook het concept van minimum garantieprijzen ingevoerd, licht Morné toe. 'Wij beseften dat dit systeem, ooit geïntroduceerd door de Nederlanders, prima zou werken voor de Zuid-Afrikaanse fruitsector. We begonnen met het terugbrengen van de kosten voor de teler voorafgaand aan de export; productie, handling, opslag, enz. Als we dan een voorschot ontvingen dat deze kosten dekte, waren de risico's voor de telers minimaal. Zo konden de telers een gegronde keuze maken om het risico te nemen de producten te exporteren, met de kans op een hogere opbrengst, of om de producten lokaal te verkopen. We dekten eenvoudigweg hun risico met betrekking tot de extra kosten van voorbereiding en verpakken voor export.' Het bedrijf groeide gestaag en bouwde een dermate goede reputatie op onder de telers in heel Zuid-Afrika, dat dit de aandacht trok van andere exportbedrijven die dit gebruikten ten behoeve van de acquisitie voor hun programma's. Het aantal aanbiedingen voor fusies en acquisities werd steeds groter. Een zo'n aanbieding kwam van een nieuw bedrijf, opererend onder de naam 'Freshworld', dat zich vooral richtte op de retail in het Verre Oosten. Regent Produce was hun grootste citrus- en druivenleverancier en vanuit het oogpunt van marketing sloten de programma's naadloos aan bij Regent's Europese activiteiten. In 2004 werd besloten de twee bedrijven samen te voegen onder de naam Freshworld.



### Freshworld

In de nieuwe bedrijfsopzet was Morné als directeur verantwoordelijk voor de logistiek en de handel in het algemeen en stuurde hij een aantal accountmanagers aan voor alle Aziatische supermarkten, het Europese continent, Rusland en het Midden-Oosten. Zo kwam Morné ook in contact met Alexander Visser. ‘De samenwerking met Alexander voelde goed aan. Dat is voor mij erg belangrijk. We hebben dezelfde opvattingen over normen en waarden en zijn beiden bereid risico’s te nemen. Verder was Alexander de enige Nederlander die de telers vaste prijzen wilde betalen.’ De zakenrelatie die begon in 2004 werd met de jaren steeds sterker, totdat een plotselinge wijziging in de aandelenbelangen binnen Freshworld het Morné ernstig bemoeilijkte om zijn klanten naar behoren te bedienen. De algehele bedrijfsstrategie werd gewijzigd en concentreerde zich nu uitsluitend op de retail. Voor Morné werd het moeilijk andere programma’s dan die van zijn bestaande retailklanten te verzorgen.

### De joint venture is er gekomen

Alexander Visser had Morné al in 2005 gevraagd om samen met hem een joint venture aan te gaan. Toen had Morné geantwoord dat het idee hem zeker aansprak, maar dat hij er nog niet aan toe was. De ‘broeders’ wisten dat het een kwestie was van tijd, omdat het voor beiden goed en vertrouwd aanvoelde. Zij zetten hun zakelijke activiteiten voort totdat de telersgroep van Hex River tafeldruiven Morné benaderde met de vraag of



hij voor hen de logistiek en marketing wilde verzorgen. Morné wist dat dit het moment was, waarop hij had gewacht. Nu was de tijd gekomen om een samenwerking aan te gaan met zijn ‘broer’ Alexander Visser, zodat hij zijn handelspartners beter zou kunnen bedienen. Hij belde Alexander en zei: ‘we doen het!’ De joint venture er gekomen. S.A. Fruit Brothers werd opgericht op 1 november 2006. Met als eerste opdrachtgever de telersgroep Hex River Grapes kreeg S.A. Fruitbrothers een vliegende start.

### Niet alleen telers, ook partners

Het bedrijf ging van start met de afzet, marketing logistieke dienstverlening voor telers van tafeldruiven uit het gebied Hex River. Morné: ‘We hebben het dan over circa 550.000 dozen binnen onze groep, genaamd Hex Grapes. Zij zijn onze partners, niet alleen maar telers. Zij vertrouwen ons de afzet en logistiek toe. Wij plaatsen de producten op de juiste markten zoals het Verre Oosten, het Midden-Oosten, Rusland, Verenigd Koninkrijk en Europa. De reden waarom we op deze manier te werk gaan

is dat we ons richten op een langdurige relatie. Tijdens het seizoen bezoek ik de telers eenmaal per week voor een directe communicatie en om de afzet af te kunnen stemmen op de kwaliteit die is verpakt. Alle telers zijn EurepGap gecertificeerd en wij helpen hen met de verschillende erkenningen en registraties voor speciale markten zoals China, voordat het seizoen begint. Ook helpen we met de coördinatie van het verpakkingsmateriaal en sturen we hen wekelijks inpak-instructies zodat elke markt exact krijgt wat hij vraagt. Terwijl Hex Grapes zich concentreert op zijn eigen marketingafdeling voor de binnenlandse markt, houdt S.A. Fruit Brothers zich bezig met de markten overzee.

### Citrus

S.A. Fruit Brothers heeft zijn horizon in diverse opzichten verbreed. Het bedrijf is een snelle groeier op de markt voor citrusfruit zoals grapefruit, ‘easy peelers’, citroenen, en de sinaasappelvariëteiten navel en valencia. Verkopen namens handelaars en telers, maar ook inkopen als daar vraag naar is. Als een inkoper meer vraagt dan de eigen groep kan leveren, wordt elders ingekocht.

### Export van ander fruit

Morné Venter: “We exporteren ook steenvruchten, mango’s, avocado’s, appels en peren. Als er een markt is en wij zien de mogelijkheden zullen we altijd proberen om het onze afnemers te bieden wat zij vragen.”

### Wereldwijd

S.A. Fruit Brothers is uitgegroeid tot een allround handels- en marketingorganisatie. Het bedrijf exporteert druiven en citrus naar alle landen in het Verre Oosten, te weten Hongkong, Maleisië, Indonesië, Singapore en China; het Midden-Oosten; Dubai, Oman, Djedda, Koeweit, Iran, Azerbeidzjan; Middellandse Zeelanden: Spanje, Italië, Griekenland en een aantal Baltische landen; het Verenigd Koninkrijk. Op het Europese Continent wordt vanzelfsprekend hoofdzakelijk met Alexport gewerkt.



### Efficiënte organisatie

S.A. Fruit Brothers werkt met slechts drie fulltime werknemers. Kwaliteitscontroleurs werken op contractbasis. De marketing is in handen van Morné Venter en Jeremy Harris. Logistiek, administratie en financiën worden verzorgd door Elaine Conradie. Voor de logistiek werken zij met verschillende bevrachters. De logistieke dienstverleners hebben de opdracht om alle opslag en handling te verzorgen onder een raamovereenkomst. Zo houdt S.A. Fruit Brothers de kosten zo laag mogelijk. 'Als je de kosten kunt beheersen, kun je de telers meer uitbetalen. Dat is een van de duidelijkste doelstellingen van S.A. Fruit Brothers. We doen dit al meer dan tien jaar dus we weten en begrijpen wat de beste keten is voor de teler. We betalen onze telers een voorschot zodat ze over voldoende liquide middelen beschikken en maken een definitieve afrekening 30 dagen nadat het product in goede orde op de respectievelijke markt is aangekomen.'

### NERO

S.A. Fruitbrothers is trots op het succes en op de erkenning door het merk NERO. Hun kwaliteitscontroleurs zijn zeer kritisch ten opzichte van lokale telers van druiven en citrus, maar ook voor exportbedrijven die voor hun afzet gebruik maken van S.A. Fruitbrothers. Om hun producten in NERO-dozen te mogen verpakken moeten ze voldoen aan de NERO-kwaliteitsstandaard. 'Duurzame partners' kunnen druiven of citrus in NERO-verpakking direct vanaf het teeltbedrijf ontvangen. Met tien jaar ervaring in de export weet S.A. Fruitbrothers welke telers voldoen aan de eisen

voor verpakking onder het NERO-merk.

Alexport groeit jaarlijks met 10 tot 30%. 'Als zij groeien, groeien wij mee. Maar het moet op een gecontroleerde manier gaan, wij prefereren kwaliteit boven kwantiteit. We maken nu al onderscheid en laten niemand onder het merk NERO verpakken die niet aan de kwaliteitseisen voldoet', aldus Morné. Verder licht hij toe dat het werken met verse producten in Zuid-Afrika niet meer zo eenvoudig is als het ooit was. 'Zuid-Afrika heeft te maken met milieugerelateerde problemen. We hebben nu minimumlonen, dus we zijn geen lagelonenland meer. De productiekosten zijn harder gestegen dan de inflatie. De ketenkosten zijn hoger. Daarbij komt dat we met andere eigenaren te maken hebben die het land opgeëist hebben maar er niet aan gewend zijn exportkwaliteit te produceren. Niettemin zal de totale productie verder toenemen. De consumptie is enorm gegroeid. Voor telers die de uitdaging aan willen gaan is de toekomst rooskleurig. We krijgen producten uit alle regio's aangeleverd en hebben de mogelijkheden in kaart gebracht. Zoals ik al eerder zei, stimuleren we de telers om in alle opzichten te groeien; emotioneel en financieel. Wij zijn er voor hen als ze ons nodig hebben. Telers respecteren je niet als je niet beschikbaar bent.'

### Toekomst

We hebben vele doelstellingen voor de toekomst van S.A. Fruitbrothers. Een daarvan is om nog dichter bij de productie te komen, zodat de keten van producent tot consument nog efficiënter en goedkoper wordt. Morné: 'een van onze leveranciers



heeft ons verzocht betrokken te willen zijn bij de aanschaf van ons eigen productiebedrijf zodat we zeer dicht bij het product komen. De bedoeling is dat wij en het product één worden. Dat we direct vanaf de bron kunnen opereren en niet alleen als agent optreden. Dit kan betekenen dat we betrokken raken bij de zogenaemde BEE (Black Economic Empowerment); projecten die ervoor zorgen dat voorheen achtergestelde groepen direct van de activiteiten kunnen profiteren. De toekomst lacht ons toe, maar we moeten ons wel inzetten om onze dromen te verwezenlijken. We werken met veel passie en houden van ons werk. Geld is niet alles. Voor ons gaat het meer om het vinden van een balans in het leven. Hard werken aan de verwezenlijking van 'excellence in everything' wat inhoudt dat we ook de tijd nemen voor ons gezinsleven'



## Architectenbureau

# Gerrit van der Vijver



*De architect van het nieuwe bedrijfspand van Alexport B.V. is Gerrit van der Vijver. Van der Vijver is ruim 20 jaar een gevestigd architect in de breedste zin van het woord. Van gezondheidscentra tot woonhuizen en villa's heeft hij mogen ontwerpen. Daarnaast heeft hij verschillende restauraties uitgevoerd. Zijn specialiteit is echter het ontwerpen van distributiecentra in combinatie met koel- en vriesbouw. Enkele van zijn meest bekende projecten zijn een logistiek centrum van 40.000 m2 in Bleiswijk en een ultra modern koel- op- en overslagbedrijf in Ridderkerk. Zijn expertise op het gebied van agro-huisvesting en de distributiecentra die hij ontwierp voor agro-bedrijven (bloemen, planten, groenten en fruit) brachten hem in contact met Adri Alewijnse.*

**Adri Alewijnse**, consultant verbonden aan Alewijnse Management Consultancy B.V. te Voorthuizen heeft een ruime ervaring in de versbranche, in het bijzonder groenten & fruit, bloemen & planten. Alewijnse houdt zich bezig met strategie en plannontwikkeling, realisatie/ projectmanagement, organisatie & automatisering en logistiek. Alexport heeft Adri Alewijnse aangesteld als extern projectleider voor de nieuwbouw.

### Open sfeer

Van der Vijver kwam in contact met Alexport op aanbeveling van Adri Alewijnse. Al tijdens de eerste gesprekken werd hij getroffen door de open sfeer. Hij wist dat als hij de opdracht kreeg een pand voor Alexport te ontwerpen, deze open sfeer en de bedrijfsfilosofie vertaald moesten worden en vervolgens tot uitdrukking zouden moeten komen in de nieuwbouw. Nadat de overeenkomst was getekend begon Van der Vijver zijn werkzaamheden. Allereerst werden een aantal kavelstudies en daarbij behorende schetsen gemaakt. Hierna werd uiteindelijk de kavel gekozen waar de nieuwbouw zijn plek moest krijgen. Het aanvragen van vergunningen behoort ook tot de taak van de architect.

