

99 jaar artisanale marsepein van Sleeubus

Drie jaar geleden stond familiebedrijf en marsepeinmaker Sleeubus in de etalage. Vriend van de familie, Bart Peelmans, twijfelde niet. “Vijfentwintig jaar geleden trok ik met een van mijn beste vrienden en vierde generatie Sleeubus door Portugal. Dan al spraken we ervan om ooit het bedrijf over te nemen. Vandaag heb ik samen met de twee zonen en een nicht het bedrijf in handen.”

Je runt het bedrijf samen met drie familieleden Sleeubus. Is dat een lastige positie als enige buitenstaander?

“We hebben daar bij de start heel duidelijke afspraken over gemaakt. Het operationele en de commerciële strategie zijn voor mij. Zij kijken natuurlijk mee, maar dat is niet over de schouder. Dat is ondersteunend met familiale kennis. Als het gaat over familiale gevoeligheden ga ik steeds bij hen te rade. Het nieuwe consumentenmerk Louis D’Anvers is daar een mooi voorbeeld van. Louis Sleeubus is de grondlegger van het bedrijf. Het spreekt dus voor zich dat we zo’n zaken overleggen met de familie.”

Met het nieuwe consumentenmerk Louis D’Anvers gaf je al vrij snel een nieuwe toets aan het bedrijf.

“De originele naam in het Frans, Marsepein Sleeubus, is moeilijk om internationaal aan de man te brengen. Enerzijds hebben we onze B2B markt die de bakker bevoorradt. Die zijn Sleeubus gewoon en weten waar het merk voor staat. Op de consumentenmarkt ligt dat moeilijker. We zijn wel bekend in het Antwerpse, maar daarbuiten is dat niet zo evident. Zo is Louis D’anvers geboren. Louis naar Louis Sleeubus, de oprichter. Anvers was eveneens een logische keuze omdat er heel wat Antwerpse producten al erg bekend zijn. Denk maar aan de Antwerpse handjes, Bolleke De Koninck of Elixir D’Anvers.”

Je was marketingmanager bij Carrefour, vandaag werk je in een bedrijf

met tien personeelsleden. Hoe groot was de aanpassing?

“Het grootste verschil zit ‘s morgens vroeg in mijn mailbox. Je gaat van een bedrijf met 14.000 werknemers in België naar een bedrijfje met tien mensen. Ondertussen zijn zij een deel van mijn familie. Ik ben de eerste buitenstaander die hier binnenkomt om het bedrijf te leiden. Dan moet je wel even vertrouwen winnen bij de werknemers. Maar langs de andere kant kan je ook vanaf dag één vertrouwen op die mensen. Zij voelen zich deels eigenaar van dit bedrijf. Wat kan je meer verwachten van je medewerkers?”

“Het is een eerlijk product van topkwaliteit. Ik geloof oprecht dat wij de beste marsepein ter wereld maken”

Wat zag je in een oude marsepeinfabriek en in een product waar je niet zo snel mee kunt groeien?

“Het is een eerlijk product van topkwaliteit. Ik geloof oprecht dat wij de beste marsepein ter wereld maken. De lekkerste marsepein wordt gemaakt van volgroeide amandelnoten. We selecteren die zorgvuldig uit plantages in Spanje en Portugal. Je kan die noot gaan uitpersen tot het oneindige, maar dan zal de smaak ook veel minder zijn. Omdat het product zichzelf verkocht, werd hier in het bedrijf nog nooit aan

marketing gedaan. Meer dan de telefoon opnemen en de bestelling noteren gebeurde niet. Daar liggen volgens mij de grootste kansen.”

Exporteren jullie het product al?

“Ja, maar zeer selectief. Marsepein wordt vooral gegeten in Noord- en Oost-Europa. Ook in Italië en Spanje is het vrij populair. In Frankrijk dan bijvoorbeeld veel minder, want daar heb je nougat. Vandaag exporteren we naar Nederland, het Franstalige deel van Canada en een klein beetje naar Frankrijk. Een van de volgende landen waar we ons product willen aanbieden is Israël. We zitten hier midden in de Joodse wijk in Antwerpen en merken dat de marsepein hier erg aanslaat. Dat is dus een natuurlijke volgende stap. Van daaruit willen we dan ook uitbreiden naar het Midden-Oosten.”

Hoe hard heeft de coronacrisis jullie getroffen?

“Dat is tweeledig. De eerste golf viel voor ons in het laagseizoen, dat viel dus nog ergens mee. De tweede golf viel midden in het hoogseizoen, de maanden september tot december. Je begint aan alles te twijfelen. Gaan mijn klanten wel afnemen? Of gaan mijn mensen ziek worden? Dat is een verschrikkelijke periode als werkgever. Langs de andere kant kochten de mensen veel meer lokaal en hadden ze weer meer tijd voor onze producten. Dat was dan weer positief.”

www.sleeubus.be

Bart Peelmans (44)

is geboren en getogen in Antwerpen. Hij studeerde marketing en bouwde een carrière uit bij Carrefour. Vandaag is hij CEO van Maspain Sleeubus.

