

‘Klant verwacht productvernieuwing’

Reportage

[Jacqueline Wijbenga]

Voortdurend denken in mogelijkheden, dat is de kracht van Verdij Specialty Feed in Tilburg, stelt directeur Gerard Versteijnen. “Wij beginnen onze productontwikkeling bij de grondstof en maken het van daaruit nutritioneel kloppend.”

“We hebben eenzelfde productielijn als in een reguliere voerfabriek en toch is ons bedrijf 100 procent anders”, aldus directeur Gerard Versteijnen van Verdij groep (zie kader). Het bedrijf produceert in Tilburg specialiteiten voor de diervoederindustrie, alles onder private

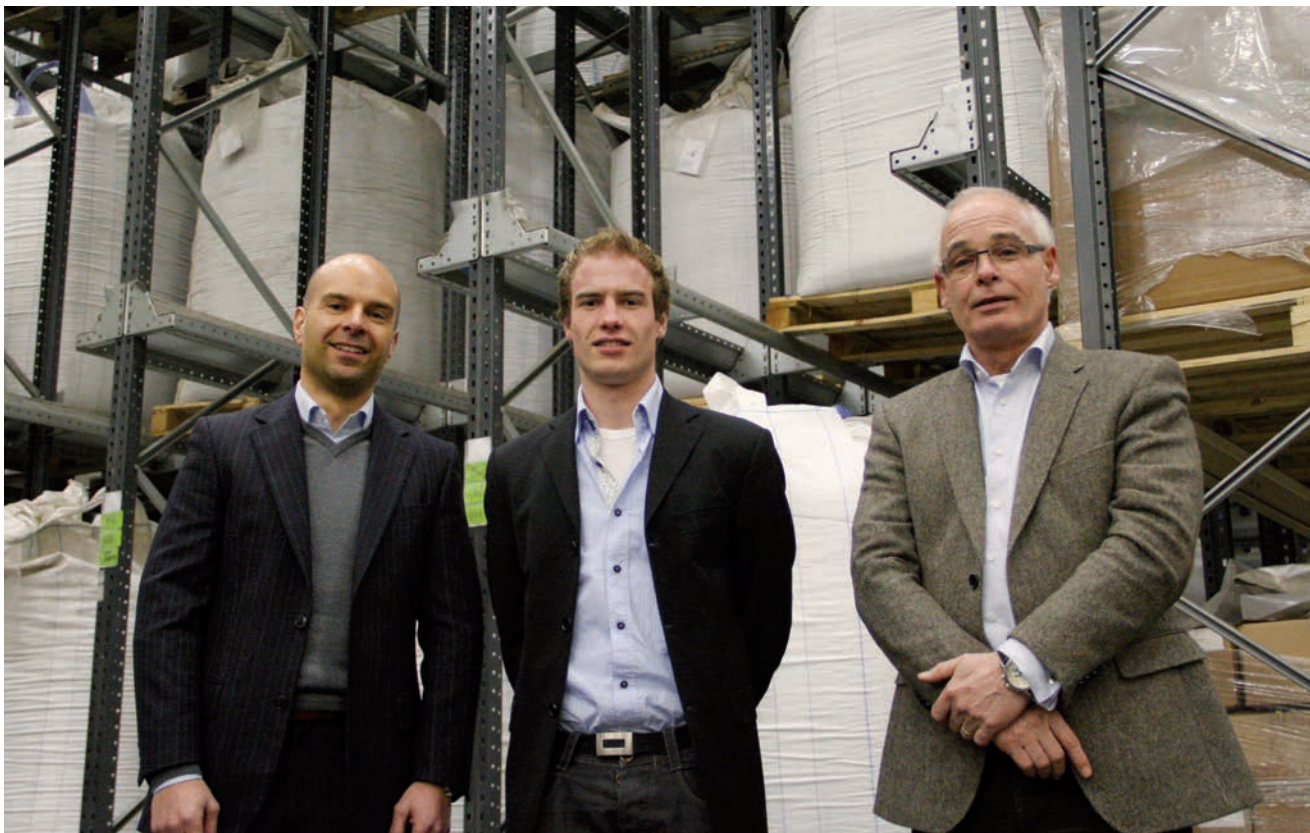
label. Het merendeel van de producten, zo’n 80 procent, gaat de grens over naar zo’n dertien verschillende landen binnen en buiten Europa. De producten worden grotendeels geleverd in kleinverpakking, variërend in grootte van 500 gram tot 25 kilo. “Ons productie-

