

Column

**'Generatie Z'**



Nederland wordt wereldwijd vaak gezien als 'het kloppend hart van de tuinbouw'. Maar zijn we dat nog steeds? En hoe behouden we dit imago? Het aantrekken van jongeren is daar een belangrijk onderdeel van. De jeugd heeft tenslotte de toekomst. Laatst las ik in een nieuwsartikel: "Generatie Z komt eraan!". "Generatie wat?" hoor ik je denken. Ja... Generatie Z, oftewel de digital natives, is de groep jongeren die geboren is tussen 1995 en 2010 en die zich geen wereld kunnen voorstellen zonder internet, smartphones, iPads, social media en ga zo maar door. Deze generatie denkt anders, pakt problemen direct aan en is constant op zoek naar zekerheid. Een grote kans voor veel bedrijven om hun harten te veroveren voor de tuinbouwsector én hen mee te laten werken in het bedrijf. Steeds vaker merken we dat bedrijven en instanties de aansluiting zoeken met Tuinbouw Jongeren Westland (TJW) om ons enerzijds te betrekken bij ontwikkelingen in de tuinbouw en anderzijds onze mening te peilen over belangrijke topics die van invloed zijn op de Westlandse bedrijven. In 2020 staan we namelijk met z'n allen voor verschillende uitdagingen in de tuinbouw; van de nieuwe Wet Arbeidsmarkt in Balans (WAB), opkomende virussen, de verhoging van de ODE-regeling tot aan automatisering, innovatie, minder gebruik van gewasbeschermingsmiddelen en toenemende eisen vanuit de retail. Dit zijn onderwerpen waar we helaas niet altijd invloed op hebben, maar die wel van grote impact zijn op de dagelijkse bedrijfsvoering en de toekomst van de tuinbouw.

Ingaande op deze actualiteiten heeft Tuinbouw Jongeren Westland dit jaar interessante avonden en activiteiten op de planning staan. Op dit moment wordt achter de schermen bijvoorbeeld hard gewerkt aan het samenstellen van het Tuinbouw Jongeren Jaarboek gericht op het thema: 'Tech in de tuinbouw'. In dit jaarboek komen diverse bedrijven en personen aan bod die niet alleen hun visie op de toekomst vertellen, maar ook in hoeverre technologie hen op dit moment al verder helpt. Bovendien organiseren we maandag 17 februari onze eerste ledenavond van 2020 gericht op Het Nieuwe Telen. Een thema dat in onze ogen goed aansluit op de actualiteit. Want zeg nu zelf, er is toch niets mooiers dan jongeren enthousiasmeren voor onze innovatieve en dynamische sector!

Joyce Groenewegen,  
Tuinbouw Jongeren Westland

**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**: regiocoördinator  
**Marjolein Elgers**: bestuurlijk secretaresse. 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**: 06-39693131



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

**Ondernemers Klankbord**  
www.ondernemersklankbord.nl  
070-3490600



**Enmalige bijdrage Sociaal Fonds**

Sinds 2005 bestaat er een fonds voor Westlandse tuinbouwondernemers die noodgedwongen hun bedrijf moeten stoppen, daardoor tevens moeten verhuizen en financieel in de knel komen. Voor dit soort situaties kan men een beroep doen op een eenmalige bijdrage uit het Sociaal Fonds. Voorwaarde is wel dat men lid is van Glastuinbouw Westland, of dat tot voor kort was. U kunt zelf een aanvraag doen, maar ook uw accountant of administratiekantoor kan dat voor u doen. Aanvragen kunnen worden gedaan bij de secretaris van de Stichting SBTW, die het Sociaal fonds beheert: Wim Boekestein Groeneweg 149, 2691 MN, 's Gravenzande, mailadres w.boekestein@kabelfoon.nl.

**Aardwarmteproject Vogelaar in Poeldijk krijgt vakprijs**

De afgelopen tijd werd er door de bedrijven die aangesloten zijn bij het Poeldijkse Aardwarmteproject Vogelaar druk gelobbyd in de verkiezing voor de Techniek Nederland Innovatie Award en nu blijkt met succes. Afgelopen 4 februari vond de uitreiking plaats en daarna kon de award trots omhoog worden gehouden, onder meer door Thomas Collignon van Verkade Klimaat. Bij het project zijn verder ook Batenburg Techniek, AAB en BE de Lier betrokken. In de verkiezing, georganiseerd door vakblad E&W Installatietechniek, waren tien projecten genomineerd waaruit vervolgens een top 3 werd gekozen. Uiteindelijk ging het Poeldijkse project, dat sinds het voorjaar van 2017 operationeel is en waarop in totaal 17 (glastuinbouw)afnemers zijn aangesloten, er met de prijs vandoor.

