



Foto's: magazijnen van Kooistra.com.

Alles is handel

# Restpartijen

Groothandels in restpartijen verdienen geld met de in- en verkoop van producten die bij andere bedrijven in de weg staan. **Het geheim: de prijs.** Opvallend is dat het aantal marktkeoplui dat inkoopt bij een groothandel in restpartijen terugloopt.

Tekst: Bert Flitzner

“**W**e kopen het liefst groot in. Tienduizend kopjes, honderdduizend tafellakens, noem maar op. Of het nou potten pindakaas of bloempotten zijn, dat maakt ons niet uit. Dat grossieren we dan verder. Ons klantenbestand begint bij marktkeoplui en dat gaat tot de Action-achtige formules,

door heel Europa”, vertelt Tjitse Lawerman van Kooistra.com, een groothandel die al 35 jaar in restpartijen in- en verkoopt.

De grootste partij die Chiel Meekes van Partijgroothandel.nl ooit inkocht? “35 vrachtwagens vol decoratie. We hebben

13.800 vierkante meter magazijn en standaard hebben we meer dan 3.000 artikelen op voorraad. Dat verkopen we aan marktkeoplui en winkels, van winkeliers met één winkeltje tot ketens met honderden winkels. Dat zijn niet per se alleen maar discountwinkels.”



## IN- EN VERKOOP **MV**

pen. "Ik verkocht zelfgemaakte vogelhuisjes en tuinspiegels op hobbybeurzen, braderieën en andere markten. Daar kwam eens een restpartij kerstmutsen bij, een volgende keer puzzelboekjes. Ik kocht dan af en toe een pallet op. Dat ging om veel kleinere aantallen dan tegenwoordig, maar voor ik het wist had ik een hele schuur vol met handel."

Al gauw had Meekes naast zijn marktkraam ook een groothandel in restpartijen. "Als ik iets in de groothandel niet verkocht, raakte ik het op de markt wel kwijt." In 2010 stopte hij op de markt om zich volledig op zijn groothandel te richten, nu een bedrijf met achttien werknemers. "De groothandel werd te groot om er nog een marktkraam naast te hebben."

Lawerman en Meekes zien maar weinig marktcoopi die zelf restpartijen inkopen en verder verhandelen. "Maar weinig marktcoopi durven het avontuur aan om restanten te kopen", zegt Lawerman. "Vaak proberen ze eerst een doos en als dat goed loopt, durven ze wat voorraden aan te leggen." Het in- en verkopen van restpartijen is volgens Lawerman dan ook een vak apart.

Dat groothandels als Kooistra.com en Partijgroothandel.nl geld kunnen verdienen aan de restpartijen, komt omdat ze voor de verkopende bedrijven een soort 'problem solver' zijn. "Vaak zijn het oude partijen die in de weg staan, dus bedrijven willen er vanaf", zegt Lawerman. Hij rekent voor: "Onze klanten willen altijd tussen de dertig en zeventig procent korting geven, om goedkoper te zijn dan de rest of om de folders te vullen. Een product dat normaal gesproken voor 10 euro in de winkel ligt, willen ze dus voor 5 euro verkopen. Ze moeten er ook aan verdienen, dus willen ze het bij ons voor 2 euro kopen, terwijl de originele inkoop prijs wel 4 of 5 euro geweest kan zijn. Wij moeten het dan voor nog minder kunnen inkopen."

Soms moeten bedrijven volgens Lawerman wel even wennen aan de prijzen die ze krijgen voor een restpartij. "Maar als ze de volgende dag het geld op de rekening hebben en een paar dagen later is de hele partij weg, dan zijn ze ook wel weer blij. We hebben alleen kans om een partij verder te verkopen als we het kunnen kopen onder de prijs waarvoor het naar Nederland komt. Anders kan men net zo goed

### Scheef poppetje

Groot, groter, grootst is dus het credo bij de handel in restpartijen. Maar wat zijn restpartijen precies? Lawerman vat het samen als 'partijen waar bedrijven klaar mee zijn'. "Dat kunnen faillissementspartijen zijn of containers die in havens blijven hangen vanwege faillissementen of omdat de rederijen niet worden betaald, of containers waar gekke dingen in hebben gezeten. Het komt wel eens voor dat er in containers handel naar Europa komt wat niet mag. Ja, drugs bijvoorbeeld, maar dat gebeurt niet vaak. Die containers zijn in beslag genomen en het verboden spul is er dan uitgehaald, maar de andere artikelen willen ze dan weer kwijt om de zeecontainer leeg te krijgen. Bij Duitse multinationals worden orders vaak gecancelled als er een dag te laat wordt geleverd. Dan komt die handel dus vrij. Soms wijzen winkeliers een order af omdat de verpakking niet mooi genoeg is of omdat een poppetje scheef in plaats van recht in een doos zit."

