CliÃ«nt aan het woord | Marlou Bink-Verkleij

Beschrijving

Marlou Bink-Verkleij: â??De kracht van Vepo Cheese? Ruim een eeuw aan ervaring gecombineerd met Hollands boerenverstand.â?•

Wat in 1920 begon als traditionele kaashandel in Bodegraven, groeide uit tot het huidige Vepo Cheese. Een bedrijf met drie vestigingen met ongeveer 200 medewerkers. Nog altijd is Vepo Cheese â??oer-Hollandsâ??. Niet meer als in- en verkoper van boerenkazen, maar als expert in het snijden en verpakken van kaas. Het bedrijf wordt gerund door de derde generatie ondernemers uit de familie Verkleij. In gesprek met Marlou Bink-Verkleij, Director Marketing and Business development bij Vepo Cheese.

Hoewel ze als tiener volop meehielp in het familiebedrijf, was het nooit haar doel om in het bedrijf te stappen. Toch besloot ze dat uiteindelijk te doen. Marlou: â??Na mijn studie ging ik werken bij een visexportbedrijf. Dat was leuk, maar al snel kwam ik erachter dat je als werknemer alleen mag weten wat relevant is voor je eigen functie. Dat was ik niet gewend want thuis kreeg ik Ã¡lles mee van het reilen en zeilen in het bedrijf. In 2000 besloot ik in het familiebedrijf te gaan werken. Samen met mijn broer Mark als CEO en met managing director Ed Brouwer vorm ik nu de directie.â?• De kennis en ervaring bij Vepo Cheese gecombineerd met, zoals Marlou het noemt, â??ons typisch Hollandse boerenverstandâ??, zorgden de afgelopen jaren voor groei en internationalisering: â??Negentig procent van de kazen die we snijden en verpakken wordt buiten Nederland gegeten. Onze grootste afnemers zijn Scandinavische landen, Duitsland, BelgiÃ« en Frankrijk. De laatste jaren zien we dat de vraag naar verpakte kaas toeneemt in Aziatische landen, bijvoorbeeld in China. Daar worden Westerse gerechten steeds populairder. Nederland staat wereldwijd bekend om zijn kazen en daar profiteren we volop van.â?•

In 2020 vierde Vepo Cheese zijn honderdste verjaardag. Een mijlpaal die destijds niet uitgebreid gevierd kon worden vanwege de coronamaatregelen. â??Ons jubileum hebben we in 2022 ingehaald met een groot feest in onze bedrijfshal. Een memorabel moment omdat we Ã©n honderd jaar bestonden Ã©n weer fysiek mochten samenkomen. De sluiting van de horeca hebben we gevoeld maar al met al hebben we de coronaperiode goed doorstaan.â?• Dat de coronacrisis voorbij is betekent niet dat Vepo Cheese nu zorgenvrij is: â??Het vinden van gekwalificeerd personeel vormt een grote

uitdaging, net als het continu blijven voldoen aan Europese wet- en regelgeving. Voor bedrijven in de voedingsmiddelenindustrie worden wetten en regels steeds complexer. We hebben inmiddels vijf kwaliteitsmedewerkers in dienst die continu bezig zijn met controles.â?•

â??Een andere uitdaging is verduurzaming. Sinds vorig jaar werken we volgens onze duurzaamheidsstrategie â??Vepo Forwardâ??, waarin we stapsgewijs werken aan een duurzaam assortiment, circulaire verpakkingen, een klimaatneutrale organisatie en een veilige, gezonde werkomgeving. We werken al zo duurzaam mogelijk maar er vallen altijd zaken te verbeteren. Zo is er bijvoorbeeld nog geen recyclebaar alternatief voor de plastic verpakkingen die we nu gebruiken dat onze kazen nÃ©t zo smaakvol en houdbaar houdt. We volgen nieuwe ontwikkelingen op de voet en onze ambitie is om het meest duurzame bedrijf te worden op het gebied van het verpakken van voedingsmiddelen. Voor onszelf maar vooral voor de generaties die na ons komen.â?•

De vierde generatie Verkleij is nog jong. TÃ© jong om te bepalen of ze later ook â??in de kaasâ?? gaan werken. â??Ik vind het belangrijk dat mijn kinderen doen wat ze leuk vinden en waar ze goed in zijn. Dat doe ik ook en ik geef anderen graag de ruimte om te excelleren. Anderen die goed zijn in vermogensbeheer bijvoorbeeld. Het beheer van mijn vermogen heb ik toevertrouwd aan Ed Goris en Jeroen Bijleveld van AurÃ©us. Dit voelt vertrouwd en geeft me de ruimte om me te focussen op mijn rol in het familiebedrijf.â?•