

Een glimlach toveren met chocolade

Creating as many chocolate smiles as possible. In die missie slaagt Chocolaterie Ickx met glans, en dat in meer dan 45 landen. Het familiebedrijf uit Essen, onderdeel van The Chocolate Family, legt zich toe op de productie en export van chocolade met een team van chocoladeliefhebbers, ambachtslui en enthousiaste experts. “Als Nederlandse familie een chocoladebedrijf in België runnen? Daar keek men in het begin wel van op, maar intussen hebben we bewezen dat we met de juiste intenties in de sector zitten”, vertellen Ellen, Sjaak en Henk-Jan Hurman.

In 1972 werd voor het eerst chocolade geproduceerd bij Chocolaterie Ickx, maar sinds 2005 waait er een nieuwe wind toen Bas Hurman het roer overnam. Na jaren voor diverse multinationals te hebben gewerkt, wilde de Nederlander zelf ondernemen. Liefst in de voeding, liefst internationaal en liefst een bedrijf met groeipotentieel. Dat vond hij net over de Nederlandse grens, in Essen, waar op dat moment Ickx en zusterbedrijf Dragee op zoek waren naar een geschikte overnemer.

Gesterkt door een duidelijke visie ontpopte de onderneming zich tot een belangrijke speler wereldwijd. Door de jaren heen

gebeurden ook enkele overnames, met het Nederlandse Rosenberg Import in 2008 en het Belgische Pralibel in 2016. Het laatste lid van The Chocolate Family is het Duitse ARTofCHOCOLATE, overgenomen in 2019. Intussen heeft Bas Hurman een stap teruggezet. Hij is nog steeds voorzitter van de raad van advies, maar liet in 2016 de verantwoordelijkheid van het bedrijf aan zijn drie kinderen over. Sinds 2005 is de omzet flink gestegen.

Familiebedrijf

STERCK. Zijn jullie al sinds 2005 betrokken bij het bedrijf?

Sjaak Hurman: “Ik ben pas in 2009 gestart en ben vandaag verantwoordelijk voor de inkoop en verkoop binnen de groep. Henk-Jan is vanaf 2011 werkzaam binnen het bedrijf en vervult momenteel de rol van financieel directeur. In 2017 kwam Ellen erbij. Zij legt zich toe op marketing en communicatie, productontwikkeling, master data en regulatory.”

Henk-Jan Hurman: “Ondernemen in familieverband is iets heel bijzonders. Je hoort vaak wilde verhalen dat het snel kan mislopen, maar bij ons verloopt dat in goede harmonie. Het is ook verwonderlijk hoe goed we binnen het bedrijf kunnen samenwerken en hoe we dat in de privé sfeer makkelijk

naast ons kunnen neerleggen. Dat is een enorme kracht. We zijn dan ook heel bewust bezig met het familiebedrijf.”

Ellen Hurman: “Zo hebben we een sterk onderbouwd familiecharter, waarin onze missie en waarden staan, maar waarin ook een heleboel afspraken zijn uitgeschreven. Wanneer je dingen op voorhand hebt doorgesproken en vastgelegd, voorkom je immers discussies. Zo is één van die afspraken dat we elk elders ervaring moesten opdoen vooraleer we de instap in het familiebedrijf maakten. Het charter is een concreet document, een steunpilaar, dat onze blik op de toekomst houdt en dat puur gericht is op het welbevinden van deze prachtige onderneming.”



FAVORIETE SMAKEN VAN DE FAMILIE HUURMAN

Jaarlijks produceert The Chocolate Family tussen 2 en 2,5 miljoen kilo chocolade. Een groot deel daarvan is voor het assortiment pralines. Een smaakmakend assortiment, steeds met een krokant laagje chocolade, een verrassende vulling en met de hand aangebrachte decoratie. Een ruim assortiment, en dus moeilijk kiezen. Toch hebben Ellen, Henk-Jan en Sjaak elk hun eigen favoriet. "Voor mij is dat de Florentine met pralinévulling en een koekje erop, al hou ik ook erg van de combinatie chocolade met zout", zegt Sjaak. "Dat zout vind ik ook steeds verrassend", vertelt Ellen, "maar mijn favoriete pralines zijn die met een krokante toevoeging." En Henk-Jan heeft twee favorieten: "De praline met brownievulling is een echte topper, maar ook eentje met praliné en biscuitknars errond kan me zeker smaken."

STERCK. Een familiebedrijf: hoe ver reikt die term?

Sjaak: "In het charter hebben we vastgelegd dat het bedrijf echt in familiehanden blijft en dat we geen schoonfamilie toelaten. Dat wil niet zeggen dat ze geen inspraak hebben, we hebben een familieraad waar telkens de stand van zaken wordt besproken en ook bij onze eigen SEM Foundation zetelt mijn vrouw in het bestuur."

