



## 'Niet gekeken naar rendement, maar naar de kans'

7 maart 2011, 9:41 uur | FD.nl

Door: Joost Bijlsma

**Uit ergernis over hoge marges van supermarkten en lage opbrengsten van boeren startte Marwin Dekkers de website Vershuys.com. Via de site kan men zonder tussenkomst van de supermarkt van boeren kopen. 'De tijd is rijp voor een ander verkoopkanaal.'**

Een oudere heer opent de deur van een woonboerderij in Sevenum. Hij loopt zijn gast naar een ruime aanbouw achter. Daar wacht Marwin Dekkers: 'Dat is mijn vader', onthult de ondernemer even later. 'Hij is een van de redenen dat ik Vershuys ben begonnen. Als voorzitter van de land- en tuinbouworganisatie in Limburg kwam hij voortdurend thuis met verhalen over de grote marges van supermarkten en de lage opbrengsten van boeren.' Het bedrijf van Dekkers, Vershuys.com, haalt de schakel van de supermarkt en tussenhandel weg. Via de website kunnen Limburgers en een deel van de Brabanders nu ruim een jaar rechtstreeks verse waren aan huis laten bezorgen. Vershuys verkoopt groenten en fruit van boeren in de omgeving, maar ook vlees, brood, zuivel en andere (streek-) producten. Door de directe levering zijn de waren verser en duurzamer dan die van de super, claimen Dekkers en de zijnen.

**U levert rechtstreeks aan consumenten en concurreert met de grote jongens. Dat klinkt als serious business, waarvoor serieuze bedragen nodig zijn. Hoe hebt u dit van de grond gekregen?**

Dekkers: 'Ik was actief als ondernemer met Huizenpartner.nl en zag kansen voor vers. Toen ik over Huizenpartner in oktober 2008 een lezing hield bij de Rotary, ontmoette ik Huub Heijer. Hij is oprichter van champignonbedrijf Heveco en liep rond met een uitgekristalliseerd idee voor vers via internet. Binnen een maand lag er een ondernemingsplan. Maar daarvoor hadden we wel extra geldschieters nodig. Gelukkig stuitte ik via via op Martin Frankort en Theo Koning, bekend van het gelijknamige vershandelshuis. Zij vroegen ons het plan te presenteren. Bij die bijeenkomst zaten ook hun controller en een "ideedokter" die kritische vragen stelde. Al direct aan het einde van de presentatie zeiden ze: 'Wie zien d'r oet.' Later lukte het ook om het Innovatiefonds van de provincie Limburg te interesseren. Heijer, ik, de provincie en het duo Frankort en Koning hebben ieder euro 250.000 geïnvesteerd.'

**Vier partijen die er voor hetzelfde bedrag in zitten... U hebt met mede-initiatiefnemer Heijer toch wel een meerderheidsbelang afgedwongen?**

'Nee. Aanvankelijk hebben we daar wel aan gedacht, maar de inbreng van alle vier de partijen is cruciaal. Dus is ieder een kwart een faire verdeling.'

Business angel Theo Koning ondersteunt het concept niet alleen met geld, maar ook met logistieke middelen en kennis. Tijdens dit telefonische interview is de fruithandelaar in Chili op jacht naar bessen.

**U voelt zich in dit geval geen belegger?**

Koning: 'Nee, meer medeondernemer. Ik heb niet zozeer gekeken naar rendement en risico, maar naar de kans. Dit was echt het eerste concept voor vers via internet dat mij overtuigde. Ook de ondernemer Dekkers sprak mij aan. Hij is een professional in ICT en consumentenmarketing. Verder is hij communicatief vaardig en staat hij open voor kritiek.'

**En hoe zit het met de timing?**

'Ik geloof dat de tijd in de versmarkt rijp is voor een ander verkoopkanaal en veel betere marketing. Je hebt wel vijftig tomatenvormen. Toch liggen er maar een paar soorten vrijwel identiteitsloos in de schappen van de supermarkten. Via Vershuys kunnen telers hun verhaal bij hun bijzondere producten rechtstreeks aan consumenten vertellen. Nu is het zaak om dit ook te laten aanslaan bij klanten. Dat is toch een kwestie van in de praktijk doen en steeds bijschaven.'

Copyright (c) 2011 Het Financieele Dagblad

---

#### Gerelateerde artikelen

- |       |   |
|-------|---|
| 07-03 |  <b>'Niet gekeken naar rendement, maar naar de kans'</b>   |
| 04-03 |  <b>Geen marges, geen voedsel</b>  |
| 28-02 |  <b>DJ =FOCUS: Ahold moet plannen voor EUR2 miljard kasvoorraad ontvouwen</b>                    |
| 09-02 |  <b>Sterke handelscijfers verwijzen doemscenario's over Japanse economie naar de prullenmand</b> |
| 08-02 |  <b>Reisbureau vanuit huis: makkelijke start, maar concurrentie moordend</b>                     |

#### Meta-data

Bron	FD.nl, maandag 7 maart 2011, 9:41
Auteur(s)	<u>Joost Bijlsma</u>
Trefwoorden	<u>Rendement</u> ; <u>investeringen</u> ; <u>logistiek</u> ; <u>ondernemingen</u> ; <u>samenwerking</u>

**REACTIES** 0 van 0