Van teler naar dozenproducent

Henk de Jong: 'Zonder dozen kun je niet oogsten'

Bij het maken van kartonnen dozen komt heel wat vakmanschap kijken. Teler Henk de Jong specialiseert zich vanaf 1995 in het maken van golf- en massief kartonnen dozen in plaats van het kweken van groenten. Zijn bedrijf is nu marktleider voor de AGF-sector en heeft een belangrijk aandeel in de bloemen- en plantensector.

TEKST EN BEELD: MARLEEN ARKESTEIJN

Henk de Jong was 17 jaar lang teler van ijsbergsla, andijvie, spruiten en bloemkool in Westmaas. "De eerste tien jaar zette ik mijn producten gewoon via de veiling af. Het bedrijf groeide van 4 naar 400 hectare. Toen het bedrijf groeide, was de veiling niet meer de beste afzetmogelijkheid. De laatste zeven jaar verkochten we onze producten zelf aan exporteurs en grootwinkelbedrijven. Daarmee werd de verpakking onze eigen zorg. Vroeger konden we onze ijsbergsla in kratjes afleveren. Nu moeten we zelf zorgen voor dozen met ons eigen merk Field Fresh."

Van dozen kopen tot dozen maken

"Ik begon met het kopen van dozen bij een dozenleverancier. Het volume nam zo toe, dat we platte dozen, plano's, kochten om zelf in elkaar te zetten. In eerste instantie gebeurde dat alleen voor ons eigen bedrijf. Op een gegeven moment gingen we ook voor andere bedrijven dozen maken. We hadden echter zoveel plano's nodig, dat het moeilijk werd om ze op tijd geleverd te krijgen. Daarom kochten we zelf blanco karton en een machine die dat kon bedrukken."

Naarmate het bedrijf groeide, werd het moeilijker om voldoende kartonnen platen te kopen. Vorig jaar heeft De Jong daarom de stap gezet om zelf golfkarton te gaan maken. Trots toont hij in De Lier zijn nieuwe aanwinst van het bedrijf: een complete productielijn om vanuit rollen, met verschillende kwaliteiten papier, golfkarton te maken.

"We kunnen zelf bepalen welke kwaliteit golfkarton nodig is. Wij vragen de klant welk product in de doos moet en wat het vervolgtraject is. Gaat het om een vochtig product, gaat het de koeling in, hoe lang duurt het transport en wie zijn de klanten? Dat heeft invloed op de samenstelling van het papier en het type doos. Advies is onze kracht. Welke doos het wordt, is een afweging van prijs en risico. Voor tomaten bijvoorbeeld adviseer ik karton van een grotere soortelijke massa dan voor paprika. Voor een vochtig product als radijs moet de doos vochtbestendig zijn. En een doos die van het Westland naar Moskou gaat, vergt een andere kwaliteit dan een doos die naar Amsterdam gaat."

De Jong: "Een doos die van het Westland naar Moskou gaat, vergt een andere kwaliteit dan een doos die naar Amsterdam gaat."

Fabrikant De Jong produceert vele miljoenen dozen en plano's per maand. Doordat hij alles in eigen hand heeft, kan hij heel flexibel werken en overal snel en op tijd leveren.

Overstap

In het voorjaar van 1995 stopte De Jong met de teelt. "De eerste twaalf jaar dat ik teler was, verdiende ik een goede boterham. De laatste vijf jaar waren de prijzen slecht en hadden we teeltproblemen door de slechte weersomstandigheden. Eén oogst mislukte door de vorst. Het personeel werd een steeds grotere kostenpost. Ondertussen ontstaat er, door de ontwikkelingen bij The Greenery, steeds meer vraag naar 'eigen' verpakkingsmateriaal van telers die hun eigen afzet verzorgen."

De fabrikant produceert inmiddels vele miljoenen dozen en plano's per maand. Doordat hij nu alles in eigen hand heeft, kan het bedrijf heel flexibel werken en overal snel en op tijd leveren. "Geen doos is niet oogsten. We zorgen voor voldoende voorraad en capaciteit. 's Avonds bepalen we wat we de volgende dag gaan maken. We weten gewoon dat de tomatenoogst groter is als de zon drie dagen schijnt."

De Jong is bewust milieuvriendelijk bezig. Hij gebruikt voor 80% gerecycled papier. Het nieuwe papier wordt gemaakt van hout uit speciale bossen. "Wij moeten als karton/papierleveranciers voor iedere boom die we rooien drie bomen terugplanten. Scandinavië heeft nog nooit zoveel bos gehad", lacht hij.