Henk-Jan: "En wie we zeker niet mogen vergeten vermelden, is onze moeder. Ook zij is heel nauw betrokken. Ze heeft zich de laatste jaren sterk gefocust op onze nieuwste winkels en leidt vandaag een eigen shop in Designer Outlet Roosendaal."

Een strategie om op te bouwen

STERCK. In het verleden zijn er een heleboel overnames geweest. Op welke manier bieden die een toegevoegde waarde?

Henk-Jan: "Iedere overname biedt uiteraard een toegevoegde waarde. Terwijl we ons met Chocolaterie Ickx op de Belgische en exportmarkt richten, bedient Dragee de Nederlandse specialiteitenkanalen zoals bakkerijen, koffie- en theezaaken. Rosenberg richt zich op de Nederlandse retailmarkt. Dat zijn zoetwaren die we zelf inkopen en ook op de Nederlandse retailmarkt inzetten. Via Pralibel kunnen

we, naast Essen, ook in de fabriek in Vichte onze chocolade produceren."

Sjaak: "Voor de exportlanden, van Europa tot Japen en van Australië tot Brazilië, werken we met lokale partners voor het bulkassortiment. De retail doen we rechtstreeks."

STERCK. Welke rol speelt e-commerce binnen het bedrijf?

Sjaak: "Voor een product als chocolade is dat natuurlijk niet evident: je moet rekening houden met de houdbaarheid, de temperatuur en ook de transportwijze is hier heel belangrijk. Dat neemt niet weg dat we die uitdaging toch aangaan. Vandaag werken we bijvoorbeeld al samen met Hallmark en Greetz, en staat een deel van ons assortiment op de webwinkel van Bol.com. In het e-commercesegment blijven we dan ook actief en hebben we ongetwijfeld nog een groeitraject af te leggen."

Ellen: "Daarnaast is het misschien nog wel belangrijker om uit te gaan van je eigen krachten en zeker ook te kijken naar je eigen specialisaties. Als je effectief sterk zou gaan inzetten op het uitbouwen van een eigen webshop, dan moet je daar ook een logistieke ruggeleuning voor gaan uitwerken. Dat betekent dat we andere partijen moeten benaderen. Online houdt ons zeker bezig vandaag de dag, maar zonder onze focus te verliezen op onze huidige distributiekanaalen."

STERCK. Wil dat zeggen dat vooral daar de groei wordt gezocht? Blijft buy & build een belangrijke strategie?

Henk-Jan: "Onze groei is het resultaat van verschillende factoren, te beginnen bij een sterk team van geëngageerde mensen en een kwaliteitsvol product. Een product dat dankzij de afdeling productontwikkeling ook nog eens heel vernieuwend is. Een andere onderscheidende factor is ons heel brede assortiment. Alles samen zorgt dit ervoor dat we onze klanten op een goede manier kunnen bedienen en steeds aan iets nieuw kunnen helpen."

Sjaak: "Het klopt dat de verschillende overnames onze groei hebben versneld. Zowel mijn vader als wijzelf zijn heel gedreven, gefocust op ondernemen. Dan zet je automatisch een bepaalde bril op: niet groeien om te groeien, wel groeien omdat er zich een opportuniteit voordoet. Ickx, Dragee, Rosenberg en Pralibel waren zulke opportuniteiten en vorig jaar bleek ook ARTofCHOCOLATE in Duitsland dat te zijn, het nieuwste lid van de familie dat bovendien een eigen webshop heeft. Zolang een overname een toegevoegde waarde aan het geheel betekent, bekijken we onze opties."

Henk-Jan: "Ook in het winkelsegment zien we nog groeimogelijkheden. Vandaag hebben we 2 winkels in Nederland met Art of Chocolate. In Duitsland baten we intussen al vijf filialen uit. Momenteel zijn we nog op

een drietal andere locaties aan het onderzoeken of we daar dit jaar ook kunnen openen. In dit geval draait het vooral om de locatie: we zijn aanwezig in belangrijke outletcentra waar we voor 95 % de focus leggen op ons eigen assortiment. De rest wordt ingevuld door non-food voor geschenken."

STERCK. Hoe blijven jullie zich nog verder ontwikkelen?

