

REPORTAGE Miljoenen verdienen met enveloppen en bubbeltjesplastic

# 'Iedereen kan een doos verkopen'

'Zie jullie over een jaar wel weer als jullie failliet zijn gegaan', zei de notaris toen Veldtemmer Erik Koomen, Heerhugowaarder Robert de Beurs en Naarder Florian Lem 'Verpakgigant.nl' van de grond tilden. Vier jaar later kan het bedrijf te Wieringerwerf zich een Europees marktleider noemen en groeit het, alweer, uit zijn jas. Hoe een bv in lege dozen en enveloppen met bubbeltjesplastic meevaart op de trend van internethandel, 'vol gas.'



**Lars van der Bel**  
lvan.der.bel@mediahuis.nl

**Wieringerwerf/Alkmaar** ■ „Ja, goedmorgen. Het gaat goed, zeker goed. Beurs ging top. Natuurlijk. Zeg altijd: iedereen kan een doos verkopen. Niets lastig aan. Dit is Robert de Beurs trouwens. Mijn compagnon, de it'er van ons. Nee, nog geen fotootjes gemaakt. Bij bubbeltjesplastic doen? Nee joh, hier boven staat het ook helemaal vol. Veel te krap. Moeten uitbreiden. Volgend jaar denk ik. Waar was je ook alweer van? Oh, wacht. Kijk hier, is nog van tijdens corona. Moesten eigenlijk zelftesten in, maar nu verkopen wij het toch. Ja, joh. Duurzaamheid ook steeds belangrijker hè. Markt is slecht, al merken wij daar helemaal niks van. Maar waar zullen we beginnen?”

Vrijdagochtend, industrieterrein de Schelphorst, aan de rand van Wieringerwerf. Gewoon even een bezoekje was het plan. Want wat valt er nou helemaal te melden over verpakkingen, (lege) dozen en bubbeltjesplastic. Dat er bedrijven geld aan verdienen. En dat dergelijke bedrijven hier zitten. Tussen leveranciers voor tractoren en de kuubskisten van Necap. Maar waar te beginnen, dat lijkt ineens een heel relevante vraag na een spraakwaterval waarbij op het ene moment de toepassingen van tape worden onthuld, terwijl bij een volgend ogenblik de voor- en nadelen van luchtkussens enveloppen uit de doeken worden gedaan.



Verpakgigant.nl heeft zo'n 8.800 klanten verspreid over de Benelux.

Wat met vijf minuten na binnen treden in ieder geval al duidelijk is: bij Verpakgigant.nl - een van de handelsnamen die schuil gaan achter de BV van Erik Koomen (33), Robert de Beurs (32) en Florian 'BD' Lem (34) - wordt geen half werk geleverd. Aan- of afhaken, dat is het. Het gaat 'vol gas'. Iets dat de cijfers onderschrijven. Want werd er in 2022 een omzet gedraaid van 1,4 miljoen, vorig jaar was dat opgelopen tot 2,2 miljoen. „En voor dit jaar wordt ingezet op 3,4 miljoen”, betoogt 'de financiële man' Koomen vol branie.

## Menens

Koomen is, zo blijkt als we tot rust zijn gekomen in de vergaderzaal c.q. directiekantoor, zo'n tien jaar geleden vanuit een stageopdracht bij Nic. Oud begonnen met de materie 'verpakkingen'. Toen hij bij zijn opdracht verantwoordelijk was voor omzetgroei van een ton in euro's, terwijl de afdeling 'luchtkussens enveloppen en dergelijke' het jaar ervoor bleef steken op 400 euro omzet, wist-ie dat hij een doel had gevonden. Namelijk: verpakingsmateriaal leveren voor de middelgrote retailers en de kleine (web)winkelier. Geen gek idee in tijden van een laagdrempeligere internethandel. Vond ook De Beurs toen hij dat hoorde tijdens een avondje in café Stapper in Alkmaar, zo'n zeven jaar geleden.

Koomen: „Toen hebben we na een stuk of tien bier besloten diezelfde avond nog een webshop op te richten. Die kwam om drie uur 's nachts online.”

Terwijl Koomen vanuit een garage bij zijn huis in Alkmaar de eerste verpakkingen de wereld instuurde, trof De Beurs van achter zijn computer de noodzakelijke voorbereidingen. Koomens oude studievriend Lem werd aangetrokken om nieuwe klanten aan te boren. Door gebrek aan ruimte werd de garage al snel een Shurgard-box, terwijl Alkmaar vervuld werd voor Langedijk. Langedijk werd niet veel later een loods van 2800 vierkante meter, in Wieringerwerf.

## Bubbeltjes

Het product waar de BV zijn groei aan te danken heeft, zijn zogenoemde 'luchtkussens enveloppen'. Om dat beeldend te maken: enveloppen met binnen een beschermende laag, die vaak gemaakt is van noppenfolie (zeg maar bubbeltjesplastic) en soms van 'honingraatkart-

ton'. Volgens de eigenaren van Verpakgigant een antwoord op een behoefte vanuit retailers en transportbedrijven om 'minder lucht te vervoeren'. „Daar moet je maar eens op letten, hoe vaak producten in veel te grote verpakkingen opgestuurd worden.”

Nu het bedrijf op dat gebied Europees marktleider is, wordt de focus verlegd. En vaart het vanwege die veranderde koers nu een paar jaar onder de vlag van Verpakgigant.nl waar het bedrijf groot is geworden als Luchtkussengigant.nl.