proces is volledig geoptimaliseerd voor zakgoed.” De producten zelf zijn vooral bedoeld voor kleine huisdieren en hobbydieren (paarden). Daarnaast biedt het Tilburgse bedrijf een groot aantal specialiteiten voor diervoederproducenten, zoals biggenconcentraten en 2 mm kruimel prestart- en speenvoer. “Het betreft vooral de luxe voeders.”

Ontwikkeling

Verdij Specialty Feed (VSF) is onderdeel van de Verdij groep, de moedermaatschappij van VSF, Van Dijk en Hepromij. Beide waren familiebedrijven actief in de diervoederproductie.

>>>



Edo Paymans (verkoop en marketing), Jasper Versteijnen (voerttechnologie) en directeur Gerard Versteijnen.

>> 'Klant verwacht product vernieuwing'

Als het gaat om productontwikkeling van specialiteiten, is er bij VSF geen nee te koop.

Van Dijck begon in 1955 als wederverkoper van Wessanen. In 1979 kocht de familie een oude voerfabriek in Gilze en startte daar de eigen voerproductie, met als belangrijk aandachtsgebied varkensvoeding. Bijna tien jaar later, in 1988, investeerde Van Dijck in een nieuwe fabriek in Tilburg. "Dat was destijds een grote stap voor de onderneming. Het viel niet mee om die investering gefinancierd te krijgen", herinnert Versteijnen zich. Zelf liep hij toen al enkele jaren mee in het familiebedrijf. "Ik kom uit de logistiek en trouwde met de oudste dochter. Mijn schoonvader vroeg me de stap naar het familiebedrijf te maken. Hij zei: 'Probeer het een jaar, als het je niet bevalt, stap je er weer uit'. Daar is het nooit meer van gekomen", lacht Versteijnen. Hij begon onderaan de ladder, in de fabriek, en leerde het diervoedervak kennen in de praktijk. In de topjaren produceerde Van Dijck 30.000 ton voer per jaar. "Zeker in de huidige markt zijn dat geen noemenswaardige hoeveelheden, maar wij waren er destijds trots op."

Samenwerking

In 1993 kwam Van Dijck in contact met Hepromij, eveneens een familiebedrijf met Hans Paymans en Kees van Heck aan het roer. "Hepromij, het bedrijf van mijn vader, was gespecialiseerd in muesli voor paarden en kalveren. Met de kalvermuesli waren we succesvol, dat was de basis. Later volgde paardenmuesli. De vraag naar die producten werd zo groot dat we de fabricage ervan in eigen huis niet meer aankonden. Voor mijn vader reden op zoek te gaan naar een partner voor de muesliproductie", vertelt Edo Paymans, bij Hepromij ver-

antwoordelijk voor verkoop en marketing. Hij trad in 2007 in dienst van het Tilburgse bedrijf. "Eigenlijk op een vergelijkbare manier als de huidige directeur. Ik heb HEAO gedaan en gewerkt in de telecomsector. Mijn vader nodigde me uit om een jaar bij Hepromij aan de slag te gaan en te kijken of het wat voor me was. Zo niet, dan kon ik nog alle kanten op. Maar net als Versteijnen ben ik na dat jaar gebleven." Van Dijck en Hepromij besloten de productie samen te voegen in de fabriek in Tilburg. Daarvoor werd een aparte mueslijlijn opgezet. "Muesli kun je niet op een mengvoerlijn produceren", aldus Versteijnen. Eind jaren negentig besloten de ondernemers afscheid te nemen van het traditionele voer en zich volledig toe te leggen op specialiteiten. Die ommezwaai werd mede mogelijk gemaakt door de samenwerking met Hepromij, stelt Versteijnen. "Door de muesli kwamen we met andere doelgroepen in aanraking. Nieuwe markten die nieuwe kansen bieden."

