

WILLEM EN DREES VONDEN ELKAAR NA DE STUDIE

# ‘Onze producten liggen in honderden supermarkten’

**‘In hun Wageningse studietijd kenden Willem Treep en Drees Peter van den Bosch elkaar slechts zijdelings. Maar na beider carrières in de voedingsindustrie besloten ze het samen over een andere boeg te gooien. ‘Willem&Drees’ levert duurzaam voedsel van regionale boeren aan supermarkten, en sinds kort ook rechtstreeks aan de consument.’**

TEKST ALEXANDRA BRANDERHORST FOTOGRAFIE HARMEN DE JONG

Op een troosteloos terrein langs een provinciale weg bij Cothen, vind je achter de luchtpomp van een onbemant tankstation een deur. Ernaast hangt een bordje: Willem&Drees. Een halletje leidt naar een enorme ruimte waarin kratten met fruit en groenten staan opgestapeld, gesorteerd naar de regio van herkomst. Een man aan een lange tafel stelt individuele bestellingen samen. Elk kistje bevat verschillende producten, bijvoorbeeld appels, aardappels, wortels, pastinaak en rucola, maar ook biologische melk, kaas, brood en vlees. ‘We hebben al grote afzetstromen naar supermarkten als Jumbo, Spar, C1000 en Coop en cateringbedrijven als Sodexo. Sinds kort leveren we ook rechtstreeks aan de consument, die online kan bestellen’, vertelt Willem Treep, die in 1998 de studie Economie van landbouw en milieu afrondde. Met Drees Peter van den Bosch, die in

1998 afstudeerde bij Agrosysteemkunde, begon hij in 2009 het bedrijf Willem&Drees. Dat zorgt ervoor dat producten van de boerderij bij lokale consumenten belanden. ‘Onze producten liggen nu in meer dan driehonderd supermarkten. Achter iedere teler en producent zit een verhaal. In de supermarkt kun je dat niet vertellen. Online is er veel meer mogelijk’. Klanten kunnen thuis met een tablet op schoot lezen waar hun product vandaan komt, vervolgt Willem. In de ideale wereld van Willem&Drees eten mensen vooral biologisch, regionaal geproduceerd en seizoensgebonden voedsel. Toch werkten ze hiervoor allebei in de voedingsindustrie, een wereld van massaproductie.

## MAGNUMS ETEN

‘Toen mijn zoontje één jaar oud was, promootte ik drankjes met daarin de helft van de dagelijkse behoefte aan fruit en groenten.

Tegen mijn vrouw zei ik: ik wil niet dat ons kind later zo eet. Ik ging nadenken over voedselproductie en voedselstromen wereldwijd en over het kopen van lokaal geproduceerd en biologisch eten’, vertelt Drees. ‘Ik vroeg me af wat ik daarin kon betekenen. Unilever is goed aan de slag met duurzaamheid, maar in mijn werk daar was ik vooral bezig om te zorgen dat Nederland twee keer zoveel Magnums zou eten, of drie keer zoveel Cup-a-Soup drinken.’

Deze vragen deelde Drees met zijn collega Willem. In hun Wageningse studietijd gingen ze nog niet met elkaar om. Willem betrok in 1993 de kamer waarin Drees daarvoor woonde. Drees was een jaar eerder begonnen en ze deden verschillende studies. Bovendien zat Drees bij studentenvereniging Ceres en Willem bij KSV. Ze leerden elkaar pas goed kennen in de drie jaar dat ze beiden voor Unilever werkten. Drees deed toen de sales >



**DREES PETER VAN DEN BOSCH**

**Leeftijd:** 40 jaar

**Studie:** Agrosysteemkunde 1992-1998

**Werk:** Mede-oprichter van Willem&Drees

‘Het is belangrijk  
dat we de  
verbinding voelen  
met ons eten’



‘We hebben  
nog nooit een  
verschillend  
strategisch  
inzicht gehad’

