

Onderneming in beeld: Hela Thissen

# “Het is leuk om met eten bezig te zijn”

De regio Noord-Limburg kent verschillende bedrijven met mooie succesverhalen. In de rubriek Ondernemer in beeld staan we uitgebreid stil bij deze verhalen. In deze editie staat Hela Thissen uit Venlo centraal.

FOTOGRAFIE MARCEL KRIJGSMAN

“Ik ben waarschijnlijk de enige baby die grootgebracht is met curry in plaats van melk”, grapt Hay Thissen, algemeen directeur van Hela Thissen uit Venlo. Zijn vader begon ooit met de import van de Curry Kruiden Ketchup van het Duitse familiebedrijf Hela, maar inmiddels produceert het bedrijf in Venlo ook andere sauzen, zout- en peperspecialiteiten, kruidenstrooiers en dressings.

“Mijn ouders hadden een cafetaria in de Emmastraat in Venlo. In die tijd was het assortiment aan snacks en sauzen nog lang niet zo uitgebreid als nu. Je had eigenlijk alleen mosterd en piccalilly. Mijn vader Harry stuitte per toeval op de Curry Kruiden Ketchup van Hela en vond dit een lekker product. Op een gegeven moment was het product in Nederland echter niet meer leverbaar. Hij besloot toen de stoute schoenen aan te trekken en tekende op 28 oktober 1967, twee weken nadat ik was geboren, een contract bij Hela. Hij werd toen de importeur van de Curry Kruiden Ketchup in Nederland. Mijn vader bood de saus aan in zijn eigen cafetaria, waarvan er later nog twee vestigingen bij kwamen. Ook

ging hij met een tube onder de arm naar andere cafetaria's toe en liet hij de eigenaren zelf proeven. Later beweerde mijn vader, tegelijkertijd met een andere man uit Zuid-Limburg, de uitvinder te zijn van de friet speciaal en de frikandel speciaal.”

“De afzetmarkt was jarenlang Venlo en omgeving. Later is dit uitgebreid naar Limburg en Brabant, waar nu nog steeds de sterkste concentratie zit.”

Hoewel het Harry in het eerste jaar net niet lukte om zijn jaargetarget van 200 dozen te halen, beviel de samenwerking goed en werd de exclusieve verkoop van de Curry Kruiden Ketchup na drie jaar omgezet in

een contract voor onbepaalde tijd. In 1980 kwam daar ook de import van kruiden en specerijen bij, dat voorheen door een bedrijf in Amsterdam werd verzorgd. Inmiddels heeft Hela wereldwijd in negen landen vestigingen.

#### Productontwikkeling

De afzetmarkt was jarenlang Venlo en omgeving. Later is dit uitgebreid naar Limburg en Brabant, waar nu nog steeds de sterkste concentratie zit. Ook is de afzet sinds 1967 gestegen, van 200 dozen met elk 24 tubes (4500-5000 kg saus op jaarbasis) in 1967 tot 7 miljoen liter curry per jaar die door de Nederlandse B2C- en B2B-markt wordt verorberd. “Onze Curry Kruiden Ketchup is te vinden bij groothandels, cafetaria's en instellingen zoals de keukens van ziekenhuizen. Maar men kent ons juist van de B2C-markt omdat je in die markt je merk en logo veel uitgesprokener moet communiceren en jezelf moet blijven ontwikkelen en innoveren. Dan ontstaan er allerlei varianten op de curry zoals light, biologisch of hele andere smaakrichtingen.”





Sinds 1992 wordt er niet alleen Curry Kruiden Ketchup verhandeld, maar worden er ook andere producten ontwikkeld en geproduceerd. “Toen ik in 1991 het aandelenpakket van mijn vader, en daarmee ook de leiding overnam, beseftte ik al dat handelsbedrijven niet de toekomst hebben. Maar om je te kunnen profileren als een productiebedrijf, moet je ook zelf producten ontwikkelen en een kwaliteitssysteem implementeren. Bovendien kregen we ook vragen uit de markt naar nieuwe

producten, maar die werden door Hela Duitsland niet opgepakt vanwege de kleine volumes. Toen ik vervolgens een brief ontving van iemand die solliciteerde naar de functie van buitendienstmedewerker, maar eigenlijk een productontwikkelaar was, besloot ik de sprong te wagen.”

