



WAKE UP INTERNATIONAL BOORT NIEUWE MARKT AAN

“PRODUCTKWALITEIT BELANGRIJKER DAN OOIIT”

Op welke manier dan ook, de coronacrisis heeft invloed op de bedrijfsvoering van ieder bedrijf. Zo kan familiebedrijf Wake Up International nu zijn vaste opdrachtgevers helpen met mondkapjes en andere persoonlijke beschermingsmiddelen. “Onze specialisatie is dat we nergens in gespecialiseerd zijn.”

Tekst Louise Wagenaar

Van gehoorbescherming tot drinkbekers en van slippers tot matrassen: Wake Up International kan het hele productie-, inkoop- en logistieke traject verzorgen. Van de ontwikkeling van *private label*-collecties tot levering aan de klant. “Als het maar non-foodartikelen zijn”, vertelt eigenaar Roderik Bos. “Wat we daarbij altijd voor onze rekening nemen, zijn de kwaliteitscontrole en *compliance*zaken. Verder passen wij onze dienstverlening aan de wensen van de opdrachtgever aan: als die wil dat we helpen met de productontwikkeling, doen we dat. Maar we kunnen ook alleen de fabricage en import verzorgen. En indien nodig houden we in sommige gevallen ook producten van onze opdrachtgevers op voorraad. Daarvoor maken we gebruik van een magazijn in Heerhugowaard.”

Wake Up International is in de jaren tachtig opgericht door vader Bos. Hij begon met het leveren van modeartikelen en bijouerie vanuit Azië aan postorderbedrijven als Otto en Wehkamp. Inmiddels is het bedrijf uitgegroeid tot een allround dienstverlener. Bos: “We werken al vele jaren met een aantal vaste opdrachtgevers, waarbij we natuurlijk altijd openstaan voor nieuwe bedrijven.”

Kort op de bal

Vanuit het hoofdkantoor in Zeist heeft Roderik Bos de dagelijkse leiding. Verreweg de meeste producten worden geproduceerd in het Verre Oosten. “Om meer grip op de productie en de kwaliteit te krijgen, zijn we jaren geleden begonnen met het oprichten van eigen kantoren in China, Vietnam en India. De kantoren





Roderik Bos: "Ik verwacht dat corona een blijvende impact heeft op de toekomst."

worden bemand door lokale mensen en aangestuurd vanuit Zeist. Op dit moment zijn we bezig met een nieuw kantoor in Pakistan, omdat sommige van onze opdrachtgevers daar met onze hulp op grote schaal inkopen. Overal waar wij actief zijn, willen we kort op de bal zitten. Wij zijn daar immers de oren en ogen van onze opdrachtgevers."

Soms komt het idee voor een product bij de mensen van Wake Up International zelf vandaan. Bijvoorbeeld als ze iets op een beurs gezien hebben waarvan ze denken dat dat goed bij een bepaalde opdrachtgever past. Maar meestal gaat het andersom: dan komt een opdrachtgever zelf met een specifieke vraag of opdracht. "Vaste opdrachtgevers nemen wij ook geregeld mee naar het Verre Oosten, zodat ze met hun eigen ogen kunnen zien waar en hoe de producten worden gemaakt. Dan zorgen wij dat de fabrieken verschillende monsters klaar hebben staan van producten waarin een bepaalde opdrachtgever geïnteresseerd is. En dan kunnen we daar gelijk eventuele aanpassingen bespreken. Helaas is het nu vanwege corona niet mogelijk om af te reizen naar het Verre Oosten. We stellen onze opdrachtgevers nu in staat die monsters in Nederland te beoordelen voordat wij overgaan tot productie", aldus Bos.

