

## Familiebedrijf Fransen Gerrits bestaat 120 jaar “Liefst nog een generatie erbij”

Tekst en beeld: Rob van Ginneken

**Fransen Gerrits bestaat dit jaar 120 jaar. Doordat het bedrijf focust op voer, dwingt het zichzelf om te innoveren. Kwaliteitsverbetering en kostenbesparing voor de veehouder zijn de drijfveren voor deze innovatiedrang, maar ook de maatschappelijke agenda. In maatschappelijke discussies laat directeur Huub Fransen zich gelden. Hij probeert de periferie mee te bewegen in de lobby voor de intensieve veehouderij.**

Toen Hubertus Fransen in 1897 een carrièreswitch maakte van smid naar molenaar in Erp, kon hij niet bevroeden dat hij 120 jaar later de mede-naamgever zou zijn van één van de grotere zuidelijke mengvoerfabrikanten. Zoals vele andere molenaars maakte zijn molen door de jaren heen de omslag van loonmaler naar mengvoerproducent, maar evenzoveel bedrijven zijn inmiddels verdwenen door fusies en overnames, of zijn gewoon gestopt. Dat geldt niet voor het gezinsbedrijf van de familie Fransen, waarvan vierde generatie Huub Fransen aan het roer staat van mengvoerbedrijf Fransen Gerrits.

### Fusies en overnames

Sinds 2008 opereert Fransen Gerrits onder deze naam, nadat de bedrijven Frans en Gerrits-Jans werden samengevoegd na een eerder uitgerolde samenwerking. Beide bedrijven deelden de cultuur van een familiebedrijf, wat ook vandaag nog steeds van toepassing is. Arthur Gerrits voert samen met Huub Fransen en vier anderen de leiding over de mengvoerfabriek die jaarlijks goed is voor een omzet van 200 miljoen euro en een productie van 700.000 ton voer op 3 productielocaties, verdeeld over de Peel en Meijerij. “Wij kenmerken ons door een sterke regionale binding. Onze afzet bevindt zich onder de rivieren en boven de Belgische grens”, vertelt Huub Fransen. “Deze strategie is door de jaren heen zo gegroeid. Het is logistiek handig en efficiënt georganiseerd, zodat de kosten laag blijven. Dat is namelijk het belangrijkste; kwalitatief goed voer produceren tegen een lage kostprijs. Dat betekent dat je goed moet luisteren naar de klantwensen. Dat deden wij al in de jaren 90 toen bijproducten in opmars kwamen. Wij besloten toen om maatvoer te maken dat paste bij de bijproducten die de veehouder zelf inkocht.”

Ook vandaag de dag schuwt Fransen Gerrits nieuwe ontwikkelingen niet. Volgens Huub is dat noodzakelijk om onderscheidend te blijven. “Onze specialiteit is voer maken. We hebben geen andere takken die een minder resultaat in het voerstuk compenseren. Daarom kunnen wij niet slechts op de winkel passen en moeten we innoveren.” Frans en refereert aan fermentatie, wat Fransen Gerrits al sinds 2012 commercieel uitrolt in de

**“Ik vind dat we trots mogen zijn op onze sector en vind het onterecht hoe dat met name in Brabant op dit moment afgestraft wordt. Op allerlei vlakken wordt voorzichtig geregeerd, behalve in de landbouw.”**



Fransen Gerrits bestaat sinds 2008 onder deze naam, maar de geschiedenis van beide families gaan tot 120 jaar terug.

varkenshouderij. “De voordelen van fermentatie zijn al decennia bekend. De uitdaging zit in het beheersen van het proces en dat krijgen we steeds beter onder de knie met hele goede resultaten bij onze klanten als gevolg.” Frans is bekend met de wisselende succesverhalen over fermentatie. “Ik begrijp dat mensen terughoudend zijn als je aan de voorkant eerst enkele tienduizenden euro’s moet investeren. Wij moeten dus ook argumenten verzamelen om geïnteresseerde klanten over de streep te trekken. Dat gaat gelukkig steeds beter omdat we het proces ook beter leren beheersen.” Frans heeft voor de toekomst veel verwachtingen van fermentatie. “We zijn begonnen met vleesvarkens, waar de voordelen van een betere benutting van voer zich financieel uitbetalen. Dat kunnen we ook doortrekken naar biggen en zeugen. Dat is wel een stukje moeilijker dan bij vleesvarkens, maar met de combinatie van goed management, de juiste grondstoffen en de goede techniek, kunnen we ook daar progressie boeken.”

### Voer als medicijn

Optimalisatie beperkt zich echter niet alleen tot fermentatie; ook in het mengvoer valt er nog veel te leren, aldus Huub Fransen, die verwijst naar het maatschappelijk vergrootglas waar de veehouderij onder ligt. “Het voer neemt een belangrijke rol in bij de gezondheid van de veestapel. Het gaat verder dan grondstoffen malen, mengen en persen. Door multiprocesing, waarbij we de grondstoffen dusdanig bewerken dat ze de waardevolle nutriënten behouden, dragen we preventief bij aan een gezonde veestapel.” Als voorbeeld noemt Frans het nieuwe productieproces voor biggenvoer, waar de korrel dusdanig wordt geproduceerd dat het de darmen minder belast. “Dat heeft een positieve uitwerking op de darmgezondheid, vooral bij de gespeende biggen. Op die manier helpt Fransen Gerrits onder andere het antibioticaverbruik te reduceren.”