### Rietveld Bouw

Zodra de vergunningen waren aangevraagd werd na een aanbesteding de aannemer gekozen. Rietveld Bouw BV, opgericht in 1938 is uitgegroeid tot een middelgroot bouwbedrijf, waarbij de naamsbekendheid mede te danken is aan het leveren van

een kwalitatief hoogstaand product. Vakmanschap en zorgvuldigheid is daarbij traditie gebleven. Tijdens de bouw bleek Rietveld een professioneel bouwbedrijf te zijn met een gedegen organisatie. Van der Vijver is erg gelukkig met de keuze van Rietveld Bouw.

### Vlot tempo

Dat het hele proces van aanvraag vergunning tot realisatie van de bouw snel is verlopen dankt Van der Vijver aan de slagvaardigheid van het bedrijf. Van der Vijver: "Het zijn snelle beslis-sers. Dat is het kenmerk van de directie, met name Alexander Visser. Als iets niet naar zijn zin is, hoor je dat direct, maar is het goed dan hoor je dat ook direct en dan kun je doorgaan. Na de eerste schetsen hadden wij dan ook vrij snel consensus over het ontwerp. Met de materiaalkeuze heeft Alexander zich intensief bemoeid. Voor mij was dat prettig omdat door de open gesprekken er steeds meer wederzijds begrip ontstond. De onderlinge goede samenwerking is, naar mate het project vorderde, steeds beter geworden. Bij Alexport wordt overal over nagedacht, vervolgens volgt er een open gesprek. Tijdens deze gesprekken werd er door niemand van zijn hart een moordkuil gemaakt. Daarna werd er altijd snel beslist."

### Uniek aan dit pand

Op de vraag aan Van der Vijver waar hij het meest trots op is in het ontwerp dat hij maakte voor de nieuwbouw van Alexport, antwoordt hij zonder aarzeling: "het hart van het bedrijf: de



22 commerciële afdeling. Die hele grote vide met het plafond op 6 meter hoogte. Voorzien van een glazen wand waardoor je uitkijkt over de loods en de commercie rechtstreeks contact heeft met de logistiek en kunnen zien welke producten aan- en afgevoerd worden. Aan de andere kant zijn de kantoren. Dat is de vertaling van de open sfeer bij Alexport. Voor mij was het de eerste keer dat ik zo'n ontwerp mocht maken. De details en de materialen zijn heel bijzonder. De balustrades, het lounge café en ga maar door. Natuurlijk ben ik trots op het geheel. De loods is efficiënt ingedeeld en vervaardigd van hoogwaardige milieuvriendelijke materialen. Het pand is goed geïsoleerd en voorzien van energiezuinige verlichting."

#### Bouwvergaderingen

De architect is van A tot Z betrokken bij iedere beslissing. Een masterplan, gedetailleerde bestektekeningen en het bestek zijn de basisstukken van iedere bouwvergadering. Hierin staat

het hele project omschreven, inclusief alle materialen, alle leveranties en voorwaarden waaronder geleverd moet worden; veiligheidsvoorschriften en financiële afspraken tussen aannemer en opdrachtgever. Namens Alexport werden de bouwvergaderingen bijgewoond door Ronald Verhulst, regelmatig geflankeerd door Alexander Visser. Zowel Ronald als Alexander hebben oog voor detail en omdat ze zeer regelmatig tijdens het proces de bouwplaats bezochten hebben ze tijdig kunnen bijsturen waar nodig, zodat er nauwelijks vertraging is opgelopen door aanpassingen die gedaan moesten worden. Waar gesproken werd over de intensieve bemoeienis van Alexander met betrekking tot de materiaalkeuzen, geeft Van der Vijver aan dat het kantoorgebouw daar een voorbeeld van is. "Het moest degelijk en van een goede kwaliteit zijn, vandaar dat is gekozen voor oer degelijk metselwerk met een zeer moderne uitstraling".

#### Vijver

Bij oplevering van het pand is wat genoemd wordt 'de eerste fase' gereed. Het perceel biedt voldoende uitbreidingsmogelijkheid om er in een latere fase nog een loods van 2600 m2 bij te bouwen. De inrichting van het terrein is volledig geschikt voor de eerste en de tweede fase. Van der Vijver: "Het enige wat ik nog mis is de 35 meter lange vijver, die voor het pand zou komen te liggen en waarvoor de vergunningen zijn verkregen. Mogelijk dat die er ooit nog komt."





Teler

## Gebr. van der Waal

24

*Het was een bewuste keuze van de drie broers Wouter, Bas en Cees van der Waal om een eigen bedrijf op te richten.*

*Opgegroeid in het bedrijf van hun ouders die aardappelen en spruiten teelden, waren zij van jongs af aan bekend met de lusten en lasten van een eigen bedrijf. In 1975 begonnen zij met de gezamenlijke ambitie om kwaliteitsproducten te telen, waarmee ze zich konden onderscheiden op de markt. Het bedrijf omvat 2 ha. onder glas en 3 ha. volle grond. Het bedrijf is Global Gap gecertificeerd. De teelt geschiedt voor 90% biologisch. Slechts in uiterste noodzaak wordt gebruik gemaakt van bestrijdingsmiddelen. Op het moment van het interview wordt er 99% biologisch geteeld. De outillage van het bedrijf voldoet aan de eisen van deze tijd. Alles is computergestuurd en men beschikt over moderne hulpmiddelen.*

### Taken zijn goed verdeeld

Wij spraken met Bas van der Waal, verantwoordelijk voor de afzet. Bas van der Waal: “We zijn eigenlijk een traditioneel familiebedrijf. We hebben geen personeel en de taken zijn goed verdeeld. Dat werkt heel goed, want alle drie kunnen wij onze aandacht richten op dat stuk van het bedrijf waarvoor wij verantwoordelijk zijn. Ik hoef me nooit zorgen te maken over bijvoorbeeld registraties, het verpakkingsmateriaal, de contacten met plantenbedrijven enz. Daar zorgen mijn broers voor. Zij hoeven zich nooit zorgen te maken over de afzet, want daar zorg ik voor. Zo ook het gehele gebeuren rondom GlobalGap”.

### Gespecialiseerd in slasoorten

De eerste teelt was ijsbergsla. Bas van der Waal: “Dat was toen erg in opkomst. Toen werd de ijsbergsla nog met veel omblad gesneden. Wij zijn begonnen om de buitenste bladeren eraf te laten, waardoor het product meerwaarde kreeg. Mooie stevige kroppen. Na een aantal jaren kwam er zoveel ijsbergsla op de markt dat het steeds moeilijker werd om er nog een goede prijs voor te maken. Dat is het moment geweest dat wij besloten om te schakelen naar de teelt in speciale slasoorten. In 1985 zijn we omgeschakeld en sinds die tijd zijn we gespecialiseerd in lollo rossa, lollo bionda, eikenbladsla, en poly- of botersla.” Het vakmanschap en de voortdurende ambitie om net even beter te zijn dan de andere telers leidden ertoe dat de gebroeders Van der Waal een eigen werkwijze wisten te ontwikkelen, waardoor hun producten opvielen door kwaliteit en

versheid. Samen met een collega teler Mts. Van Vugt waren zij marktleider. Dit bleef niet onopgemerkt. Bas van der Waal: “In 2001 kwam Alexander Visser naar ons toe met de vraag of wij rechtstreeks aan Alexport wilden leveren. Hij was één van de eersten die een goede afzetmarkt in Rusland had. We hadden een aantal goede gesprekken en we hadden er een goed gevoel over. Eerst moesten wij ons echter vrij maken van de afzetorganisatie waaraan wij ons op dat moment nog hadden verbonden. Dat ging niet zonder slag of stoot. Uiteindelijk hebben we de consequenties daarvan aanvaardt en gekozen voor Alexport.

### Fantasy Stars

Nadat de Gebroeders Van der Waal hadden besloten zich los te koppelen van de afzetorganisatie besloten een aantal andere telers hetzelfde te doen. Gezamenlijk werd toen een eigen telersvereniging opgericht onder de naam Fantasy Stars. Bas van der Waal is voorzitter van deze vereniging. De vijf sterren in het logo van telersvereniging Fantasy Stars staan voor top-telers en producten van topkwaliteit.

### Teeltplan

Bas van der Waal: “Ik stelde Alexander Visser voor om rustig te beginnen met Alexport, maar als je Alexander kent weet je dat als het voor hem goed is, er van rustig geen sprake meer kan zijn. Na de eerste proefleveringen ging het met een gigantische vaart en nu zijn we zover dat we ons teeltplan maken op de

25

afzetmogelijkheden van Alexport. Door onze ervaring weten we precies hoeveel we kunnen snijden in hoeveel tijd. Gebaseerd op de afzet van de afgelopen twee jaar maken we ons teeltplan en daar doen we 10% bij. Dat is de groei die Alexport in de afgelopen jaren minimaal heeft gerealiseerd. Het is voor ons belangrijk om teelttechnisch de afzet dicht te krijgen, zodat het allemaal past.”

#### De versheid is onze kracht

De werkwijze van Gebroeders Van der Waal staat garant voor een zo vers mogelijk product. Bas van der Waal: “Wij snijden op bestelling. Als Johan de Witte ons ’s middags de bestelling doorbelt en het is meer dan wij gepland hadden, staan we gewoon een paar uurtjes vroeger op en beginnen ’s morgens met snijden. Door zo kort mogelijk te snijden voor verlading heb je het meest verse product. Dat is onze kracht. Als hij dan ’s morgens om een uur of tien nog bijbestelt is dat altijd mogelijk. ‘Nee verkopen’ doen wij niet. Als het product is gesneden koelen we het terug d.m.v. een doorstroomkoeling, dat duurt ongeveer twee uur. Als het hart van de sla niet koud genoeg is gaat de kwaliteit achteruit. Op het moment dat de sla gekoeld klaarstaat, wordt het opgehaald en meestal gaat het dan dezelfde middag weg naar de klant.”

#### Rusland

Twee jaar geleden is Bas van der Waal met Alexander Visser mee geweest naar Rusland. Bas van der Waal: “Dat was een geweldige ervaring. Ik heb mijn ogen uitgekeken. Alexander had al een paar keer gevraagd of ik mee wilde gaan en zei dat de afnemers daar kennis met me wilde maken, dus uiteindelijk is het ervan gekomen. Ik heb me verbaasd over de werkwijze in Rusland, hoe gretig men is als de handel uit Nederland binnenkomt. Met eigen ogen heb ik het verschil kunnen zien in kwaliteit. De NERO kwaliteit is stukken beter dan de handel van andere Nederlandse leveranciers. Dat zit hem gewoon in het verse snijden. Daardoor is het produkt in de NERO verpakking net even beter. Als je dan bedenkt dat de handel die wij daar zagen binnenkomen soms nog een paar uur onderweg moet naar een afnemer verderop in Rusland, weet je hoe belangrijk dat verschil is. Onze sla komt gewoon goed op tafel, ook in Rusland. Dat is toch iets om trots op te zijn.”

#### Een goede relatie komt van twee kanten

De relatie tussen Alexport en de Gebroeders Van der Waal is bijzonder goed. Bas van der Waal: “Dat kan alleen als je goed op elkaar bent ingespeeld. Dat waar nodig van twee kanten altijd oplossingen worden gezocht en gevonden. De uitbetaalprijzen zijn super. Het zijn ook hele gewone mensen. En zeg nou zelf: als je in 8 jaar tijd nooit iets hebt, dat is toch bijzonder. Dan komt het van twee kanten.”



