



Danny Deen, Denimpex:

“Alleen doen waar je goed in bent”

Deze zomer overleed Bram Deen op 84-jarige leeftijd. Hij richtte in 1955 Denimpex op, gericht op de levering van producten voor de verwerkende industrie. In de loop der jaren maakte het Amsterdamse AGF-bedrijf onder leiding van de tweede generatie Danny en Harry Deen en de derde generatie Joey Deen de switch naar overzeese importeur en toeleverancier van de supermarkten. “Bovenal zijn we een familiebedrijf. Hierdoor kunnen we snel reageren op veranderingen in de markt. Wij hoeven geen meeting in te plannen, maar kunnen in vijf minuten van politiek veranderen”, vertelt Danny Deen.

Hoe zag Denimpex er in de beginjaren uit?

“Mijn vader leverde veel meer voor de industriële verwerking. Vroeger had iedereen glas- en blikconserven op voorraad staan. Producten als komkommers, augurken, zwarte bessen, kersen, asperges, knolselderij, witte en rode kool gingen in groten getale naar de industrie. Onze afzet was grotendeels gefocust op de Engelse, Duitse, Scandinavische en Joegoslavische markt. Zo leverden we veel ‘pickles’ aan de Engelse markt, die je destijds kreeg bij je biertje in het café. Daar hadden we toen wel een marktaandeel van 80 procent. Concurrenten waren in die tijd J.H. Wagenaar en Nic Breuers.”

Vanwaar kwam de omslag naar de verse AGF?

“Ik ben in 1987 in de zaak gekomen, nadat ik bij Jacob van den Berg in Rotterdam ervaring had opgedaan in de citrusimport en mijn broer Harry had in de tussentijd bij diverse bedrijven ervaring opgedaan waaronder Frankort & Koning, Aartsenfruit, SFI en Remus en die wilde ook terug naar het familiebedrijf in Amsterdam. Toen werd al snel duidelijk dat de mogelijkheden in de industrie niet meer zo groot waren door de veranderende eetgewoontes die meer naar dagvers overschakelde. De veilingen kwamen met het idee om een dure klok op te tuigen op ieder kantoor, waardoor de hele augurkenindustrie uit Nederland en België

is verdwenen. Ook hadden steeds minder mensen conservengroenten en fruit in blik en glas in huis. Daarom zijn we ons gaan toeleggen op de import en het toeleveren van de supermarkten en de export naar diverse overzeese exportmarkten.”

Hoe ging dat in zijn werk?

“Omdat we al veel in uien handelden, had mijn vader in Dinteloord een uienpakstation opgericht, genaamd Remus. In eerste instantie om met de ‘pickles’ niet afhankelijk te zijn van andere sorteerbeprijven, maar later was REMUS ook zelfexporterend. Toen waren de Hollandse uien nog maar van augustus tot en met maart op de markt en zijn we gestart met een eigen bedrijf in Egypte genaamd Aratra Holland B.V. die de import van uien en aardappelen deed vanuit Egypte naar Europa. We waren de eersten in Nederland met Tasmaanse uien van Vecon en samen met Van Dijk Delft ook de eersten die Nieuw-Zeelandse uien naar Nederland lieten komen. Samen met Jaap Wiskerke gingen we van start met de teelt in Zuid-Frankrijk. In 1988 is mijn vader gestopt en zijn we in de loop der jaren veel meer supermarkten gaan beleveren.”



Bram Deen pioniert in Suriname



Volgden er al snel meer fruitsoorten?

“Buiten het Hollands seizoen was er veel ruimte voor importproduct. We importeerden vervolgens al vrij snel appels, peren en druiven uit Australië. Later werden Zuid-Afrika, Nieuw-Zeeland, Zuid America, America, Israël en Egypte steeds belangrijkere herkomstlanden. Als productspecialist gingen we jaarrond met de seizoenen mee.”

Wanneer startte het Chinese avontuur?