Product vernieuwing

Productontwikkeling in muesli is geen sinecure, verzekeren Versteijnen en Paymans. "Het is geen kwestie van een grondstof erbij en het is weer een ander product. De klant verwacht echte vernieuwing, meerwaarde ten opzichte van bestaande producten." Volgens Versteijnen gaat een nutritionist bij de productsamenstelling uit van de eiwit-, vet- en koolhydratenbehoefte van het doeldier en zoekt daarbij de juiste ingrediënten en grondstoffen. "Wij beginnen anders. We gaan uit van de grondstof. Wat kunnen we ermee, wat betekent deze specifieke grondstof voor

het dier. Dat is de basis. Het nutritioneel kloppend maken van het eindproduct komt later." Versteijnen en zijn medewerkers zijn dan ook voortdurend op zoek naar grondstoffen met potentie voor gebruik in diervoeders. "Daarbij lopen we ook wel eens tegen grenzen aan. Sommige grondstoffen zijn voor onze producten misschien wel interessant en mogen bijvoorbeeld wel worden toegepast in levensmiddelen, maar de juiste certificering voor gebruik in diervoeders ontbreekt." Juist doordat VSF werkt aan luxe voeders kan het bedrijf vaak niet volstaan met GMP+ en het Duitse QS alleen. "TrustFeed is voor ons een prima toevoeging", ervaart Versteijnen. Alle grondstofleveranciers worden door vertegenwoordigers van het bedrijf bezocht en gecontroleerd op kwaliteit en leveringsbetrouwbaarheid. "We streven naar zo weinig mogelijk fluctuatie in onze leveranciers, zodat ook onze afnemers verzekerd zijn van constante kwaliteit van het eindproduct. Ons devies: als het aan de voorkant niet goed binnenkomt, kunnen we het er aan de achterkant niet goed uitkrijgen."

Klantbeleving

Kleine dingen in productontwikkeling zijn belangrijk, weet Paymans, zeker in nichemarkten, zoals die voor vogels, knaagdieren en andere huisdieren. "De klantbeleving is totaal anders dan in de agrarische sector." Voor VSF kan de klantenvraag niet gek of moeilijk genoeg zijn. "Wij willen graag meedelen, of het nu wel of niet uiteindelijk een product oplevert. Het proces levert in ieder geval kennis en informatie op waarmee we verder kunnen in de productontwikkeling", stelt Versteijnen. Zo



werd op verzoek van een klant in het Midden-Oosten een voer voor racekamelen ontwikkeld. "Dit voer wordt nu maandelijks verscheept."

Snoepen uit de eigen keuken is de productontwikkelaars van VSF niet vreemd. "Bijna alle ingrediënten die we hier verwerken, zijn ook geschikt voor humane consumptie. Bij de ontwikkeling van een nieuw vogelvoer proeven onze vogelspecialisten dat eerst zelf en beoordelen het vanuit consumentenperspectief. Vaak is niet het dier het meest kritisch, maar de eigenaar. Die moeten we tevreden houden." En dat is geen eenvoudige opdracht, weet Paymans.

"Consumentenwensen verschillen per land, daarmee moeten we bij de productontwikkeling nadrukkelijk rekening houden." Klanten zijn voor VSF partners in de productontwikkeling. "Wij voegen techniek, grondstofkennis en grondstof toe."

Tijdens de komende Interzoo in Neurenberg presenteert Hepromij een nieuw product: Crummix. "Hieraan hebben we meer dan een jaar gewerkt en de verwachtingen zijn hoog. Het is een volledig nieuw product dat niet vergelijkbaar is met een muesli, maar wel een mix aan ingrediënten bevat."

Een ander voorbeeld van productontwikkeling is het aanvullen van paardenvoerders met zalmolie. "Visproducten en paarden, dat is geen gelukkige combinatie. Een paard eet geen voer dat naar vis ruikt of proeft. Door de visolie te verwerken in wat wij noemen een zalm- parel is het echter wel mogelijk een paard de voordelen van visolie te geven", aldus Versteijnen.

Niet alleen op het gebied van ingrediënten en samenstelling wordt vernieuwd. Dit jaar installeert het bedrijf een nieuwe opzaklijn. "Hierdoor wordt het mogelijk om natuurlijke mueslimengsels te leveren met een houdbaarheid van meer dan twaalf maanden zonder conserveringsmiddelen of verhitting.

