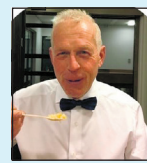




Glastuinbouw Nederland
REGIO ZUID-HOLLAND
WESTLAND

Column

Verander de wereld...



Kijkend naar het meepaksoepgoed bij de kassa van AH in Schipluiden hoorde ik een kassière een paar kinderen complimenteren met de aankoop van een net mandarijnen. Als moeders hun kinderen fruit laten halen, word ik altijd heel blij. De volgende vraag van de kassière was: "en dan lusten jullie vast ook wel een banaantje". De ogen van de kinderen straalden. Aanvankelijk wilde ik omkeren en ook een netje mandarijnen gaan halen, maar ik was net op tijd om te zien dat het bananen aanbod bestond uit een banaantje van suiker. Toen ik aan de beurt was vroeg ik enigszins verbaasd aan de kassière of dat nou zo'n verstandige zet was. "Nee" zei ze, maar het is ook niet mijn idee maar beleid van de Appie-Hoppie zetbazen in Zaandam. Ik wilde nog reageren met de opmerking: "Maar heb je dan niet enig moreel besef om die suikerbommetjes gewoon weg te gooien". Ik slikte het maar in met de gedachte dat de kassière zelfs meer deed dan doen wat gevraagd werd. Lopend richting de uitgang langs de tabaksalie, het gebruik ervan eist in Nederland alleen al zo.000 slachtoffers per jaar, dacht ik: Het is eigenlijk een verwerpelijke opdracht die de aandeelhouders van Ahold Delhize meegeven aan hun rijk belovende bestuurders.

Vorige week las ik in de krant dat veel gemeenten weinig bezwaar hebben als het gaat om het binnenhalen van fastfood filialen. We hebben de feeling met (gezonde) voeding uit het oog verloren en onze eetgewoonten van de afgelopen 50 jaar hebben geleid tot volksvijand nummer één, overgewicht en de gevolgen daarvan, zoals diabetes. Aangemoedigd door de retailmafia heeft ons eetpatroon geleid tot een gezondheidsprobleem. Volgende week wordt de miljoenennota gepresenteerd. Maar ik kan u nu alvast in vertrouwen lekken, dat de kosten van de gezondheidszorg weer zijn gestegen en voorlopig zullen blijven stijgen. De Westlandse en Midden-Delflandse boeren en tuinders hebben één oplossing al jaren klaarliggen: gezond, schoon en betaalbaar voedsel. De vraag is hoe krijgen we deze boodschap bij de mensen die dit niet weten? Hoe beïnvloeden wij de houding van ouders en leerkrachten op scholen en niet te vergeten de artsen met hun volle wachtkamers? Jaarrond onze missie uitdragen, geld uittrekken voor promotie, zorg dat we met 'Kom in de kas' nog meer mensen bereiken en tenslotte, jawel, met het varend corso de steden in. Bundel de krachten en laat zien als sector dat je een wezenlijke bijdrage kan leveren aan de gezondheid en dus welbevinden van de mensen. We hebben nog een lange weg te gaan peinsde ik, toen ik met mijn pakjes gelatine en geleisuiker voor de pruimenjomp naar buiten liep. Ik besloot om de helft van de voorgeschreven suiker toe te voegen, immers een andere wereld begint bij jezelf.

Jos van der Knaap, ondernemer in de koffie

Colofon

Deze pagina valt onder redactionele verantwoordelijkheid van Glastuinbouw Westland. Advertentieverkoop: Uitgeverij West Media bv, telefoon 0174-624212.

