



DRUIVENKWEKERIJ NIEUW TUINZIGHT

WIJ GAAN VOOR PERFECTE KWALITEIT

Mijn navigator leidt me naar de juiste plaats: rondom hoge kassen, en dan opeens een ouderwetse druiven-serre en een kleine binnenplaats. Met de winkelbel kondig ik mijn bezoek aan. Door de hoofdingang, die voor klanten is afgesloten, mag ik naar binnen. In de schuur ontwaar ik ambacht en speelgoed dat de aanwezigheid van kinderen verradt. "Al zes kleinkinderen", zegt Hilde Jansen trots.

TEKST & FOTO'S LEEN JANMAAT

Arnold is de teeltman van Druivenkwekerij Nieuw Tuinzicht. Hij leerde het vak van zijn voorouders. Bij zijn ouderlijk huis stonden nog vele oorspronkelijke Westlandse druivenrassen. Samen met Hilde vormt hij de vierde generatie druiventelers in de familie Jansen. De stekken, tezamen met de druiven-serre hebben ze verkast naar de huidige locatie aan de Zwethkade Zuid in Den Hoorn.

Hoewel ze het niet helemaal in de hand hebben proberen ze de oogst te spreiden: beginnend in augustus en doorlopend tot november. Als alle



‘Voor de Tweede Wereld-
oorlog speelde de druif nog een
belangrijke rol in de Westlandse
tuinbouw.’

druiven zijn geoogst, is het tijd voor snoeiwerk. Het snoeihout komt samen met wat groencompost onder de bomen terecht. Het gebruik van compost past bij de biodynamische bedrijfsvoering. Sinds de BD-knop is omgedraaid zijn bodem en bomen vitaler geworden. De oorspronkelijke harde klei-veen kluiten zijn verkruimeld en de strijd tegen ‘het wit’ is minder heftig geworden. De meeste rassen zijn gevoelig voor meeldauw en een infectie ligt altijd op de loer.



“De overgangsjaren
waren best pittig”

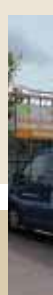


WESTLANDSE ROEM

Westlandse Roem is de benaming voor authentieke druivenrassen zoals de Blauwe en Witte Frankenthaler, Muskaat van Alexandrië en Black Alicante. Voor de Tweede Wereldoorlog speelde de druif nog een belangrijke rol in de Westlandse tuinbouw. Sindsdien is het met Westlands Roem bergafwaarts gegaan. Werd in 1938 aan de Westlandse veilingen nog een aanvoer geregistreerd van 15.989.000 kg druiven, in 1969 was dat gedaald tot 7.162.000 kg. Inmiddels is er van deze teelt weinig meer over. De oorzaak van deze teruggang was de concurrentie van volleggronds druiven uit Italië, Spanje en Frankrijk. Ook was de kwaliteit van de Westlandse druif er in de oorlogsjaren niet op vooruitgegaan. Vooral in de jaren 1949-1960 zijn veel druivenbomen gerooid en schakelden de tuinders over op de meer rendabele, zij het wat minder poëtische teelten van tomaten en sla. Vanouds werden moeder en de kinderen betrokken bij het werk in de druivenkas, vooral bij het druivenkrenten. Om dit arbeidsintensieve werk lang vol te kunnen houden, zaten de gezinsleden op een speciaal gemaakte krenttrap.



“Ik zeg niet dat we er vanaf zijn en niet hoeven in te grijpen,” zegt Arnold, “maar we hebben voldoende vertrouwen in een goede oogst en goede kwaliteit. Dit jaar hebben we last van motjes, hun rupsjes vreten gaatjes in de druiven, waarna fruitvliegjes op het druivensap afkomen.” Met een schaartje worden aangetaste vruchten uit de tros geknipt. Dit is werk dat grote zorgvuldigheid vereist. Ook het krenten – het uitdunnen van de druiventrossen – in de maanden mei en juni is precisiewerk. De krentploeg bestaat uit een clubje van vijftien mensen die de vaardigheid van dit werk beheersen. Dit geeft vier weken veel aanloop en ook gezelligheid. Het einde van de krenttijd wordt met alle hulpkrachten erbij feestelijk afgesloten.



“Door onze druiven op het juiste smaakniveau te laten proeven, trekken we klanten.”

In 2002 werd het roer omgegooid. Tot dan toe teelden Hilde en Arnold nog voornamelijk paprika en sla. De tendens was: groter groeien, uitbreiden en investeren. Daar hadden beiden geen zin meer in. Ze besloten de verwarmingsketel en de bijbehorende elementen te verwijderen. Hierna hebben ze de druiventeelt opnieuw opgepakt en verder uitgebreid tot ongeveer 1500 bomen. De overgangsjaren waren best pittig; de stekken moesten nog groeien en de oogst bleef zeer beperkt. Dat betekende teren op reserves en met weinig genoeg nemen. Nu is het bedrijf volop in productie.