Bovendien heeft deze lijn het voordeel dat we mueslimengsels met meer dan 15 procent structuur probleemloos kunnen opzakken."

Passie

De diervoederspecialiteiten worden geproduceerd op een mengvoerlijn die zich qua techniek niet onderscheidt van een reguliere voerproductielijn. Door de kleine volumes is de werkwijze echter

volledig anders, ervaart VSF-directeur. "Elk recept is weer anders, vraagt aanpassingen aan de lijn, bijstellen en optimaliseren. De eerste honderd kilo weg gooien is hier normaal."

Recepten zijn klantspecifiek. Na bestelling worden de recepten binnen vijf werkdagen geproduceerd en geleverd. Als het gaat om productontwikkeling, is er bij VSF geen 'nee' te koop. "We zeggen niet gauw dat iets niet kan, maar bulk is niet ons ding. Bulk en specialiteit zijn duidelijk gescheiden markten." Na het stoppen met de bulkproductie is de oorspronkelijke pers van 10 ton door twee exemplaren van 3 ton per uur. Per week wordt minstens zeven à acht keer per week een matrijs vervangen. De korrelhardheid wordt per productierun bepaald. "Op basis daarvan passen we zo nodig het productieproces aan."

Dat vraagt van medewerkers een andere denkwijze dan in een reguliere voerfabriek. "Als we hier nieuw personeel krijgen met ervaring in een reguliere voerfabriek, dan moeten we ze eerst veel dingen weer afleren." Voor Versteijnen is voerkennis niet een vereiste als hij nieuwe medewerkers aantrekt. "Wij zoeken mensen met passie en het juiste gevoel bij ons bedrijf en de producten die we maken. Het bedrijf moet bij je passen en dan kun je alles wat erbij hoort leren. Zo zijn Edo en ik ten slotte ook begonnen."

Onderscheiden

Doordat VSF-producten met name luxe voeders zijn, wordt de economische crisis wel gevoeld, met name in de paardensector. "Mensen bezuinigen het eerst op luxe en daar valt ook een hobby als paarden houden onder. De paardenmarkt staat onder druk en daarin komt dit jaar zeker nog geen verandering", verwacht de directeur. Toch

Verdij groep

De bedrijven Van Dijk, Hepromij en Verdij Specialty Feed (VSF) vallen onder Verdij groep. Gezamenlijk opereren ze op de (internationale) diervoedermarkt en bieden hoogwaardige speciaalproducten, premixen en mineralenmengsels. Directeur Gerard Versteijnen nam zes jaar geleden alle aandelen van de familie Van Dijk over en werd daarmee enig aandeelhouder van dat deel van de onderneming. Drie jaar geleden verkocht Hans Paymans, eigenaar van Hepromij, zijn aandelen aan Versteijnen. Daarmee kwam het bedrijf volledig in diens handen.

VSF produceert geperste producten van 2 tot 15 mm korrel, mineralen en biggenconcentraten en premixen. Hepromij produceert muesli voor knaagdieren, paarden en kalveren. Klanten zijn groothandelaren, mengvoerb企业n en professionele paardenbedrijven die kiezen voor klant-specifieke voeders.



laat het bedrijf zich daardoor niet weerhouden en blijft op zoek naar productvernieuwing. "Begin vorig jaar hebben we op eigen initiatief bijvoorbeeld speciaal voeder voor te dikke paarden ontwikkeld. De voeders bevatten meer structuur en minder zetmeel en suiker. Een voorbeeld van hoe vraag en aanbod op het juiste moment bij elkaar komen. Wij hadden het product al op de plank staan toen de vraag vanuit de markt kwam." Doelstelling voor VSF is dan ook om zich te blijven onderscheiden met kwalitatief hoogwaardige producten. "Dat blijven we doen, ook nu het in algemene zin economisch minder gaat. Anticiperen op marktverandering of mooier nog, de markt een stap voor zijn, dat is de uitdaging", besluit Versteijnen. ■

De producten worden grotendeels geleverd in kleinverpakking, variërend in grootte van 500 gram tot 25 kilo.

