

# AGF-horecagroothandels krijgen er een veelkoppige conculega bij



Kruiden onder NatuurlijkVers label

Ruim een jaar geleden staken ze voor het eerst de koppen bij elkaar, zes directeuren van gespecialiseerde AGF-horecagroothandels, verspreid over Nederland. Zeven vergaderingen later - met 100 procent aanwezigheid - tekent de samenwerking van NatuurlijkVers een steeds duidelijkere vorm af. Komende Horecava geven ze hun visitekaartje binnen de horecasector af, andere AGF-horecagroothandels krijgen er een veelkoppige conculega bij.

“Door samen te werken, zijn we in omzet een goede tweede of derde AGF-horecagroothandel in de markt”, vertelt Henk den Ouden van CrosspointManagement die het samenwerkingsproces van de zes (eigen)wijze ‘groenteboeren’ begeleidt. Belangrijke drijfveer achter de samenwerking is landelijke horecaketens te kunnen



NatuurlijkVers ondernemers vlnr, boven Dennis Voerman (VersvoorHoreca, Haaksbergen), Peter van der Mey (Van der Mey Quality Food & Vegetables, Rijnsburg), Alle Kruizinga (Kruizinga AGF BV, Heerenveen), Henk den Ouden (Crosspoint Management, procesbegeleider), Andre den Hertog (Den Hertog versleverancier, Amstelveen). vlnr, onder: Gert Smink (Smink AGF, Harderwijk) en Kees Mourits (Vers Select, Bergen op Zoom). Fotografie: Daan Barnhoorn Fotografie

bedienen en de eigen klanten met een breder pallet mogelijkheden. De gewone term ‘groenteboer’ in plaats van AGF-horecaspecialist gebruiken ze bij NatuurlijkVers expres. “Het is een geuzennaam. Kijk naar de populariteit van het televisieprogramma The British Bake Off, dat maakt de bakker weer tot een echte ambachtsman. Wij zijn dat ook”, vertelt Kees Mourits, één van de zes NatuurlijkVers ondernemers en eigenaar van Vers Select. De zes groothandels blijven aan de voorkant zelfstandig maar aan de achterkant vindt een verregaande integratie plaats. Kees: “We zijn zes echte ambachtslieden, met grote kennis over de producten, staan dichtbij de klant, blijven een platte organisatie - er zit één deur tussen de telefoon en de directie - en spreken de taal van de regio en dragen die uit. Als gelijkgestemde collega’s ontzorgen en inspireren we elkaar. Zo kunnen we ons gedreven richten op datgene waar we goed in zijn: het uitoefenen van het AGF-ambacht en het verlenen van persoonlijke aandacht aan onze klanten.” Henk bekijkt het geheel ook met een bedrijfskundige bril. “Hoewel we door de samenwerking kosten kunnen besparen, gaan we in eerste instantie star-

ten met ‘quick wins’. We zullen nooit ‘lean and mean’ worden. Een aantal zaken kun je standaardiseren maar omdat we regionaal willen zijn, is het bijvoorbeeld al onmogelijk om werkprocessen te standaardiseren. Daarvoor verschillen de bestelprocessen per regio te veel. Juist door de gedifferentieerde strategie te behouden, willen we het beter doen dan anderen met meer professionele klantgerichtheid.”

Betere producten aanbieden bijvoorbeeld, de club ontwikkelde al een drietal private label NatuurlijkVers producten: verse kruiden (dragon, tijm, rozemarijn, Thaise basilicum, kervel en knoflook bieslook), ready-to-eat avocado’s en ready-to-eat mango’s. “Kruiden zijn een steeds belangrijkere categorie voor de horeca aan het worden waarvan we de kwaliteit en prijs willen standaardiseren. Dat geldt ook voor avocado’s en mango’s. We kunnen die nu uit eigen rijperij, volgens onze eigen hoge standaard, dus écht ready-to-eat, aanbieden. Het zijn allemaal gevoelige en grote producten. We willen daarbij niet meer afhankelijk zijn van dagprijzen en fluctuaties en af van de ‘elke dag op nieuw beginnen’-praktijk, de ‘dynamiek’ die de handel zo typeert. Het kan best strakker georganiseerd”, benadrukken de mannen.

