

Brameco Zon: 'Van alle markten thuis'

De Eindhovense voercoöperatie Brameco Zon scoort hoog op zowel algemene waardering als aanbeveling, en wordt daarmee de nummer 2 van het klassement. Jan Minten, hoofd verkoop en logistiek, en Mark Smits, hoofd buitendienst varkens, zijn content met de hoge waardering van hun klanten. Maar waar het succes hem nou precies in schuilt?



Beiden hebben daar eigenlijk nooit bij stilgestaan. Verloop onder de klanten is er nauwelijks. Ja, de concurrentie weet weleens wat klanten weg te kapen, maar vrijwel altijd zijn zij binnen een jaar terug – en hebben ze ondervonden dat het gras elders niet groener is dan bij Brameco Zon. Hoewel Minten en Smits hun aanpak 'doodgewoon' vinden, heeft het bedrijf toch wel een aantal bijzondere kenmerken. Een ongetwijfeld sterk punt is de zeer geroutineerde buitendienst. Naast een hoog kennisniveau beschikken de 11 bedrijfsadviseurs over heel veel ervaring. Brameco Zon wil dat zijn adviseurs sparringpartners zijn voor de ondernemers, op alle terreinen: van

voer, financiën, diergezondheid, milieumaatregelen tot beleidsactualiteiten. "Wij trainen onze mensen daarop", zegt Minten. Zeker eens per twee maanden worden externe deskundigen uitgenodigd voor een pittige discussie met de buitendienst. Denk aan een financiële expert van de Rabobank, een accountant, de farmaceutische industrie, fokkerijorganisatie, een dierenarts of wetenschapper. Het houdt de adviseurs scherp en breed georiënteerd. Verloop onder de medewerkers is er zowat niet. En als er nieuwe adviseurs moeten komen, dan is de selectie streng. De kandidaat moet de taal van de boer spreken, minimaal functioneren op hbo-niveau, passen in het team én – dat is opmerkelijk – uit de regio komen. "Wij zijn een regionaal bedrijf en

niemand uit de regio kent er nu eenmaal beter de weg, ook qua netwerk", motiveert Minten.

Vertrouwen en openheid

Vertrouwen en openheid zijn volgens beide heren reden van de hoge waarderingen van hun veehouders. Smits: "Klanten vertrouwen je soms de meest persoonlijke dingen toe. Discretie is daarbij basisregel nummer één." Verder draaien de adviseurs 'er niet om heen'. Met de stijgende voerprijzen bijvoorbeeld, denken boeren en dierenartsen weleens dat er goedkope rommel door het voer gaat. "Wij geven dan onze voerformuleringsprijs en bespreken openlijk welke grondstoffen erin zitten. Wij hebben geen geheimen voor onze klanten", besluit Minten.



Jan Minten (l) en Mark Smits.

Bedrijfsgegevens

Naam: Coöperatie Brameco Zon
Hoofdvestiging: Eindhoven
Vestigingen: Een productielocatie in Udenhout en drie Boerenbondwinkels in Udenhout, Moergestel en Middelbeers.
Rayon: Midden- en Oost-Brabant, Noord-Limburg, Zuidoost-Gelderland
Aantal medewerkers: 65
In de buitendienst: 11
Omzet: € 45 miljoen (2007)
Historie: In 2000 ontstaan uit fusie van voercoöperaties Brameco en Landbouwcoöperatie ZON.

Agruniek: 'Een grote regionale familie'



Het oostelijke veeweidegebied is het domein van voercoöperatie Agruniek. Het bedrijf zet zich actief in voor deze regio en weet zo als geen ander het familiegevoel onder zijn klanten te versterken. Agruniek is de onbetwiste nummer 3 in dit onderzoek.

"Wij doen veel aan ons regionale imago", begint Johan Schuttert, algemeen directeur. Het bedrijf levert niet alleen voer, maar neemt ook in de regio geteelde gewassen in. Akkerbouwers en veehouders die grond overhebben, telen er CCM en graan dat door Agruniek in voeders wordt verwerkt. Ook regelt de voercoöperatie des-

gevraagd de mestafzet. "Onze veehouders zijn mensen die hun brood in deze regio willen verdienen; daarom investeren wij in dit gebied", motiveert Schuttert. De 'smaak van de regio' voert ook de boventoon in evenementen die Agruniek organiseert voor zijn leden. Tijdens het ledenfeest bijvoorbeeld, is het buffet gedekt

met producten uit de streek, alles afkomstig van eigen klanten. "Bij elk gerecht zetten wij dan een bordje met de herkomst", voegt Theo Mijnen toe. Mijnen is algemeen verkoopleider bij het bedrijf. En natuurlijk speelt er een band uit de streek.

En hoe zit het met de 'regio-uitstraling' van de adviseurs? Mijnen zegt niet actief te selecteren op mensen uit de Achterhoek en Twente. "Maar inderdaad, ze komen allen uit deze omgeving. Bij de selectie hebben zij toch een streepje voor. Deze adviseurs snappen de aard en de cultuur van onze veehouders." Voerfabrieken in Polen of andere delen van Nederland? Schuttert moet er niet aan denken. "Wij komen niet achter het bos bij Arnhem. De cultuur is daar anders; die boeren zullen zich niet thuis voelen bij ons en wij niet bij hen." Uitbreiding richting Twente ziet Schuttert wel zitten. Deze boeren hebben dezelfde nuchterheid als in de Achterhoek.

Minder verkoop, meer kennis

Mijnen selecteert zijn adviseurs niet op verkoop-

talent. "Het overbrengen van vakkennis staat bij ons bovenaan de lijst. Agruniek komt niet binnen met de scherpste prijs, maar wij willen wél het maximale rendement voor de veehouder. Het advies kan dan best zijn dat er bespaard moet worden op krachtvoer en geïnvesteerd in het eigen ruwvoer." De adviseurs zijn voerexperts en beslissen daarom altijd mee over nieuwe voersamenstellingen.

Bijzonder is dat de voercoöperatie dag en nacht bereikbaar is voor zijn leden. De fabriek draait 24 uur per dag en veehouders kunnen altijd bellen. En als de eigen bedrijfsadviseur even niet bereikbaar is, dan springt de directeur desnoods bij. Betrokkenheid bij je klanten, ook privé, dat is de kritische succesfactor van een veevoerbedrijf, denkt Schuttert. En die betrokkenheid is er bij allen, van chauffeur tot zakgoedmedewerker. Iedereen kent de klanten en omgekeerd: de klanten kennen de medewerkers. De coöperatie is als het ware één grote familie.



Bedrijfsgegevens

Naam: Agruniek
Hoofdvestiging: Didam en Doetinchem
Nevenvestigingen: Wichmond, Sinderen, Azewijn
Rayon: Oost-Nederland (Achterhoek en Twente)
Aantal medewerkers: 56
In de buitendienst: 11
Omzet: € 50 miljoen (2007)
Historie: Oppericht in 1904. In 2000 werd voerbedrijf Van den Brink overgenomen en in 2008 voerbedrijf Grevers.

Johan Schuttert (l) en Theo Mijnen.