

Van grondstofproducent tot eindproducent

Aardappeltelers bakken hun eigen chips



In een kleine keet op het terrein van een grote boerderij in 's-Gravendeel zit Henk Scheele in zijn kantoortje. Naast hem glimt een bokaal. Het is de Versmarketeer Award 2010, die hij samen met zijn twee partners en collega-akkerbouwers René de Zeeuw en Gerrit Rozendaal won. De drie akkerbouwers hebben in korte tijd een mooi en lekker Nederlands kwaliteitsproduct neergezet dat al goed is ingevoerd in het retailkanaal. Een knap staaltje ondernemingszin.

Dat uit samenwerking mooie dingen kunnen ontstaan, hebben de drie akkerbouwers uit de Hoeksche Waard ruimschoots bewezen. Al voordat de stap naar chips werd gemaakt, sloegen de drie akkerbouwers de handen ineen. Het is 2002. Ze besluiten samen aardappels te gaan telen. Maar wel met behoud van ieder hun eigen perceel. Dan blijf je eigen baas, maar bespaar je toch op machinekosten, was de gedachte. De praktijk leerde echter dat machines delen juist voor méér onderlinge afhankelijkheid zorgde; als het bijvoorbeeld regende, moesten er weer nieuwe afspraken gemaakt worden wie als eerste mocht rooien. Die ervaring resulteerde in het idee om de drie teelten tot één te maken.

Eindproduct

Dat was best een grote stap, en iets dat in die periode nog niet heel veel voorkwam. Maar bij deze drie akkerbouwers, die alle drie van dezelfde landbouwschool komen, dezelfde visie delen en al jaren burens van elkaar zijn, pakte het goed uit. En zo kwam het dat op een gewone werkdag, tijdens een gesprek over de toekomst van de landbouw en de subsidies die zullen gaan verdwijnen, het idee ontstond dat het toch echt mogelijk moest zijn om zelf een eindproduct te kunnen leveren. Niet meer afhankelijk zijn van wat je voor je product krijgt.

Maar wat het dan precies moest worden, daar kwamen ze maar niet uit. En toen, op een mooie rooidag, bakten de drie akkerbouwers om de honger van het harde werken te stillen, niet de gebruikelijke frites, maar chips. Gewoon met schil en al in de pan gooien. Lekker. Anders. Een nieuw product. De eerste smaaktest hielden ze tijdens een verjaardag. 'Waar heb je die chips gekocht', werd er gevraagd. Toen voelden ze dat ze iets in handen hadden. 'Dat moet je gaan verkopen', was de volgende reactie. Makkelijker gezegd dan gedaan. Maar nu, zes jaar later en een Versmarketeer 2010 Award verder, kan Hoeksche Chips toch bogen op een indrukwekkende ontwikkeling van grondstofproducent naar producent van een eindproduct.

Marktonderzoek

"We hebben een pan gekocht", vertelt Henk Scheele, "en daarmee konden we vijf tot zes kilo chips per uur bakken. Onze buurtgroenteboer in 's-Gravendeel wilde na enige aarzeling onze chips wel proberen te verkopen. En dat was in no time uitverkocht. Toch waren we nog niet helemaal overtuigd. Daarop hebben we vijf andere winkels in de regio Rotterdam bereid gevonden onze zakjes chips te verkopen. Die gaven ons uitgebreide feedback op de reacties van de mensen die het kochten. Een soort marktonderzoek, maar dan gratis. Toen zeiden we tegen elkaar, als we 100 dagen op het zelfde niveau bij deze zes winkels blijven verkopen, dan gaan we echt investeren. Op dag 101 zijn we op zoek gegaan naar de juiste apparatuur en sindsdien bakken we professioneel chips."

Smaak

En de chips van Hoeksche Chips zijn echt anders dan gewone chips. Ze smaken naar aardappel. "En dat houdt in dat onze chips het hele jaar door anders smaken. De nieuwe oogst aardappelen bijvoorbeeld, zijn altijd net iets bleker en minder sterk van smaak dan 'oude' aardappelen", legt Scheele uit. "Gewone chips smaken altijd hetzelfde. Dat komt omdat de aardappelsmaak bij chips systematisch wordt weggespoeld. Ze worden geschild, dat haalt smaak weg, dan worden ze gesneden, de schijfjes worden afgespoeld, geblancheerd, weer gespoeld en dan gedroogd. Wat je dan eigenlijk overhoudt zijn schijfjes met zetmeel die gebakken worden en op smaak worden gebracht met kruiden. Zo heb je het hele jaar door dezelfde kleur en smaak. Maar het is geen aardappel. Het is een krakend schijfje met zout."