Ook voor de bulkproducten staat NatuurlijkVers op het punt om een contract te tekenen met een partij die ‘voor in de keten’ zit. “Een tomaat onder private label is theoretisch mogelijk. Hoe tof zou het zijn wanneer we met zijn zessen een merk neerzetten



dat er toe doet”, droomt Kees alvast. “Doortelersverenigingen en importeurs worden we inmiddels serieus genomen. Er is daar relatief nog weinig kennis en ervaring met foodservice doordat deze partijen zo gefocust zijn op retail en export. Foodservice is echter dé groeimarkt. Misschien hangt er om horeca nog een soort ‘cowboy’-imago, maar dat verandert rap. Mensen gaan steeds vaker buiten de deur eten, waarbij er steeds meer aandacht is voor ‘plantjes’. De zee is leeg, vlees is de grootste verontreiniger van de wereld en er wordt ons verteld dat we gezonder moeten leven. We gaan naar 80% groenten en 20% vlees op bord, er komen steeds meer vegetariërs of consumenten die minimaal 1 à 2 keer per week vegetarisch eten. Wij, als “groenteboeren” van de toekomst, moeten dus vooral vegetarische en vegan specialisten worden om

foodservice daarbij te helpen.” NatuurlijkVers denkt ook andersom. “Chefs weten hoe ze groenten lekker moeten maken, dus vanuit hen komt de foodinnovatie. Hun producten vind je straks bij retail”, stelt Henk. Het regionale karakter en focus op streek- en seizoensproducten zijn andere belangrijke troeven voor NatuurlijkVers. Henk: “Hoe milieuvriendelijk is het, dat je als horeca of instellings-keuken kan kopen bij een streekondernemer. Dat is veel groener dan inkopen bij een totaal leverancier. De lijnen zijn korter, de routes zijn korter. Groener inkopen is bijna niet mogelijk. Daarbij garanderen we versheid, we pakken minimaal een dag ten opzichte van totaalleveranciers.” In het kader van duurzaamheid is eten met de seizoenen een thema binnen NatuurlijkVers. Kees: “Alles wat je forceert of van ver moet halen, is in principe niet duurzaam. Je mag jezelf echt wel eens afvragen of het goed is om dat op de kaart te zetten, terwijl er zoveel mooie alternatieven van dichtbij zijn. Wij weten exact welke producten wanneer beschikbaar zijn en betrekken hierin ook de streek. Dus: Geen groene asperges in de winter op het menu, maar schorseneren, ook wel bekend als winterasperges. Maar wel: zeekraal uit Zeeland naar Friesland en: Friese aardappelen naar Limburg. Dat is veel duurzamer.”

## OVER NATUURLIJKVERS

Zes vakmannen uit alle windstreken van Nederland dekken als samenwerkende AGF horeca groothandel heel Nederland af. Initiatiefnemer van NatuurlijkVers is change consultant Henk den Ouden, die in zijn carrière in de levensmiddelenketen jarenlang met ketenvorming en concentratie te maken heeft gehad. Met behoud van eigen identiteit regionale kennis omzetten in een landelijke aanpak is de kern NatuurlijkVers. “We zijn als praatgroepje begonnen met zes eigenwijze mannen die elkaar nu wat gunnen in het samenwerkingsverband. Samen zijn we meer waard, we gaan stapje voor stapje maar ondertussen zijn we elkaar aan het opjuinen en ongemerkt verhoog je het niveau” Praatgroepje betekent niet dat er lange heisessies nodig zijn om ideeën uit te wisselen. Over het logo en de naam NatuurlijkVers werden de ondernemers het binnen 10 minuten eens.



Natuurlijk  
VERS

TEL: 0653 287570

INFO@NATUURLIJK-VERS.NL

WWW.NATUURLIJK-VERS.NL

