'In Nederland is genoeg opfokcapaciteit, alleen het zit niet goed verdeeld'

FOTO'S: BERT JANSEN

Profiel

Alex Janssen (56) is sinds 2013 verkoopleider bij Vepymo Nederland BV. Daarvoor werkte hij in commerciële functies bij Vencotec, Broederij Ter Heerdt, Zanders Oirlo en CHV. Daarnaast is Janssen, zelfbenoemd 'Doener in Passie', raadslid voor het CDA in de gemeente Horst aan de Maas. Hij was van 2014 tot 2019 voorzitter van 'Blij met een Ei' en was betrokken bij de oprichting van de mmmEggies. Hij organiseert netwerkbijeenkomsten onder de namen Kakelcafé, Piepcafé, Loeicafé en Knorcafé.

INTERVIEW ▶▶▶

Alex Janssen

'Dekalb is onze moneymaker'

Vepymo zette in 2013 een verkooptak in Nederland op. Alex Janssen ging die leiden. In ruim tien jaar groeide de afzet van Vepymo Nederland fors. Want er is veel vraag naar de witte Dekalb-hen. De eigen opfokcapaciteit kon die groei niet bijbenen.

DOOR HANS BIJLEVELD

Het Belgische Vepymo timmert ruim tien jaar flink aan de weg in Nederland en heeft aan marktaandeel gewonnen. Het bedrijf, oorspronkelijk van de families Destrooper, Pyfferoen en Moonen, is sinds enkele jaren, in stappen, volledig eigendom van fokbedrijf Hendrix Genetics geworden. Verkoopleider Alex Janssen blikt terug op ruim tien jaar Vepymo in Nederland en vertelt over de plannen.

Wat was de aanleiding om Vepymo Nederland te starten?

"Doordat na het faillissement van broederij Zanders in 2007 Ter Heerdt en Zanders zijn samengegaan, en Ter Heerdt later ging samenwerken met Wesjohann, viel het ambassadeurschap van Hendrix Genetics in Zuid-Nederland vrijwel weg. Een gesprek met Thijs Hendrix was voldoende om met Vepymo in dat gat te springen. Samen met Ruud Rutten hebben we een verkoopkantoor opgezet van waaruit we heel Nederland bedienen, met ondersteuning vanuit België."

Waarom is Hendrix Genetics nu eigenaar van Vepymo?

"Omdat de fokkers een netwerk willen hebben om hun distributie te borgen. Om klanten de zekerheid te bieden dat ze het merk krijgen dat zij hebben besteld. In ons geval Dekalb White en Isa Brown.
De moederdieren zitten in Isacom, waarin Vepymo samenwerkt met Broederij Het Anker en met ISA Export, dat is het exportkanaal van Hendrix Genetics voor broedeieren en eendagskuikens. In die moederdierenpool zitten een half miljoen moederdieren. Alle broedeieren uit die pool worden door Vepymo, Het Anker en ISA Export benut.

Hoe werkt die samenwerking?

"Elke partner in de pool geeft vooraf aan wat hij denkt te verkopen. Met name de export. Dat is één van de succesfactoren van onze formule. De export is een soort ontluchtingsventiel. Wij kunnen geld verdienen als we al onze broedeieren als een broedei kunnen benutten. En daar helpt export enorm bij. Als we in een maand te veel broedeieren hebben, kan dat veel geld kosten als we die in de consumptie moeten rijden. Bij ons gaan weinig broedeieren de consumptie in.
We hebben ook vaste klanten voor de export. Die bij ons broedeieren of kuikens kopen. Bijvoorbeeld omdat ze zelf geen of te weinig moederdieren hebben. Meestal verkopen we dan kuikens. Dat heeft onze voorkeur."

Waarom voorkeur voor kuikens?

"Als ik me beperk tot de Benelux en Duitsland. Daar verkopen we best veel kuikens die niet door ons worden opgefokt. Wel enkele miljoenen per jaar. Aan pluimveehouder die graag Dekalb-hennen willen hebben, maar die die hennen door een ander wil laten opfokken. Het liefst fokken we die kuikens natuurlijk zelf op, maar als de klant dat door een ander wil laten doen, dan staan we daar voor open. Dat kan bij ons al jaren. Zo'n pluimveehouder koopt dan bij ons Dekalb-kuikens, verkoopt die kuikens aan een opfokorganisatie en koopt ze als zeventien-weekse hennen terug. De pluimveehouder weet dan zeker dat het Dekalb-hennen zijn.

