Crisis maakt creatief:

Groentesnijderij wordt maatwerk groente atelier

Wat doe je als je omzet plotseling drastisch daalt? Chris de Jong van GreenS & SaladS zag het gebeuren. "Je houdt als ondernemer met van alles rekening, maar dit kon niemand voorzien. En dat is maar goed ook. Wat ik wel weet is dat deze situatie om verandering vraagt, want ik verwacht niet dat we nog terug gaan naar normaal."

Chris startte in 2012 GreenS & SaladS, vanuit de groentensnijderij van de toenmalige groothandel Ter Wal in Meppel. Het bedrijf verwerkt verse groenten en fruit tot gesneden groenten, wok- en roerbakgroenten, rauwkostmixen en –salades, sla en slamixen, fruit en fruitsalades en diverse aardappelenproducten. Tot de klanten behoren speciaalzaken, groothandels, retailers, biologische supermarkten, instellingen, horeca en productiebedrijven. "We bedienen zowel de lokale groenteboer als grote retailers. Klanten kunnen bij ons terecht voor 500 gram tot 3.000 kg in elke gewenste verpakking en hoeveelheid."

Dat de afzet naar de foodservice vrijwel volledig stil kwam te liggen als gevolg van de coronamaatregelen viel hem zwaar. Na te zijn bekomen van de eerste shock, besloot Chris niet bij de pakken neer te blijven zitten, maar in actie te komen. De afgelopen periode gebruikte hij om te onderzoeken wat wel kan, wat de grootste kracht is van GreenS & SaladS en op welke manier het bedrijf dit het beste kan inzetten voor een gezonde toekomst. Van daaruit ontstonden verschillende initiatieven en nieuwe producten, die er zonder corona waarschijnlijk nooit waren geweest. "Laat ik vooropstellen, natuurlijk hadden we liever op volle kracht doorgedraaid, maar het levert ook andere inzichten op, wat mooie kansen biedt voor de toekomst."

DENKEN IN KANSEN

De drie kwaliteiten waar GreenS & SaladS zich op focust zijn flexibiliteit, vers en verantwoord en creativiteit. Aspecten die met elkaar zijn verweven en volgens Chris gezamenlijk de grootste kracht vormen van het bedrijf. Daarom introduceert GreenS & SaladS het begrip 'maatwerk groente atelier'. "Flexibiliteit betekent voor ons denken in oplossingen en verrassen van klanten. Niet alleen tijdens corona, maar ook daarna. Een mooi voorbeeld hiervan is dat we tijdens de eerste lockdown speciale maaltijdsalades hebben ontwikkeld voor een ziekenhuis, dat de medewerkers van de ic-afdeling wilde voorzien van gezonde, verantwoorde en vegetarische maaltijden. Hierbij hebben wij rekening gehouden met specifieke voedingswaarden en we maakten een speciale verpakking. Ook produceerden we speciaal voor een klant barbecuespiesjes met groenten en fruit en rauwkostsalades in kleinverpakkingen. Bedrijfsbarbecues en -borrels gaan niet door, maar personeel verrassen met een lekker thuispakket kan wel."

Vers en verantwoord staat voor de garantie van dagverse producten, de duurzame werkwijze en transparantie hierover richting de klant. Chris: "Zo werken we samen met een aantal vaste telers en we kopen daarnaast in via groothandels. Klanten weten precies waar onze producten vandaan komen en we verwerken alles zo vers en snel mogelijk. Kijkend naar duurzaamheid kan ik wel zeggen dat dit bij ons niet zomaar een kreet is, wij kunnen het echt verantwoorden. Onze groenten wassen we met water uit eigen bron, zuiver en schoon water dat voldoet aan de eisen. Het snijafval wordt verwerkt tot veevoer en compost, we scheiden al het afval voor hergebruik en we hebben een dak vol zonnepanelen. Dit resulteert in een zo goed als circulaire onderneming. We merken dat klanten dit ook belangrijk vinden."

GreensSalads

PROACTIEF INNOVEREN

Tot slot het punt creativiteit, wat vooral te maken heeft met productontwikkeling, procesverbetering en productinnovaties. Het ontwikkelen van nieuwe producten is voor het bedrijf niets nieuws. GreenS & SaladS onderzoekt altijd al samen met klanten de verschillende mogelijkheden van receptuur, snijtechniek en groenten- en fruitsoorten. Wel vindt Chris het voor de toekomst belangrijk om meer aan de voorkant van dit proces te opereren. "Productontwikkeling dus niet alleen afstemmen op de wens van de klant, maar ook zeker andersom. We willen aan het roer staan, proactief bezig zijn met innovaties, zowel op verpakkings- als productgebied."

"Nu de foodservice het zwaar heeft en de retail juist knalt, ontwikkelden we bijvoorbeeld verpakkingen die geschikt zijn voor de retail. Daarnaast werken we momenteel samen met twee gelijkgestemde bedrijven aan een compleet nieuw product op het gebied van gezond snacken. Ik wil nog niet alles verklappen, maar durf wel te zeggen dat het echt een aanvulling is op het huidige aanbod. Opvallend aan dit product is dat het voldoet aan 25 procent van de ADH groenten en fruit." De eerste reacties zijn volgens hem positief, wat goede verwachtingen schept. Hij merkt op de komende tijd nog meer te willen inzetten op originele, bijzondere producten en versbeleving. "Straks gaan we bijvoorbeeld het aspergeseizoen in, waarmee ook veel mogelijk is. We maken nu gebruik van de rust en ruimte om kansen te creëren waarmee we klanten kunnen verrassen. Natuurlijk is het goed dat er steun wordt geboden, maar ik denk wel dat je nu moet veranderen. Helemaal zoals voorheen wordt het naar mijn idee niet meer." (CH) ■

chris.dejong@greensandsalads.eu