## WILLEM TREEP

**Leeftijd:** 39 jaar

**Studie:** Economie van landbouw  
en milieu 1993-1998

**Werk:** Mede-oprichter van  
Willem&Drees

voor Cup-a-Soup en Willem voor Ola en Lipton Ice Tea. Onder het genot van een biertje wisselden de twee regelmatig van gedachten. Willem vertelt: 'In die tijd is ons verbond ontstaan, dat tot Willem&Drees heeft geleid. Bij Unilever wilde ik een voedsellijn opbouwen in een ontwikkelingsland. Het bedrijf heeft wel projecten in ontwikkelingslanden en werkt aan duurzaamheid, maar het gaat heel traag en stroperig. De roep om zelf te gaan ondernemen, werd steeds sterker.'

Om inspiratie op te doen, brachten ze in 2008 een bezoek aan Londen, waar veel lokale producten in de schappen van de supermarkt liggen. Ze bedachten dat ze in Nederland een verbindende schakel wilden zijn tussen regionale boeren en winkels voor groente en fruit. 'De Nederlandse supermarkten zagen wel dat er belangstelling is voor lokaal geproduceerd voedsel, maar ze werken gecentraliseerd. Ze wisten niet hoe ze dat aan moesten pakken. Daar zagen wij een gat in de markt', vertelt Drees.

### SCHAPPEN VULLEN

Allebei zegden ze hun baan op en in januari 2009 zag het bedrijf Willem&Drees het levenslicht. Eerst voerden ze gesprekken op de hoofdkantoren van de supermarkten. 'Iedereen vond het een goed idee, maar ze zeiden wel: jullie hebben geen verstand van groente en fruit, laat eerst maar eens wat zien. In maart kwam het besef dat we van onderaf en op kleine schaal moesten beginnen', zegt Drees. Willem vroeg of ze bij de Plus in Amersfoort acht weken lang een schap mochten vullen met aardappels, groente en fruit van lokale boeren. Ook negen andere supermarkten in de regio, waaronder Spar en Jumbo, haptten toe. Ondertussen had Drees enkele lokale boeren gevonden die meededen. Vanaf 8 juni reed er een busje rond dat knoflook, broccoli, bloemkool, sla, spitskool, aardbeien en kersen rondbracht naar de deelnemende supermarkten.

'Er ontstond al snel een band met de boeren en de winkels. En de consumenten reageerden heel positief', aldus Drees. Vervolgens breidde Willem&Drees uit naar andere regio's. De initiatiefnemers leenden meer geld en namen de logistiek in eigen hand. Willem: 'Van een leuk conceptje werd het een operationeel bedrijf, met eigen bussen,

chauffeurs en orderpikkers.' De eerste jaren waren leuk, maar ook zwaar. 'In de beginfase moet je continu bewijzen dat je het kan', verduidelijkt Willem. Als er iemand ziek was, moesten ze zelf rijden of bestellingen samenstellen. Op de vraag of ze daar soms niet moedeloos van werden, antwoordt Drees: 'Zo'n periode moet natuurlijk niet te lang duren. Dat besef je wel als je weer eens op zondagavond bestellingen staat uit te zoeken.'

Na een lange fase van operationele ontwikkeling voegde Willem&Drees brood, zuivel, vlees en eieren toe aan het aanbod. Het bedrijf groeit nu met zo'n 30 tot 40 procent per jaar; in 2014 zal het voor het eerst uit de rode cijfers komen. Inmiddels telt Willem&Drees zestig medewerkers.