Bron: groentennieuws.nl

**Volg ons op Social Media**



Facebook:  
Glastuinbouw Westland

Twitter:  
@GlastuinbouwWL

*Go Go Gesprek:*

**'Scholieren staan open voor het eerlijke verhaal'**

**"Het informeren van scholieren op het teeltbedrijf mag niet beperkt blijven tot een actieweek of een campagne, het is een continu proces." Dat zegt tomatenteler Kees Stijger uit Honselersdijk. Hij verlegt elke zaterdag de koffiepauze met tien minuten om de jongeren bij te praten over de actualiteit op zijn bedrijf én in de glastuinbouw in het algemeen.**

door Roger Abbenhuijs

Op het bijzondere tomatenbedrijf – Stijger teelt gele en oranje tomaten – werkt een vaste groep scholieren, aangevuld met twee jongens via de Herman Broerenschool in Naaldwijk. "Ze hebben het allemaal prima naar hun zin hier. Wat helpt is dat wij geen standaard tomatenbedrijf zijn. Onze tomaten zie je doorgaans niet in de Nederlandse supermarkten, maar wij maken ze klaar voor exportklanten in bijvoorbeeld het Midden-Oosten. Dat geeft een andere dynamiek en dat ervaren de scholieren ook." Dat is volgens Kees Stijger een extra reden waarom hij veel aandacht besteedt aan het informeren van de jongeren. "Als je uitlegt wat je doet, dan kweek je begrip voor de werkzaamheden en snappen ze waarom we dingen doen zoals we ze doen." Wat speelt er? Waar moeten ze extra op letten? Die standaardvragen komen elke week terug in het praatje met de scholieren.

*Kijk in de kas*

**Op bezoek bij Prins Orchidee**

**Ieder seizoen neemt Jacco Vooijs, voorzitter Glastuinbouw Nederland regio Westland, in Kijk op Glas een kijkje achter de schermen bij een glastuinbouwondernemer in het Westland. Halverwege februari staat Valentijnsdag weer voor de deur. En dat betekent dat de drukke periode weer aanbreekt voor Prins Orchidee. Wij gingen op bezoek bij Wil en Ine Prins. Zij vertellen ons alle ins- en outs op het gebied van Cymbidium arrangementen.**

door Marjolein Elgers

Prins Orchidee is een bedrijf dat in handen is van de tweede generatie. De vader van Wil, Jan Prins, is begonnen in de groenten en stapte vervolgens over op anjers. In 1978 werd er nagedacht over te stappen naar een andere teelt. De teelt moest voldoen aan drie punten: Jan Prins wilde een teelt die in de zomer geen productie geeft, een teelt die niet gemakkelijk te kopiëren was in het buitenland en een product waarmee hij kon samenwerken met de retail. Zo kwam Jan Prins uit bij de teelt van Cymbidium. Samen met zijn jongste broer Wil, die er een paar jaar later bij kwam, heeft hij de basis gelegd voor het huidige bedrijf. Het bedrijf heeft altijd op de locatie gezeten waar ze nu zitten, aan de Zwartendijk in Monster. In de afgelopen jaren heeft Prins Orchidee twee keer grond van buren bijgekocht en daardoor zijn zij nu 3 ha groot.

**Afzetmarkt**

Vanaf het begin in 1978 heeft Prins Orchidee er voor gekozen hun product per bloem te verkopen, daarin verschillen ze van de meeste andere kwekers die de Cymbidiums vooral per tak verkopen en zich richten op de bloemisten. Vanuit de familie van Jan waren er contacten met exporteurs die de retail beleverden. Het was de bedoeling van Jan en zijn broer Wil dat consumenten hun product zagen in de supermarkt en dachten dat is een leuk cadeautje om weg te geven. Wil: "In de beginjaren was de Cymbidium een vrij exclusieve maar dure bloem, er werd toen ruim 10 tot 20 gulden voor een tak betaald. Een eenvoudig arrangementje kostte 5 gulden. Omdat de Cymbidium zo lang goed bleef en mooi stond, hadden mensen dit geld ervoor over. Een doosje met een Cymbidium stond een paar weken en was een luxe cadeautje om aan iemand te geven." In de beginjaren werd er vooral samengewerkt met exporteurs die ook in de groenten zaten, want die hadden contacten met de retail. Wil: "In die tijd was het vooral aanbod gestuurd. Er zaten toen twee driehoekige doosjes in het assortiment, een zwarte en

een gouden, met daarin één Cymbidium in een flesje. Na de ontwikkeling van combinaties met plastic flesjes konden er meer bloemen worden gebruikt en was het mogelijk om grotere aantallen te maken. Hierdoor groeide het bedrijf en tien jaar later kwam zoon Wil in het bedrijf om de verkoop en interne processen verder te ontwikkelen. Prins Orchidee zocht het toen al in uitbreiding van het aantal producten door te werken met toegevoegde waarde.

