



# ‘Verdubbeling van o

## Reportage

[Jacqueline Wijbenga]

**Jongdiervoederproducent Sloten viert dit jaar het 50-jarig bestaan. Het bedrijf heeft zich in die periode ontwikkeld tot een wereldspeler op het gebied van melkvervangers voor verschillende dieren. En het eind is nog lang niet in zicht, als het aan technisch directeur Steffen Rouwers ligt. „We streven naar een verdubbeling van de omzet in vijf jaar.”**

De basis van Sloten BV werd vijftig jaar geleden gelegd in het Friese plaatsje Sloten.

De bakermat van jongdiervoederproducent Sloten ligt in de Friese stad met dezelfde naam. Nog steeds speelt de productielocatie in Sloten een grote rol bij de fabricage van de jongdiervoeders die hun weg vinden naar zestig verschillende landen. „In de begintijd, eind jaren vijftig, werd de kalvermelk in Sloten geproduceerd. Begin jaren zeventig werd duidelijk dat de productie in de

Friese stad niet kon meegroeien met de toenemende vraag”, vertelt technisch directeur Steffen Rouwers.

Het bedrijf, waarvan de basis ooit werd gelegd door de coöperatieve zuivel, besloot de productie te splitsen. In Deventer werd in 1970 een nieuwe fabriek gebouwd. Enkele jaren later (1977) kwam daar ook het hoofdkantoor bij. De functie van de locatie in Sloten is veranderd, maar nog altijd vormen de producten uit Sloten de basis van de eindproducten, die onder de namen Sprayfo, Nuklospray en Spraymes op de markt worden gebracht.

### Vetkernen

In Sloten worden zuivelgrondstoffen verwerkt tot halffabrikaten. De zuivelgrondstoffen worden gemengd met plantaardige oliën. Het vloeibare mengsel, met gemiddeld zo’n 50 procent drogestof, wordt vervolgens gesproeidroogd. „Deze techniek wijkt af van hetgeen andere marktpartijen doen.

Vanwege dit onderscheid hebben



# n omzet in vijf jaar'

Jubilerend Sloten kijkt vooral vooruit



„Voor de uitbreiding van ons bedrijf oriënteren we ons op verschillende delen van de wereld“, aldus technisch directeur Steffen Rouwers.

we daaraan ook de naam van ons product ontleend: Sprayfo.“ Het bedrijf beschikt in Friesland over drie sproei-droogtorens, die afhankelijk van de diersoort, halffabrikaten produceren met een vetpercentage dat uiteen loopt van 30 tot 50 procent. De halffabrikaten zijn de zogenoemde vetkernen ingekapseld door zuiveleiwitten.

De vetkernen worden van Sloten naar Deventer gebracht en daar verder verwerkt tot de verschillende eindproducten. Het assortiment is in de loop der jaren enorm uitgebreid, het aantal merknamen daarentegen is al jaren stabiel. Sprayfo, de eerste merknaam van het bedrijf, bestaat na vijftig jaar nog steeds en is volgens Rouwers wereldwijd bijna verworpen tot een begripsaanduiding voor kalvermelk.

## Nederlandse vinding

Kalvermelk is volgens Rouwers een Nederlandse vinding. Ook niet verwonderlijk, met zoveel hoogwaardige zuivelgrondstoffen dicht bij. „Daardoor kon het product hier relatief makkelijk worden gemaakt en worden voorzien in een behoefte van melkveehouders om een goed alternatief te hebben voor

koeienmelk.“ Doordat het product in Nederland is ontwikkeld, is hier veel kennis over zuivelgrondstoffen en melkvervangers. „Niet alleen het product is uniek in de wereld, ook de kennis van grondstoffen en eindproduct staat hier op een hoog niveau.“ De combinatie van beide, een goed product en hoogwaardige kennis, maakt kalvermelk een gewild product dat zijn weg vindt naar de verste uithoeken van de wereld.

„Zo'n 90 procent van onze totale productie gaat de grens over.“ Dat betreft dan allang niet meer alleen de kalvermelk, ook de biggenkernen en de verschillende producten voor lammeren, geiten en veulens zijn in trek bij de buitenlandse afnemers.