Contact
Bestuur Glastuinbouw Westland
Jacco Vooijs: voorzitter
telefoon: 06-10358391
Follow me on twitter @VooijsWestland
Hans van Geest: regio ondersteuner
Marjolijn Elgers: bestuurlijk secretarisse. U kunt de bestuursleden bereiken via het secretariaat: telefoonnummer: 085-0036400 e-mail: info@glastuinbouwwestland.nl website: www.glastuinbouwwestland.nl

Relatiebeheerders
Jos van Kester: 06-46216729
Kees Duijvestijn: 06-50684311
Ab van Marrewijk: 06-39639131

Glastuinbouw Nederland
REGIO ZUID-HOLLAND
WESTLAND

Meldpunt misstanden Glastuinbouw
E: info@glastuinbouwwestland.nl
T: 06 10 35 83 91 (Jacco Vooijs)

Ondernemers Klankbord
www.ondernemersklankbord.nl
070-3490600

ondernemersklankbord
erweten kijk op zaken

Uitnodiging Tuinbouw Jongeren Westland
TJW Topsprekersavond 2019

Alleen ga je sneller, samen kom je verder

Denk jij dat je alleen sneller gaat en het allemaal alleen af kunt? Wij denken van niet en daarom hebben we achter de schermen hard gewerkt aan de vijfde editie van de Tuinbouw Jongeren Topsprekersavond. In tuinbouwland zien we dat bedrijven samenwerken om de sector naar een hoger niveau te brengen. Want één ding is zeker: alleen ga je sneller, maar samen kom je verder. Dit jaar vindt de Topsprekersavond plaats op maandag 23 september. We hopen jullie allemaal in grote getalen te mogen ontvangen bij Opti-flor. Er gaat geen dag voorbij dat je niks leest over samenwerkingen, overnames of fusies in onze sector. Daarom kiezen we dit jaar voor het thema: Samenwerken. Niet alleen in onze sector zien we deze ontwikkelingen, maar wereldwijd is dit een hot topic. Waarom is samenwerken zo belangrijk? En wat kan samenwerken ons brengen? Maar daarnaast rest ook de vraag: hoe kunnen we samenwerken om de sector naar een hoger niveau te brengen?

Sprekers
De Topsprekersavond vindt dit jaar plaats bij Opti-flor. Een bedrijf dat op diverse vlakken samenwerkt; van het aardwarmteproject aan de Vogelaar tot het MVO project met Haegheflor. Dit jaar zullen Tim Jenniskens en Rogier Hofman – oud Olympiërs - ons

een inspirerend verhaal vertellen over teambuilding. Beiden runnen samen het bedrijf Fanbased dat individuen en teams helpt om topprestaties te leveren. Door hun unieke aanpak krijgen ze mensen in beweging. Beide geven aan: 'Iedereen heeft de mogelijkheid om impact te maken met zijn of haar talent; daar hoeft je geen oranje shirt of medaille voor te dragen. Het gaat erom wat je met een talent doet'. Ook in de tuinbouwsector is dit van groot belang om de sector naar een hoger niveau te brengen. Tenslotte zullen een aantal personen die actief zijn binnen de tuinbouwsector ons meenemen in hun succesverhaal over samenwerkingen. Wat is het geheim van samenwerken? Welke obstakels zijn zij tegen gekomen? En wat voor moois heeft het samenwerken hen gebracht? Tijdens dit panel krijg je gelegenheid om ook vragen te stellen. Om de verhalen van beide sprekers in goede banen te leiden zal deze avond wederom worden geleid door Rob Veenman. Hij zal als avondvoorzitter de sprekers ondervragen en discussies met de leden begeleiden. Vanaf 19.00 uur begint de inloop van de avond, de avond wordt om 21.30 uur afgesloten met een borrel. Aanmelden is verplicht. Dit kun je doen door een e-mail te sturen naar uitnodiging@tuinbouwjongeren.nl.

Go Go Gesprek: 'Internationalisering maakt nieuwsgierig'



Een vaste groep scholieren heeft in juli dit jaar een andere kant van het bedrijf kunnen bewonderen. Foto: GW

Binnen het project Go Go Greenhouse geven ondernemers en managers in de glastuinbouw de scholieren in hun bedrijf een breder beeld van de glastuinbouw. In het tweede Go Go Gesprek vertelt Elles van Dop namens Vilosa over haar ervaringen: "Een leuk en belangrijk initiatief."

De HR-manager: Bij het in kalanché gespecialiseerde potplantenbedrijf Vilosa, met teeltlocaties in 's-Gravenzande, Honselersdijk en Monster, is Elles van Dop onder andere verantwoordelijk voor personeelszaken. Daarom was zij de aangewezen persoon om het project Go Go Greenhouse op te pakken. Een vaste groep van tien scholieren heeft in juli dit jaar een andere kant van het bedrijf kunnen bewonderen.