**Product ontwikkeling**

Wil: "Vandaag de dag wil iedere retailer zijn eigen arrangement." Voorheen had Prins Orchidee een standaard assortiment, nu moet er meer en meer worden ingespeeld op wat iedere retailer wil en bestaat er veel meer diversiteit in de producten." Een arrangement gaat gemiddeld zo'n twee jaar mee. Om in te kunnen spelen op de trends en te zorgen voor afwisseling in het assortiment, heeft Prins Orchidee een productontwikkelaar in dienst maar klanten komen ook zelf met voorbeelden en eisen. Vandaag de dag is 85% van het assortiment klant specifiek. De overige klanten kiezen uit het toch best ruime standaard assortiment, wat te zien is op de website van Prins Orchidee. Nog steeds zet Prins Orchidee alle producten af via de retail en wordt er geen gebruik gemaakt van de klok.

**De teelt**

Zo eenvoudig als het is om met de toegevoegde waarde in te spelen op veranderende trends, zo moeilijk is het om te veranderen in soorten en kleuren Cymbidiums. Wil: " Een nieuwe Cymbidium variëteit heeft na de ontwikkelingsfase een opkweekperiode van zo'n zes jaar voordat deze bloemen geeft. Het is heel moeilijk te voorspellen wat zes jaar later een trend is". Doordat er wordt gewerkt met een groot aantal variëteiten en kleuren én oudere of mindere soorten regelmatig worden vervangen door een nieuw soort, blijft ook de teelt up to date. Ine: "Waar het vroeger alleen draaide om de bloem, gaat het vandaag de dag meer en meer om het bijproduct/de toegevoegde waarde." Bij Prins Orchidee worden de Cymbidiums op een andere manier geteeld dan bij kwekers die zich vooral richten op Cymbidiumtakken. De takken zijn langer, de bloemen staan verder uit elkaar en zijn groter. Dit omdat de bloemen dan eenvoudiger te snijden en te verwerken zijn in de arrangementen. Een bloemist wil juist een mooie compacte tak waarbij de bloemen dicht op elkaar zitten. Een nadeel van deze specifieke vorm van telen is dat als een product niet afgemeten kan worden door de retail,



Jacco Vooijs (m.) laat zich informeren door Ine en Wil Prins van Prins Orchidee.

Foto: ME

omdat bijvoorbeeld de bloemen te laat open komen, ze niet geveild kunnen worden. De opbouw van de takken is namelijk voor bloemisten niet goed bruikbaar.

**Personeel**

Prins Orchidee heeft een teeltbedrijf en een pakkerij. In de pakkerij werken ruim 120 oproepkrachten die rechtstreeks in dienst zijn bij Prins Orchidee. Daarnaast werken er zo'n 20 vaste medewerkers bij het teeltbedrijf. Het maken van Cymbium arrangementen is handwerk en vraagt om handigheid, zeker bij de wat meer ingewikkeldere arrangementen. Prins Orchidee werkt al jarenlang met een trouwe groep oproepkrachten, vele van hen werken al meer dan 20 jaar, iedere productiepik bij Prins Orchidee. De productiepikken liggen altijd voor de feestdagen (vooral Kerst, Valentijn, Vrouwendag, Pasen en de verschillende Europese Moederdagen). Van de oproepkrachten is zo'n 40% inmiddels AOW gerechtigd. Ine: "Dit

is een kracht van Prins Orchidee, wij zitten gevestigd in de dorpskern, de meeste oproepkrachten komen uit de buurt. Het zijn vaak mensen die iets hebben met de tuinbouw en weten van aanpakken, ze zijn super loyaal en bijna nooit ziek. Leefijd is in principe geen reden om te stoppen bij Prins Orchidee, zolang mensen nog lekker mee kunnen met het tempo van de groep en goed inzetbaar zijn, zijn wij er blij met hun inzet. We hebben zelfs nog verschillende 70 jarigen aan het werk". Omdat verschillende oproepkrachten al zolang met elkaar in een groep werken, ontstaan er ook groepjes die naast het werk met elkaar leuke dingen doen. Een deel van het werk wordt uitbesteed aan een uitzendbureau. Zij maken vaak de wat meer eenvoudige arrangementen, die in grote partijen geleverd worden aan de discounters.