“Ook dat is eind jaren ‘80 geweest. Destijds was het nog veel wildwest. Je had de staatsbedrijven en wat exporteurs zonder vergunning waardoor we veel product via Hong Kong en Singapore importeerden. Het bedrijf Shandong Foodstuffs Import Export kreeg als eerste en als enige Chinese exportbedrijf een exportvergunning voor knoflook en daarmee zijn we gestart met de rechtstreekse import vanuit China. Dat heeft geduurd tot 2006 toen de directeur van Shandong Foodstuffs I/E voor zichzelf begon. Gelukkig hadden we toen onze naam gevestigd in China. Nu werken we samen met een Chinees bedrijf dat zijn volledige productie naar ons stuurt en diverse andere Chinese exporteurs. Naast knoflook halen we ook gember, kastanjes, pomelo’s en peren uit China en dan ook het hele pakket. Knoflook leveren we bijvoorbeeld in wel twaalf verpakkingen, van 10 kg los tot 100 grams netjes en van solo tot gepelde. Echt het hele scala.”

Staan de importvolumes voor Europa onder druk door toenemende vraag van andere markten?

“Zeker! Vroeger was Europa de belangrijkste bestemming voor China. Nu staan we op de zevende plaats als EU bestemming.

Bestemmingen als Pakistan, Japan en Indonesië zijn veel belangrijker geworden. En ik verwacht dat de importantie van Europa alleen maar verder af zal nemen. In 1988 werd al voorspeld dat er een periode zou komen dat China van exportland zou veranderen naar importland en dat zie je nu gebeuren. We waren tien jaar terug de eerste die pomelo’s importeerden. Toen liep het seizoen nog van januari tot en met maart. Tegenwoordig start het seizoen eind augustus al, maar is export totaal niet meer interessant voor de Chinezen omdat de prijzen lokaal veel hoger liggen. Hetzelfde geldt voor Chinese appels, die we om deze reden al zeven jaar niet meer importeren.”

Wat zie je als belangrijkste productielanden voor de toekomst?

“Dat is natuurlijk afhankelijk van de seizoenen, maar voor ons zullen China, Nieuw-Zeeland, Egypte en Zuid-Amerika sowieso belangrijke importlanden blijven. Sinds een paar jaar hebben we een eigen kantoor in Brazilië. In de producten waarin we sterk zijn, willen we sowieso het hele gamma leveren. Daarom betrekken we tegenwoordig ook product uit Thailand. Uien importeren we zelfs uit negen landen tot Japan toe. Afgelopen jaar was deze handel niet zo interessant omdat de Spaanse en Nederlandse uien zo goedkoop waren, maar dat kan komend seizoen zomaar anders zijn.”

Geloven jullie in een totaalpakket of productspecialisme?

“Wij hebben altijd in productspecialisme geloofd in combinatie met merkenbeleid, want de klant moet kunnen vertrouwen op de continuïteit in kwaliteit en aanvoer.

We komen in de AGF-sector nu in een fase dat iedereen gaat doen waar hij goed in is en dat is een goede ontwikkeling. Voor ons zijn dat hoofdzakelijk gember, knoflook, uien en citrus. We werken bijvoorbeeld in Nieuw-Zeeland met bepaalde leveranciers al 35 jaar samen. Dan kun je echt wat opbouwen. Die hapsnapbedrijfjes vallen allemaal af, al gaat dat in de ene sector sneller dan in de andere. Met importuien zijn we bijvoorbeeld alleen met Mulder Onions en Van der Lans overgebleven op de markt, maar met een product als knoflook zie je regelmatig gelegenheden importeurs op de markt en dat werkt enorm marktverstorend. Zij houden het nooit lang vol, maar iemand die vijf containers importeert, kan op korte termijn wel veel verpesten voor iemand die honderd containers importeert. In sommige productgroepen, zoals Indiase en Egyptische druiven, zijn er helaas nog veel te veel aanbieders. Ik denk wel dat in de toekomst het aantal importeurs zal afnemen en dat iedereen een bepaald specialisme naar zich toetrekt. Hetzelfde geldt ook voor de export. In de laatste decennia zie je veel pakstations gaan exporteren. Dat was in het verleden ook al het geval en naar verloop van tijd zie je dat weer veranderen naar het leveren aan ervaren exporteurs.

Verwacht je niet meer concurrentie van overzeese producenten die hier een verkoopkantoorje starten?

“Die waren er vroeger al en zullen er altijd blijven. Neem Outspan, Jaffa, Agrexco. Alle landen hebben wel telers gehad, die het hier hebben geprobeerd, maar er is de laatste twintig jaar geen kantoor opgericht dat nog bestaat. Voor ze goed en wel draaien, zijn ze vaak alweer dicht. Een Egyptenaar