Ook Meekes somt moeiteloos op: "Het kunnen uitlopende collecties van producenten zijn, waar ze niet meer op een andere manier van afkomen. Als de nieuwe collectie binnenkomt, hebben ze ruimte nodig in het magazijn. Ook kunnen er nieuwe inkopers bij een keten zijn die bepaalde producten niet meer afnemen. De producenten zitten er dan mee in hun maag. Als er een grote actie is geweest bij een keten die niet is aangeslagen, met recht van retour, dan krijgen ze ook alle handel weer terug. Of de kleur van een product is verkeerd of er zit een stikfoutje in, je kunt het zo gek niet verzinnen waarom bedrijven er vanaf willen." Wat voor producten dat typisch zijn? Vaasjes en andere decoratieve artikelen, wijnglazen, huishoudartikelen, speelgoed, kleding, maar ook foodartikelen.

### 'Problem solver'

Meekes begon in 2006 op zeventienjarige leeftijd op de markt restpartijen te verko-

bij de groothandel kopen of zelf importeren als men groot genoeg is."

### Snel beslissen

Vanwege deze 'opruimfunctie' wordt snel beslist over de inkoop van restpartijen.

Meekes: "Bedrijven melden zich en sturen een paar foto's. Aan de hand daarvan doen we meteen een bieding. We betalen snel en ons eigen transport haalt de partij op. De afhandeling is dus snel en het bedrijf is gauw van het probleem af."

Lawerman: "Uiteindelijk proberen we een relatie op te bouwen met de importeurs en groothandelaren. Als we wat van ze kopen, handelen we dat ook correct af. Dat ze de volgende keer niet hoeven na te denken wie ze moeten bellen en denken: 'We krijgen geen goeie prijs bij Kooistra, maar we hebben wel meteen het geld op de rekening en een paar dagen later is de handel weg'."

Specialiseren in bepaalde productgroepen doen Kooistra.com en Partijgroothandel.nl niet. "In principe is alles handel, als de

prijs maar goed is", zegt Meekes. "Er is altijd iemand geweest die het heeft gemaakt en die het dus mooi vond of het nut ervan inszag. Dan is er altijd wel iemand anders die het ook mooi vindt of er iets mee kan. Over het algemeen doen we altijd wel een bod. Soms krijg je iets voor zo'n lage prijs, dat het ook wel weer handel is, ook al is het niet meteen een fantastisch product." Lawerman redeneert op een vergelijkbare manier. "Voor het geld dat we ervoor betalen, kunnen we het ook altijd wel weer kwijt. Dus in het ergste geval heb je een hoop werk gedaan, maar niets verdiend. Maar dan is het financiële risico er ook niet echt. We kopen sowieso ook altijd een partij in zijn geheel, zodat er niet nog iets van dezelfde spullen bij een concullega terecht komt. Want dan maak je automatisch de prijs kapot natuurlijk, omdat je uiteindelijk met elkaar op de prijs concurreert."

### Verschuiving

Lawerman ziet een verschuiving naar online bestellingen. "In onze webshop op

Kooistra.com kan gemakkelijk een bestelling worden gedaan van een paar honderd euro. Daarvoor hoeft de klant dan niet helemaal naar Leeuwarden te rijden." Een andere belangrijke verandering is de afname van marktlooplieders als klant. "Tien jaar geleden hadden we elke dag wel tien marktlooplieders die bij ons kwamen kopen", zegt hij. "Voornamelijk uit de grote steden: Amsterdam, Rotterdam, Utrecht, Brussel, Lille, Antwerpen en Parijs. Die tien hebben we nu niet eens in de twee weken denk ik. Oftewel, de markten zijn flink teruggelopen."

Meekes ziet hetzelfde. "Het aandeel marktlooplieders dat bij ons komt kopen, loopt terug. Ik denk dat de markt over het algemeen minder wordt. Hier in de Achterhoek is dat in ieder geval zo. Met name met de weekmarkten in de kleine plaatsen wordt het wel wat minder. Tegengesteld is het op de markt allemaal kleding of foodartikelen. Er zijn er maar weinig met decoratie, huishoudartikelen of iets dergelijks, de typische restpartijartikelen." ●

