



# ‘Blijven investeren in onze werknemers is de enige manier om aan de top te blijven’

*Tekst: Elte Palm (Colland)*

Florex is een bloembollenbedrijf dat in 1988 door vader Joop Klumpenhower is opgericht (als zoon van een bloembollenkweker in Andijk). In 1999 namen Wim en Gertjan Klumpenhower het familiebedrijf Florex van hun vader over. Gertjan is naast algemeen directeur van Florex ook bestuurder van brancheorganisatie Anthos. Wij vroegen hem wat de impact van de pandemie is geweest, hoe hij zorgt voor een goed werkklimaat en welke uitdagingen hij voor de komende jaren ziet.

**Wat voor bedrijf is Florex?**

“Florex is een familiebedrijf gespecialiseerd in het verpakken en verkopen van met name bloembollen en zaden. Wij leveren onze producten aan retailers in heel Nederland en Europa. Denk bijvoorbeeld aan tuincentra, bouwmarkten en supermarkten. Elk seizoen komen wij nu met nieuwe soorten, verpakkingen en productpresentaties. Ook ontwikkelen wij samen met en voor onze klanten op maat gemaakte winkelconcepten.”

**In hoeverre heeft de pandemie impact gehad op het bedrijf?**

“Wij hebben het zoals de meeste bedrijven in het begin erg lastig gehad. Je weet niet wat je overkomt. Het was voor ons allemaal erg wennen om de energie en teamgeest erin te houden. Ineens moet je alles op afstand doen. En niet alleen op de werkvloer maar bijvoorbeeld ook het jaarlijkse kerstdiner. Gelukkig hebben we daar creatieve oplossingen voor verzonnen en zijn ‘gewoon’ doorgegaan.”

*“De consument heeft de eigen tuin weer ontdekt. Daar profiteren wij van mee”*

“Er was vooral onzekerheid over het wel en niet leveren van onze producten. Winkels gingen open en weer dicht. We hebben continue contact gehouden met onze leveranciers om zoveel mogelijk de vertraging te beperken. Gelukkig werken wij met de meeste leveranciers al heel lang dus je weet wat je van elkaar kunt verwachten, ook in deze moeilijke tijden. Uiteindelijk lijken de gevolgen van de pandemie bij ons erg mee te vallen. De handel loopt beter dan ooit. De consument blijft vaker thuis en heeft de eigen tuin weer ontdekt. Daar profiteert de bloembollensector van mee.”

**Welke maatregelen hebben jullie getroffen om het bedrijf draaiende te houden?**

“Er is samen met de bedrijfsleider een corona-team ingericht om zo goed mogelijk in te spelen op de verscherping en de versnelling van de coronamaatregelen. Wij hebben bijvoorbeeld meerdere pauzes ingelast, schermen geplaatst en is er een groepsapp aangemaakt waarin we elkaar informeren. Verder volgen we de richtlijnen van het RIVM. In de zomer werken er 110 mensen dus dan is het zaak hier scherp op te zijn.”

**Hoe ervaren jullie de ondersteuning vanuit het fonds Colland Arbeidsmarkt?**

“Het is fijn dat we niet het wiel opnieuw hoeven uit te vinden. Er is een Werkgeverslijn voor vragen en hulp en er liggen allerlei protocollen klaar. Dat is het grote voordeel dat je aangesloten bent bij Colland. Alles is goed geregeld. Zeker in de drukke periodes willen wij nagaan of maatregelen die wij nemen tegen de verspreiding van het virus voldoende zijn of dat er nog aanvullende maatregelen wenselijk zijn. Zo was er de coronachecklist van Stigas als aanvulling op de risico-inventarisatie en -evaluatie (RIE).”

*“De ondersteuning vanuit Colland was goed geregeld”*

**De sector staat bekend om een goed werknemersklimaat en een laag ziekteverzuim. Hoe draagt Florex daar aan bij?**

“Wij hebben een hoge mate van betrokkenheid bij onze werknemers. Iedereen heeft inspraak, ook de internationale werknemers. Ik geloof echt dat wat je er zelf in stopt zich ook uitbetaalt. Ons motto is dan ook ‘daar gaan we naar toe en we doen het met z’n allen’. We werken weinig met uitzendbureaus. We hebben een goede band met onze werknemers en de meeste internationale werknemers zien wij ieder jaar terug. Wij werken hard maar werkplezier en een goede werkomgeving staan bij ons hoog in het vaandel.”





#### **En op het gebied van duurzame inzetbaarheid?**

“Bij Florex komen nu pas de eerste werknemers met een pensioengerechtigde leeftijd in beeld. De seniorenregeling is iets dat wij zeker met deze werknemers gaan bespreken. Want wij vinden het belangrijk om ook dat goed met elkaar te organiseren.”

#### **Wat doet Florex op het gebied van duurzaamheid en innovatie?**

“We hebben al geruime tijd voldoende zonnepanelen op ons terrein. We hebben veel tijd en geld gestoken in de ontwikkeling van een andere manier van verpakken. We proberen de plastic verpakkingen de komende tijd te vervangen door oa. papieren zakjes. We houden alle ontwikkelingen op dat gebied nauwlettend in de gaten. Volledig recyclebaar en of gerecycled plastic is ook een optie. En het moet betaalbaar blijven. We verkopen al ruim 10 jaar biologische bloembollen.”

#### **Kun je daar iets meer over vertellen?**

“In 2016 zijn wij een initiatief gestart om duurzame bloembollen te stimuleren. Kwaliteit moet voorop blijven staan en de consument moet kunnen vertrouwen op de

herkomst van het product. De eerste stap is een gecertificeerd gekeurd product. Dat vraagt om transparantie over wat je doet en waarom. En dat verhaal moet je kunnen verkopen aan de consument. Transparantie vragen van alle partijen in de keten blijft lastig. De markt is er in ieder geval klaar voor. Uiteindelijk willen wij een duurzaam product voor een eerlijke prijs.”

#### **Welke uitdagingen zien jullie voor de komende jaren?**

“Arbeid blijft een uitdaging. Wij moeten aantrekkelijk blijven voor werknemers nu en in de toekomst. Verder streven wij naar een next level in duurzaamheid. Dat draait niet alleen om het behalen van klimaatdoelstellingen. Maar ook hoe zorgen wij ervoor dat wij over 10 jaar nog steeds meedraaien. De retailbranche stelt tegelijkertijd ook steeds hogere eisen aan producten. Dat betekent dat wij altijd twee stappen vooruit denken. Daarom stellen wij continue de vraag: zijn onze verpakkingen duurzaam genoeg, kan ons bedrijfsproces efficiënter en wat hebben onze werknemers van ons nodig om daarin mee te gaan. Wij moeten dus blijven innoveren en blijven investeren in onze werknemers. Dat is de enige manier om aan de top te blijven.” ■





*“Uiteindelijk willen wij  
een duurzaam product  
voor een eerlijke prijs.”*