

**We  
are Set  
and ready for  
the future**



## Van start-up naar scale-up

De ontwikkeling van sterke supply chain teams door een scale-up mindset

### "We gaan voor 100 miljoen happy sleepers"


In gesprek met Wouter Kooyman van Guldener CFO van Somnox


### Pieter Pot schaalt supply chain op

Interview met Sjoerd van Bekhoven





 **Melvin Loggies** - Seepje  
**Marit van Beuningen** - Set  
**Freek Hamers** - Set

 5 minuten

 Verduurzaming

**Seepje:**

# "Zet die eerste stap en ga ervoor"

Soms zie je een kans voorbij komen die je gewoon moet grijpen. Dat deden **Melvin Loggies** en Jasper Gabrielse. Acht jaar geleden zagen ze op televisie hoe mensen in Nepal zeep maakten van vruchtenschillen. Ze schraapten met hun studiefinanciering een startkapitaal van 4600 euro bijeen en zochten contact met een leverancier uit Nepal. Dat was de start van Seepje. Een gouden zet zo blijkt. Hun wasmiddelen, wasverzachters, allesreinigers, afwasmiddelen en handzeepen zijn nu in zo'n 6 duizend winkels te koop. Niet alleen in Nederland, ook in België en Duitsland. Het bedrijf groeide in acht jaar tijd naar een team van vijftien mensen en heeft een omzet van rond de 5 miljoen euro. **Marit van Beuningen** en **Freek Hamers** gingen in gesprek met Melvin. Wat kunnen we van Seepje leren?

**Marit:** Hoe kom je erop om tijdens je studie met een bedrijf te beginnen?

**Melvin:** "In Nederland gebruiken we allemaal chemische gribussen om de was te doen. Wij zagen een kans om zowel in Nederland een duurzaam en gezond product op de markt te brengen, alsmede in Nepal ervoor te zorgen dat de mensen die daar de schillen oogsten en verwerken een eerlijk inkomen verdienen en onder de juiste arbeidsomstandigheden werken."

Als de schil van de Sapindus mukorossi met water in aanraking komt, werkt het als zeep. In Nepal is het een gebruikelijk wasmiddel, laat Melvin weten. Met hun startkapitaal haalden ze de eerste schillen naar Nederland.

**Melvin:** "Het begint natuurlijk met een mooi idee, maar belangrijker nog was het om snel te valideren of de schillen goed schoonmaken." De twee studenten zetten daarbij hun moeders in als testers. "Wij hadden toentertijd weinig verstand van wassen." Die testen sloegen aan. Jasper en Melvin gingen vervolgens met hun product onder de arm richting de supermarkt. Gedurende een hele dag vroegen ze iedereen die in- en uitliep wat zij van het product vonden. Wat eraan verbeterd kon worden en wat zij bereid waren om ervoor te betalen? De mannen ontdekten dat mensen het interessant vonden en er voor wilden betalen.

**Freek:** Heeft de snelle groei jullie voor uitdagingen gezet?

**Melvin:** "Voor ons heeft het vooral veel kansen gebracht. Kansen om efficiënt te produceren, om innovaties door te voeren en te verduurzamen. Omdat we zo bezig zijn met verduurzamen, denk ik, dat onze leveranciers en productiepartners graag met ons samenwerken. Voor sommige leveranciers zijn de volumes die wij nu doen nog niet bijzonder interessant. Echter, ze zien Seepje als ideale partner om duurzame innovaties mee te ontwikkelen en op de markt te brengen." Als voorbeeld noemt Melvin de honderd procent natuurlijke wasverzachter die het bedrijf

We  
zoeken juist  
de samenwerking op  
met grote multinationals  
die veel meer  
ontwikkelkracht  
in huis hebben  
dan wij

op de markt bracht. "Wij zijn daarmee de eerste ter wereld. Dat doen wij niet allemaal zelf, we zoeken juist de samenwerking op met grote multinationals die veel meer ontwikkelkracht in huis hebben dan wij. Ze willen graag met ons samenwerken omdat wij snel zijn, onze dromen daadwerkelijk durven waar te maken en gaan voor verduurzaming. Als ze duurzaamheid niet belangrijk zouden vinden, dan hadden ze ook een andere - goedkopere - partij kunnen kiezen om mee samen te werken. Ons product staat binnen enkele maanden in het schap te koop." Een ander product waar het bedrijf aan werkt, is een

nieuw afwasmiddel: een afwaszeep. Melvin: "Eigenlijk een zeepblok dat je gebruikt om je handen te wassen. Maar nu gebruik je het om de afwas mee te doen. Je houdt het onder de kraan en zo maak je een sopje. Dit heeft als voordeel dat het geen vloeistof bevat en daardoor geen plastic verpakking nodig heeft. Wat ook meer efficiëntie in het transport en de supply chain betekent."

