

Kouwenhoven Vlees

Als je precies 40 jaar bestaat, dan ontbreekt er geheid een moment aan om even terug te kijken naar hoe het begon, hoe het liep, hoe de groei is ontstaan en waarom het bedrijf op dit moment zo'n stevige positie in de markt heeft. Want... de resultaten uit het verleden, bieden uiteraard geen..... Jiska en Eric Kouwenhoven zijn zich daar als geen ander van bewust. Het is door Eric's vader en moeder, Theo en Henny, met de paplepel ingegoten toen zij in 1969 met Kouwenhoven Vlees startten. "In die tijd had mijn vader al een andere visie dan veel andere ondernemers," zegt een zichtbaar trotse Eric die nu de dagelijkse leiding in handen heeft van het Amsterdamse bedrijf. "Hij heeft zich vaak verwonderd over de wijze waarop soms met klanten werd omgegaan. Hij is voor zichzelf gestart en het resultaat is vier decennia later nog steeds een groeiende onderneming."

"Zijn echt met niks begonnen," vervolgt hij. "Er was geen netwerk van klanten en er was eigenlijk ook geen concrete ondernemerservaring. Mijn ouders waren - en zijn! - mensen met gezond verstand, die met veel passie iets wilden opbouwen. Ze realiseerden zich als geen ander dat voor niets alleen de zon opgaat en dat je moest knokken voor elke opdracht. En dat leverde al vrij snel het eerste succesje op. Na een jaar kon hun groothandel in vlees al uitbreiden en konden de eerste medewerkers worden aangenomen. De tweede stap liet ook niet lang op zich wachten, want er was behoefte ontstaan aan meer ruimte. Een nieuw pand werd betrokken waar ook andere activiteiten - zoals het uitbenen van vlees - werden verricht. Langzamerhand ontwikkelde Kouwenhoven Vlees zich tot een begrip bij de slagerijen. Uiteindelijk zijn we in 1985 verhuisd naar de Centrale Markthallen, waar we nu nog steeds gevestigd zijn. Het was ook het jaar toen het

Abattoir Amsterdam werd geopend. Mijn vader werd toen verplicht om op jaarbasis in ieder geval 1.000 koeien per jaar te laten slachten en dat werd al snel meer. Het resulteerde in een aandeelhouderschap van het Abattoir, het Slachthuis."

Vier jaar geleden is een volgende nieuwe stap gemaakt. "Natuurlijk zijn we nog steeds gevestigd op de Centrale Markthallen maar we hebben toen ons nieuwe pand en de aanbouw in gebruik genomen. Die ruimte hadden we nodig want al een hele lange tijd leverden we niet meer uitsluitend aan de slagerijen in Nederland. Supermarkketens, de vleeswarenindustrie, de snackindustrie en vele horecatoeleveranciers behoren nu tot onze klantenkring. We werken momenteel met 17 eigen mensen en met ongeveer 8 inhuurkrachten."

Het doel in al die jaren - in 2000 werd Eric mede-vennoot van Kouwenhoven vlees - is niet veranderd en daarmee is hij dicht bij de visie van zijn vader gebleven. "We willen geen groot log bedrijf zijn. Onze klanten en potentiële opdrachtgevers dienen ons snel te kunnen bereiken. Korte lijnen zijn de succesfactor. Want als er klachten zijn, dan moet het meteen worden opgelost. Niemand zit te wachten op langdradige processen. Bovendien ervaren wij onze platte organisatie als een enorm voordeel omdat je alleen op deze wijze de klanten goed kent."



bestaat 40 jaar

Tekst: Jerry Helmers (Crown Media)
Fotografie: Blinkfotografie



Theo (links) en Eric (rechts) Kouwenhoven

Elke koe, die wordt binnengebracht, is immers anders. En omdat we de klanten goed kennen, weten we snel welke net binnengebrachte koe mogelijkwijze geschikt is voor welke klant. In een groot bedrijf is dat niet haalbaar. Die visie rechtvaardigt ons bestaansrecht.”

Toch verwacht Kouwenhoven Vlees de komende jaren flink wat veranderingen in de markt. “Onze producten zullen nog meer op maat moeten worden geleverd. Vooral het portioneren zal in onze branche gaan toenemen. De ene klant wil het zó gesneden hebben en de andere klant wil het weer anders. Ook een slager wil het steeds verfijnder. De klant stelt steeds meer voorwaarden en dat is ook logisch; die ontwikkeling heeft immers te maken met de wensen van de consument, die nog steeds voor goede kwaliteit wil gaan.”

Het betekent dan ook dat Kouwenhoven Vlees altijd op zoek blijft naar goed personeel. “Dat is niet altijd even eenvoudig,” zegt het tweetal. “Werken bij ons bedrijf moet je wel kunnen. We beginnen al om vier uur in de ochtend omdat om zes uur écht de eerste wagens moeten wegrijden met vers vlees, het

land in, naar de klanten toe. Daarnaast vereist het werk flink wat discipline. We zijn daar ook scherp op: er zijn veel regels voor wat betreft de hygiëne en de bereiding van het vlees. Die standaard willen we hoog houden. We laten niets aan het toeval over. Al deze regels hebben een doel en zijn dan ook heel verstandig.”

Dat niet alleen de klanten dit ervaren, blijkt alleen al uit het feit dat zelfs de keurmeesters van de Voedsel- en Warenautoriteit zijn opgeleid bij Kouwenhoven Vlees. “De autoriteit heeft gezien dat het bij ons goed functioneert, dat we ons aan alle regels houden en dat we dus een voorbeeldfunctie hebben. Overigens betekent dit niet dat wij nooit worden gecontroleerd. Natuurlijk zijn wij ook aan steekproeven onderworpen. Maar daar hebben wij altijd vertrouwen in dat we daar goed op scoren.”

Leuk zijn de neveneffecten; een vleesverwerkingsbedrijf - gekoppeld aan een slachterij - geeft kunstenaars natuurlijk volop inspiratie. “Zo hebben we hier regelmatig fotoshoots voor studenten van de kunstacademie, hebben we televisieopnamen

gehad van Baantjer en hebben de deelnemers aan het TV-programma Fifteen, met kok Jaimy Oliver, een dag bij ons gewerkt. Verder zijn we onlangs nog bezocht door 40 slagers uit Denemarken, die bij ons kwamen kijken hoe het werkt. Hoewel het doen van rondleidingen natuurlijk niet ons dagelijks werk is - en we maken er ook helemaal geen reclame voor! - zien we dit vanzelfsprekend als een groot compliment.”

Ambities voor de toekomst zijn er uiteraard ook. Aan één aspect wil Eric echter niets veranderen. “We willen een trots familiebedrijf blijven. Ook dat hebben we van mijn ouders geëerd. Mijn vader is daarom ook nog steeds met zijn hart helemaal betrokken bij de zaak en we vragen hem regelmatig om advies. Je ziet vaak dat het in veel familiebedrijven misgaat. Bij ons niet; het heeft te maken met de manier waarop we met elkaar omgaan en de ongekende betrokkenheid van iedereen bij alles wat we doen. En uiteindelijk profiteren daar onze klanten van. Want dat is toch de reden waarvoor je het allemaal doet. Ook in de volgende 40 jaar!”