Het project
"De dag van de kick-off van het project was een beetje lastig, vanwege de examenuitslagen van diverse scholieren, maar half juli hebben we het initiatief enthousiast opgepakt", zo opent Elles. Bij Vilosa werken de scholieren vooral op de locaties Honselersdijk en Monster en daarom was 's-Gravenzande de ideale locatie voor een uitgebreide rondleiding. "Op deze hoofdvestiging is veel meer

geautomatiseerd, terwijl de jongeren op de andere bedrijven vooral worden ingezet voor inhoeken." Na een presentatie over Vilosa werd het hele proces bekeken: van stekken tot verkoop en marketing. "Mechanisatie en automatisering hebben veel aandacht gekregen, maar we hebben ze ook verteld over de relatie met de landen in Afrika waar ons stekmateriaal vandaan komen." Dat je als medewerker van een potplantenbedrijf ook enkele keren per jaar kunt reizen, wekte extra nieuwsgierigheid. "Dat geldt niet alleen voor teeltmateriaal, maar ook voor de binnen- en buitendienst, die klanten en beurzen bezoeken."

Het vervolg
Een beter beeld geven van het bedrijf, dat was het uitgangspunt van de excursie en dat is volgens Elles van Dop goed gelukt. "Of het op termijn nieuwe medewerkers gaat opleveren, is nog de vraag. Maar de interesse is gewekt, waarbij ook de doorgroei mogelijkheden ons belicht. Positief is dat de groep onlangs op eigen initiatief terug is gekomen naar de hoofdlocatie om de voortgang van de nieuwbouw te bekijken. Dat is toch ons paradepaardje en dat voelen de scholieren al heel goed aan."

Volg ons op Social Media

Facebook: [f Glastuinbouw Westland](#)
Twitter: [@GlastuinbouwWL](#)

Kijk in de kas

Op bezoek bij de Westlandse aardbei

In een nieuwe editie van Kijk op Glas neemt Jacco Vooijs, voorzitter Glastuinbouw Westland, ieder seizoen een kijkje achter de schermen bij een glastuinbouwondernemer in het Westland. De zomer is weer voorbij en de herfst staat voor de deur. En dat betekent dat de drukke periode weer aanbreekt voor de Westlandse aardbei. Wij gingen op bezoek bij Jacco en Sandra Huysman. Zij vertellen ons alle ins- en outs op het gebied van de Westlandse aardbei.

door Marjolijn Elgers

De Westlandse aardbei wordt geteeld in de kas. In augustus worden de planten gepoot, vanaf half/eind september kan hier de eerste keer van geoogst worden tot begin/half december. De plant gaat dan in de winterrust, vanaf half april wordt dan weer gestart met de grote voorjaarsteelt. Er wordt in deze periode 2/3 van de jaarproductie geplukt en tot begin juni kunnen er dan aardbeien worden geoogst. In deze periode kan de plant maximaal zijn energie omzetten in smaak en laat dat nu kwaliteitskenmerk nummer 1 zijn. De consument koopt graag de Westlandse aardbei omdat deze op een rustige manier geteeld wordt en pas wanneer de aardbei rijp is geoogst, want dan is de aardbei zoet en op zijn lekkerst.

