



Adrie Kleinjan
**“Nooit nee zeggen en
 altijd product leveren
 tegen marktconforme
 prijs”**

Kleinjan's aardappelhandel bv. koopt en verkoopt uitsluitend op de vrije markt. Riscovol? “Dat hoeft niet. Wij bewegen mee met de markt. Dan kun je een win-winsituatie creëren voor iedereen”, aldus Adrie Kleinjan. Hoewel hij het nog te vroeg vindt om een voorspelling voor het nieuwe seizoen te geven ziet hij genoeg mogelijkheden.

“Het is een memorabel jaar geweest. De oude oogst is zo goed als weg en dat is frappant voor de tijd van het jaar”, vertelt de handelaar haverwege juli. Waar Kleinjan normaal gesproken 52 weken per jaar aardappelen beschikbaar heeft van Hollandse bodem, belooft er dit jaar een gaatje te zitten tussen de oude en nieuwe oogst. “Dit betekent overigens niet dat er geen aardappelen beschikbaar zullen zijn. Het gat wordt direct ingevuld met importproduct. Er wordt heel veel deze kant opgestuurd.” Kleinjan's Aardappelhandel richt zich uitsluitend op het Nederlandse product en verhandelt minimaal importaardappelen, evt. alleen voor de Nederlandse markt. “Wij hebben het import product niet nodig voor export. Bepaalde supermarkten gaan in het voorjaar over op importaardappelen, maar toch lijkt het dat men, als er voldoende

de Hollands product is, voor het Nederlandse product te kiezen. De nieuwe aardappelen uit het buitenland zijn duurder, maar niet altijd lekkerder. Daarnaast zijn we toch ook een beetje chauvinistisch.”

MARKTCONFORME PRIJZEN

Aardappelgroothandel Kleinjan houdt zich bezig met aardappelen in de breedste zin van het woord: pootaardappelen en aardappelen voor de versmarkt, industrie en export. Het bedrijf heeft bovendien eigen teelt van pootgoed en consumptie aardappelen. “Van de te verhandelen aardappelen wordt het grootste deel ingekocht bij telers die voor ons telen. Zij telen de rassen die we in de markt goed weg kunnen zetten. Daardoor hebben we binding met telers en klanten en weten wij al in een vroeg stadium welke kwaliteit er geleverd en verkocht

kan worden.” De aardappelen van Kleinjan komen uit een breed teeltgebied van Groningen tot Parijs, maar het zuidwesten van Nederland is de belangrijkste productieregio. “Voor onze afzetmarkten telen wij momenteel de traditionele rassen, maar ook elk jaar proberen we op verschillende markten, nieuwe rassen uit. Op onze proefvelden staan meer dan 100 nieuwe en bestaande rassen staan, waarvan er elk jaar een aantal nieuwe rassen in het assortiment worden genomen.”

Adrie vertelt dat er vooraf geen prijzen zijn vastgelegd. Wel worden er afspraken gemaakt over volumes, rassen, afname, enzovoorts. “Ik heb maar één contract, en dat is met mijn vrouw. Van vaste prijsafspraken ben ik helemaal niet. Dan is er altijd een verliezer en daar voelen wij ons niet lekker bij. Wij werken in een markt van vraag en aanbod. Op die manier kun je een win-winsituatie creëren voor iedereen. Belangrijk zijn voor je klant, personeel en afnemer is wat wij voorop stellen. Onze specialiteit is nooit nee zeggen en altijd een product aanbieden tegen een marktconforme prijs.”

KWALITEIT STEEDS BELANGRIJKER

De afnemende aardappelconsumptie leidde voor een teruggang in de consumentenverpakking hoeveelheid. Waar jaren geleden verpakkingen van 5 kilogram nog aftrevonden zijn het nu veelal 2,5 en zelfs 1 kilogram verpakkingen. “Vroeger at men vijf keer per week aardappelen. Nu staat de pieper hooguit twee keer per week op het menu en wordt het product bovendien vaker anders bereid. De aardappel is een groente geworden. De kwaliteit en het uiterlijk van het product is daardoor belangrijk geworden. Consumenten kopen echt op het oog en willen een mooie blanke aardappel.” Kleinjan ondersteunt de Power to the Pieper campagne om aardappelen onder de aandacht te brengen. “De aardappel moet weer sexy worden. Het is een product met oneindig veel variatiemogelijkheden. Door

middel van reclame in de media en op social media hopen wij consumenten te kunnen inspireren weer vaker voor aardappelen te kiezen. Of dat nu om een snelle en gemakkelijke maaltijd voor door de week of een



uitgebreidere variant voor in het weekend gaat. Aardappelen kunnen altijd.” Dit betekent overigens niet dat de 5 kilogram verpakkingen verdwenen zijn. Zeker allochtone consumenten geven hier nog altijd de voorkeur aan. “Het mag niet te veel kosten

maar het product moet wel goed zijn. Verder valt op dat in Oost-Europa nu ook vaker om kwaliteit wordt gevraagd en daar is men bereid voor te betalen.” De bediening van klanten binnen Europa doet de aardappelgroothandel zelf. Daarbuiten wordt dit door exporteurs verzorgd. Een flinke toename ziet Adrie in de afzet van de Agria-achtige rassen, wat te danken is aan de groei van verse frites. “De consumptie van verse frites is de laatste jaren in Nederland, maar eigenlijk ook in heel Europa flink toegenomen. Zo hebben wij klanten die vroeger een enkele pallet fritesaardappelen haalde. Nu zijn dat complete auto's. Het geeft ook aan hoe de eetgewoonten zijn veranderd. Verse frites neemt een groot gedeelte van de markt met diepgevroren product over. We verwachten dat deze groei de komende tijd doorzet.”

DEPREZ
HANDLING SOLUTIONS
Taking better care of goods

Deprez Handling Solutions
B-8610 Kortemark

sales@deprez.be
www.deprez.be

Top kwaliteit | Qualité supérieure
Opslag & Sorteerrinstallaties
Stockage et lignes complètes
30 jaar ervaring | 30 ans d'expertise

Turn Key installations
from concept until commissioning

POTATO EUROPE 2017
Emmeloord 13-14
potatoes **feed** the world

standnr. C164

Maestro non-stop automatic bin filler

Octopus non-stop automatic bin washer

automatic bin handling