Prins Orchidee is altijd op zoek naar oproepkrachten. Lijkt het je leuk om bij dit bijzondere bedrijf aan de slag te gaan, kijk dan voor meer informatie even op [www.prinsorchidee.nl](http://www.prinsorchidee.nl).

**Opvolging**

De derde generatie Prins komt eraan. De zoon van Wil en Ine, Tim (28 jaar) is op 1 oktober begonnen als bedrijfsleider. De bedoeling is dat hij in de toekomst het bedrijf samen gaat leiden met Michel van Heijningen, Michel is nu nog verkoopmanager binnen Prins Orchidee. Met ondersteuning van adviesbureau Yeald wordt gekeken welke stappen moeten worden gezet om Prins Orchidee ook in de toekomst zich verder te laten ontwikkelen en hoe het bedrijf langzaam kan worden overgedragen aan de derde generatie.

**Glastuinbouw focust op robots en arbeidsvreugde**

Deels gerobotiseerde arbeid en goed werkgeverschap moeten de glastuinbouwsector helpen om het arbeidspotentieel in de toekomst veilig te stellen. Complexe handelingen in het primaire proces op het glastuinbouwbedrijf zullen ook in de komende decennia veel arbeid vragen. Robots kunnen kortcyclische handelingen overnemen, maar naar verwachting duurt het nog zeker minimaal vijftien jaar voordat de sector volledig is ge-mechaniseerd. Dit blijkt uit het onderzoek 'Arbeid in de toekomst: Inzicht in arbeid en goed werkgeverschap in de tuinbouw' van Wageningen University & Research dat in opdracht van Glastuinbouw Nederland is opgesteld. Hiermee wil de koepelorganisatie ondersteuning geven aan het arbeidsmarktplan voor de komende tien jaar.

**Tijdsdruk**  
Mens en machine staan in het komende decennium meer en meer in lijn met elkaar. Het gevolg is dat het werk dat overblijft voor de werknemers, veelal het complexere en inzichtmatige werk, onder grotere tijdsdruk moet worden uitgevoerd. Ook omdat de doorlooptijd van het systeem leidend wordt. 'Het duurt nog zeker vijftien jaar voordat de glastuinbouwsector volledig is gemechaniseerd'. Deze conclusie trekt Wageningen University & Research in opdracht van Glastuinbouw Nederland. 'Om personeel in de toekomst te behouden of te werven, is het van belang om het werk aantrekkelijker te maken en goed werkgeverschap te tonen', zegt beleidspecialist Peter Loef van Glastuinbouw Nederland.

Bron: Nieuwe Oogst



Kees Stijger: "Jongeren ervaren dat werken in de kas geen zwaar en vies werk is, maar leuk en afwisselend."

en verpakken. "Veel variatie dus, hetgeen vereist dat we veel moeten vertellen over de manier van werken en waarom. Vertel wat je doet", geeft Kees Stijger zijn collega's mee. Go Go Greenhouse vindt hij een hele leuke campagne juist omdat het doen in de kas centraal staat. "Het is leuk om als bedrijf een foto in de krant te hebben over activiteiten in het kader van Go Go Greenhouse, maar continuïteit in de actie richting scholieren vind ik nog belangrijker."

**Niet verloren**

Scholieren willen graag wat leren, zo is de ervaring van de tomatenteler. "Natuurlijk hebben ze vaak hun schoolkeuze of studierichting al bepaald, maar door het eerlijke verhaal van de glastuinbouw te vertellen – actualiteit en achtergrond - zijn ze zeker niet verloren voor de glastuinbouw. Ik heb medewerkers in de kas lopen die eerst een andere weg zijn ingeslagen, maar uiteindelijk wel zijn teruggekeerd in de sector." Afsluitend geeft Kees Stijger zijn collega's nog een advies mee. "Scholieren hebben ideeën en die vertalen ze naar tips en adviezen. Ze komen in supermarkten en op festivals, waar ze trends signaleren waar de jeugd gevoelig voor is. Daar moet je als teler altijd voor open staan en waar mogelijk ideeën vertalen naar actie op je eigen bedrijf."

**SANTEN & GASILLE**  
MAKELAARS

**De makelaars met een andere aanpak**



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

**DE LIER 0174-511300**

**SANTEN-GASILLE.NL**