### OPENER EN EERLIJKER

De ouders van Drees hadden een melkveehouderij. Drees: 'Mensen uit de agrarische sector zijn opener en eerlijker dan mensen daarbuiten. Dat heeft me altijd aangesproken.' Van kindsbeen af was Drees geïnteresseerd in eten en wilde hij weten waar de melk van het familiebedrijf naartoe ging. Ook hield hij van wiskunde, natuurkunde en economie. Agrosysteemkunde, het rekenen aan agrarische ketens, was dan ook een logische studiekeuze. Van zijn studie heeft hij nog altijd profijt, benadrukt Drees. 'Toen we voor Willem&Drees de logistieke stroom gingen inrichten, kon ik dat zelf optimaliseren. Daarnaast heeft het naar eigen inzicht je studie vormgeven en zelfstandig leren werken, me enorm geholpen in het leven.' Na zijn afstuderen doorliep Drees een traineeship bij Unilever, waar hij ook stage had gelopen. 'Ik zat in de financieel logistieke hoek, maar was alleen bezig om kosten te reduceren en de efficiëntie te vergroten. Toen ben ik overgestapt naar sales. Eerst verkocht ik zeep, en uiteindelijk eten.'

Willem kreeg met de paplepel ingegoten dat hij zijn talenten moest inzetten om 'de wereld iets beter te maken'. Zijn vader is theoloog, zijn moeder maatschappelijk werker. Hij wilde graag economie studeren, maar was wars van commercie. Daarom ging hij naar Wageningen, en niet naar Rotterdam. Als specialisaties koos hij econometrie, marketing en ontwikkelings-economie. Daarvoor liep hij stage in Honduras.

Vervolgens deed hij een stage bij Unilever. Daarna koos hij voor een traineeship bij Heineken. 'Als Wageninger was ik daar een vreemde eend in de bijt; ik wist niet welke pakken en schoenen ik moest dragen. Het bedrijf had een corporale en hiërarchische structuur, maar ik deed er veel zelfkennis op, bijvoorbeeld over je rol in een team.' Na drie jaar was hij verantwoordelijk voor de marketing van de frisdranken Pepsi, Sisi en 7-Up en gaf hij leiding aan acht mensen. 'Ik vond dat heftig, ik was pas 26 jaar. Op een gegeven moment heb ik ontslag genomen en ben met mijn vrouw 15 maanden door Afrika getrokken.' Na terugkomst stapte Willem over naar Unilever, dat actiever was in ontwikkelingslanden.

### SUPERMARKTEN EN CATERAARS

Inmiddels staat Willem&Drees sinds 2012 in de Duurzame 100 van *Trouw*. Alleen Drees wordt genoemd, omdat het een lijst met individuen is. *Trouw* heeft de eerste keer in 2012 voor Drees gekozen en dat is zo gebleven. 'Mijn ambitie is dat we met z'n tweeën genoemd worden', lacht Willem. Binnen het bedrijf houdt hij zich nog steeds bezig met de supermarkten, cateraars en consumenten, en met marketing. Drees werkt vooral met de boeren en regelt de interne gang van zaken. 'De belangrijke beslissingen nemen we samen. We houden elkaar scherp', zegt Drees. Willem vult aan: 'Over de grote vragen is er geen discussie. Onze capaciteiten liggen op hetzelfde vlak, we zijn allebei vernieuwers. We zijn nu zes jaar bezig en hebben nog nooit een verschillend strategisch inzicht gehad.' Willem vindt Drees principieel en visionair. 'Drees houdt het einddoel voor ogen.' Andersom zegt Drees: 'Willem breekt dingen open, in gedachten maar ook aan de marktkant, zoals een landelijk contract met Sodexo anderhalf jaar na de start van het bedrijf. Hij blijft nadenken en vernieuwen.' Hun ambitie is niet om zo groot mogelijk te worden, maar om de voedselketen te veranderen. Drees: 'Wij maken gebruik van de efficiëntie van supermarkten, maar brengen lokale producten en specialiteiten in het aanbod in. Zo vergroten we de diversiteit. Het is belangrijk dat we, waar ook ter wereld, minder afhankelijk worden van globale voedselstromen en weer de verbinding voelen met ons eten.' ■