Ontstaan van de Westlandse aardbei
15 jaar geleden is er in delen overgeschakeld naar de aardbeien. Voor die tijd werd er radijs geteeld. Door de bosmachine die ontwikkeld werd, was men eigenlijk ook genoodzaakt om groter te worden en dat paste niet zo bij hun gedachtegoed. Een oom teelde al aardbeien en dat zagen Jacco en Sandra ook wel zitten. In drie jaar tijd werd er overgestapt op aardbeien waarbij die in het begin aan Valstar werden geleverd. Sandra heeft altijd in de verkoop gezeten en snapte er eigenlijk niks van; er wordt zo'n mooi product geteeld en er worden allerlei investeringen gedaan, maar op het einde wordt er gezegd: alsjeblieft en kijk maar wat je ervoor geeft. Dat gebeurt verder in geen enkele branche. En zo is Sandra zich langzaam aan in het bedrijf gaan bezighouden met de verkoop. Sandra: "De Westlandse aardbei is ooit begonnen vanuit de kleinere en oudere kas en de aardbeien werden ook verkocht via de welbekende automatiek, waarin normaal snacks uit de muur worden verkocht. Deze gezonde automaat was tot ver buiten de regio bekend en mensen kwamen speciaal naar het Westland voor de aardbeien. Keerzijde van dit succes was dat het steeds drukker werd op het kleine laantje en het aantal verkeersbewegingen te groot waren voor de plek waar we zaten. Vervolgens hebben Jacco en ik bekeken of het mogelijk was om de aardbeien op meer plekken aan te bieden. We zijn toen echt de boer op gegaan met onze aardbeien. Alles is met de automaten begonnen. De consument wist waar de aardbei

Afzetmarkt
Zo'n 75 tot 80% van de totale productie van de Westlandse aardbeien wordt lokaal verkocht en wordt uitgeoogd door de Westlandse aardbei zelf. De aardbeien worden met een eigen vrachtwagen naar groentebouwers en supermarkten gebracht. Sandra: "Onze strategie is dat we in iedere dorpskern één verkooppunt hebben. De Westlandse aardbei heeft een eigen verpakking waarop duidelijk is te zien waar het product vandaan komt. Wij staan dan ook samen op de verpakking. Deze verpakking is heel herkenbaar voor de consument. De aardbeien worden dagvers geoogst, en liggen binnen een paar uur

Bedrijven maken hbo-studenten enthousiast voor de glastuinbouwsector

Ruim 120 hbo-studenten Technische Informatica kwamen woensdag 4 september bijeen in World Horti Center om kennis te maken met de vele kansen in de glastuinbouwsector. Na een korte introductie van de sector beten de eerste- en tweedejaars studenten zich vast in vraagstukken uit de praktijk van vijf verschillende glastuinbouwbedrijven. Ieder groepje studenten kreeg een technisch issue voorgeschoteld, waarna ze binnen twee uur een out-of-the-box oplossing presenteerden aan het bedrijf. Er was een grote variëteit aan cases die de bedrijven voorlegden. Zo werd er gebrainstormd over Internet of Things, werd er gezocht naar een oplossing voor wortels van stekken die in elkaar blijven steken en werd er bekeken of verkoopprijzen berekend kunnen worden aan de hand van analytisch onderzoek. Bedrijven uit alle hoeken van de sector reageerden enthousiast op de Bedrijvendag van Hogeschool Rotterdam in World Horti Center. Logiqcs, CodeMa, Stolze, Juva en Corn.Bak waren



Jacco en Sandra Huysman van De Westlandse Aardbei.

Foto: GW

vandaan kwam en dat de kwaliteit goed was. In het voorjaar is op vrijdag en zaterdag het winkeltje open en worden er ook in de mooie zwart/rode verpakking, die wij special voor retail hebben ontwikkeld, de aardbeien aan consumenten verkocht. De aardbeien worden meegegeven in een mooi tasje en veelal geven mensen de aardbeien dan kado. Er zijn mensen die iedere dag komen of standaard op dezelfde dag. Er zijn mensen die speciaal voor de 2e klasse aardbeien, (de kleinere), uit de automaat komen om bijvoorbeeld jam te maken of deze te gebruiken voor in taarten. Tevens zijn dan de zelfgemaakte aardbeienjam (met een stuk minder suiker dan normale jam), aardbeien siroop en aardbeien-likeurette verkrijgbaar. De aardbeien likeurette is in samenwerking met Chefkok Niven van het gelijknamig restaurant in Rijswijk gemaakt. Ook zijn er sinds kort mooie zwarte kadoboxen met hierin de aardbeienjam, likeurette en siroop verkrijgbaar."