## Marktsegmenten

Zo'n 50 procent van de productie betreft melkvervangers onder de naam Sprayfo, ongeveer 30 procent is de biggenkernen Nuklospray. Daarnaast produceert Sloten Spraymes, een product voor witvleeskalveren. Spraymes wordt niet meer gemaakt voor de eigen integraties. „In 1993 zijn we uit de contractmesterij gestapt. Daarmee hebben we eigenlijk ook afscheid genomen van de

## Jubileum

Sloten BV, producent van jongdiervoeders, bestaat dit jaar 50 jaar. De basis van het bedrijf is destijds gelegd in de Friese Elfstedenstad Sloten. Nog altijd is de fabriek in die plaats van grote betekenis voor de onderneming. Om dat te onderstrepen werd half september de aftrap van de jubileumactiviteiten gegeven met een open dag voor alle bewoners van Sloten. Daarna volgde een week met diverse activiteiten voor distributeurs, klanten, relaties en medewerkers.

Nederlandse kalvermesterij, want het merendeel van die dieren wordt onder contract gemest. In Nederland en België leveren we nog aan een onafhankelijke partij, maar Spraymes gaat vooral naar Italië waar de kalvermesterij een volledig vrije markt is.“

De verdeling van de productie over de drie marktsegmenten is een bewuste keuze geweest. „Alleen Sprayfo was een te smalle basis voor de onderneming. Zeker toen we ook uit de kalvermesterij stapten, was een bredere basis nodig. Die is gevonden in de biggenkernen, bedoeld voor de zelfmengende varkenshouders of mengvoerproducenten die het kunnen aanvullen met eigen grondstoffen, afhankelijk van de situatie ter plaatse.“

## Sterk merk

Ondanks de verbreding van het assortiment ligt het accent in belangrijke mate op Sprayfo. „Alle drie productlijnen zijn sterke merken, maar Sprayfo is toch wel ons topmerk“, stelt Rouwers vast. „Die positie willen we verder uitbouwen.“ De directie legt de lat daarvoor hoog. „De komende vijf jaar willen we een omzetgroei realiseren van 50 tot 100 procent. Dat moet kunnen.“ Het bedrijf baseert zich daarbij op de enorme potentie die er nog is voor verkennen en veroveren van nieuwe markten en het rotsvaste vertrouwen in de kwaliteit van hun product.

„Tot nu toe, zeg maar de afgelopen vijftig jaar, zijn we vooral gegroeid vanuit





## >> 'Verdubbeling van omzet in vijf jaar'



In Deventer worden de halffabrikaten uit Sloten verder verwerkt tot eindproducten voor verschillende diersoorten.



De producten worden onder de namen Sprayfo, Nuklospray en Spraymes op de markt gebracht en vinden hun weg naar zo'n 60 verschillende landen.

die eigen kracht. Het product verkocht zich als het ware zelf en zo werd ons verspreidingsgebied stilletjes aan groter. Maar die tijd is voorbij. Om nieuwe markten te veroveren, is meer nodig dan alleen een kwalitatief goed product. Je moet de mensen ervan bewust maken dat zo'n product er is voordat ze er om kunnen vragen."

Die verandering in marktbenadering heeft er toe geleid dat Sloten de marketing en communicatie intensiveert. Aan de mensen van die afdeling de taak om de producten onder de aandacht te brengen, de bijbehorende kennis daarover te verspreiden en zo nodig de praktijk te ondersteunen.

Dat die meer strategische aanpak zijn vruchten zal afwerpen, daarvan is Rouwers overtuigd. De eerste voorkeken zijn er al, onder andere in Rusland. „In zo'n land zijn ze niet gewend om kalvermelk te gebruiken, maar ze heb-

ben wel veel problemen met de opfokkalveren. Diarree, uitval, dat is daar aan de orde van de dag. Als je daarin verandering kunt brengen op een bedrijf, dan gaat er een wereld voor hen open, maar ook voor ons." Rusland is al een belangrijke afzetmarkt voor Sloten, maar Rouwers verwacht dat het bedrijf juist daar nog een verdere groei zal doormaken. Ook andere Oost-Europese landen, Azië en Zuid-Amerika hebben potentie.