## Systeemhuis

# 28 RPO automatisering



*RPO is marktleider in Nederland, op het gebied van AGF software ontwikkeling en verkoop.*

*Zij denken, doen, dromen AGF en hebben zich gespecialiseerd in het ontwikkelen van software voor zowel handelsbedrijven als ketenpartners in AGF. Meer dan 70% van de medewerkers is langer dan 10 jaar in dienst. Zij delen de specifieke ervaring met het aanstormend talent binnen RPO. Jan Roozen is oprichter van het bedrijf. Met hem spraken we over zijn relatie met Alexport BV en het speciaal voor hen ontwikkelde Warehouse Management Systeem.*

### RPO specialist in automatisering voor de AGF branche

Supermarkten willen snel en goed kunnen beschikken over managementinformatie over alle productgroepen. Dat was 22 jaar geleden al zo. In de aardappelen-, groente- en fruitsector stond automatisering toen nog in de kinderschoenen en een directeur van een supermarktorganisatie wendde zich tot Jan Roozen met dit probleem. Jan die, na jaren als programmeur werkzaam te zijn geweest, net voor zichzelf was begonnen, besloot zich helemaal op dit probleem te storten. Hij ontwikkelde samen met een AGF-groothandel een programma dat voorzag in die informatiebehoefte. Dit bleek het begin te zijn van een verregaande specialisatie op het gebied van de ontwikkeling van automatiseringssystemen voor de AGF-branche. Wat begon met het AGF/NG-pakket voor orderregistratie, in- en verkoop, voorraadbeheer, facturatie en daarop aangesloten de financiële administratie werd per afnemer aangepast en uitgebreid naar een systeem op maat. RPO werd een gevestigde naam als automatiseringsspecialist voor de AGF-branche.

In 2000 kwam Alexander Visser naar Jan Roozen en vertelde hem zijn automatiseringswensen voor Alexport B.V. De specifieke eisen die Alexander stelde vormden ondanks de reeds opgedane ervaring een nieuwe uitdaging voor RPO en Jan Roozen pakte ook deze uitdaging weer met twee handen aan. “Het bijzondere van de samenwerking met Alexport is dat Alexander en ik echt samen het programma hebben ontwikkeld. Zijn ideeën hebben we helemaal in het pakket kunnen verwerken. Dit mondde uit in een nieuw uniek verkoopprogramma.

Commerciële medewerkers bij Alexport zien meer informatie op het scherm dan andere gebruikers uit de branche. Daardoor kunnen zij de afnemers direct optimaal van alle gewenste informatie voorzien. In samenwerking met Alexander hebben we het pakket uitgebreid met merkeninformatie. Dus behalve het product, de klasse en de hoeveelheid, wordt ook het merk per product op het scherm weergegeven. Deze classificatie per product biedt de verkoper de mogelijkheid om klanten optimaal te informeren. Dit past helemaal bij Alexport omdat het voor hen van primair belang is de klanten eerlijk en optimaal te informeren.”

### Intensieve samenwerking

De samenwerking tussen RPO en Alexport bleef intensief en toen Alexander in 2006 met het idee kwam een Warehouse Management Systeem te ontwikkelen om de efficiency in de loods te optimaliseren en de kwaliteit door de keten beter te kunnen monitoren brak opnieuw een periode van intensieve samenwerking tussen Alexander Visser en Jan Roozen aan. Het eerste pakket dat RPO voor Alexport ontwikkelde was bestemd voor 10 gebruikers. Met het nieuwe WMS zullen minimaal 30 gebruikers moeten werken. Jan Roozen: “Niet met alle klanten van RPO werk ik persoonlijk zo intensief samen. Met Alexport is dat zo gegroeid omdat zij zelf enthousiast meedenken en mij voorzien van praktische informatie. De praktijkroutines die geïntegreerd zijn in het systeem zijn afgestemd op zowel commercie als logistiek. Door de betrokkenheid van zowel Alexander Visser als



Ronald Verhulst worden wij gevoed met goede praktische informatie aan de hand waarvan wij het systeem zo kunnen bouwen dat het voldoet aan de eisen die zij eraan stellen.”

30

#### Warehouse Management Systeem

Wat is precies het unieke Warehouse Management Systeem van Alexport? Jan Roozen: “Het traject van het product van binnenkomst tot verlading en alle stappen die daar tussen zitten zijn op de computers zichtbaar voor commercie en logistiek via dit WMS. Vanaf het moment dat een product is ingekocht wordt het door de inkoper in het systeem gezet. Bij binnenkomst krijgt het product een barcode, waardoor het uniek en traceerbaar wordt. De kwaliteitscontroleur scant het binnengekomen product en rapporteert zijn bevindingen digitaal, inclusief foto's. De orderpicker scant de locatie als hij het product op locatie zet. Zowel de logistieke medewerker als de commercie kan dus te allen tijde in het systeem zien waar het product zich

bevindt. De orderpicker scant het product zodra hij het uit de stelling pakt en bij verlading wordt de handscanner wederom gehanteerd, zodat het systeem weet dat het onderweg is naar de afnemer. De overeenkomst voor dit WMS werd getekend op 21 juni 2006 en dat het nu operationeel is danken we aan de medewerkers van Alexport. Zij werken mee en snappen dat alleen goede feedback kan leiden tot aanpassingen die het systeem verbeteren. In de AGF veranderen artikelnummers en andere unieke kenmerken zoals grootte, kleur en variëteit in een hoge frequentie. Het bouwen van een systeem dat dit aan kan vereist behalve kennis en kunde over de automatiseringsmogelijkheden van de zijde van RPO, bereidheid en discipline van de medewerkers bij Alexport. Als aan deze voorwaarden niet voldaan wordt werkt een WMS nooit optimaal.



De bereidheid te leren van elkaar is er gelukkig en de medewerkers van RPO zullen dan ook niet snel met de handen in de haar zitten als er een praktisch probleem wordt voorgelegd waarvoor een oplossing bedacht moet worden. Een voorbeeld: Je bestelt 10 pallets. Bij binnenkomst blijkt dat 1 pallet een iets mindere kwaliteit heeft. Dat moet dan overeenkomstig worden gesignaleerd in het systeem, zodat de verkoper weet wat hij verkoopt en de klant precies weet wat hij krijgt. Ook hiervoor hebben we de applicatie gemaakt en dat maakt het WMS van Alexport zo bijzonder.

#### Blijven ontwikkelen

Het Warehouse Management Systeem bij Alexport is operationeel. Toch zullen we in de toekomst samen blijven ontwikkelen. De processen worden regelmatig doorgenomen. De groei van Alexport en het streven van Alexander Visser naar de hoogste graad van efficiency en kwaliteit brengt met zich mee dat er steeds weer nieuwe eisen zullen worden gesteld. RPO zal ook in de toekomst blijven meedenken en ziet het uitbreiden van het WMS met nieuwe applicaties als een logische volgende stap. RPO is in 22 jaar uitgegroeid van eenmanszaak tot een bedrijf met 25 medewerkers. De parallel met Alexport dat in 10 jaar is uitgegroeid van eenmanszaak tot een bedrijf met 50 medewerkers zit hem niet alleen in de groei maar ook in de ondernemers. Kansen benutten, geen uitdaging schuwen, vallen en opstaan en in goed overleg samen een prestatie neerzetten en daar ook van kunnen genieten.

Jan Roozen feliciteert Alexport met de opening van het nieuwe bedrijfspand en het tienjarig bestaan. Hij gaat er daarbij van uit dat Alexport de voorsprong die het heeft op het gebied van automatiseringssystemen in de AGF branche zal behouden en met behulp van RPO nog verder zal uitbouwen.

31



## Het fundament is gelegd **NU GAAN WE BOUWEN!**



34

*Na 10 jaar Alexport is het fundament gelegd, “nu gaan we bouwen”, aldus Alexander Visser. In de afgelopen jaren is Alexport, in de luwte, enorm geprofessionaliseerd. Het past niet bij de cultuur van het bedrijf om iedere stap die gezet wordt van de daken te schreeuwen. Wat meer past, is de markt goed in de gaten houden, met open ogen iedere nieuwe ontwikkeling beoordelen op toepasbaarheid en mogelijke implementatie om vervolgens de eigen koers te varen. Leveranciers, klanten en medewerkers zijn daar gelukkig altijd in meegegaan. Vastgesteld mag dan ook worden dat het keiharde werken in de afgelopen 10 jaar heeft geleid tot Alexport B.V., een gerenommeerde im- en exporteur in aardappelen, groenten en fruit, klaar voor de volgende stap.*

### Managementteam

Anno 2008 bestaat het managementteam van Alexport B.V. uit: Alexander Visser, voorzitter van het managementteam en CEO van het bedrijf; John Lieskamp, financieel directeur; Arno Folkerts, commercieel directeur; Johan de Witte, concept & innovations manager en purchase manager; Ronald Verhulst, manager operations en Patricia J. de Jonge, manager public relations. Kenmerkend voor deze groep professionals is dat zij, ondanks het feit dat zij elk een uitgesproken mening hebben, gelijkgestemd zijn en daardoor passen in de zo unieke Alexport-cultuur.

Alexander Visser: “Wij staan aan het begin van een ontwikkeling. Nu we de organisatie zodanig hebben ingericht dat we zowel op het gebied van de commercie als op het gebied van logistiek beschikken over de juiste systemen en managementinformatie kunnen wij ons richten op nieuwe markten. We zullen ons meer gaan richten op de retail in binnen- en buitenland. De professionalisering waar we de afgelopen jaren in hebben geïnvesteerd begint vruchten af te werpen. Bij het opzetten van eigen importlijnen hebben we een verantwoord risico genomen. We zijn op zoek gegaan naar de juiste kwaliteit in diverse landen en als we die gevonden hadden hebben we het aangedurfd om gelijk grote aantallen van een bepaald product binnen te laten komen. Waar wij vroeger 20 à 30 colli per dag deden doen we nu volle containers. Het in de markt zetten van ons eigen merk NERO is een voorbeeld van de serieuze aanpak. Het heeft zich ontwikkeld tot een sterk kwaliteitsmerk dat als zodanig

erkenning geniet in binnen- en buitenland. Door consequent streng te blijven en uitsluitend de beste kwaliteit toe te staan onder het merk NERO zal de kracht en het imago van NERO in de toekomst alleen maar versterkt worden. Veel bedrijven die in de positie verkeren waar wij ons nu in bevinden zouden tevreden zijn met deze prestatie en het zien als eindstation. Voor mij is het slechts een tussenstation. Nu zijn we in een positie waarin we de concurrentie met collega-bedrijven in binnen- en buitenland, ook richting retail, aankunnen. We moeten echter verder kijken dan nu. Binnen ons managementteam hebben we Johan de Witte dan ook vrijgemaakt om zich helemaal te richten op het concept Alexport en innovaties. Daarnaast blijft hij leidend op het gebied van inkoop. Alexport zal altijd het persoonlijk contact met de relaties als eerste prioriteit blijven zien. Daardoor zijn we geworden tot wat we nu zijn en voor mij is dat dan ook muy importante! (Heel belangrijk).

### John Lieskamp, Financieel Directeur

Toen hij in dienst trad bij Alexport trof John Lieskamp een zeer jonge organisatie aan, die op dat moment toe was aan een nieuwe impuls op financieel gebied en met name op informatiegebied. Het was een kind dat al kon lopen maar nog niet de goede stappen kende. Gezien de snelle groei en expansie had het bedrijf direct behoefte had aan een degelijke manier van informatieverwerking. Veel was al geregeld maar moest nog op niveau gebracht worden. Een intensieve herstructurering was één van de eerste zaken die onder leiding van John werd gere-

35

aliseerd. Tot hij in dienst trad bij Alexport had hij zijn carrière voornamelijk opgebouwd bij kleine familiebedrijven. Lieskamp: “Het kenmerk daarvan is dat je een breed scala aan werkzaamheden mag vervullen. Dat trok mij aan bij Alexport. Het brede scala aan werkzaamheden. Wat heel belangrijk was in mijn beslissing om bij Alexport in dienst te treden was dat de producten mij erg aantrokken. Als de producten mij niet aantrekken kan ik mij daar ook niet echt in verdiepen. Dan staat het te ver van mij af”. De financiële administratie moet het tempo van de groei bij kunnen benen met behoud van de kwaliteit van informatie die wij nu hebben. Een andere pijler van ons is dat wij in staat zijn om, tailor-made, sluitende informatie voort te brengen voor directie; afdeling commercie; afdeling logistiek; afnemers en leveranciers.