na het oogsten al in de winkel. De retail die vlakbij zit heeft zo'n zes á zeven keer per week een levermoment. Winkels die wat verder zitten, zoals Voorschoten, Voorburg en bijvoorbeeld Alphen aan den Rijn worden drie keer in de week beleverd." Komt er een aanvraag van een mogelijke nieuwe klant die vraagt of zij één keer in de week aardbeien mogen afnemen wordt er nee gezegd. Waarom dat is? Sandra: "Wij vinden dat ze dan te lang doen over de verkoop van de aardbeien, of bieden ze dan alleen in het weekend aan. Wij zijn van mening dat wij telen voor de consument; zij zijn echt onze klant. En die consument moet iedere dag verse aardbeien kunnen kopen. De retailer is echt een verkooppunt, een middel voor ons." Alle contacten met de groentebouwers en supermarkten gaan direct via degenen die binnen het bedrijf verantwoordelijk is voor groenten en fruit, dus er zijn korte communicatielijnen. Mocht er onverhoopt iets fout zijn gegaan, is makkelijk te achterhalen wat dat was. Alles wordt aangeleverd in mooi ambachtelijk houten kistjes, met een fustregeling. De aardbeien worden altijd voor een vaste prijs geleverd, het hele jaar door. Ongeacht de hoeveelheid die wordt afgenomen (wel minimaal drie keer in de week afnemen). Sandra: "Wij bemoeien ons

niet met de verkoopprijs, wel wordt er een verkoop adviesprijs meegegeven. De retailers hebben geen afval, door de fustregeling. Er is geen derving, omdat het een dagvers product is. Momenteel staan er zelfs supermarkten op de wachtlijst, die heel graag de Westlandse aardbei willen verkopen. Mocht er overproductie zijn, wat een paar weken per jaar kan gebeuren, worden deze in een andere verpakking en op een andere manier in de markt gezet.

Personeel
Jacco: "Waar andere bedrijven momenteel moeite hebben met het krijgen van goed personeel hebben wij hier geen last van. Er wordt al jaren met dezelfde groep vaste mensen gewerkt en dit wordt aangevuld met flexibele krachten vanuit de uitzendbureaus. Omdat het werk hier seizoensgebonden arbeid is, werken mensen tussendoor bij andere bedrijven met een andere teelt. Maar ieder jaar komt iedereen weer terug. Ik denk dat dit komt omdat we heel goed beseffen dat we alles met elkaar doen. Zonder mensen die plukken hebben wij geen producten om te verkopen en zonder de verkoop kan er na het plukken niks worden verkocht. Ook hier is goede samenwerking dus de sleutel tot succes."

Seasonal Flower Event in de sfeer van 'Trends & Zomerbloemen'

Op donderdagavond 12 september 2019 organiseert de Nationale Zomerbloemententoonstelling het Seasonal Flower Event 2019 in het Westland Theater De Naald in Naaldwijk. De avond begint om 19.00 uur en de afsluiting is in de Oude Kerk in Naaldwijk. Tijdens het Event zal Trendwatcher Aafje Nijman van Bureau Nijman + van Haaster haar visie delen op het gebied van trends, toegespitst op zomerbloemen. Aafje zal onder andere ingaan op het belang van de signaleren van trends en hoe daar gebruik van te maken. Ter plaats vindt aan de hand van een bloemenschikdemonstratie een uitbeelding van deze trends plaats. Gedurende de avond vindt ook de prijsuitreiking van de NZBT-keuring

plaats en ook de Meesterteler Award voor het product met de hoogste score en de Stimulori Innovation Award voor het meest innovatieve product uit de tentoonstelling, gezien vanuit marktperspectief. De combinatie van een afsluitende, informele borrel bij de Nationale Zomerbloemententoonstelling in de Oude Kerk, gesponsord door Stimulori, maakt het geheel tot een waardevolle avond. Sponsors, vakgenoten en andere gegadigden ontvangen een digitale uitnodiging. De tentoonstelling met als thema 'Nazomer' vindt dit jaar plaats van 12 - 15 september a.s.

Bron: BPNieuws.nl

SANTEN & GASILLE
MAKELAARS

De makelaars met een andere aanpak

- Aan- en verkoop
- Reconstructie
- Onteigening
- Taxatie en advies

DE LIER 0174-511300
SANTEN-GASILLE.NL

Bron: World Horti Center