



Column

Aantrekkelijke sfeer voor jeugd



Gelukkig is er weer iets meer bewegingsvrijheid en kunnen we deze zomer iets meer ongedwongen genieten van het mooie weer, de gezelligheid en van de mensen om ons heen.

Belangrijk, de sociale component van onze samenleving. Want, mensen maken de samenleving.

Zo ook in de bedrijven. Ondernemers zullen beamen dat de mensen het bedrijf 'maken'. Zonder mensen is het toch vrij lastig een bedrijf te runnen. Ondernemers zullen ook beamen dat de (onderlinge) sfeer in het bedrijf een belangrijke rol speelt in het runnen van een bedrijf. Met een enthousiaste club mensen bereik je meer!

Als ondernemer is het dus handig als je over enthousiasmerende kwaliteiten beschikt. Of, als je binnen je bedrijf ruimte biedt voor dit enthousiasme. Eens een gezellige vrijmibo of een iets verlengde lunchpauze waarin de mensen ongedwongen kunnen kletsen en elkaar zo eens anders leren kennen. Als de boog altijd gespannen staat en de nadruk ligt op presteren, is de sfeer anders dan wanneer er ruimte is voor meer dan prestaties leveren.

Ook de jeugd vindt een bedrijf waarin ruimte is voor meer dan presteren aantrekkelijker. Uit onderzoek blijkt dat, naast salaris, een aantrekkelijke sfeer voor jeugd doorslaggevend is om die (bij)baan aan te nemen. Mooie kansen voor de toekomst dus voor ondernemers met enthousiasmerende kwaliteiten, die met een fijne sfeer in het bedrijf jeugd aantrekken om te komen werken en wellicht door te groeien.

Glasiuinbouw Nederland helpt ondernemers hierbij, onder andere via het project Go Go Greenhouse. Ondernemers krijgen tools aangereikt om de huidige scholieren te enthousiasmeren en voor te bereiden op een toekomst in de glasiuinbouwsector. In augustus wordt een heuse wedstrijd georganiseerd: de Go Go Green Battle. Groepen scholieren van glasiuinbouwbedrijven uit Westland en omstreken, doen wekelijks uitdagende en afwisselende opdrachten tegen elkaar en battlen zo om een aantrekkelijke en sfeermakende prijs voor het hele bedrijf. Een battle waarbij het aan enthousiasme en sfeer niet ontbreekt! Via GoGoGreenhouse@GlastuinbouwNederland.nl kun je meer informatie opvragen.

Als ondernemer zorg je, zonder je er wellicht altijd bewust van te zijn, voor een belangrijke sociale component in de samenleving. Een mooie rol. En hoe fijner de sfeer, hoe leuker en interessanter voor jeugd om er te werken.

Agnes van den Berg, projectbureau Magnifiq

Colofon

Deze pagina valt onder redactionele verantwoordelijkheid van Glasiuinbouw Westland. www.glastuinbouwwestland.nl info@glastuinbouwwestland.nl

Advertentieverkoop via Uitgeverij West Media, tel. 0174 - 62 42 12 of advertentie.hhw@uitgeverijwestmedia.nl

Geef kleur door

Eminent daagt 'moeder natuur' uit in voortdurende zoektocht naar nieuw en verrassend



Ruud Zwinkels (l.) en Niels Koolstra.

Foto: Eminent

'Geef kleur door' is de naam van de campagne die begin april werd gelanceerd en aansluit bij het Internationaal Jaar van Groenten en Fruit van de Verenigde Naties. Doel is het vergroten van het bewustzijn over de belangrijke rol van groenten en fruit voor een duurzame en gezonde samenleving. Glasiuinbouw Nederland laat regelmatig bedrijven aan het woord over de manier waarop zij kleur en gezondheid doorgeven. In reportage 2: de ketenschakels Eminent Seeds, Produce en Food.

Als er één bedrijf is dat het doorgeven van kleur wel heel letterlijk neemt, dan is dat Eminent uit Wateringen/Poeldijk. Met Eminent Seeds, Produce en Food beschikt het 35 jaar geleden door Jan van Heijningen gestarte bedrijf al over drie schakels van de keten richting de consument. Het is de jongere generatie die de visie van het bedrijf – inmiddels eigendom van de Best Fresh Group –

in geuren en kleuren uiteen zet: Niels Koolstra namens Eminent Seeds en Ruud Zwinkels van Eminent Food.

"Wat wil de markt, dat is de cruciale vraag die de basis vormt van onze activiteiten", opent Niels. Daarbij krijgt de veredelingstak uiteraard input van de mondiaal opererende Best Fresh Group, maar zeker ook van Eminent Food. "Ik zit een dag van de week op kantoor bij het salesteam van Eminent Food. Veel korter kunnen de lijnen niet zijn." Dat neemt niet weg dat de ontwikkeling van nieuwe rassen een traject is en blijft van de lange adem. "We beschikken over heel veel data met betrekking tot productie per vierkante meter, resistentie, smaak, vorm en houdbaarheid. Voeg daarbij dat we als specialistisch bedrijf creatief en onderscheidend willen zijn en het complexe plaatje is geschetst. Dan duurt het dus zes tot tien jaar voor je een nieuw, veelbelovend product in de markt kunt zetten."