36

#### Automatisering

De geautomatiseerde administratiesystemen stellen John Lieskamp in staat om, gevraagd en ongevraagd, die informatie uit de bestaande systemen te halen die nodig is. Dat kan zijn voor het aanleveren van managementtools voor m.t.-leden en andere collega's. “Betrouwbare informatievoorziening wordt steeds belangrijker voor een organisatie. In de toekomst zal ik me dan ook blijven verdiepen in de mogelijkheden die er zijn met de huidige maar ook met nog te ontwikkelen programma's. Tevens vind ik het prettig deze kennis aan anderen in de organisatie over te dragen.”

#### Ronald Verhulst - Manager Operations

De manager operations is verantwoordelijk voor de logistieke afhandeling en alle facilitaire zaken: van onderhoud pand tot beheer bedrijfsauto's, telefooncentrale en automatisering. Dus alles wat niet in- en verkoop en financieel is valt onder zijn verantwoordelijkheid.

Sinds de indiensttreding van Ronald Verhulst is er heel veel gebeurd. Alexport is voornamelijk door de toename van rechtstreekse eigen import enorm gegroeid. Een andere loods op het Handelscentrum werd eind 2005 betrokken om te voorzien in de extra benodigde ruimte teneinde de productenstroom naar behoren te kunnen verwerken. Medio 2005 werd een aanvang gemaakt met de plannen voor de ontwikkeling van een nieuw bedrijfspand. Ronald Verhulst werd namens Alexport de verantwoordelijke voor het nieuwbouwproject.

#### Het pand

Ronald Verhulst: “In Alblasterdam hebben we de ruimte gevonden die aan alle wensen voldoet. Ons pand is gesitueerd langs de A15 met heel goede uitvalsmogelijkheden. Het perceel dat we hebben aangekocht beslaat 17.000 m2. Op dit perceel is het nieuwe bedrijfspand gebouwd. De loods beslaat 5000 m2. Hierin zit een ompakruimte van 400 m2, welke gesitueerd is op de tweede verdieping en voorzien is van nieuwe kleinpakmachines. Het kantoor, bestaande uit 3 verdiepingen, beslaat 900 m2. De loods heeft 11 koelcellen, ieder met een eigen conditionering van temperatuur en luchtvochtigheid. Elke koelcel heeft



een ethyleenafzuiging, waardoor de producten onder optimale omstandigheden kunnen worden bewaard. De klimaatbeheersing per koelcel is computergestuurd. Wij hebben geïnvesteerd in een milieuvriendelijke installatie die koelt met ammoniak en CO2. Dit soort koelinstallaties verbruikt minder energie dan de gangbare Freon-installatie en bovendien stoot het minder CO2 uit. De loods biedt ruimte aan 1800 gekoelde palletplaatsen. De afmetingen per cel verschillen onderling en zijn afgestemd op de productgroepen waarvoor ze zijn bestemd.” Het perceel waarop het nieuwe pand van Alexport is gebouwd biedt een uitbreidingsmogelijkheid voor de toekomst. Zodra het nodig is kan er een loods van 2500 à 3000 m2 worden bijgebouwd.

#### Inrichting

De loods in de nieuwbouw van Alexport is overzichtelijk en efficiënt. Het kantoor van de loodsbaas is gesitueerd op de tweede verdieping tussen de docks en voornamelijk vervaardigd uit glas. Op die manier heeft hij volledig overzicht over de loods. Op de begane grond is het kantoor waar chauffeurs zich dienen te melden en waar de administratief loodsmedewerkers hun werk uitvoeren.

De gekozen stellingen zijn voorzien van een ‘push back’ systeem, waardoor een optimale bezettingsgraad per cel kan worden gecreëerd. In de loods staan twee palletwikkelaars en op de vloer staan de laadplekken in belijning aangegeven. Er is een scheiding gemaakt tussen de ontvangst van de goederen en de verlading. Drie docks zullen worden toegewezen voor

37



ontvangst goederen en negen docks voor uitgaande goederen. De ruimte is zo ingericht dat de lading voor 25 vrachtwagens gereed gezet kan worden. Ronald Verhulst: “In het nieuwe pand is rekening gehouden met alle milieu- en veiligheidseisen van nu, maar ook met de eisen en mogelijkheden voor de toekomst. Zo zijn de stellingen 3 hoog. De vakhogte is berekend op de hogere pallets, die vervoerders willen meenemen en bedraagt 2,60 meter. Een extra voordeel hierbij is dat de vloercapaciteit optimaal wordt benut.”

### Intern Transport

Bij de plaatselijke leveranciers Maat Heftrucks zijn 5 nieuwe vorkheftrucks besteld van het merk Still. Het zijn heftrucks met een viervoudige mast. Hierdoor kunnen op 6,50 meter hoogte pallets worden afgezet. Met ingeschoven mast kan dezelfde heftruck probleemloos de vrachtwagen of container inrijden om pallets te laden of te lossen.

### Transport

Twee eigen vrachtwagens met koeltrailers zorgen voor de bekende flexibiliteit van Alexport. Producten kunnen worden gehaald bij telers en afgeleverd bij afnemers in heel Europa. De bulk van het transport is uitbesteed aan beroepsvervoerders maar in geval van nood kunnen de eigen wagens altijd worden ingezet.

### WMS

Ongeveer een jaar geleden is Alexport begonnen te werken met het Warehouse Management Systeem (WMS). Dit speciaal voor Alexport, door RPO, ontwikkelde systeem biedt onze leveranciers en afnemers de zekerheid dat iedere pallet handel van A tot Z traceerbaar is, zowel naar leveranciers en afnemers als in onze eigen loods. Uiteraard betekent het voor Alexport een behoorlijke efficiencywinst en een verminderde kans op fouten. Onderdeel voor onderdeel werd in het systeem geïmplementeerd. Ronald Verhulst: “Bij iedere implementatie zijn de medewerkers betrokken en dankzij de goede motivatie van onze

mensen die steeds duidelijke en kritische feedback gaven is het WMS van Alexport nu één van de meest geavanceerde systemen in de branche. Alle pallets die binnenkomen worden voorzien van een unieke barcode. Die barcode blijft op de pallet zitten gedurende het hele proces. Als een klant uit Rusland belt en de barcode van de pallet waarover hij een vraag heeft opgeeft, dan is die pallet volledig traceerbaar tot aan de teler die het product geleverd heeft.

### Het WMS-traject

De ontvangst goederen scant bij binnenkomst iedere pallet en tikt het aantal in.

De volgende stap is de kwaliteitscontrole. Een team van gediplomeerde kwaliteitscontroleurs staat klaar om de binnengekomen pallet te keuren. Hun bevindingen tikken zij direct in het systeem in, eventueel voorzien van een digitale afbeelding. Het is mogelijk voor leveranciers om via een webapplicatie inzicht te krijgen in de keuringsrapporten. In de nabije toekomst worden daaraan foto's gekoppeld van de producten zoals ze bij ons zijn binnengekomen. Deze gegevens zijn direct beschikbaar zodra onze kwaliteitscontroleur de gegevens heeft ingevoerd in het WMS-systeem. Ook inkopers en verkopers kunnen de bevindingen van de kwaliteitscontrole direct op hun scherm zien. Na de kwaliteitscontrole kan de betreffende pallet weggereden worden. De loodsmedewerker scant voor hij de pallet neerzet de locatie. Orderpickers kunnen op hun scherm zien waar de pallet staat. Het werken met papieren orderpickbon-



nen is verleden tijd. Een ander groot voordeel van een WMS is dat de verkopers mee kunnen kijken met de orderpickers. Zij kunnen op hun beeldscherm zien hoe ver de orderpicker is met het klaarzetten van hun verkoopbon.

### Loodsmedewerkers

In de loods van Alexport werken 20 logistiek medewerkers. Waaronder een loodsbaas, een assistent-loodsbaas, 3 keurmeesters en 2 administratief medewerkers. Laatstgenoemden zijn verantwoordelijk voor de ontvangst van de chauffeurs, het administratief afhandelen van de verkoopbonnen en het voorraadbeheer.

### Kwaliteitscertificaten

Alexport is BRC Grade A gecertificeerd. Alle producten die Alexport verhandelt zijn EurepGAP gecertificeerd, waardoor wij de voedselveiligheid van onze producten kunnen garanderen. Productkwaliteit en voedselveiligheid staan bij Alexport hoog in het vaandel. Om dit te kunnen waarborgen en controleren heeft Alexport een residu-monitoringsprogramma waarin leveranciers periodiek worden gecontroleerd. Een extern laboratorium analyseert de monsters.

Ronald Verhulst heeft een uitgesproken visie op het operationele proces. "Alexport is een snel groeiende onderneming. Van de stroomversnelling waarin we het afgelopen jaar hebben gezeten hebben wij veel geleerd. Zeker met betrekking tot kwaliteitsborging en efficiencyverhoging van het orderpicken. Dankzij het WMS-systeem zijn wij klaar voor de toekomst. Doordat wij nu geïnvesteerd hebben in een nieuw automatiseringspakket voor de logistieke afhandeling, alsmede vrachtwagens, nieuwe verpakkingsmachines en heftrucks is ook de logistieke afdeling van Alexport klaar voor de toekomst."

### Patricia de Jonge, Manager Public Relations

Alexport is een bedrijf dat kans gezien heeft zich in tien jaar tijd vrijwel onopgemerkt op te werken tot een belangrijke speler op de internationale AGF-markt. Het aantrekken van een PR-professional, met ruim 25 jaar ervaring in de AGF-branch, zou dan ook de indruk kunnen wekken dat Alexport zich nu wel erg in de kijker wil spelen. Niets is minder waar. Alexport is het



bedrijf dat public relations wil bedrijven in de puurste zin van het woord. Het verbeteren van de in- en externe betrekkingen. Patricia de Jonge: "communiceren moet je leren. Het moet zinnig en goed gedoseerd zijn. In het professionaliseringsproces van Alexport past dat de in- en externe communicatie verbeterd wordt. De openheid binnen Alexport moet vooral blijven. Aan dingen die goed zijn moet je niet sleutelen. Het Alexport-gevoel, waar iedereen zich zo prettig bij voelt zal ik blijven koesteren. Ik zie het dan ook als mijn taak om zonder afbreuk te doen aan wat er is opgebouwd meer structuur aan te brengen in de communicatie, zodat ook bij een grotere bezetting bekend is waar men welke informatie kan verkrijgen."