Hierbij speelt mee dat wij gebrek aan opfok hebben, wij kunnen meer verkopen dan we zelf kunnen opfokken."

Dat jullie te weinig opfokcapaciteit hebben, komt dat door het succes van de verkoop?
"Onze opfokcapaciteit is niet meegegroeid met onze afzet. In Nederland is in z'n totaliteit wel voldoende opfokcapaciteit, maar het zit niet goed verdeeld. We weten dat bij andere opfokorganisaties al vanaf vorig najaar opfokkers leeg staan. Maar veel opfokkers vinden het lastig om te switchen. En zijn honkvast. Ze zijn, begrijpelijk, loyaal aan hun opfokorganisatie met een jarenlange samenwerking. Vaak hebben ze een contract voor meerdere jaren met een volzetgarantie. Die leegstand kost opfokorganisaties veel geld.
Wij hebben nu dit voorjaar, voor het eerst, een campagne gestart om opfokkers te werven. Hierdoor hebben we een beter beeld gekregen van wat er leeft bij opfokkers van anderen. Met die actie geven we een duidelijk signaal af en komen we gemakkelijker in gesprek met een opfokker. We hebben met enkele opfokkers om tafel gezeten. En verwachten voor het eind van het jaar met twee of drie opfokkers een samenwerking aan te gaan.

'Wat is er leuker dan lekker rommelen in de achtertuin van je grootste concurrent?'

Vanwege onze beperkte opfokcapaciteit zijn we dus wat creatiever met onze afzet en verkopen we ook eendagskuikens. Die dan door een ander worden opgefokt. Dat past ons ook wel. Direct boter bij de vis. En minder risico. Want in de jonge hennen zit een bult geld. Tegenwoordig ruim € 5. En inclusief OKT gaat het naar ruim € 8.
Wij hebben geluk dat we met de Dekalb White gewoon de beste witte hen hebben waar veel vraag naar is. Iedereen wil die hebben. En dan moet je bij Het Anker of bij ons zijn. Die fokken we natuurlijk het liefst zelf op, want we vinden dat we dat zelf het beste kunnen. Bovendien zit er meer marge op een zeventien-weekse hen dan op een kuiken. Maar omdat we opfokcapaciteit tekort hebben, willen we zo'n premiumproduct Dekalb ook wel aan de concurrent verkopen. Zo weten we extra omzet te genereren."

Waardoor zijn jullie sinds de oprichting van Vepymo Nederland zo snel gegroeid?
"Ten eerste het product. Dekalb is onze moneymaker.

We zitten veel in het zuiden en daar zitten traditioneel witte kippen. Daar past die kip goed. We doen wel wat in bruin in Nederland, zo'n 5 tot 10%. Maar dat zien we wel duidelijk groeien bij ons, doordat we nu met Isabrown een competitieve bruine hen hebben. De Isabrown is van oudsher een efficiënte bruine kooikip, maar door de fokkerij van Hendrix Genetics is het een stabiele, goed presterende scharrelende legster geworden die de concurrentie aankan. Daardoor gaan we als Vepymo nu ook meer meedoen in bruin.
Naast een goed product hebben we een enthousiast team van mensen, we zijn super actief en dat stralen we ook uit. Bij ons staat de klant centraal. We zijn transparant, doen wat we zeggen.
We hebben in tien jaar een mooi klantenbestand opgebouwd. Ik durf te zeggen dat we het mooiste klantenbestand hebben van alle broederijen. Echte ondernemers. Nadeel is wel, zien we nu, dat wij straks relatief de meeste stoppers hebben van pluimveehouders die meedoen aan de opkoopregeling. Want zulke ondernemers durven ook te stoppen. Als dat een rationele keuze is."