DRIUVENKWEKERIJ NIEUW TUINZICHT

Familiebedrijf van Arnold & Hilde Jansen (vierde generatie) waar sinds 1885 de bekende Westlandse tafeldruiven worden gekweekt.

Arbeid: Arnold en Hilde Jansen en dochter Trudie (parttime), aangevuld met tijdelijke krachten in drukke tijden zoals de krenttijd.

Omvang: 14 serres met 1500 druivenbomen + kas voor groenten en diverse soorten fruit.

Afzet: eigen druivenwinkel, boeren- en streekmarkten, winkels en horeca in de regio, Willem & Drees en Van Eigen Erf.

Bijzonderheden: organisator van de streekmarkt De Tuin van de Randstad en de Oogst Open Dagen.

Sociale media: belangrijk onderdeel van de PR is de website www.druivenkwekerij.nl die up-to-date wordt bijgehouden. Ook het actief gebruiken van Facebook, Twitter en LinkedIn heeft in de loop der tijd geresulteerd in een groot online netwerk.





In de oude druivenserre worden groepen bezoekers ontvangen en rondgeleid. Dit is een belangrijke bedrijfsactiviteit omdat bezoekers zorgen voor mond tot mond reclame. De verkoop van de druiven stoelt vooral op actieve communicatie en de publiciteit die het bedrijf hiermee verwerft. Om te beginnen is eenduidigheid in de communicatie van belang. Het beeldmerk van Druivenkwekerij Nieuw Tuinzicht vormt een herkenningspunt; het komt op alle folders, flyers, labels, webpagina's en andere publicaties terug. Hilde is ervan overtuigd dat het beeldmerk de bekendheid van het bedrijf en daarmee de vraag ondersteunt. Over de verkoop, de publiciteit en PR voert zij de regie. Dit vraagt heel veel van haar aandacht en tijd aangezien de oogstperiode hooguit drie maanden duurt. In dit tijdsbestek moet de hele oogst worden verkocht.

Goedkope pitloze druiven uit het buitenland vormen een concurrent. Gaat het echter om kwaliteit en smaak dan worden die in de schaduw gesteld. "Door onze druiven op het juiste smaakniveau te laten proeven, trekken we klanten. Als mensen onze druiven hebben geproefd, willen zij geen andere meer", vertelt Hilde. "Met de tussenhandel en retail hebben we een goede relatie, maar onze doelstelling is zoveel mogelijk zelf te verkopen. Onze druiven hebben de perfecte kwaliteit en daarvoor willen we een passende beloning." Hoewel Arnold zich wel eens zorgen maakt over de verkoop, houdt Hilde eerder voet bij stuk. In 2014 werd ze uitgeroepen tot stoerste biologische boerin van Nederland.

"De kunst wordt om wat ballen uit de lucht te halen en soms 'nee' te zeggen."

Dankzij allerlei publiciteitsacties is het bedrijf op dit moment succesvol. Naast in de regionale bladen verschenen er artikelen in Telegraaf, Volkskrant en andere landelijke bladen. Uiteindelijk volgde een optreden op televisie. "Alle media-aandacht is zeker goed voor ons bedrijf, maar ons vak is tuinder en daar willen we meer tijd aan kunnen besteden." De kunst wordt om wat ballen uit de lucht te halen en soms 'nee' te zeggen op een verzoek, hoe aantrekkelijk dat ook mag klinken.

Ook dochter Trudie geeft de voorkeur aan werken in de tuin, maar het grote aantal klanten brengt met zich mee dat ze veel tijd moet steken in de administratie. Daarnaast vragen de marktdagen om bemensing en ook in de winkel moet er iemand achter de toonbank staan. Naast de vers geplukte tafeldruiven zijn in de winkel diverse verwerkte producten te koop.

Of Trudie het bedrijf op termijn wil overnemen?

Daaraan twijfelt ze nog. Haast is er niet bij, wat Arnold betreft: "We hebben nog tien jaar de tijd, dan ben ik pas zeventig." De uitdaging is wel om met minder drukte toch voldoende inkomen te genereren. Een beetje rust in de tent zou mooi zijn. Stilzitten kunnen Arnold en Hilde geen van beiden, toch is het hun wens wat meer tijd te krijgen voor de familie en elkaar. Bovendien, in de ruststand kunnen nieuwe ideeën en plannen naar boven komen. ■