### Het Alexport-gevoel

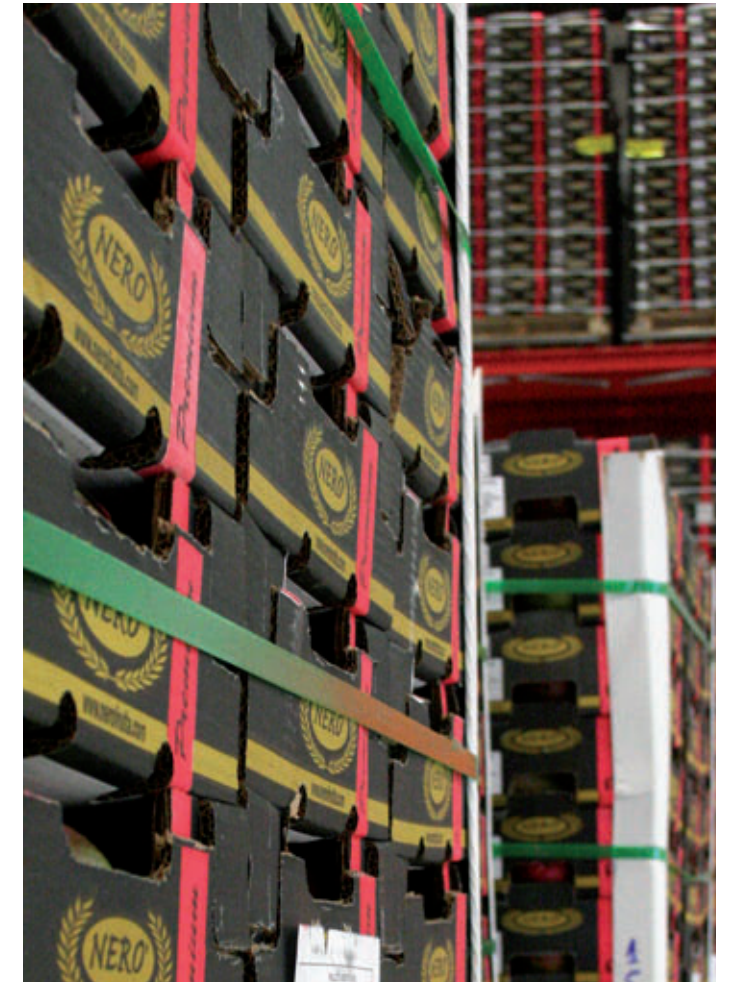
In dit magazine wordt af en toe de term 'Alexport-gevoel' gebruikt. Wat hiermee bedoeld wordt is het gevoel dat medewerkers van Alexport hebben. Collega's die met elkaar werken en niet tegen elkaar. Een bedrijf waar tijdens het werkoverleg wordt gezorgd voor een broodje of waar er iedere vrijdag ge-

zamenlijk wordt geluncht. Waar oprecht wordt gestreefd naar goede arbeidsomstandigheden en werkplekken. Waar niet op een uurtje wordt gekeken. Waar koken een gezamenlijke hobby is en waarvoor in het nieuwe pand voorzieningen zijn getroffen, zodat deze hobby collectief uitgeoefend kan worden. Het zit in de gelijkgestemdheid. 'Wie goed doet, goed ontmoet' luidt het spreekwoord. Alexport doet goed en ontmoet daardoor goed.

### Naamsbekendheid

De erkenning die het bedrijf verdient, moet er komen, zowel van binnenuit als van buitenaf. Een goede naamsbekendheid is immers belangrijk als je nieuwe markten wilt aanboren. De uitstekende reputatie die Alexport met name in het buitenland geniet heeft het bedrijf te danken aan innovatief management en een no-nonsensebeleid. De manier waarop men het eigen merk NERO in de markt gezet heeft dwingt respect af. Patricia de Jonge: "Alexport presenteert zichzelf regelmatig op een aantal beurzen in binnen en buitenland. Wat mij tijdens deze beurzen steeds opvalt is de grote naamsbekendheid van het merk NERO. Mensen uit verschillende landen van de wereld kennen het merk en roemen de constante kwaliteit. Dat betekent dat er een enorme potentie is voor uitbreiding in dit merk. Het is dan erg prettig te werken met een team dat niet gaat voor snelle uitbreiding en daarom geen concessies doet aan de eisen die gesteld worden aan ieder nieuw product dat in NERO-verpakking mag worden uitgebracht. De externe P.R. zal erop gericht zijn de goede reputatie van zowel het bedrijf Alexport

als het eigen merk NERO te bestendigen. In alle uitingen zal de huisstijl van Alexport (strak) het middel zijn om de herkenning te laten leiden tot erkenning."



**Arno Folkerts, Commercieel Directeur**

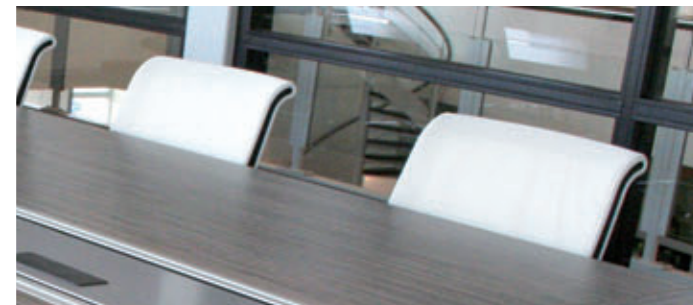
De komst van Arno Folkerts is opnieuw een bewijs dat het ernst is met de professionalisering van Alexport. Wat in tien jaar is opgebouwd met keihard werken moet geborgd worden voor de toekomst. Het getuigt dan ook van durf om de man die jarenlang verantwoordelijk is geweest voor de commerciële afdeling vrij te spelen zodat hij zich kan gaan richten op innovaties en nieuwe ontwikkelingen, en een man die zijn sporen verdiend heeft in het leidinggeven aan een verkoopteam te benoemen tot commercieel directeur. Arno Folkerts is geen onbekende van Alexport. Al jarenlang kwam hij over de vloer in zijn hoedanigheid als hoofd verkoop van het bedrijf waar Alexport de auto's kocht. Zodoende wisten alle partijen dat ook hij dezelfde bloedgroep had als het team van Alexport. Arno Folkerts: "Het is belangrijk dat de juiste mensen op de juiste plaats zitten. Bij Alexport moet men gelukkig zijn in zijn werk. Aan die randvoorwaarde wordt niet gesleuteld. Natuurlijk blijft de focus liggen op verkoop. Maar we gaan meer kijken naar de mogelijkheden van de mensen in het hele proces. Doelstelling is dat de klanttevredenheid niet omlaag maar omhoog gaat. Bij een groeiende onderneming vereist het dat je kijkt wat je kunt doen aan scholing om de verkoper een beter gevoel over zichzelf te geven waarbij hij tegelijkertijd een betere partner voor de afnemer wordt. Door coachend leidinggeven wil ik de professionalisering in het commerciële team bewerkstelligen. Normen en waarden zoals: 'afspraak is afspraak' en 'doen wat je belooft' zullen niet alleen worden verankerd maar ook meetbaar gemaakt."

**Pro actieve marktbenadering**

Onder een pro actieve marktbenadering verstaat Arno Folkerts: "niet in je luie stoel gaan wachten tot de klant belt, maar op voorhand de klant benaderen en kijken hoe we zo goed mogelijk kunnen inspelen op zijn wensen. Die pro actieve marktbenadering moet ertoe leiden dat er nieuwe markten worden ontdekt. De verbeterprocessen die in gang gezet worden zullen altijd zowel ten goede komen aan de klanten en leveranciers als aan de mensen die werken bij Alexport."

**Johan de Witte, Concept & innovations Manager en Purchase manager**

Nadat hij jarenlang de verantwoording heeft gehad over de commerciële afdeling van Alexport gaat Johan de Witte zich richten op de verdere ontwikkeling van het concept Alexport en innovaties. De vertaling daarvan naar de commerciële afdeling wordt gedaan door Arno Folkerts. Johan de Witte: "Het concept Alexport omvat de specifieke manier die wij hebben ontwikkeld om de marktpositie die wij nu innemen te bereiken. Om de toekomst zeker te stellen is het belangrijk dat je niet alleen oog



hebt voor eigen innovaties, maar ook goed kijkt naar wat er om je heen gebeurt. Er zijn zoveel nieuwe ontwikkelingen. Daarvan moet je op de hoogte zijn en de kansen benutten die zich voordoen. Ik zal me gaan bezighouden met het onderzoeken van alle mogelijkheden. Dat kunnen innovaties zijn zoals RFID. Op dit moment weet ik nog niet hoe en wanneer dit ingevoerd zal worden in de AGF-branche, maar we moeten er wel klaar voor zijn. Ook kijk ik naar de mogelijkheden om onze systemen te laten aansluiten op die van klanten en leveranciers. Telers ontwikkelen nieuwe producten. Het is belangrijk dat we daarvan op de hoogte zijn en kijken of wij daar wellicht met gebruikmaking van onze eigen ompakafdeling een kleinverpakking van op de markt kunnen zetten voor supermarkten. Verder zal ik me richten op nieuwe ontwikkelingen in de branche en daarbuiten. Hierbij zal ik eindelijk de tijd vinden om te onderzoeken of deze binnen de Alexport-filosofie passen en geïmplementeerd kunnen worden. Al deze ontwikkelingen hebben tot doel om Alexport leading te laten zijn en te blijven en de klanttevredenheid te verhogen."

**Inkoop**

Inkopen in AGF is een vak apart. Behalve productkennis en ervaring komt er een hoop gevoel bij kijken. Daarnaast is het onderhandelen iets wat Johan de Witte op het lijf staat geschreven. Daarom blijft hij verantwoordelijk voor de inkopen van Alexport. Vooral in de ochtenden zal hij op zijn vertrouwde plek op de commerciële afdeling te vinden zijn om een deel van de inkoop voor zijn rekening te nemen en andere inkopers aan te sturen. Johan de Witte: "de dagelijkse afstemming met het commerciële team blijf ik doen. Ik ken de mensen, de leveranciers en de klanten. Mijn ervaring op dat gebied gaat dus niet verloren voor het bedrijf."

**DE MOGELIJKHEDEN ZIJN ONEINDIG**

Alexport bestaat 10 jaar en viert dit met de opening van een schitterend nieuw pand. De kop is eraf maar wat Alexander Visser betreft is het fundament gelegd en gaan we nu (verder) bouwen. Alexport staat aan het begin van een nieuwe fase. De tienerjaren zijn in ieders herinneringen toch wel de jaren waarin je de grootste ontwikkeling doormaakt. Dat gevoel leeft bij het Alexport-team heel sterk. Het enthousiasme spat er af! Dit geeft u een beeld van een bedrijf dat tien jaar geleden gestart is door een jonge ondernemer. Slechts één bureau en één telefoon waren de bedrijfsmiddelen. Nu staat er een pand dat werkgelegenheid biedt aan circa vijftig mensen. De toekomst? De mogelijkheden die Alexander Visser, zijn managementteam en zijn medewerkers zien, zijn oneindig.



## Helsingborg, Zweden

# Ewerman AB



46

*De allereerste klant van Alexport B.V. was Ewerman AB. We spraken met inkopers Anders Holmberg en Gunnar Forsberg en PR functionaris Tina Berthelsen. Tot op de dag van vandaag is Ewerman een zeer gewaardeerde klant van Alexport. Het bedrijf werd opgericht in 1964 en is gevestigd in Helsingborg, in het zuiden van Zweden, op weinige kilometers van de Deense grens. Dit is een zeer belangrijk gebied voor groenten en fruit in Zweden omdat de meeste verse producten via Helsingborg verder Zweden in worden vervoerd.*

Ewerman AB is een gerenommeerde importeur van verse groenten en fruit. De huidige omzet bedraagt circa 105 miljoen Euro per jaar en het bedrijf heeft 140 medewerkers. Het pand van Ewerman omvat diverse geconditioneerde afdelingen met een totale oppervlakte van circa 11.000 m<sup>2</sup>, een productieruimte van 500 m<sup>2</sup> voor de verwerking van verse producten en een eigen bananenrijperij. Elke dag wordt er circa 350 ton verse groenten en fruit afgeleverd aan de klant. De klantenkring van Ewerman bestaat uit horeca-groothandels; cateringbedrijven en, dankzij de eigen verwerkingsafdeling kunnen zij ook leveren aan de groenteverwerkende industrie. Sinds 2007 is Ewerman BRC-gecertificeerd.

### Van Alligator tot NERO

Het eerste contact tussen Alexport en Ewerman dateert uit 1998 toen Alexander Visser een bezoek bracht aan Ewerman. Het wederzijdse gevoel was goed en een duurzame relatie kwam tot stand. In het begin werden er van Alexport producten betrokken van het merk Alligator. Toen Alexander het merk NERO introduceerde werd besloten om dit tot één van de topmerken voor Ewerman te maken. Anders Holmberg: 'De eerste indruk die we van Alexport kregen was dat het bedrijf een extreem hoge kwaliteit leverde. De uitdrukking "waar voor je geld krijgen" is hier zeer zeker van toepassing. Ook hadden we het idee dat Alexport een betrouwbare handelspartner zou zijn voor het opbouwen van een langdurige relatie. We werken met producten onder de merknaam NERO die in Zweden exclusief aan



47

Ewerman geleverd worden. Producten die verpakt worden onder het merk NERO voldoen aan de hoge kwaliteitseisen die wij aan onze topmerken stellen.' Verkoper Anders Holmberg en kwaliteitsmanager Anders Axelsson bezochten Alexport jaren geleden. Daarbij werden bezoeken gebracht aan een aardbeienteler en een cherrytomatenteler. Ze waren diep onder de indruk van de hoge kwaliteit. "Daarna breidden de zaken zich snel uit. Het kan erg goed zijn voor je zakelijke relatie als je eens op bezoek gaat" aldus Ewerman.