Jullie kondigden aan dit jaar in Duitsland te gaan broeien. Waarom gaan jullie dat doen?
"Dat is onder meer vanwege onvoldoende broedcapaciteit. En ook vanwege de groeiende vraag naar 5x D, dat alles van een product uit Duitsland moet komen. Daar willen we op inspelen. Ook willen we voorbereid zijn op eventuele aanscherping van regels in Duitsland, bijvoorbeeld van KAT. En daarnaast is er ook in Duitsland vraag naar ons product. En wat is er nu leuker dan een beetje liggen rommelen in de voor- en achtertuin van je grootste concurrent.
Onze broederij in Poppel heeft een capaciteit van zo'n 10-12 miljoen kuikens. Vorig jaar hebben we door loonbroed bij derden miljoenen kuikens meer kunnen broeden, maar dat is nog niet voldoende om aan de toenemende vraag te voldoen. Een deel van de loonbroed deden we bij Van Hulst in Veldhoven. Maar die is inmiddels weg, opgekocht door ASML. Met die dynamiek hadden we te dealen.
De logische stap is om dan verder te kijken naar broedcapaciteit. Deze hebben wij gevonden bij de vleeskuikenbroederij Heijmer Van Hulst in Bad Bentheim, Duitsland. Deze broederij heeft een theoretische capaciteit van 15 miljoen henkuikens, maar die zullen we niet nodig hebben. We investeren flink in deze locatie. Het plan is om er in de loop van dit jaar operationeel te zijn. Deze broederij zal 100% OKT/KAT-waardige kuikens produceren, die voldoen aan de Duitse OKT-wetgeving, die inhoudt dat er geen eendagshaantjes gedood mogen worden. De broederij zal beschikken over een in-ovo geslachtbepalingstechniek. Onze keus is gevallen voor de Genus Focus van Orbem. Deze techniek is contactloos en heeft een hoge mate van automatisering."

Alex Jansen en Dirk Moonen, directeur Vepymo in de broederij in Poppel (B). (archiefbeeld uit 2015)

De intensievere samenwerking met Maatman, die jullie begin mei bekend maakten, is dat ook om opfokcapaciteit uit te breiden?
"Vepymo levert al ruim vijftien jaar Dekalb Wit-kuikens aan Maatman. Maatman is vooral georiënteerd op Noord-Nederland, waar wij ook al enkele jaren met succes actief zijn. Nauwere samenwerking past ons goed. Maatman heeft een eigen opfokbedrijf en enkele opfokbedrijven onder contract. Die komen nu voor ons in beeld. Neemt niet weg dat onze vraag naar opfokcapaciteit blijft."

Is er verschil tussen de Belgische en Nederlandse cultuur en heeft dat invloed op jullie succes gehad?
"Ruud en ik hebben het geluk dat we uit Zuid-Nederland komen. We worden soms als halve Belgen gezien. Bij de Belgen is het gemoedelijker, een stukje Bourgondischer, het wordt wat minder zakelijk bekeken, werken en privé is vaak één. In het begin was het Belgische wel een uitdaging bij de verkoop. Opfokken in België? Totdat ze in Nederland zagen dat ze dat in België heel goed kunnen, misschien op een bepaald vlak – bruine hennen – nog wel beter. Er zitten daar echte specialisten tussen. Er zijn daar opfokkers met 80.000 hennen met niets anders erbij. Daarmee wil ik maar zeggen dat Belgische opfokkers het net zo goed doen als de Nederlandse."

Welke uitdagingen zie je nu voor de komende twee, drie jaar?
"We zijn de afgelopen jaren zeker zo'n 10% per jaar gegroeid. De omzet en groei vasthouden, is uitdaging één. Ik zou het mooi vinden als we de komende paar jaar elk jaar 5% kunnen blijven groeien. Dat zal lastig worden, want ik voorzie een krimp van de sector van ettelijke miljoenen kippen en ik denk dat wij van alle broederijen de meeste klanten hebben die meedoen aan de stoppersregelingen.
De tweede uitdaging is dat we zicht hebben op kansen en mogelijkheden, dus omzet buiten de Benelux. Waarbij Duitsland nu concreet is. Dat is eigenlijk het verhaal."

Gaat dat lukken?
"Omzetgroei heeft alles te maken met visie, strategie en drive. We hebben een product dat staat. We hebben de beste witte kip. En een heel competitieve bruine. Fokker Hendrix Genetics werkt aan het verbeteren van de performance van onze producten, om de voorsprong te behouden.
Daarnaast hebben we een team van mensen die het verschil maken. Mensen met een drive en een doorzettingsvermogen, voor wie het werk hun leven is. Als we ons werk met plezier kunnen blijven doen, dan winnen wij het van alle anderen. Dat durf ik keihard te zeggen. Want mensen maken het verschil.
Verder is nodig een arbeidsvriendelijke techniek om embryo's te seksen, waar minder gespecialiseerd personeel voor nodig is.
In het algemeen zal ons succes ook afhangen van de politiek. Want daar hebben we allemaal mee te maken. Dat er nog voldoende perspectief blijft voor de volgende generatie. Want ik maak me wel zorgen om de waan van de dag van de politiek …"