

Dutch Farm Veterinary Pharmaceuticals verwerft positie op exportmarkt

In de branche van de diergeneesmiddelen is sinds de verplichte registratie (vanaf 1987) veel veranderd. Het mixen in badkuipen in oude schuurtjes heeft plaats gemaakt voor pure professionaliteit. Een producent moet zichzelf tig keer bewijzen voordat registratie een feit is. Dutch Farm Veterinary Pharmaceuticals in Barneveld heeft een prestatie van formaat geleverd door zich temidden van gevestigde bedrijven een plaats te verwerven.

Reden voor een gesprek met Maurice Breed, die samen met zijn partner René Siedenburg van werknemer tot werkgever werd en vanaf 1996 de onderneming opstootte in de vaart der Nederlandse exporteurs. Een gesprek in het brandnieuwe pand aan de Veemweg, leunend tegen het bedrijventerrein Harselaar West.

ZORGVULDIGHEID

Breed en Siedenburg pleegden in 1995 een management buy-out. Ze realiseerden een jaar later hun eigen nieuwe onderneming.

'We hebben een grote inspanning geleverd om van de 104 producten die de voorganger in de markt zette, met een twintigtal een levensvatbaar leveringsprogramma te vormen. Registratie kost gemiddeld 200.000 euro. Door niet gebruikte registraties uit de markt over te nemen steeg dat aantal tot veertig'.

De reden voor het succes? Commercie, logistiek en kwaliteit horen onlosmakelijk bij elkaar. Als één van die drie componenten losraakt stort alles in', aldus Breed.

'Vanaf 1988 was ik de enige op kantoor. Ik heb als het ware één grote ontdekkingsreis moeten maken. Alles zèlf uitgevonden. Dat geldt ook voor mijn partner René in verkorte vorm. Het is oh zo belangrijk om van de hoed en de rand te weten'.

Het succes laat zich afmeten aan



(Foto Persburo Dick van der Veen)

De partners René Siedenburg en Maurice Breed staan achter hun producten.

enkele cijfers: in 1996 elf personeelsleden en export naar negen landen, in 1999 achttien medewerkers en 25 buitenland, in 2001 22 medewerkers en 32 landen, in 2003 is het doel een verdere groei naar 40 landen. Siedenburg heeft productie, logistiek en inkoop in het pakket; Breed commercie en kwaliteit.

De problematiek in de branche schuilt onder andere in het feit dat zo ongeveer ieder land er eigen normen op na houdt.

'Dat vereist grote investeringen in relatiebeheer. We steken daar veel geld en tijd in. Handel met het buitenland is sterk afhankelijk van een betrouwbare distributeur'.

BUITENLAND

Het 'Barneveldse pakket' blijkt gewild in het buitenland. 'We exporteren voor ongeveer 52%. De binnenlandse markt stagneert als gevolg van het inkrimpen van de veestapel'. De goede relatie met de kamer van koophandel leidde tot succesvolle deelname in het PSB-programma. Het leverde een export-medewerker en deelname aan een

beurs in het Verre Oosten op.

'Dutch Farm' volgt een eigen koers. 'Het schenkt ons voldoening dat we in Nigeria een prima agent hebben gevonden, terwijl zo ongeveer iedereen die handel met dit land drijft zich tegenwoordig bekreunt'.

Breed zucht ook, maar dat slaat op de moeite die het kost om geschikte, gemotiveerde medewerkers in eigen regio te vinden. 'We hebben drie jaar lang naar een apotheker gezocht. De administratie is momenteel onderbezet'.

'Dutch Farm' wil best binnen Europa nog wat verder groeien, maar de regelgeving is daarbij een hinderpaal. 'We steunen op vier pijlers: kwaliteit, flexibiliteit, samenwerking en betrouwbaarheid. Dat zijn de vier wieken van de molen die een prominente plaats inneemt in ons logo. De producten uit Barneveld worden niet rechtstreeks aan de veehandel geleverd, maar komen daar via de groothandel terecht.

OVERHEIDSONDERSTEUNING

Maurice Breed heeft een uitgesproken mening over overheidsinstanties, kamers van koophandel, EVD en de Nederlandse Ambassades.

'Allemaal heel nuttig, maar laten ze a.u.b ook eens wat meer feitenmateriaal geven. Bijvoorbeeld adressen van keurende instanties. Of waardevolle adviezen van potentiële afnemers. Dan is het nut nog veel groter'.