Houdbaarheid

Met de professionalisering van Hoeksche Chips kwamen de drie ook voor vraagstukken te staan waar ze vroeger nooit over hoefden na te denken. Wat doen we met verpakking? Hoe gaan we om met houdbaarheid en hoe zetten we ons product in de markt? "Dat bleek een kwestie van al doende leert men", zegt Scheele. "Onze houdbaar-



‘Blijkbaar vinden mensen ons verhaal herkenbaar en leuk’

V.l.n.r.: Rene de Zeeuw, Gerrit Rozendaal en Henk Scheele.

heid is sowieso korter dan bij andere chips. In het begin waren onze chips maar zes weken houdbaar. Lang zat, leek ons. Waar we niet aan hadden gedacht, is de weg die zo'n zakje aflegt voordat hij in de schappen ligt. Je bent dan al snel drie weken verder, en dan is zes weken toch echt te krap. Met behulp van de Hogere Landbouwschool in Den Bosch hebben we onderzocht hoe we die houdbaarheid in onze transparante zak konden verlengen. Dat is gelukt, en nu is een zakje twaalf weken houdbaar, met behoud van transparante zak.”

Productie

Ook het productieproces vormgeven en stroomlijnen was een uitdaging. Maar omdat de mannen van Hoeksche Chips klein zijn begonnen, hebben ze dat rustig kunnen uitbouwen en ook de kwaliteitsborging in de loop van de tijd kunnen verankeren. Zo zijn ze sinds 2009 HACCP-gecertificeerd en zullen ze binnenkort ook opgaan voor de strengere British Retail Consortium-certificering (BRC). “Ons productieproces wordt gerund door vier vrouwen. We bakken nu vier dagen per week, en draaien één tot anderhalve ploegendienst per dag. We zouden maximaal met drie ploegen per dag kunnen werken, en vijf dagen per week kunnen bakken. Elke maandag krijgen we bestellingen door, en die voeren we dezelfde week ook uit. We weten per week precies hoeveel we moeten bakken en daarmee voorkomen we dat we enorme voorraden op bouwen. Zo hou je het vers.” Dat het productieproces wordt uitgevoerd door alleen maar vrouwen, is een bewuste keuze. Scheele: “Onze dames zijn flexibel, komen hier allemaal uit de buurt. Drie van de vier werkten niet buitenshuis voordat ze bij ons kwamen werken. Maar de belangrijkste reden dat we met vrouwen werken, is dat ze niet zo snel geneigd zijn om aan knoppen te draaien.”

Voorzichtig kijkt Hoeksche Chips naar het buitenland. Duitsland heeft al wat pallets afgenomen, België is enthousiast. Maar het gaat langzaam. Toch vindt Scheele dat niet erg, klein beginnen, gewoon weer een zak met een simpele sticker erop. Scheele vindt het bijzonder leuk om als eindproducent met afnemers om tafel te zitten. Het is Hoeksche Chips al gelukt om schapruimte te krijgen bij Super De Boer en Plus West. Daarbij liggen ze bij Jumbo onder Jumbo's huismerk. En natuurlijk ligt de chips in boerderijwinkels en delicatessenzaken. Ongekend hoge verkoopcijfers haalt Hoeksche Chips bij biologische supermarktketen Marqt. Scheele: “We winnen het in die zaak steevast van de Britse concurrenten, blijkbaar vinden mensen ons verhaal herkenbaar en leuk.”

Productuitbreiding is bij succes een logische vervolgstap. Naast smaakvarianten zeezout, zwarte peper en knoflook, is er ook paprika. Scheele: “Eigenlijk wilden we geen paprikachips maken, omdat je dan normaal gesproken vervalt in gedoe met E-nummers en gluten. Dat wilden we niet. Maar er is zoveel vraag naar, dat je dat toch niet kunt negeren. Met behulp van Intertaste uit Puttershoek zijn we diverse kruiden gaan mengen. En zo kwamen we toch op paprikachips uit, maar dan alleen op basis van natuurlijke ingrediënten.”

Jacqueline Rogers