### Prijs/kwaliteit

Nadeel van de nieuwe markten is wel dat de Nederlandse kalvermelk veelal als een duur product wordt ervaren. Veel klanten dringen aan op het doen van concessies, bijvoorbeeld als het gaat om de grondstoffen. Die slag wil Rouwers echter niet maken. „We leveren een goed product op basis van grondstoffen waarvan wij weten dat ze doen wat wij beloven. Die kwaliteit kunnen we waar maken en daaraan willen we geen concessies doen. Omdat we al onze producten onder dezelfde merknaam leveren, is het afbreukrisico te groot als je gaat sleutelen aan de grondstoffen."

Sloten zorgt ervoor dat ze voor de langere termijn contracten afsluiten met leveranciers van grondstoffen.

„Natuurlijk zijn we daardoor iets minder flexibel als het gaat om inspelen op schommelingen in de grondstofprijzen, maar we zijn wel verzekerd van de juiste kwaliteit van onze grondstoffen en dus ook een betrouwbaar eindproduct." Vasthouden aan de uitgang grondstoffen wil niet zeggen dat er geen ruimte is voor onderhandeling met klanten.

„Integendeel, we denken juist heel graag met de klant mee en kijken wat we kunnen doen om een passend product te krijgen voor de specifieke situatie. Maar aan de basis, onze vetkernen, wordt niet getornd." Vaak betaalt die houding zich op de lange termijn in positieve zin terug, heeft Rouwers ervaren. „Toen de grondstofprijzen vorig jaar de pan uitrezen, gingen menigeen bezuinigen op kalvermelk. De meesten daarvan hebben even een uitstapje gemaakt naar een ander, goedkoper product, maar nu de prijzen weer dalen, komen ze bij ons terug. Dat zegt genoeg."

### Grondstoffen

Ondanks de vasthoudendheid als het gaat om grondstofkwaliteit, wordt ook Sloten steeds vaker geconfronteerd met zuivelgrondstoffen waaraan bepaalde voedingsstoffen zijn onttrokken. „We proberen dat voor te zijn door contracten af te sluiten, liefst rechtstreeks met de betreffende producent, maar helemaal voorkomen kunnen we het niet." De toenemende vraag naar 'functional foods' in de humane sector en de betekenis die zuivelcomponenten daarbij hebben, maken dat de levensmiddelenindustrie toenemende belangstelling heeft voor de grondstofstroom die de basis vormt voor de kalvermelk. „Een uitdaging voor onze hele sector", constateert Rouwers. Daarom investeren wij in onderzoek naar de kracht van melk. „Wat zit er in, wat doet welke component en in welke combinatie van componenten komt een bepaalde eigenschap tot zijn recht? Die kennis is voor onze sector en voor de voedingsmiddelenindustrie van groot belang voor verdere productontwikkeling."

### Uitdaging

Een halve eeuw geleden werd door de coöperatieve zuivelbedrijven in Sloten de basis gelegd voor de internationale producent van jongdiervoeders. Na een management buy out twaalf jaar geleden, is het concern nu onderdeel van Nutreco. Beide ondernemingen passen elkaar goed, vindt Rouwers. „Net als Nutreco streven wij ernaar in alle landen waar we actief zijn, tot de top drie te behoren. Op veel plaatsen staan we daar al en waar het nog niet zo is, werken we er hard aan."

De bij die ambitie behorende productie-groei zal niet uitsluitend worden gerealiseerd in Sloten en Deventer. „In Deventer hebben we ruimte genoeg voor verdere uitbreiding. In de sproeitorrens te Sloten zit nog wat rek, maar onvoldoende om een verdubbeling van de productie op te vangen", geeft Rouwers toe. „Voor uitbreiding oriënteren we ons op verschillende delen van de wereld. Duidelijk is dat we daar gaan zitten waar voldoende aanvoer van zuivelgrondstoffen is." ■