Telers

## 48 | Gebr. van Antwerpen



*De gebroeders Frans en Piet van Antwerpen zijn kwaliteitstellers. Zij kennen het klappen van de zweep en volgen de ontwikkelingen op tuinbouwgebied op de voet. De keuzes die zij maken zijn weloverwogen en kwaliteit staat daarbij voorop. Vader van Antwerpen begon met wat in die tijd nog een typisch Westlandse teelt was: druiven. Omstreeks 1960 schakelde hij over op sla en tomaten. Ongeveer 32 jaar geleden begonnen Frans en Piet voor zichzelf.*

In eerste instantie teelden zij sla en tomaten. Toen het fenomeen substraatteelt zijn intrede deed, werd een bewuste keuze gemaakt om helemaal over te schakelen op tomaten. “We begonnen met een bedrijf van 1,3 hectare in Monster. In 1998 hebben we er 1,5 hectare bijgekocht in ‘s-Gravenzande. Anno 2008 worden er in ‘s-Gravenzande uitsluitend trostomaten geteeld en in Monster richt Frans zich sinds 2006 met name op de teelt van frambozen en bramen.”

### Trostomaten

De gebroeders van Antwerpen behoorden tot de eerste telers die zich specialiseerden in de jaarrondteelt van trostomaten. Piet van Antwerpen: “we zagen een nieuwe uitdaging in trostomaten en begonnen met pionieren om de juiste variëteit te vinden. Het vinden van de juiste kruising om tot een goede variëteit te komen heeft een paar jaar geduurd. Toen de zaadbedrijven daarop gingen inspelen, konden wij aangeven wat wij nodig hadden voor een goed product en het zaadbedrijf kon de onderzoeken doen. Deze samenwerking hebben wij altijd voortgezet om tot een steeds betere variëteit te komen. In het begin bracht het niet wat er werd verwacht, maar omdat we ervan overtuigd waren dat er een markt was voor goede trostomaten zijn we er altijd in blijven geloven. Pas na een jaar zie je wat het resultaat is van een kruising. Dat is dus altijd weer spannend. De vader- en moederplanten worden dan ook in een kluis bij het zaadbedrijf bewaard. Ieder jaar kijken we naar de ontwikkeling en de belangrijkste criteria voor het kiezen van een

variëteit zijn: smaak, resistentie tegen invloeden van buitenaf en vraag van de markt.”

### Mecano

De trostomaat die wordt geteeld door Van Antwerpen scoort hoog op al deze criteria. Mecano is niet het ras dat de meeste kilo's geeft, maar het is een zeker ras dat constant is van kwaliteit. Een bijzondere eigenschap is dat dit ras tegen het einde van de oogst niet scheurt. Het wordt maximaal biologisch geteeld en de expert bioloog komt iedere week kijken en adviseren. De smaak is dan ook buitengewoon goed. Piet: “We zijn geen grootschalig bedrijf dat zich richt op de massa. Dat willen we ook niet zijn. We gaan echt voor kwaliteit en doen er alles aan om de beste variëteit op de markt te brengen. Daarmee willen we ons onderscheiden en dat lukt aardig.”

### HPM

De tomaten van Van Antwerpen worden afgezet via Holland Product Marketing (HPM) en zijn vrijwel allemaal bestemd voor Alexport. Frans van Antwerpen: “Het feit dat wij kleinschalig blijven en gaan voor kwaliteit, maakt dat wij goed passen bij Alexport. Dat is ook een bedrijf dat gaat voor kwaliteit. We kwamen met HPM in aanraking door onze buurman. Dat wij uiteindelijk met ze in zee zijn gegaan heeft te maken met zowel de manier van werken als het zakelijke voordeel. We hebben een goede één-op-één-relatie wat voor ons veel prettiger is dan teler nummer zoveel te zijn bij een groot bedrijf. Daarnaast



50

blijft het belangrijkste natuurlijk de goede uitbetaalprijsen. HPM presteert op dat punt goed en voor een bedrijf zoals Van Antwerpen geeft dat rust. Qua organisatie is het goed geregeld. Ons dagelijks contact bij HPM is Wim van den Burg, maar ook van Alexport komt men hier van tijd tot tijd kijken hoe het ermee staat. Omdat we bij elkaar passen is er geen druk om te moeten verkopen. Je hoeft niet alleen grote hoeveelheden voor een goede prijs te leveren. Wij geven 's-morgens aan hoeveel we gaan oogsten en diezelfde middag wordt het opgehaald. Wij knippen in Nero dozen en eigenlijk vanaf het moment dat wij beginnen te knippen, beginnen ze bij Alexport met de verkoop. Daardoor krijgen de klanten van Alexport onze trostomaten supervers binnen. Uiteraard kijken de kwaliteitscontroleurs alles kritisch na, maar kwaliteitsproblemen zijn er eigenlijk nooit."

### Energie

Voor telers is het energiebeheer tegenwoordig minstens zo belangrijk als het ambacht van de teelt. Van Antwerpen beschikt over een eigen WKK (warmtekrachtkoppeling)

**Warmtekrachtkoppeling** is de gecombineerde opwekking van warmte en elektriciteit (kracht). Elektriciteitscentrales hebben een elektrisch rendement van ca 40%, de rest van de energie uit de gebruikte brandstoffen komt vrij als warmte die vernietigd wordt. Bij de WKK die gebruikt wordt in de tuinbouw wordt de energie verkocht aan het energiebedrijf en de warmte wordt aangewend voor het telen van, in het geval van Van Antwerpen, trostomaten.

Op deze manier wordt geen brandstof vernietigd. De rookgasen die vroeger via de schoorsteen naar buiten werd geblazen, wordt nu aangewend om de CO2-concentratie in de kas te verhogen, waardoor meer geproduceerd kan worden.

### Teelt van de toekomst

Op de locatie in Monster houdt Frans van Antwerpen zich bezig met wat hij noemt "de teelt van de toekomst": bramen en frambozen. "Het is geen grootschalige teelt, het is zeer arbeidsintensief, maar wel een teelt waarin wij geloven. Dat de anti-oxidanten de strijd aangaan met de vrije radicalen (zoals kankerverwekkende stoffen) in het lichaam is inmiddels al bij het grote publiek bekend, maar behalve anti-oxidanten bevatten bramen en frambozen meer stoffen die erg heilzaam zijn voor het menselijk lichaam. Deze goede stoffen, die men nog

niet in medicijnen heeft kunnen stoppen, geven mij de overtuiging dat de een enorme vraag die er nu al is voor deze producten alleen nog maar zal toenemen. Dus ook hier is een bewuste keuze gemaakt. Food for health", aldus Frans van Antwerpen.

### Milieubewust

Bij Van Antwerpen wordt milieubewust geteeld. "De beste deskundige van de wereld op gebied van gewasbescherming, loopt hier te controleren en te adviseren", aldus de gebr. Van Antwerpen. In de tomaten werkt men met hommels en in de frambozen en bramen met bijen en hommels voor de bestuiving. Een bij is actiever dan een hommelt en bovendien neemt een bij ook de nectar mee, dus in de zachtfruitteelt heb je ook bijen nodig. Bij donker weer vliegen bijen niet, dus dan moeten de hommels het werk doen. Het ambacht van telen houdt voor de gebroeders Van Antwerpen in dat zij dagelijks zowel in de tomatenkassen als in de zachtfruitkassen alle planten nalopen: snoeien, touwen vieren, dieven en indraaien; het zijn werkzaamheden die met het oog van de ervaren tuinder worden uitgevoerd. Vanaf het moment dat ze begonnen hebben de gebr. Van Antwerpen milieubewust geteeld. Het behalen van het EurepGap-certificaat was dan ook een vanzelfsprekendheid. "De werkwijze en registratie deden we altijd al, het is een kwestie van bijhouden en verbeteren waar dat mogelijk is", aldus Piet van Antwerpen. Op dit moment zijn de Gebroeders Van Antwerpen zelfs GlobalGap gecertificeerd. Rens, de zoon van Frans is student bedrijfskunde en werkt in

zijn vrije tijd mee in het bedrijf. Rens: Je ziet de laatste tijd een hoop schaalvergroting. "we zijn geen grootschalig bedrijf en dat maakt het werken hier prettig en overzichtelijk. Of ik later zelf ook tuinder word, kan ik nu nog niet zeggen. Tegenwoordig moet je met een groot kapitaal kunnen beginnen, wil je enigszins mee kunnen doen. Want als je ervoor gaat, dan moet je het gelijk goed aanpakken."

De gebroeders Van Antwerpen zijn gelukkig met de keuzes die zij gemaakt hebben. Ze zijn niet uit op grootschaligheid. De beste kwaliteit is wat zij nastreven en gezien het zeer geringe percentage uitval op hun producten slagen ze daar goed in. Frans en Piet zijn blij dat ze in Alexport een goede match hebben gevonden. Ze wensen hen dan ook veel geluk met hun nieuwe bedrijfspand en feliciteren hen met het 10-jarig jubileum.



51

## Treasury Desk ABN AMRO



*Een goede relatie met de huisbankier past bij een goede bedrijfsvoering. Alexport bankiert bij ABN AMRO. Accountmanager Jacques van der Velden is de contactpersoon voor alle financiële zaken zoals rentebetalingen en financieringen.*

*Een afdeling die intensief contact heeft met Alexport is de Treasury Desk. Het team van treasury-adviseurs dat zich bezighoudt met het valutamanagement. Valutamanagement voor Alexport bestaat uit Aad van Renesse, Ewald Beze-mer en Erna Erkens. Wij spraken met Treasury Adviseur, Erna Erkens.*

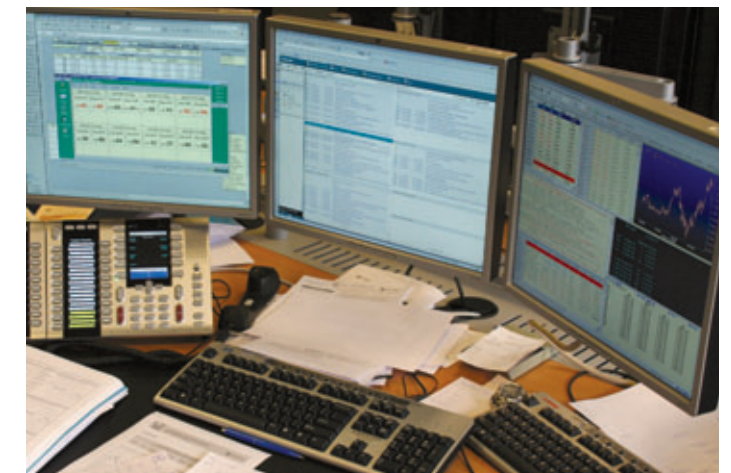
### Goed in valuta

Erna Erkens: “Iedere bank heeft zo zijn specialiteit. Wij zijn o.a. goed in valuta. Dat is een toegevoegde waarde van ABN AMRO voor bedrijven zoals Alexport. De Treasury Desk houdt zich bezig met het beheersen van valuta-, rente- en grondstofrisico’s en het optimaliseren van de rendementen. Een aantal jaren geleden kwam Alexander Visser naar ons toe om zijn valutarisico’s in te dekken. Vanaf het eerste moment was er een “click” en ik wist dat dit een bijzondere relatie zou worden. Wat we voor Alexport doen hebben we dan ook samen opgebouwd. Alexander is financieel goed onderlegd en stelde de juiste vragen. Dit heeft ertoe bijgedragen dat we een werkwijze hebben ontwikkeld die uniek en tot op heden succesvol is. Wij adviseren bij indekken van het valutarisico dat Alexport heeft in EUR/USD. Toen Johan de Witte het valutamanagement bij Alexport overnam van Alexander Visser zei hij: “Als we dit jaar net zo goed of beter afsluiten dan vorig jaar, krijg je van mij een fles champagne.” Het typeert Alexport dan ook dat Johan en Alexander in december een Magnum champagne kwamen brengen.

