



KOPPERT CRESS B.V.
micro vegetables

nieuws

bedrijf

innovatie

collectie

recepten

brochures

Koppert Cress BV

Innovatief, Creatief,
Onafhankelijk, Rendabel
maar vooral Fun!



KOPPERT CRESS B.V.
micro vegetables

Even voorstellen

- Rob Baan, geb. 1956, gehuwd 4 kinderen.
- Geboren in Haarlem, als zaterdaghulp gewerkt bij Blom
- Opleiding HLS Dordrecht.
- Ruim 22 jaar marketing, product-development en market-development. groentezaden bij:



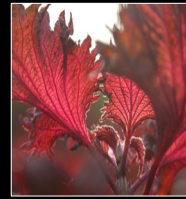


KOPPERT CRESS B.V.
micro vegetables

- Sinds begin deze eeuw producent microgroenten Koppert Trading B.V.



- Per 1/7/2002 via Management Buy Out Directeur G/A Koppert Cress B.V.

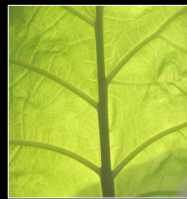


KOPPERT CRESS B.V.
micro vegetables

Product en Doelgroep

- Micro-groentes. Levende Kiemplantjes met wortel geteeld in een schoon medium.
- Doelgroep is de (top) gastronomie die wil verrassen.
- Boodschap is:

***Innovatie, Smaak, Kleur, Geur,
Decoratiewaarde, Gezondheid,
Hygiëne en Voedselveiligheid, dus
een Partner in de Keuken.***



KOPPERT CRESS B.V.
micro vegetables





KOPPERT CRESS B.V.
micro vegetables

Marktontwikkelingen (1)

- **Smaak;** gastronomie en consument zoeken constant naar nieuwe smaaksensaties.
- **Kleur;** kleur op een bord is belangrijk, het moet goed eetbaar zijn en een ondersteuning geven aan de compositie van het gerecht.
- **Gezondheid;** de consument gaat op zoek naar producten die een bijdrage geven in de gezondheid van de mens. Deze door de natuur geschonken eigenschappen kunnen zelfs heel lekker zijn.



KOPPERT CRESS B.V.
micro vegetables

Functional Food

- In Japan en USA sinds 1995 een hype
- Europa loopt minimaal 10 jaar achter
- Wetenschap is op de hoogte, alleen in Europa is de slag naar de consument nog niet gemaakt. Hier ligt een taak voor de overheid.



KOPPERT CRESS B.V.
micro vegetables

Verder Onderzoek

- Eigenlijk is het heel basis, je oma had gelijk:
 - eet je worteltjes op,
 - Oma wist niets van caroteen
 - eet je spruitjes op; dat is goed tegen verkoudheid
 - Oma wist niets van glucosinolaten
 - Spinazie is goed voor je
 - Oma wist niets van foliumzuur



KOPPERT CRESS B.V.
micro vegetables

Marktontwikkelingen (2)

- **Rationalisatie** van het assortiment door de logistiek, (supermarkten, groothandel etc), geeft innovaties een nog grotere drempel om door te breken naar het grote publiek.
- **Scheiding** van de markt in massa-producten via Supermarkten en in top-producten via gespecialiseerde bedrijven.



