

ZWAGER KOFFIE ZET VOLGENDE STAP IN PROFESSIONALISERING

BRAM DERKS: 'DE FOCUS LIGT NU HELEMAAL OP KOFFIE'

Veel bedrijven worden opgestart vanuit een idee, passie of motivatie. Randolph van Loon en Bram Derks hadden het alle drie toen zij eind 2018 vonden dat ze samen Zwager Koffie begonnen. Ze startten in 2018 met een marktonderzoek, vonden met Siebe een perfecte brander en dus een derde aandeelhouder en in maart 2019 gingen ze officieel van start en Zwager Koffie was geboren. Inmiddels zijn we ruim een jaar verder en vertelt Bram Derks over het eerste jaar en de stand van zaken.

In 2019 was Bram Derks ook nog druk met zijn bedrijf A.S.I Document Management. "Dat ging goed, we hadden in tien jaar tijd een mooie klantenportefeuille opgebouwd en we waren flink gegroeid in aantal medewerkers. A.S.I was klaar voor de volgende stap in professionalisering, maar ik stelde mezelf ook de vraag of ik dat nog wel wilde doen. Groeien betekent automatisch weer flink investeren en ik merkte dat ik het werk voor Zwager Koffie toch wel erg leuk vond. Ik zag daar grote kansen, alleen al omdat koffie in Nederland wel een eerste levensbehoefte lijkt. De markt groeit nog steeds en bedrijven investeren steeds vaker in kwaliteit van koffie voor hun personeel en klanten. Betere bonen en machines die passen bij de uitstraling die ze willen

hebben. Wil je van een bedrijf een succes maken dat moet je wel willen focussen en dus in dit geval al mijn tijd en energie full swing in de koffiebranche investeren. Alle puzzelstukken vielen samen toen er zich een koper aandiende voor A.S.I. Ik richt me nu volledig op Zwager Koffie. Daar hoorde ook nieuwe huisvesting, een nieuwe showroom en nieuwe kantoren bij. Dat is inmiddels allemaal geregeld."

KOFFIE IS INGEWIKKELD

Uit het vooronderzoek van 2018 bleek dat koffie een extreem ingewikkeld product is. Het is opgebouwd uit drie hoofdtonen - zoet, zuur en bitter- maar daarnaast bestaat elke boon uit meer dan 1.000 bestanddelen die samen de smaak bepalen. De kwaliteit van de bonen is afhan-





‘IS DE KOFFIEMACHINE DEFECT, DAN IS DIE PANIEK ER METEEN. GEEN KOFFIE?’

23

kelijk van het ras (bijvoorbeeld Arabica of Robusta) de plek waar ze worden geoogst (Zuid- en Centraal-Amerika, Afrika of Azië) en natuurlijk van de kennis van de boer. Eenmaal geoogst komt het aan op het vakmanschap van de brander en of dat nog niet genoeg is spelen het melange, de zetmethode en de kwaliteit van de bereidingsmachines een grote rol bij de uiteindelijke smaaksensatie. “Uit ons onderzoek bleek ook dat de rol van de brander zeer belangrijk was. Die hadden we al snel gevonden. Zijn uitgangspunten kwamen overeen met wat wij belangrijk vinden. Wij werken met eerlijke en duurzame koffie. Wij kennen de koffieboeren waar de bonen vandaan komen persoonlijk, wij weten hoe ze werken. Dat is belangrijk, want voor een goed eindresultaat heb je de maximale inzet van veel partijen nodig. En we innoveren waar we kunnen. Zo wordt bijvoorbeeld de koffiepulp weer ingezameld, die gedroogd als brandstof voor de branders kan worden gebruikt. Wij heb-

ben een eigen signatuur aan onze koffie weten te geven. Wij branden de bonen lichter, waardoor de nadruk minder op de bittertonen ligt. Zo maken we naam in Nederland en worden we een steeds belangrijkere speler in de markt voor bedrijfskoffie. Dat heeft er alles mee te maken dat we er in zijn geslaagd een eigen smaakpatroon voor Zwager Koffie te ontwikkelen. Wij hebben invloed op het gehele proces van oogsten, branden en verpakken, waardoor we perfect maatwerk kunnen leveren. Gepersonaliseerde verpakkingen? Geen probleem. Een eigen smaakpatroon? Dat kunnen we probleemloos leveren. Daarmee konden we van start. Randolph als het financiële en administratieve brein, onze meesterbrander en ik als verantwoordelijke voor marketing en sales.”

KOFFIE EN MACHINES

In de aanloop naar de start deden Bram en Randolph ook onderzoek naar de verschillende contractvormen, de beschik-

bare machines en de specifieke koffiebehoefte van verschillende bedrijven. “Het maakt nogal uit of je klant een klein advocatenkantoor is of een groot productiebedrijf. Daar horen verschillende machines en koffiemelanges bij. Zwager Koffie onderscheidt zich niet alleen in topkwaliteit van de (h)eerlijke bonen, maar we investeren ook in duurzame productie. We werken samen met lokale koffieboeren uit Afrika en Zuid-Amerika. Op die manier oefen je rechtstreeks invloed uit op de kwaliteit van het product. We hebben een assortiment van verschillende bonen samengesteld met elk een ander karakter. Ons assortiment bestaat uit vijf blends, van mild tot strong. Door de verschillende melanges heeft de klant altijd het smaakpatroon van zijn voorkeur in huis. Datzelfde geldt voor onze machines. De range loopt van eenvoudig tot zeer geavanceerd, van instantkoffie tot bonenkoffie. Wij hebben voor elke klantvraag de goede machines beschikbaar.”