Koomen: „Een totaal aanbod aan verpakingsmaterialen, dat bieden we aan. Zodat wij een one-stop-shop functie hebben.”

De Beurs: „Wij zeggen tegen klanten: kom maar met een product, maakt niet of het een USB-stick, en wij leveren de verpakingsmaterialen voor je. Zo efficiënt en goedkoop mogelijk.”

Ook niet onbelangrijk: „Met een zo klein mogelijke ecologische



Robert de Beurs toont populair opvulmateriaal voor in pakketten: papier in plaats van plastic.

FOTO'S MARC MOUSSAULT

„Negen van de tien keer dat we een pakketje ontvangen, zit het in een verpakking van onszelf

voetafdruk. Alles wat we verkopen wordt in Europa geproduceerd. Het plastic dat we gebruiken bestaat voor tachtig procent uit gerecycled materiaal, papier voor honderd procent.”

Over verpakingsmaterialen *an sich*, spreekt Koomen in termen van 'een noodzakelijk kwaad'. Kwaad omdat er veel materiaal bij gepaard gaat, en het daarom in de ogen van de BV zo dicht mogelijk bij huis geproduceerd en gerecycled moet worden, noodzakelijk omdat producten bij transport anders beschadigd raken. Iets dat ze niet willen in een markt waar retourneren sowieso al eerder regel dan uitzondering lijkt.

Koomen: „Amazon Europa ontvangt dagelijks 25 vrachtwagens vol met producten die geretourneerd worden. Wist je dat?”

„Dat wisten we niet. Maar even genoeg van al dat serieuze over karton en bubbeltjesplastic. De promo: daar moeten we het over hebben, vinden de compagnons.

## Clip

De Beurs pakt zijn mobiel erbij. Er blijkt een clip te zijn opgenomen als aankondiging voor hun aanwezigheid op de Webwinkel Vakdagen in de Jaarbeurs Utrecht vorige week, 'hét ontmoetingsplatform voor de gehele digitale commerce branche'. Met een strenge hiphop-plateau op de achtergrond is te zien hoe een heftruck zich door een

„Daar moet je op letten, hoe vaak producten in veel te grote verpakkingen opgestuurd worden

muur van dozen en bubbeltjesplastic boort, terwijl armgebaren de indruk wekken dat de rapformatie Opgezwole *represent* is in de loods langs de A7. Totaal overdreven, dat is het. Maar, eerlijk is eerlijk: ook amusant.

Koomen: „Je moet ook een beetje gekkigheid hebben. We vonden dat we uiteindelijk toch iets moesten doen voor de beurs. Dat was de dinsdag ervoor. Woensdag hebben we akkoord gegeven voor een script waar Brandidos mee kwam en donderdag gingen we filmen. Wat je daarbij merkt: we zijn een kleine en jonge organisatie. Hoeven niet eindeloos te vergaderen, we doen gewoon. Gas erop. Dat merken onze klanten ook, dat we flexibel zijn en dingen ondernemen. Maar wat denk je? Op die beurs komen er mensen naar ons toe, vanwege dat filmpje. Sta je daar weer over te ouwehoeren. En dat vinden mensen leuk. 'Ik sta hier nu een half uur', hoor je ze dan zeggen, 'en je hebt me nog niks proberen te verkopen'. Vervolgens gaan ze naar huis en wie weet spreken we ze nooit meer. Maar als ze een keer verpakingsmateriaal nodig hebben, bij wie zullen ze dan als eerste aankloppen, denk jij? We proberen ook elk jaar weer een gek kerstgeschenk rond te sturen naar ons klanten (zoals een witlof-pakket) en gaan zelf als uitje bijvoorbeeld een dag naar het circuit. Racen en mooie auto's zijn we wel

gek van ja, kan je ook wel zien toch hierbuiten? Sommigen doen er zo serieus over, maar je moet het ook wel een beetje leuk maken. Voor je klanten en voor jezelf.”

En het werkt, zien de compagnons in de zeven personeelsleden die ze hebben weten te werven.

De Beurs: „We hebben een ontzettend leuk, en vooral ook jong team. Dat is wat iedere werkgever wil. Wij hebben het gewoon. Vanaf het begin noemden we ons al 'gigant' - je moet jezelf toch een beetje in de markt zetten - maar nu begint het ook echt ergens op te lijken. Negen van de tien keer dat we een pakketje ontvangen, zit het in een verpakking van onszelf. Dat zegt wel wat.”

Koomen: „We zijn ook weer opzoek naar een nieuwe loods, iets tussen de vier- en vijfduizend vierkante meter. Ik weet nog dat we bij de notaris zaten, om alles voor ons drieën op papier te zetten. 'Zie jullie over een jaar wel weer als jullie failliet zijn gegaan', zie die met zo'n cynische ondertoon toen hij zag wat we gingen doen. Het grappige eraan: die notaris is ondertussen uit zijn ambt gezet en moet je ons zien. Nee het gaat dus hartstikke goed. Verdere ambities? Nou in ons vakgebied zijn we wel bekend in de Benelux, maar gek genoeg in de Noordkop nog helemaal niet. Dat willen we iets aan doen. (Met een knippoeg) Waar waren jullie nou ook alweer van?”

## Benelux

Verpakgigant.nl heeft zo'n 8800 klanten verspreid over de Benelux, 'met op dit moment een aanwas van tussen de tachtig en honderd klanten per week'. Naast het hoofdkantoor te Wieringerwerf hebben ze nog voorraadlocaties in Almere en Ridderkerk.



„Maakt niet of het een stoel is of een USB-stick, en wij verpakken het voor je.”