KOPPERT CRESS B.V.
micro vegetables

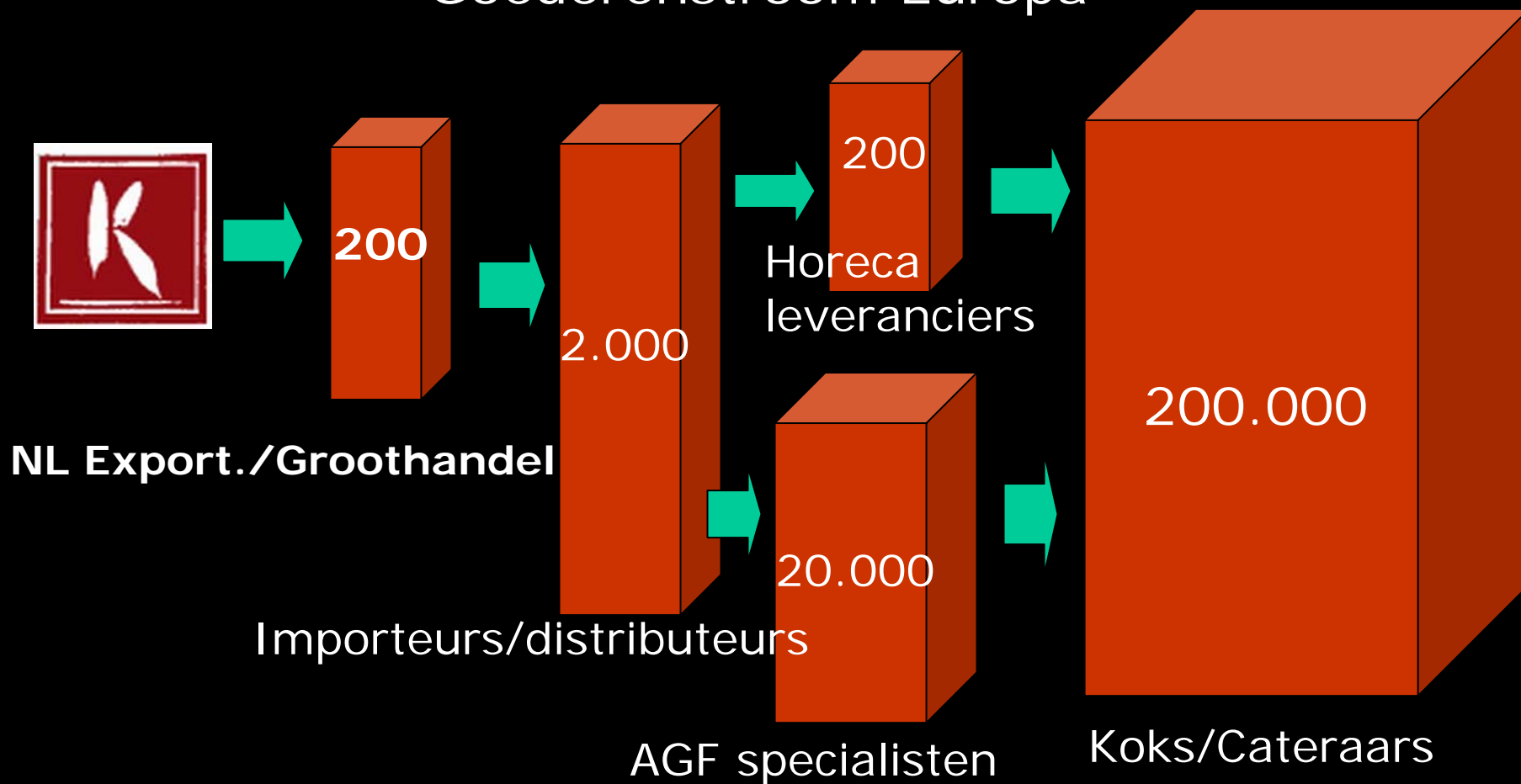
Innovatie komt het best op gang door stress of beperkende maatregelen

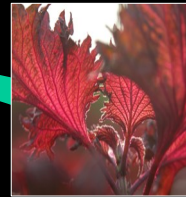
- In een tijd van recessie kan de economie goed doorleven zonder micro-groentes.
- Horeca Benelux en Duitsland maakte in 2003 een dip van -20%, dus mijn klanten kopen minder.
- Actie: actief de markt op (geen geld maar wel energie)
- Verderop was er geen dip (wist ik ook niet). Nu is de markt daar ook open, huidige markt behouden en heeft zich hersteld. Groei is niet slecht.



