

Delen om te kunnen vermenigvuldigen

De op Urk gevestigde Dayseaday Group is niet alleen toonaangevend op het gebied van verse en diepgevroren visproducten, maar bovendien het grootste familiebedrijf op het voormalige eiland. Een interview met Jelle, Henk en Hendrik van Veen.

Hoewel ze leiding geven aan een omvangrijk bedrijf met een omzet van een kleine 200 miljoen euro per jaar, zijn broers Jelle en Henk van Veen nog altijd iedere ochtend om half zeven op kantoor om de vis in te kopen. Henk: “Dan zitten we hier met een man of tien en is het een paar uur knallen. Ik vind het nog steeds een prachtig onderdeel van het vak. Het geeft een kick om mooie vis voor een goede prijs in te kopen.”

Fijnmazig netwerk

Verwerken en verhandelen van vis in binnen- en buitenland, vers en diepgevroren, in totaal zo'n 30 miljoen kilo per jaar. Dat is wat Dayseaday doet. “Wij Nederlanders zijn daar goed in”, zegt Jelle van Veen. “We hebben een fijnmazig logistiek netwerk en zijn een betrouwbare partner. Hier op Urk spelen familie en het geloof een belangrijke rol en dat zie je terug bij ons bedrijf. We hanteren bepaalde waarden en normen en zijn dankbaar dat we dit werk mogen doen. Dit betekent ook dat we zo veel mogelijk duurzaam werken; zo zijn we van het gas af en liggen er negenhonderd zonnepanelen op onze daken.”

Flexibel blijven

“Je moet delen om te kunnen vermenigvuldigen”, vult broer Henk aan. “Zo gaan we ook om met onze medewerkers. We zijn een familiebedrijf, maar iedereen die hier werkt hoort bij de familie.” Jelle en Henk staan nog aan het roer van het bedrijf, maar achter de schermen zijn de broers bezig om de aandelen over te dragen aan de volgende generatie, onder wie Jelles zoon Hendrik. Hoe ziet hij Dayseaday voor zich over tien jaar? “Het

> Dayseaday



**'IEDEEN DIE HIER WERKT
HOORT BIJ DE FAMILIE'**

Van links naar rechts op de foto:
Hendrik van Veen (Hzn), Henk van Veen, Hessel van Veen, Klaas van Veen,
Gerrit van Veen, Hendrik van Veen (Jzn), Antje van Veen, Jelle van Veen

belangrijkste is het waarborgen van de continuïteit. Daarnaast moet je wendbaar en flexibel blijven, zodat je in kunt springen op trends die in de markt spelen.”

Anno 2021 is de trend van gemakproducten onmiskenbaar, legt Jelle uit. Daarnaast is zalm booming. “Zalm is de populairste vis van de wereld. Op dit moment is die goed voor 40% van onze omzet in vers. We werken nauw samen met de Noren, die veel zalm kweken. Omdat we zalm zelf willen kunnen verwerken op Urk, bouwen we nu een fabriek. Dat is precies de flexibiliteit waar Hendrik op doelt en waardoor we als bedrijf gezond en sterk kunnen blijven.” <<



DEEL ONLINE