### Autodidact

Erna begon in 1998 bij ABN-AMRO. Eigenlijk wilde ze bij de Politie. Toen ze werd afgewezen op de medische keuring besloot ze hoe dan ook snel een baan te vinden. Eén van haar open sollicitaties leidde tot een aanstelling bij een bank, waar ze via de afdeling documentenverkeer terecht kwam op de afdeling

Treasury. Toen zij in 1998 werd benaderd door ABN AMRO, die haar een positie aanbood op de Treasury Desk in haar woonplaats Rotterdam, was de overstap snel gemaakt. Erna noemt zichzelf autodidact. Zij heeft alles in de praktijk moeten leren. Haar enthousiasme en leergierigheid in combinatie met het grote plezier dat zij nog dagelijks heeft in haar werk, hebben haar gebracht op de positie die zij thans bekleedt. “Toen ik begon bij ABN AMRO hadden we hier nog een dealing-room met eigen valutahandelaren. Toen die verhuisde naar Amsterdam ben ik op de Treasury Desk voor o.a. het Top-MKB gaan werken. Top-MKB wil zeggen dat wij werken voor bedrijven die niet meer tot de kleintjes gerekend kunnen worden. Het zijn behoorlijke ondernemingen van het niveau Alexport. De hectiek en snelheid van handelen die in een dealing-room zichtbaar is tref je nu nog steeds aan, alleen is het minder zichtbaar.”



**Nooit verslappen**

Erna Erkens: “Alexport vaart zijn eigen koers en is daarin zeer succesvol. Het is leuk om daar aan mee te mogen werken. De affiniteit tussen de bank en Alexport, buiten de menselijke “click,” is dat we nooit kunnen verslappen. De koersen bewegen snel, net als AGF. Als de dollar beweegt dan bel ik direct. Het is prettig te constateren dat je allebei een gevoelsmens bent. Vroeger deed Alexander het valutamanagement bij Alexport, maar hetzelfde gevoel heb ik met Johan, die het tegenwoordig doet. De snelheid, de bewegingen en de manier waarop je moet reageren, daarin zit een enorm raakvlak tussen onze bedrijven/vakgebieden. Je weet wat het voor de klant betekent als de dollar zakt of stijgt en dan moet je direct handelen. Ik ben er erg voor om de risico's zo klein mogelijk te houden. Wij willen als bank uiteraard ook graag geld verdienen, maar ik vind het belangrijk dat het advies voor de klant ook duidelijke voordelen biedt. Het moet een win-winsituatie zijn. Wij worden gedeeltelijk op resultaat afgerekend, maar mijn advies moet voor mijn gevoel de beste oplossing zijn voor de klant. Dat is de manier waarop ik als bankier mijn vak uitoefen. Mijn advies moet voor de klant altijd een meerwaarde opleveren.”

Erna Erkens volgt de ontwikkelingen van Alexport met belangstelling. “Als je een bedrijf leert kennen en het heeft een heel eigen prettige cultuur ben je altijd bang dat dit verloren gaat als het bedrijf groeit. Bij Alexport is dat niet gebeurd. Wat opvalt is de manier waarop men met kwaliteit omgaat. De waarde die daaraan gehecht wordt en hoe men zijn best doet

om het toch goed te krijgen voor klanten en leveranciers. Natuurlijk hebben zij ook weleens een probleem, maar kenmerkend is dat er altijd naar gestreefd wordt om het toch goed op te lossen. Ik denk dat klanten en leveranciers daarom ook altijd bij hen terugkomen.

Alexander heeft er een neus voor mensen om zich heen te verzamelen, die dezelfde instelling hebben als hij. De Russische mensen die de taal spreken van afnemers in Rusland en toch passen in de cultuur van Alexport. Het is een gave van Alexander dat hij mensen weet te verzamelen die als collectief goed functioneren. Zijn gezin dat achter hem staat en mensen om zich heen die bij Alexport meer vinden dan een baan; dat is wat hem blij maakt en misschien ook wel de reden van zijn succes. Hij zoekt geen bevestiging van buitenaf. De bevestiging komt van binnenuit en van de mensen die hem omringen. Heel ontwapenend vond ik het hoe Alexander bij het leggen van de eerste steen toegaf dat hij niet van speeches houdt. Ik ben dan ook zeer benieuwd naar zijn toespraak bij de officiële opening. Namens het team van ABN AMRO spreek ik dan ook de wens uit dat groei en succes niet zullen leiden tot een cultuuromslag. Wij feliciteren Alexport van harte met het tienjarig bestaan en de schitterende nieuwbouw.”



## Moskou Telman



*Het bedrijf dat twaalf jaar geleden opgericht werd, is in die periode uitgegroeid van een kleine handelsfirma tot een degelijk bedrijf met een gevestigde naam; het staat bekend als een importeur en actieve deelnemer van de groot- en detailhandel in verse groenten en fruit. Het aantal werknemers is toegenomen en telt nu 30 mensen. De goederenomzet met Alexport is in zes jaar tijd vertwintigvoudigd.*

Het grootste deel van de klanten van Telman zijn supermarkten, restaurants, groothandelaars en kleine detaillisten zowel uit Moskou als uit de regio buiten de hoofdstad. Dankzij de uitstekende kwaliteit van de producten die Alexport aan Telman levert, heeft het bedrijf de mogelijkheid deze producten ook in landen buiten de Russische Federatie af te zetten. Per vliegtuig worden goederen doorgevoerd naar Oezbekistan, Kazachstan en Azerbeidjan. Zes en een half jaar geleden belde Telman Gasanov voor het eerst naar Alexport, omdat hij toevallig over het bedrijf hoorde. “Ik stuur geld en ik wil handel krijgen”, zei hij. Irina Dobrynina, zijn vaste contactpersoon bij Alexport stelde hem voor kennis te maken met het bedrijf tijdens de World Food Moscow beurs. Maar daar wilde Telman niets van weten. Hij wilde onmiddellijk handel en dus werden er een paar vrachtwagens handel gestuurd. Die eerste leveringen waren het begin van een prettige zakelijke relatie tussen Telman en Alexport. Irina Dobrynina heeft dagelijks contact met Telman of zijn rechterhand en vervanger Arif Gasanov. Omdat ze elkaar goed kennen, weet zij wat goede handel is voor Telman en het prettige in de relatie is dat er vrijwel uitsluitend over het productenassortiment en de uitbreiding ervan wordt gesproken en zelden over de prijs. Dit voortdurende contact helpt zowel Telman als Alexport nieuwe interessante producten voor de Russische markt te vinden. Telman bestelt een volledig assortiment van de producten die



Alexport levert. Meer dan 100 verschillende producten worden vervoerd in mixpallets in één vrachtwagen uit Holland. Alexport stuurt tussen de 7 en 15 van dergelijke auto's per week naar Telman. De relatie tussen Alexport en Telman wordt beschreven als “wij hebben samen goede tijden en slechte tijden” en we komen er altijd doorheen. Alexander Visser: “Alexport steunt Telman en levert zijn bijdrage aan het verbeteren van diens positie op de Russische markt. Wij kennen elkaar al lang en hoe meer je de klanten kent - en tegenwoordig je vrienden - hoe meer je op de hoogte bent van hun wensen en behoeftes, en des te beter je probeert deze te vervullen.” De bedrijven van Telman en Alexport gaan verder met het succes en blijven zich ontwikkelen op basis van wederzijds vertrouwen en respect. Telman feliciteert Alexport en wenst een verdere vruchtbare samenwerking en veel zakelijk succes.



## Telersvereniging Fossa Eugenia



*Ton Holthuijsen, zelf tomatenteler, voorzitter van Fossa Eugenia, ontvangt ons in de bibliotheek. Dit past helemaal bij de persoon Ton Holthuijsen. Een belezen man die ervoor zorgt zoveel mogelijk op de hoogte te blijven van alle ontwikkelingen op het gebied van tuinbouw. Enerzijds omdat hij leergierig van aard is, anderzijds omdat hij zijn kennis met plezier deelt met de aangesloten telers bij Fossa Eugenia.*

### **Van telersvereniging onder de veiling naar volledige zelfstandigheid.**

Toen de telers in een segment terechtkwamen van het veilingstelsel waar ze niet tevreden mee waren richtten 33 tomatentelers een eigen telersvereniging op die zij de naam Limosa gaven (afgeleid van de woorden Limburg en Mosa, Limburgs dialect voor Maas). Voorzitter Ton Holthuijsen: “Wij hebben de lekkerste en de mooiste producten ter wereld en als de erkenning en waardering daarvoor uitblijft ga je zoeken naar een alternatief.” Limosa kreeg goede contacten met de handel. De Veiling werkte de transacties administratief af en verder deed Limosa alles zelf. Dat schikte de veiling niet. Toen is het besluit genomen om helemaal zelfstandig te worden. Fossa Eugenia werd opgericht.

### **Fossa Eugenia**

Fossa Eugenia is de naam die het kanaal tussen de de Rijn en Maas dat in de 17e eeuw gebouwd had moeten worden. De Spaans-Nederlandse regering had opdracht gegeven tot de bouw van dit kanaal. De Spanjaarden zijn begonnen met de bouw van het kanaal dat bedoeld was om Holland droog te leggen, zodat het Duitse achterland niet meer beleverd kon worden. Een wereldgeschiedenis is geschreven over dat kanaal. Het kanaal is nooit voltooid. In 1806 heeft Napoleon het nog geprobeerd maar het is er nooit gekomen. Dat Fossa Eugenia is gekozen als naam voor de vereniging symboliseert een Euroregionaal verband, met Eugenia als symbool voor een steeds kleiner wordende wereld.

Holthuijsen: “Tot nu toe zijn het allemaal Nederlandse telers, die aangesloten zijn bij Fossa Eugenia. Met 33 tomatentelers zijn wij begonnen en van lieverlee, toen er wat telers met pensioen gingen en er wat bedrijfsbeëindigingen waren zijn er andere producten bijgekomen. Het eerste product wat erbij kwam was aubergine. Nu is vrijwel het hele Hollandse assortiment vertegenwoordigd.” Ton was de eerste voorzitter en heeft enorm gestimuleerd de kwaliteitscertificaten te behalen. Alleen EurepGap was niet voldoende. Er moest een kwaliteitsimago worden opgebouwd en de bedrijfsvoering in het algemeen moest op een hoger plan worden gebracht. Nu blijkt het een primus dat alle telers van Fossa dat hebben. Holthuijsen: “De afnemers stellen het erg op prijs dat we rondom gecertificeerd zijn. Wij hebben met het KCB “TÜV Hochwertiges Gemüse” ontwikkeld waar Fossa ook eigenaar van was. Wij waren ook de eersten die QS (Qualitätssicherung) gecertificeerd werden.”

### **Onderscheiden door het beter te doen.**

De drang om van Fossa Eugenia een vereniging te maken waarbij alle telers zich committeren aan het hoogste kwaliteitsniveau vloeit voort uit de ambitie van Ton Holthuijsen. “Tot wij besloten zelfstandig te worden hadden we altijd alles via de veilingen verhandeld. Als je na 90 jaar iets anders gaat doen moet je het wel beter doen. Er moest handelsruimte gecreëerd worden. Samen met de telers werden ideeën besproken en nieuwe ideeën kwamen vaak van de kleinere telers. Van de grote teler hoef je niet te verwachten dat hij iets uitvindt

dat toepasbaar is voor andere bedrijven. De kleine teler daarentegen vindt vaak, uit nood geboren, iets uit dat is wel toepasbaar is voor andere, ook grotere, bedrijven.

Eén van de dingen waar alle telers van Fossa Eugenia zich toe hebben moeten verplichten is dat ze direct na het oogsten de producten afleveren. De één op één relatie met handelspartners maakt dat mogelijk. Dus niets meer zelf opslaan in de schuur maar direct afleveren om een zo vers mogelijk product bij de klant te krijgen.