KOPPERT CRESS B.V.
micro vegetables

Goederenstroom Europa





KOPPERT CRESS B.V.
micro vegetables



NL

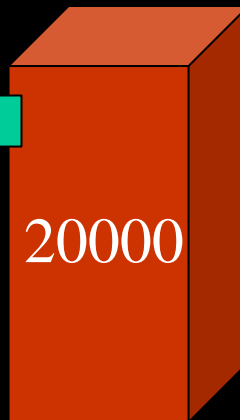
Export./Groothandel



Importeurs/distributeurs



Horeca leveranciers



AGF specialisten



Koks/Cateraaars





KOPPERT CRESS B.V.
micro vegetables

Innovatie komt het best op gang door stress of beperkende maatregelen

- Wij doen nu per jaar 30 beurzen en zo'n 150 demo's internationaal...
- Tijd dat mensen naar ons toekomen
- Hoe lok je de doelgroep?
 - Bezoek aan een tuinder?
 - Interessante lezing?

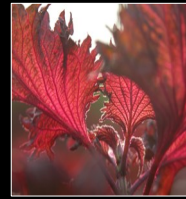




KOPPERT CRESS B.V.
micro vegetables

Gezondheid

- Twee keer per dag een fruitmoment en twee ons groente per dag etc.
- U verkoopt een door doktoren aanbevolen product
- Gezond eten moet echter geen straf zijn. Het product moet uitnodigen tot herhaling. De consument gaat geen groente en fruit eten vanwege de straf maar het moet een beloning zijn voor goed gedrag.



KOPPERT CRESS B.V.
micro vegetables

Gezondheid

- Je bent wat je eet
- AGF is voor het lichaam belangrijker dan vlees
- Het duurste op het bord is het vlees
- Het sortiment verse groenten bij de supermarkt krimpt.
- Seizoenen zijn niet meer belangrijk



KOPPERT CRESS B.V.
micro vegetables

Innovatie in de AGF

1. De koks en de consument vragen om nieuwe producten.
2. Supermarkten willen eigenlijk alleen een lagere prijs en kunnen alleen massa denken.
3. Dus moet je via de specialisten introduceren



KOPPERT CRESS B.V.
micro vegetables

Supermarkten

- De grootste afzet van AGF loopt via de supermarkt. We weten dat AGF een echte winstpakker is voor de supermarkt. 30% van de totale winst komt uit de AGF
- Er komt niemand van de winkelvloer uit de supermarkt naar een AGF Beurs. Er wordt weinig gedaan aan kennisopbouw
- Dit betekent dat onkunde regeert.
- Dit is waar de agf specialist moet uitblinken.



KOPPERT CRESS B.V.
micro vegetables

Positie van de AGF specialist

- Je moet alles zijn wat de supermarkt niet heeft.
 - 1 op 1 contact, partner in de keuken
 - Kennis, informatie op de klant toegespitst
 - Uitgebreid sortiment, op juiste doelgroep
 - Laten proeven, vertellen



KOPPERT CRESS B.V.
micro vegetables

Positie van de AGF specialist

- Je moet alles zijn wat de supermarkt niet heeft.
 - Wees bijzonder, vertel over artisjokken en verkoop fris -andijvie
 - Actueel, lees de kranten volg de tv chefs, Want de klant leest ook veel en eten is in
 - Vegetarisch is een hype
 - Flexibel, je hebt geen langlopende contracten. Je klant ook niet.



KOPPERT CRESS B.V.
micro vegetables

Leerpunten

- Denk anti-cyclisch. Waarom geen goede medewerkers te krijgen? Jong gewend? Alle kinderen van al mijn medewerkers werken op mijn tuin.
- Ik verkoop alleen tomaten als ze lekker zijn
- Denken is ook werken.
- Ik doe niets als het geen FUN oplevert