#### Kookplaatje

Deze productontwikkeling werd rond 1992 in gang gezet. “Dat was heel basaal in de keuken annex kantine met een elektrisch

kookplaatje met daarop een keteltje waar een kok in stond te roeren. Ook werd er een bedrijfje dat saladedressings produceerde overgenomen en hetzelfde gebeurde met de kruiden en specerijen. Nu produceren we in Venlo verschillende producten en vullen we deze ook af. Het grootste gedeelte van het assortiment dat bijvoorbeeld in de winkels van Oil & Vinegar te vinden is, komt hier vandaan. Wat betreft saladedressings behoren we tot de top drie van grootste spelers in de Nederlandse

“Wat betreft saladedressings behoren we tot de top drie van grootste spelers in de Nederlandse markt naast Remia en Unilever.”

markt naast Remia en Unilever. Ik ben er erg trots op dat een relatief kleine speler zo'n positie heeft weten te veroveren. Wat betreft de dressings zijn we nog steeds bezig met het uitbreiden van de distributie en het introduceren van nieuwe smaken. Dit jaar lanceren we bijvoorbeeld een uniek product: dressing voor groente zoals broccoli, bloemkool en boontjes. Uit cijfers blijkt namelijk dat 70% van de Nederlanders te weinig groente eten. Wij willen de consument helpen om meer groente te eten door eten lekkerder te maken zodat iemand met plezier eet. Dat sluit aan bij onze pijler ‘product leadership’; met name binnen het onderdeel smaak zijn we onderscheidend.”

#### Wensen

Bij de productontwikkeling ziet het bedrijf het als een uitdaging om rekening te houden met de wensen van de consument. “Neem bijvoorbeeld e-nummers. Dit zijn door de EU goedgekeurde stoffen die een bepaalde functie hebben, zoals het con-





serveren van producten. Die e-nummers kan ik verwijderen om tegemoet te komen aan de groep mensen die deze e-nummers liever niet eet. Maar vervolgens moet ik mijn houdbare product, waar een supermarkt om vraagt, op een andere manier conserveren. Kies ik voor de methode met azijn, heb ik wat suiker nodig om de smaak goed te houden. Maar vervolgens wil een andere groep het product juist niet meer vanwege de toegevoegde suiker. Om die reden hebben wij gekozen om onze groentedressings te conserveren op basis van azijn en honing in plaats van suiker. Maar er zijn ook ontwikkelingsprocedures waarbij innovatie voorop staat. Zo zijn we samen met een aantal kennisinstututen en studenten bezig om voor een bekende snackketen een vegetarische snack te ontwikkelen, zodat deze keten een nieuwe doelgroep kan creëren.”

“Dit jaar lanceren we bijvoorbeeld een uniek product: dressing voor groente zoals broccoli, bloemkool en boontjes.”

#### Uitbreiding

Heel wat bedrijven hebben sinds 2008 last gehad van de crisis. Hela Thissen heeft daar mede dankzij de duidelijke keuze voor kwaliteit en productontwikkeling minder last van gehad. “Wel was 2012 een pittig jaar. Door een samenloop van omstandigheden, waaronder de explosieve prijsstijging van grondstoffen, schaarste

door een mindere oogst, de aandelenmarkt die het minder goed deed en de opkomst van biobrandstof waren de prijzen van de grondstoffen fors hoger.” Ondertussen werken er bij Hela Thissen 48 mensen. Binnen vijf jaar wordt er op een locatie in Venlo een nieuwbouw gerealiseerd met een volledige productielijn van sauzen en een personeelsbestanduitbreiding naar 80 tot 100 medewerkers. “We gaan daar nieuwe producten produceren zoals mayonaise en mosterdachtige producten. Dat is ook het leuke van deze branche; het is leuk om met eten bezig te zijn en er is altijd wel wat te doen. Iedereen heeft er wel een mening over.” ■

[www.hela.nl](http://www.hela.nl)