Beschermingsmiddelen

Over deze crisistijd sprekend rijst natuurlijk de vraag: welke invloed heeft de coronacrisis op Wake Up International? Aangezien de normale handel praktisch stilligt, besteedt het bedrijf nu samen met opdrachtgevers extra veel tijd en aandacht aan het (door)ontwikkelen van onderscheidende producten. Verder helpt Wake Up zijn opdrachtgevers nu aan de benodigde beschermingsmiddelen, zoals mondkapjes. "Zo heeft een bekende internationale retailer, met wereldwijd vierduizend winkels, aan ons gevraagd beschermingsmiddelen te leveren. Door gebruik te maken van mondkapjes en desinfecterende handgels kunnen zij hun winkels open houden en hun klanten blijven bedienen. Wij zijn heel blij dat we in deze tijd onze opdrachtgevers daarmee kunnen helpen." Daarnaast levert Wake Up International nu aan andere opdrachtgevers handschoenen en veiligheidsbrillen. "Wij hebben het geluk dat we al in persoonlijke beschermings- en hygiëneartikelen actief waren. Dankzij onze kantoren ter plaatse kunnen wij altijd de juiste kanalen vinden om snel dit soort producten te laten maken."





Door gebruik te maken van mondkapjes en andere beschermingsmiddelen kunnen retailers in bepaalde segmenten hun winkels open houden.



Ook medische artikelen behoren tot het assortiment dat Wake Up International aan zijn opdrachtgevers levert.

Productkwaliteit staat altijd centraal bij Wake Up International, zegt Bos. “En dat is op dit moment belangrijker dan ooit. Er zijn veel bedrijven die zich nu op de voor hen onbekende markt van beschermingsmiddelen begeven. Ook hebben veel Chinese fabrieken minder te doen, en wat is er dan makkelijker dan je op de broodnodige mondkapjes storten? Mede daarom laten wij nu, naast onze reguliere fabrieksaudits en kwaliteitscontroles, veel producten dubbelchecken bij lokale geaccrediteerde laboratoria. Wij beloven onze opdrachtgevers kwaliteit, en die belofte willen we ook nu zeker waarmaken.”

Chinees Nieuwjaar

Indien gewenst, verzorgt Wake Up International ook de logistiek en het vervoer van de producten vanuit het Verre Oosten naar Nederland. Het maakt daarbij gebruik van spoor-, lucht- of zeevervoer, waarbij volgens Bos altijd een afweging wordt gemaakt tussen prijs en snelheid. Problemen met de toelevering van goederen door corona ondervindt Wake Up amper: “Eind januari was het Chinees Nieuwjaar. Toen corona uitbrak, waren onze spullen al onderweg naar Nederland of stonden deze al klaar in de fabrieken. Dus konden wij alles op tijd bij onze opdrachtgevers afleveren. En nog

steeds hebben we geen echte logistieke problemen. Wel moeten we de supply chain goed in de gaten houden. Als een Chinese fabriek de goederen niet op tijd levert, moeten we iets regelen om ze toch op tijd bij de opdrachtgever te krijgen. Bijvoorbeeld door te *switchen* van vervoerswijze, van zeevervoer naar spoor- of luchtvervoer. De logistieke oplossingen om iets vanuit het Verre Oosten hiernaartoe te krijgen zijn op dit moment schaars. En luchtvracht is nu extreem duur. Maar als het nodig is, kiezen we daar toch voor. Zoals nu bijvoorbeeld bij de mondkapjes: die moeten natuurlijk zo snel mogelijk hiernaartoe vervoerd worden.”

Toekomst

De mensen van Wake Up denken dat corona de wereld voor altijd zal veranderen. “Ik verwacht dat het een blijvende impact heeft op de toekomst en dat de vraag naar hygiëneproducten hoog zal blijven. De aandacht voor dit soort producten in de maatschappij gaat niet meer weg. En mocht dat wel gebeuren: wij ondersteunen

onze opdrachtgevers altijd bij datgene wat zij op dat moment nodig hebben. Mijn vader zegt altijd: ‘Onze specialisatie is dat we nergens in gespecialiseerd zijn.’ Oftewel: we zijn niet gespecialiseerd in één bepaald product, onze allround dienstverlening is onze specialisatie.”

“Helaas is het nu vanwege **corona** niet mogelijk om af te reizen naar het Verre Oosten”

Op het hoofdkantoor van Wake Up International is het erg stil op dit moment. Zoals bij de meeste kantoren werken Bos en zijn medewerkers veelal vanuit huis. “Wij vinden dat allemaal verre van prettig. Je kunt niet even bij iemand binnenwandelen met een vraag. Maar ons pand is heel ruim, dus eigenlijk is het heel goed mogelijk om de gepaste anderhalve meter afstand te bewaren. Daarom overwegen wij nu om geleidelijk weer *back to normal* te gaan.” ●●●