Zo'n één op één handelscontact is er ook met Alexport. Per dag wordt afgestemd wat er geoogst wordt en dat wordt dan ook diezelfde dag nog opgehaald. Vaak zetten de telers 100% van hun oogst af bij één handelscontact.

Zelf heeft Ton 1,73 ha. trostomaten. Het bedrijf runt hij samen met zijn vrouw Martha en broer Jo. Nog steeds kijkt hij zelf alles na. Ook op het eigen bedrijf probeert Ton vanuit de afnemer te redeneren. Bij Fossa Eugenia doen we aan relatiemarketing. Dus als de behoefte van de klant het aanbod overstijgt, gaan we vanuit de vereniging leveren om toch aan de vraag te voldoen.

#### Geen vergadercultuur

Fossa Eugenia is een vereniging van niet vergaderen maar handelen. Slechts één maal per maand komt men bij elkaar om te bespreken hoe het gaat en hoe het beter kan. Toch is het contact onderling intensief. Holthuijsen: "Per e-mail houden we elkaar op de hoogte en het dagelijks bestuur, dat bestaat uit 3 personen, heeft soms wel tien keer per dag contact met

elkaar." De infrastructuur van Fossa Eugenia is beperkt. Holthuijsen: "Wij hebben geen gebouw. We hebben een Portakabin; een kopieermachine en een archief. De rest wordt uitbesteed. Zo hebben we extern Koenen en Co voor het secretariaat, de fiscalist en de accountant. Daarnaast de fustleverancier en specialisten op het gebied van afvalverwerking, biologische begeleiding en certificeringen. Laatstgenoemde is Hans Klerken van AQS die ook de vooruitgang van de telers begeleidt."

#### Kas van de toekomst

Het streven naar een steeds betere prestatie is voor Fossa Eugenia een prestigezaak. Het is dan ook niet toevallig dat juist een lid van Fossa is uitgekozen om deel te nemen in het project: "De kas van de toekomst". Dit is een semi-gesloten kas waarin warmte wordt teruggewonnen en opgeslagen om het in de winter weer te gebruiken. Verschillende telers hebben geïnvesteerd in WKK's (warmte krachtkoppeling) om de energiekosten te beperken. De volgende stap is misschien voor hen ook een semi-gesloten kas. Ton Holthuijsen heeft een uitgesproken mening over al deze ontwikkelingen. "Over 30 jaar hebben wij geen olie meer nodig. Alternatieven zoals zonne-energie zullen dan zover ontwikkeld zijn, dat de tuinbouw daar volledig van kan profiteren." Ton doet een greep in zijn boekenkast en trekt het boek 'Zwaarden, Paarden en Ziektekiemen' van Jared Diamond er uit. "Dit is een interessant boek, maar er zijn er zoveel. Ik lees en leer. Daarbij beperk ik me niet tot boeken alleen. In San Paolo zijn ze aan het experimenteren met gaswin-

ning uit de vuilnisbelten. Afvalstortplaatsen die een bron van energie kunnen vormen. Ontwikkelingen hou je niet tegen. Als wij een half uur zonneshij op aarde kunnen inpakken, hebben we voldoende energie in de tuinbouw voor een heel jaar. Dus ik zie voldoende mogelijkheden voor de Nederlandse tuinbouw. Als we maar bij blijven en open staan voor nieuwe dingen. Nederland is ideaal voor de tuinbouw.

We hebben geen last van orkaangevoeligheid, we zijn experts in het omgaan met verschillende temperaturen, de watervoorziening is goed, en onze telers hebben de juiste mentaliteit van doorzetten. Dat is historisch zo gegroeid. Andere landen hebben alternatieven voor de tuinbouw. Als het even tegenzit door invloeden van buitenaf gooien ze de handdoek in de ring en gaan iets anders doen, bijvoorbeeld in het toerisme. Dat is voor die landen een vernietigende factor voor de tuinbouw. Nederland heeft een tuinbouw cultuur en omdat weinig andere landen dat hebben zie ik de toekomst met vertrouwen tegemoet.

#### Goede wijn behoeft geen krans

De relatie tussen Alexport en Fossa Eugenia noemt Ton Holthuijsen een echte relatie. Holthuijsen: "Er wordt niet geheimzinnig gedaan. De marktinformatie die we krijgen is prima en de openheid zorgt ervoor dat we goed kunnen samenwerken. Bij het 10-jarig bestaan van Fossa Eugenia heb ik van Alexport een bijzondere fles wijn gehad. Een fles waarvan ik als wijnliefhebber altijd droomde die ooit nog eens te krijgen. Nu ik hem heb,



heb ik het tegen zoveel mensen gezegd, dat ik hem niet durf open te maken. Als ik iedereen die over deze bijzondere Petrus uit 1995 vertel mee moet laten drinken, wordt het hooguit een vingerhoedje dat we kunnen proeven. Die fles zal dus nog wel een poosje op dat ene speciale moment blijven wachten, voor ik hem durf te openen. De wijnmensen zijn overigens een voorbeeld hoe je een product aan de man kunt brengen. De productkennis is bij wijnboeren groter dan bij wie dan ook. Daardoor weten ze hoe ze de druiven moeten verduurzamen naar wijn. Hoe beter je dat doet, des te meer geld je ervoor krijgt. Eigenlijk doet Alexport dat met het merk NERO. Er moet altijd dezelfde kwaliteit in NERO verpakkingen zitten. Dat is een goede manier van een product verduurzamen.

## Vierde generatie Beukes Modderdrift Farms



*In de schitterende Hex River-vallei in Zuid-Afrika, teelt de vierde generatie Beukes druiven van uitzonderlijke*

*kwaliteit en in grote maten. Vader Pieter Beukes heeft zijn kennis op zijn zoons Eugene en Jacques overgebracht. Nu*

*zijn zij verantwoordelijk voor de gehele organisatie. Voor dit artikel spraken wij met Jacques Beukes.*

### Nadruk op de beste kwaliteit

De 80 hectare druiventeelt van de familie Beukes bestaat uit twee plantages en er zijn vier productie-eenheden. De laatste jaren hebben de gebroeders Beukes het bedrijf ingrijpend gereorganiseerd. Jacques: 'In de handel van vers fruit focussen mensen zich op kwaliteit en op kwantiteit. Wil je echt succes hebben, dan moet je je concentreren op de beste kwaliteit. Wij willen een product op de markt zetten dat er beter uitziet, beter smaakt en een langer uitstalleven heeft. Daarom wilden we ons toelagen op de grotere maten. Door op het bedrijf een aantal proeven uit te voeren met water en voedingsstoffen, weten we nu dat de biologische teelt de beste resultaten oplevert. In druiven kun je nooit 100% biologisch telen, omdat er kunstmest nodig is voor de celgroei. Maar, de meststoffen en substanties die we gebruiken zijn wel milieuvriendelijk. We zijn dan ook al tien jaar SuperEurepGap gecertificeerd.'

### Van middelmaat naar XXL

Aanvankelijk teelde Beukes grote en middenmaat druiven in alle variëteiten; wit, rood, blauw, mét en zonder pit. Een vijfjarenplan vormde de basis voor de reorganisatie waarbij overgeschakeld werd op de maten groot (L), extra groot (XL) en extra extra groot (XXL). De nieuwe teeltmethoden zijn gebaseerd op het principe: 'geef terug aan de grond, wat je eruit haalt; zorg voor evenwicht!'

### Bij de wortels aangepakt

Toen we begonnen met ons vijfjarenplan hebben we ons eerst op de wortels gericht. De bodem, de micro- en macro-elementen, alles moest hersteld worden. Jacques: 'in voorgaande jaren hadden we alle energie aan de bodem onttrokken en er niets voor teruggegeven. Wat we nu doen is de energie terugstoppen in de grond, zodat er een beter evenwicht ontstaat. We willen het leven terugbrengen in de bodem. Tijdens onze onderzoeken en experimenten ontdekten we dat compost van natuurlijke grondstoffen de bodem herstelt. In de winter rusten de druivenstokken en valt het blad af. We gebruiken het blad en ander materiaal om compost te maken. Na deze methode twee jaar lang toegepast te hebben, boeken we spectaculaire resultaten. Onze druiven zijn nog nooit zo groot en van zo'n uitstekende kwaliteit geweest. Bovendien is de smaak beter en het uitstalleven langer.' Voor Beukes is dit de beste motivatie om door te gaan met het vijfjarenplan. Een betere maat zorgt voor een betere opbrengst.

### Export

10% van de oogst van Beukes is bestemd voor de lokale markt en 90% is voor export. Ongeveer vijf jaar geleden namen we contact op met Morné Venter van S.A. Fruitbrothers en vroegen we hem de afzet van onze Hex druiven te verzorgen. Nu doen we onze eigen exporten in een joint venture met S.A. Fruitbrothers. Morné geeft aan welke soorten er geplant moeten worden want hij weet waar vraag naar is of wat betere resultaten oplevert. Voor de export ligt onze nadruk op programma's met supermarkten en met het Verre Oosten.



66

#### Geen gebrek aan personeel

Een van de voordelen van het succes is dat de familie Beukes de 300 personeelsleden een bovengemiddeld loon kan betalen. In Zuid-Afrika worden de personeelsleden elke ochtend opgehaald bij een zogenoemd 'plakkerskamp'. Aangezien Beukes meer betaalt dan gemiddeld, zit het bedrijf nooit zonder personeel. Er zijn seizoenswerkers (van eind december tot eind april) en voorseizoenswerkers (van het voorjaar tot half december). Elke morgen krijgt het personeel instructies met betrekking tot het uit te voeren werk; op de plantage of in de bedrijfsgebouwen waar wordt gesorteerd en verpakt. In de druivensector wordt alles handmatig gedaan; machines zouden de druiven te veel beschadigen.

#### Toekomst

De familie Beukes staat inmiddels bekend als een van de beste telers van kwaliteitsdruiven van Zuid-Afrika. Dit is geenszins reden om achterover te leunen. Zij streven ernaar een BEE (Black Economic Empowerment) afspraak te maken met de overheid, zodat zij hun werknemers kunnen ondersteunen bij het verbeteren van hun levensomstandigheden. En natuurlijk gaan ze door met hun specialisatie in L, XL en XXL druiven en gaan ze die naar alle variëteiten uitbreiden. Zuid-Afrika is een grote speler op de druivenmarkt. De standaard is de hoogste ter wereld. Als druiven niet voldoen aan de PPECB-norm (Raad voor het toezicht op de uitvoer van bederfelijke producten) worden ze niet geëxporteerd en lokaal afgezet. Daarom zal Beukes doorgaan de druiven twee- of driemaal daags op exportgeschiktheid te controleren. 'We moeten de concurrentie voorblijven', aldus Jacques Beukes.

#### Beukes en Alexport

Sinds Alexport aandeelhouder is van S.A. Fruitbrothers, hebben de familie Beukes en Alexport elkaar al verschillende malen ontmoet. Alexander Visser heeft de druivenaanplanten bezocht en met eigen ogen gezien hoe het bedrijf te werk gaat. Jacques gaat buiten het seizoen op reis. Hij wil contact onderhouden met de markt en op de hoogte blijven van de laatste ontwikkelingen. De familie Beukes feliciteert Alexport met zijn tiende verjaardag en met de nieuwbouw. Ze zien ernaar uit de samenwerking in de komende jaren voort te zetten.



67

Dit jubileumboek werd mede mogelijk gemaakt door:

**Colofon:**

Coördinatie & Realisatie  
Uitgeverij Boekhout  
Stevinweg 2  
4691 SM Tholen

**Teksten en eindredactie**

Primago Public Relations, Barendrecht  
info@primagopr.nl  
0180 69 00 41

**Fotografie**

Alexport  
Martijn van Nijnatten

**Vormgeving**

Mary Potter-García

**Vertalingen**

L.P.K. -Idioma  
lplenny@planet.nl  
0186 66 23 40

**Druk**

Albatros Printing, Boechout, België

**Auteursrechten**

*Het geheel of gedeeltelijk kopiëren van de inhoud zonder schriftelijke toestemming van de uitgever is verboden.*

*De redactie stelt zich niet aansprakelijk voor eventuele onvolkomenheden.*