Kookdemonstraties 'down under'

Nieuw en verrassend, dat moeten de innovaties van Eminent zijn. "Een pittige uitdaging", zo ervaart Niels inmiddels twee jaar, "want het veroveren van schapruimte in de supermarkt is lastig." Toch timmert Eminent al jarenlang flink aan de weg in het segment 'snack en smaak'. De babypaprika Tinkerbell en de mini-tomaat Tomberry zijn daar de meest in het oog springende voorbeelden van. "Het afgelopen jaar is de afzet fors gegroeid, wellicht ook als een effect van de coronapandemie. Nieuwe landen hebben onze bes-tomaatjes ontdekt." De Australische retailketen Woolworth is het meest aansprekende voorbeeld, met inmiddels 350 winkels die het product aanbieden, ondersteund met kookdemonstraties. De combinatie van het 'plopeffect' van het mini-tomaatje, de zoet-zuur verhouding en de prima houdbaarheid verklaren de toegevoegde waarde van de Tomberry. Zo ervaart ook Ruud Zwinkels, die namens Eminent Food dagelijks contact heeft met zijn klanten. "Wij hebben producten met een verhaal. Daar kun je eindafnemers mee overtuigen. Wij veredelen vanuit de voortdurende uitdaging aan 'moeder natuur' om ons te verrassen: wat heb je nog meer voor ons in petto? Natuurlijk gebruiken we onze enorme databank aan genetisch materiaal, maar de uitkomst van een kruising blijft altijd spannend en onzeker."

Ruimte voor investeringen

Tussen Seeds en Food zit nog Eminent Produce, het eigen teeltbedrijf waar een deel van de productie plaatsvindt, maar waar vooral noviteiten op grote schaal in de praktijk worden getest.

Paprika, tomaat en pepers zijn de segmenten waar het bedrijf zich op richt. Zo heeft Eminent bijvoorbeeld afgelopen jaar een schitterende lijn zoetpunt- en snackpaprika's geïntroduceerd. Eminent Food bestaat uit zeven medewerkers, verantwoordelijk voor in- en verkoop en voor de supplychain. "Geleiden uit de markt delen we via een interne nieuwsbrief. Daarin komen ook afnemers aan het woord. Door heldere communicatie blijven de drie schakels van Eminent sterk met elkaar verbonden", zo verduidelijkt Ruud. Hij geeft aan dat de afzet volledig via exporteurs verloopt. "Je moet nooit een concurrent worden van je eigen afnemers. Wat wij wel doen is eindafnemers informeren en inspireren door middel van beursdeelname bijvoorbeeld."

De lucht in

De coronaperiode bracht enerzijds veel goeds de afgelopen zestien maanden, maar er is ook een tijdelijke keerzijde. "We hadden net een mooi contract afgesloten met een grote luchtvaartmaatschappij voor de Tomberry in al hun salades", zegt Niels met gepaste trots. "Dat had vooral te maken met gemak, omdat je de tomaatjes niet hoeft te snijden en omdat ze hun smaak niet verliezen in de koelkast. Maar als de vliegtuigen weer massaal gaan vliegen, vliegen de Tomberries mee. Zo geven we kleur, smaak en vorm op een bijzondere manier door."

De campagne 'Geef kleur door' loopt van Wereld Gezondheidsdag op 7 april tot Wereld Voedseldag op 16 oktober. Kijk voor meer informatie op de website www.geefkleurdoor.nl. Voor bedrijven in de sector is een toolbox beschikbaar.



Eminent geeft kleur, smaak en vorm op een bijzondere manier door.

Foto: Eminent

Afspraak maken voor coronavaccinatie in Nederland

Internationale werknemers die in hun thuisland nog niet tegen corona zijn gevaccineerd, kunnen dat in Nederland laten doen. Om in aanmerking te komen voor een vaccinatie moeten zij wel langer dan vier weken in Nederland verblijven. En uiteraard moet de werknemer op basis van leeftijd aan de beurt zijn. Het is dus niet noodzakelijk om voor een coronavaccinatie naar het thuisland te gaan. De keuze is aan de werknemer zelf.

Werknemers die staan ingeschreven in de Basisregistratie Personen (BRP) ontvangen een uitnodiging per post (of misschien hebben ze deze al binnen). Medewerkers die niet staan ingeschre-

ven of direct een afspraak willen maken, kunnen bellen naar 0800-7070. Het burgerservicenummer (BSN) moet bij de hand worden gehouden. Er volgt een keuzemenu om in het Nederlands of Engels te woord te worden gestaan. Een andere optie is om via DigiD een afspraak te maken via www.coronavaccinatie-afspraak.nl.

Werknemers krijgen na elke vaccinatie een bevestiging van de inenting. Hierop staan gegevens als het soort vaccin dat ze hebben gekregen. Het is belangrijk deze bevestiging goed te bewaren. Kijk voor meer informatie op de website van de Werkgeverslijn land- en tuinbouw (www.werkgeverslijn.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