Als bedrijf wil Seepje de consument meekrijgen in de transitie om aardolie te elimineren uit was- en poetsmiddelen, zegt Melvin. "En daarmee andere traditionele merken. Als die zien dat de consument er klaar voor is, nemen ze de stap."

**Marit:** Hoe zorgen jullie voor impact in Nepal?

**Melvin:** "Het probleem is dat de boeren in Nepal niet goed georganiseerd zijn. Ze hebben een paar Sapindus bomen op hun land staan, die ze één keer per jaar oogsten. Tussen Seepje en die boeren zitten nog twee tussenhandelaren en onze vaste leverancier. Samen met onze leverancier planten we nu jaarlijks zaden. In de zomer van 2021 hebben we op onze kosten 5500 boompjes verdeeld over 9 boerenfamilies in Nepal. Die boeren krijgen jaarlijks een vergoeding voor het onderhoud aan deze bomen, want pas over vijf jaar verdienen de boeren er geld aan. Dan geven de bomen vruchten. Zo weten wij welke bomen bij welke boeren staan en zorgen we ervoor dat we rechtstreeks kunnen inkopen bij de boeren. Nu de keten korter is kunnen we deze boeren trainen, afnamegaranties geven en een eerlijke prijs betalen." ▶



**Marit:** Sinds vorig jaar hebben we te maken met een wereldwijde pandemie. Hoe spelen jullie daarop in, in een internationale keten?

**Melvin:** "De pandemie begon in China, alle fabrieken gingen daar op slot. Daardoor ontstond een enorme uitdaging om de winkels te bevoorraden. De pompjes van onze handzeepflesjes worden in China geproduceerd, terwijl er in Nederland een ongekende vraag ontstond naar handzeep. Daar ligt dan ook meteen de kracht van Seepje. Wij zijn zo ondernemend dat we het voor elkaar hebben gekregen als enige merk bij de Etos en Albert Heijn, waar onze handzeep te koop is, altijd verkrijgbaar te zijn. Het was misschien niet duurzaam, maar we hebben toentertijd meteen besloten om die pompjes per vliegtuig te laten komen. Zo hebben we ervoor gezorgd dat er in deze crisissituatie handzeep voorradig was."


**Freek:** Waar halen jullie talenten vandaan om bij Seepje te werken en hoe zorg je ervoor dat ze verbonden blijven aan het bedrijf?

**Melvin:** "Wij geloven dat een sterk team en de juiste collega's het allerbelangrijkste is. Misschien wel belangrijker dan het product wat je verkoopt. Wij besteden veel aandacht om de juiste mensen aan te trekken en te behouden. Ook creëren we een fijne werkplek, zorgen we dat mensen verantwoordelijkheid hebben en vieren we successen. Zo hebben we afgelopen jaar een collectieve bonusregeling ingesteld, waardoor we met zijn allen profiteren van groei. Ook maken we het nu mogelijk voor onze medewerkers om te participeren in Seepje, zodat het ook daadwerkelijk ons bedrijf is."

**Freek:** Jullie willen graag impact maken. Wat zou jouw advies zijn aan young professionals die zelf impact willen maken?

**Melvin:** "Je hoeft geen wonderlijk idee te hebben of perse te gaan ondernemen. Vooral als young professional kun je met jouw talenten ontzettend veel waarde binnen bestaande bedrijven toevoegen. Kies bewust waar je jouw talent inzet. Doe je dat binnen een bedrijf dat primair bezig is met geld verdienen? Of in een bedrijf dat een positieve verandering teweegbrengt in een industrie? Je kan impact hebben in kleine en snelgroeiende ondernemingen. Maar je kunt jouw talenten ook binnen een grote organisatie inzetten om impact te maken. Juist veel grote partijen moeten die duurzaamheidsslag nog gaan maken. Daarbij kun je dus van groot belang zijn."

**Marit:** Wat zou je tegen mensen met een mooi idee willen zeggen?

**Melvin:** "Ik denk dat veel mensen met een mooi idee voor een onderneming vooral veel drempels zien om de eerste stap te zetten. Maar daar gaat het om: zet die eerste stap. Valideer je aannames vervolgens snel en eenvoudig. Het hoeft niet in een keer perfect te zijn, bij ons is dat ook zeker niet het geval geweest." 

**Wij geloven dat een sterk team en de juiste collega's het allerbelangrijkste is**





ready  
set,  
go!

Een talent  
ontwikkelt zich  
niet alleen.

**Samen ontwikkelen we de supply chain leiders van de toekomst.**

Doe ook mee! Neem contact op met Evie Jetten, bel 06 42 48 77 66 of mail [evie@setsupplychain.com](mailto:evie@setsupplychain.com).

[www.setsupplychain.com](http://www.setsupplychain.com)

 **set** supply chain  
professionals