EEN JAAR LATER

Toen A.S.I was verkocht moest Zwager Koffie op zoek naar nieuwe huisvesting. "Die vonden we eigenlijk meteen in het naastgelegen gebouw. We besloten de zaken voortvarend aan te pakken en de kantoren en de showroom ingrijpend naar onze hand te zetten. We hebben echt alles veranderd, van vloeren tot plafonds, een nieuw aircosysteem, glazen wanden en een showroom die de concurrentie met elke andere koffiespecialist moeiteloos aan kan. Daar staan onze machines opgesteld. Dat zijn deels andere merken dan waarmee we zijn gestart. De eerste maanden bleken niet alle merken even goed te voldoen. We werken nu uitsluitend nog met A-merken waaronder de bonenmachines van Jura, Franke, Necta en Etna. Daarmee hebben we niet alleen altijd een juiste machine voor elke klantvraag, maar ook een machine waar we volledig achter kunnen staan. Ook ons assortiment aan bijproducten als bekers, suiker, melk, koekjes en uiteraard thee in allerlei soorten en smaken is uitgebreid. We hebben alles in huis om de koffiebeleving te optimaliseren. Ook onze organisatie is versterkt. Zo hebben we recent extra routeverteenwoordigers aangesteld, die alle klanten geregeld bezoeken. Door de grote vraag naar onze producten was die uitbreiding sneller noodzakelijk dan verwacht. We bedienen hierdoor onze klanten nog beter. Door de extra kracht is er meer tijd voor elke klant en machine. Dat vinden we belangrijk, niet alleen om te controleren of alles nog loopt zoals het zou moeten, maar ook om het contact met klanten te houden. Bevalen de producten, doen de machines het optimaal, dat is een service die we belangrijk vinden. Over service gesproken, ook die is uitgebreid. Als een printer uitvalt dan breekt geen paniek uit. Er wordt een servicemonteur gebeld en wanneer die vandaag of morgen een keer langs komt dan is alles OK. Is de koffiemachine defect, dan is die paniek er meteen. Geen koffie? Dan wordt een dag wel erg lang. Bovendien is een koffiemachine in veel bedrijven een centraal punt in de organisatie. Daar tref je elkaar, daar kun je even een praatje maken."

KOFFIE IS BELEVING

De markt voor leveranciers van bedrijfskoffie is zwaar concurrerend. Wil je je daar als nieuwkomer in onderscheiden dan moet je iets extra's brengen. Bram Derks: "Dat kunnen we. Succes in deze branche is van een aantal factoren afhankelijk. Uiteraard van de kwaliteit van je koffie en dus van de brander, van de machines die je aanbiedt, van de flexibiliteit en de kwaliteit van je organisatie, van de duurzaamheid die je nastreeft, maar wellicht nog meer van je servicegraad, die moet gewoon 100% in orde zijn, want koffie moet gewoon altijd beschikbaar zijn. Daar hebben we het laatste jaar hard aan gewerkt en met succes."





‘WE HEBBEN ALLES IN HUIS OM DE KOFFIEBELEVING TE OPTIMALISEREN’

Het aantal klanten groeit gestaag en ze zijn tevreden. Uiteindelijk is dat waarvoor je het doet, tevreden klanten. Dan worden het je ambassadeurs en dan kun je groeien. En dat zijn we vast van plan.”

CORONA

Immiddels hebben we een lange periode van corona al achter ons. Bram Derks vertelt hoe Zwager Koffie de afgelopen maanden heeft gefunctioneerd tijdens de lockdown: “Toen Mark Rutte aankondigde dat we (Nederland) op slot gingen, merkte we het meteen in onze agenda’s. Afspraken werden massaal geannuleerd en voorlopig was een nieuwe afspraak inplannen niet aan de orde. Voor ons gaf het juist een periode die we goed konden gebruiken. Na de verhuizing en de turbulente start van Zwager Koffie waren er zaken blijven liggen die je normaliter in een normale week niet kan uitvoeren

door de drukte. Nu hadden we daar tijd voor”. In de weken die volgde heeft Zwager Koffie veel geïnvesteerd in de organisatie. Extra (verkoop) trainingen, meer productkennis en verandering van systemen hebben er voor gezorgd dat zij sterker en professioneler uit deze coronatijd zijn gekomen. Bram Derks vertelt verder: “Nu Nederland weer op enkele plekken open mag onder strenge condities, merken wij dat de markt voor koffie ook weer snel op gang komt. Er komen veel aanvragen binnen, afspraken worden weer ingepland en nieuwe koffiemachines worden besteld. Ook het leveren van de goederen komt weer aardig op gang. Natuurlijk hanteren wij de RIVM protocollen en maatregelen, zoals afstand houden en geen fysiek contact. Bij ieder bezoek maken wij de machine dusdanig schoon dat deze ook weer aan de richtlijnen van het RIVM voldoen.”

Gebruik de kortingscode *business2020* voor 20% korting in onze webshop.

Kijk voor meer informatie op www.zwagerkoffie.nl of bestel onze producten op www.zwagerkoffieshop.nl