Sjaak: "Het label Belgische chocolade is een gigantisch troef, maar het is vrijwel even belangrijk om een onderscheidend en verrassend assortiment te hebben. We

“ Het label Belgische chocolade is een gigantisch troef, maar het is vrijwel even belangrijk om een onderscheidend en verrassend assortiment te hebben. ”



Sjaak, Henk-Jan & Ellen Huurman

KWALITEIT & EXCLUSIVITEIT



Nikelaan 31 — 2430 Laakdal • Tel.: 013 29 29 43
info@els-garden.be • www.els-garden.be



Sjaak, Henk-Jan & Ellen Huurman

“Ondernemen in familieverband is iets heel bijzonders.”

produceren het hele jaar door een ruim assortiment pralines, maar staan ook sterk met onze themagerichte producten rond bijvoorbeeld Kerst en Pasen.”

Ellen: “We steken heel veel tijd en energie in de voortdurende ontwikkeling van onze chocolade om de eindconsument te blijven verrassen met innovatieve producten. Dat kan puur op smaak zijn of we brengen andere texturen, kiezen voor andere vormen of hanteren nieuwe productietechnieken. Een leuk weetje: zet tien van onze pralines naast elkaar en geen enkele zal er hetzelfde uitzien. Onze basis wordt wel op industriële manier gemaakt, maar de afwerking gebeurt voornamelijk met de hand zodat de chocolade toch zijn ambachtelijkheid behoudt.”

Coronakilo's

STERCK. In welke mate ervaren jullie invloed van de coronacrisis?

Ellen: “Daar moeten we niet flauw over doen: net zoals bij iedere onderneming die gericht is op export heeft het een impact gehad, zowel intern als extern. Vanaf het begin zijn we bewust gestart met het promoten van thuiswerk. Voor zij die hier in het bedrijf moesten zijn, hebben we meteen al het mogelijke gedaan om een veilige manier van werken te creëren. En verder hebben we vanuit het management dagelijks calls gehouden, zodat we de nieuwe ontwikkelingen op de voet konden volgen en daar gepast op konden reageren.”

Henk-Jan: “Naast de manier van werken heeft de coronacrisis ook zwaar gewogen op onze verkoop rond Pasen. Al zien we de omzet ten opzichte van vorig jaar vooral teruglopen op het gebied van export. Op de luchthavens, waar onze chocolade regelmatig voor toeristen over de toonbank rolt, is dat net hetzelfde verhaal. Maar wat opvalt, is dat de consumptie van chocolade in ons land zeker niet is stilgefallen. Mensen zitten meer en meer thuis en chocolade blijft klaarblijkelijk nog één van hun favoriete snacks.”

STERCK. Wat belooft de toekomst nog?

Sjaak: “Op dit moment bedienen we 45 landen, maar op deze wereldbol zijn er natuurlijk heel wat meer landen. Momenteel werken we hard aan ARTofCHOCOLATE en analyseren we welke geografische uitbreiding nog opportuun is. En naar groei met betrekking tot overnames toe, dient er zich niet direct iets concreet aan. Nogmaals: het moet steeds een toegevoegde waarde bieden. Vandaag richten we onze pijlen op het verder verbeteren van wat we nu doen en continu blijven innoveren.”

Ellen: “Dat doen we als familie en daar horen zeker ook onze meer dan 250 medewerkers bij. Samen blijven we ons iedere dag inzetten om ons mooie product nog mooier te maken. We zetten onze missie gewoon verder: Creating as many chocolate smiles as possible.”

STERCK. En de volgende generatie?

Henk-Jan: “Die zal nog even op zich laten wachten. De jongste is 9 maanden, de oudste 8 jaar. Het is natuurlijk de bedoeling dat het bedrijf in familiehanden blijft, maar voorlopig blijft het voor hen bij proeven.”

SEM FOUNDATION STEUNT GOEDE DOELEN

The Chocolate Family richtte in 2016 de SEM Foundation op, genoemd naar de zoon van Sjaak Huurman die op de leeftijd van 18 maanden overleed. Met de stichting wil de familie Huurman iets terugdoen voor de bevolking van cacao producerende landen op het gebied van kinderen, educatie, openbare voorzieningen, gezondheidszorg, huisvesting en productiviteit. “Met onder meer een golftoernooi of deelnames aan diverse loopwedstrijden spreken we samen met onze medewerkers sponsors aan en halen we telkens een flink bedrag op. Daarnaast staan we jaarlijks een deel van onze winst af”, klinkt het. “We kunnen snel schakelen. Zo waren we recent van plan om een dagopvang in Guatemala te ondersteunen, maar door corona hield die de deuren gesloten. Snel beslisten we dan om voedselpakketten aan deze gezinnen beschikbaar te stellen om de getroffen kinderen toch een gezonde maaltijd te garanderen.”



**DYNASTY SHIPPING
BELGIUM N.V.**

Transport
Sea, air and road

Logistics
Planning and assistance

Customs
Consulting & solutions

Worldwide
Local offices and partners

www.dynastyshippingbelgium.com