### Maatschappelijk verantwoord ondernemen

Het ondernemen met het gezicht naar de maatschappij geldt voor Huub



In fermentatie bij speenbiggen ziet Fransen Gerrits nog veel potentieel.

Fransen niet alleen zakelijk. Ook op persoonlijke titel laat hij zich regelmatig gelden in maatschappelijke discussies rondom de varkenshouderij, als columnist en via social media. De connectie die hij als eigenaar van een familiebedrijf voelt met de familiebedrijven in de varkenshouderij, is zijn belangrijkste drijfveer. “Natuurlijk heb ik er ook een zakelijk belang bij, maar dat is niet de enige drijfveer. Ik vind dat we trots mogen zijn op onze sector en vind het onterecht hoe dat met name in Brabant op dit moment afgestraft wordt. Op allerlei vlakken wordt voorzichtig geregeerd, behalve in de landbouw.”

Volgens Frans en gaat het Brabantse provinciebestuur relatief gemakkelijk voorbij aan de economische belangen die de veehouderij in Brabant heeft.

Huub Fransen (47) staat als vierde generatie Frans en aan het hoofd van Frans en Gerrits.



## Bedrijfsprofiel Fransen Gerrits

Fransen Gerrits is 15 jaar geleden gevormd na het samengaan van de mengvoerbedrijven Frans en Gerrits-Jans uit De Rips. Beide familiebedrijven hebben een historie in de mengvoer die teruggaat tot 1897 (Fransen) en 1949 (Gerrits). Door de jaren heen zijn beide bedrijven meerdere samenwerkingen aangegaan met kleinere mengvoerbedrijven. Meest recentelijk was de overname van Victoria Mengvoerders in 2013. Onder die naam is het rundvee- en konijnensegment van Frans en Gerrits nog steeds actief. In de varkenshouderij wordt de merknaam Frans en Gerrits toegepast. In Oost-Duitsland is Frans en Gerrits actief onder de naam Vikra Futter.

Op 3 locaties (De Rips, Veghel en Erp) produceert Frans en Gerrits op jaarbasis 700.000 ton mengvoer. 85 procent daarvan gaat naar de varkenshouderij. Het werkgebied beslaat heel Zuid-Nederland. Met 140 fte wordt jaarlijks een omzet gerealiseerd van 200 miljoen euro.

“Vanuit mijn positie probeer ik dat bewustzijn te creëren. Ik vind dat ook de periferie daar een verantwoordelijkheid in heeft en de uitdagingen niet alleen door de sector zelf op te laten lossen”, aldus Frans en, om er vervolgens aan toe te voegen: “Ik heb niet de illusie dat ik de regelgeving kan veranderen, maar ik heb wel een flink netwerk dat ik aanspreek op hun verantwoordelijkheid. Ik moet helaas wel constateren dat er op de achtergrond vaak andere belangen spelen, waardoor niet alle partijen in beweging komen. Maar het is zó belangrijk voor de Brabantse economie dat de veehouderij zich kan blijven ontwikkelen. Niet alleen voor de grote bedrijven, maar ook voor de talloze kleinere bedrijfjes.”

Om het belang van de Brabantse veehouderij te benadrukken is Frans en Gerrits in het kader van haar 120-jarig bestaan een vlogwedstrijd gestart op social media. (Klein)kinderen, neefjes, nichtjes, buurkinderen, ofwel alle kinderen die verbonden zijn met een varkens-, rundvee- of konijnenbedrijf werden opgeroepen om uit te leggen waarom dat ze trots zijn op het bedrijf en de sector. “Met de vlogwedstrijd wilden we aan de massa laten zien hoeveel toekomst er nog in de sector zit. Het is mooi om te zien dat dat zo is opgepikt op social media en dat de sector trots is op familiebedrijven, zoals Frans en Gerrits dat ook is.”

### Toekomst

De reacties die Frans en krijgt in zijn lobby voor de veehouderij en de vlogwedstrijd, zijn ontzettend positief. “Er zit nog veel toekomst in de sector”, constateert Frans en tevreden. Hoe zich dat gaat vertalen naar de ontwikkeling van Frans en Gerrits, is echter niet in beton gegoten “De toekomstplannen zijn gebaseerd op kostenbeheersing en innovatie met als gevolg een groei van marktaandeel. De omvang die we nu hebben is gegroeid omdat we beslissingen nemen waar we ons goed bij voelen.” Geheel in lijn met de historie van Frans en Gerrits - die doorspekt is met samenwerkingen - ziet Frans en meer kansen door samenwerkingen aan te gaan. “Binnen de keten opereert voerbedrijf, slachterij, varkenshouder en alle andere ketens op hun eigen eilandje, terwijl als je samenwerkt er meer te halen valt.” Frans en neemt zelfs het woord integratie in de mond. “In andere sectoren werkt het ook, waarom niet in de varkenshouderij als dat het rendement vergroot? Het moet alleen wel overwogen worden.” Komt er echter een groeikans voorbij, dan zal Frans en Gerrits die grijpen. “Maar de realiteit is dat we in een krimpende sector werken binnen een beperkt gebied. Dan betekent het vasthouden aan omzet al groei van het marktaandeel.” Volgens Huub Frans en is groei echter niet de enige manier om het bestaansrecht van het familiebedrijf te borgen. “We willen liever de beste dan de grootste zijn en op die manier het bedrijf klaarmaken voor een eventuele volgende generatie.”