

Twan Wijnen wil een gelijkwaardige positie met de retail

'Tussenschakels in keten moeten waarde toevoegen of verdwijnen'

OPENING

KOM IN DE KAS



Twan Wijnen: "De paprika's zijn de laatste jaren sterk verliesgevend. Maar we gaan door in onze aanpak. We willen maximaal samenwerken in de keten, in een eerlijke open verhouding met de afnemer. Elkaar de zaken gunnen."

De landelijke aftap van Kom in de Kas vindt plaats bij paprikabedrijf Wijnen Square Crops in Grubbenvorst. Een bedrijf van zeer forse omvang. Maar van het woord 'bulk' wil directeur Twan Wijnen niets horen. Integendeel, met hun aanpak willen ze weer een gelijkwaardige positie ten opzichte van de retail bereiken. Met bijbehorende lonende productprijzen.

TEKST: TIJS KIERKELS

BEELD: WILMA SLEGGERS

De glaswanden van het bedrijf zijn eindeloos. Meer dan 250 kinderen onder leiding van een kunstenaar maken op een van de wanden op 29 maart de grootste glasmalering van Nederland, als kick-off van Kom in de Kas. Bij eerdere edities van het evenement was een veelgestelde vraag van bezoekers: "Waarom moet dat zo groot?" Twan Wijnen legt dan geduldig uit dat het niet zo groot moet, maar dat

de bedrijfsmaat een gevolg is van hun manier van ondernemen.

In Egchel (gemeenten Peel en Maas) heeft Wijnen samen met broer Pieter 18,4 ha glas. In het nieuwe tuinbouwgebied Californië inmiddels 32,6 ha en er is 24 ha in de planning. Ze telen vier kleuren paprika's, komkommers en nicheproducten als puntpaprika's en snackkommers. 's Zomers werken er 300

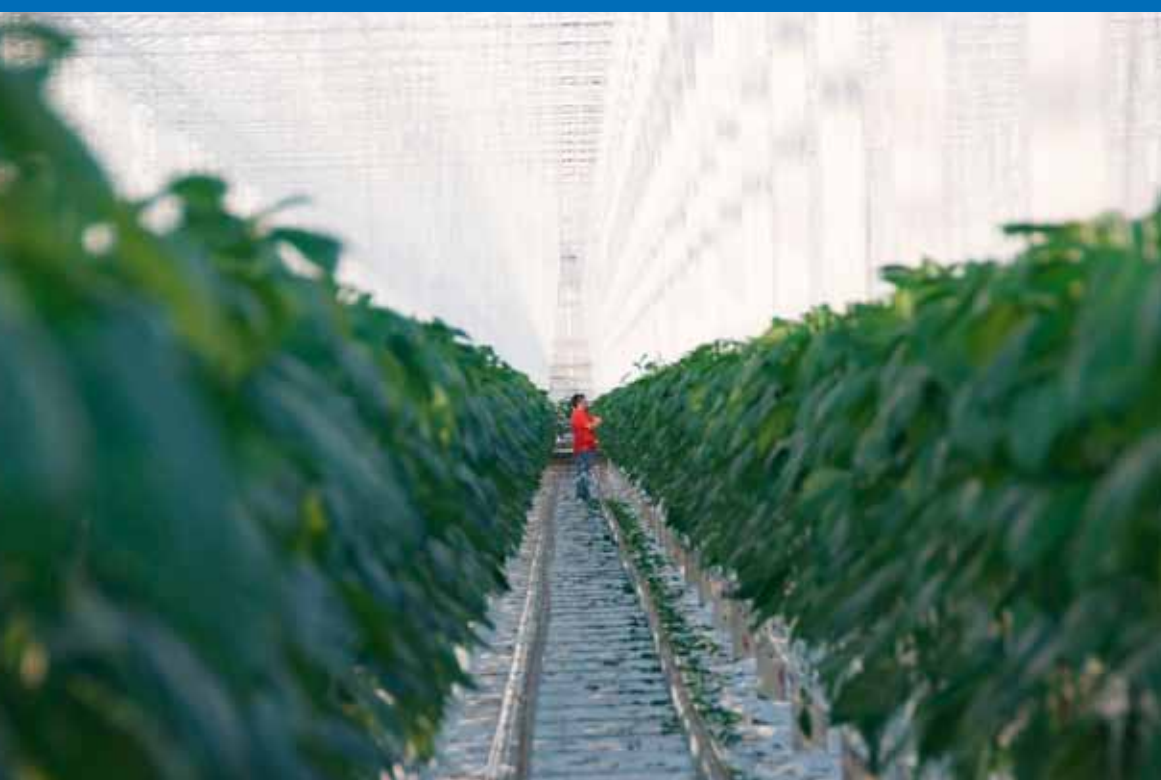
mensen, in de winter 100. De kassen in Californië zijn zo groot dat de medewerkers zich verplaatsen op felrode stepjes.

Bouwen aan relatie met retail

Een gesprek met Wijnen gaat op een gegeven moment onvermijdelijk over de snelle opschaling van hun eigen bedrijf en van de glasgroenteteelt. Is dat niet mede de oorzaak van de huidige prijs-

Vervolg op
pagina 18 ➤

'Tussenschakels in keten moeten waarde



De bedrijfsmaat van Wijnen Square Crops is het gevolg van de manier van ondernemen van het teeltbedrijf.

Vervolg van
pagina 17

malaise? De ondernemer stelt de tegenvraag: "Zijn we te snel groot geworden, of hebben we niet snel genoeg afzet gevonden? Er wordt nog steeds geen product weggegooid, dus je kunt niet spreken van overproductie. Maar we weten het niet goed te verwaarden. Iedereen heeft de kans gekregen om met ons product te speculeren. Dat hebben we zelf veroorzaakt. We hebben als sector jarenlang geproduceerd zonder ons af te vragen of er een markt was. Dat is de negatieve kant van de veilingklok geweest."

Wijnen is bezig met de reparatie van fouten uit het verleden. Dat betekent bouwen aan de relatie met de retail, gezamenlijk kijken wat de consument wil en daarop inspelen. Tussenschakels in de keten moeten daarbij waarde toevoegen of anders verdwijnen. "Als je op deze manier het schaprendement in de supermarkt kunt vergroten, bijvoorbeeld met 20 procent, heb je een gezamenlijk belang. En daar past dan ook een betere prijs voor ons bij."

Maximaal samenwerken in keten

De broers en hun medewerkers zijn bijzonder gedreven. Op de website spreken ze over 'een passie voor vorm en avontuur'.

"Wij leggen ons hart en ziel in het bedrijf. We geloven in onszelf, ook bij tegenslagen. Anderhalf jaar geleden is 10 hectare van onze kassen in Egchel door storm volledig vernield. Daarbij zijn paprika's de laatste jaren sterk verliesgevend. Maar we gaan door in onze aanpak. We willen maximaal samenwerken in de keten, in een eerlijke open verhouding met de afnemer. Elkaar de zaken gunnen."

De bedrijfsfilosofie wordt weerspiegeld

in de naam Wijnen Square Crops. Square staat voor 'recht voor zijn raap', maar ook voor marktplein. En letterlijk betekent het vierkante producten. Als de klant dat vraagt, wordt het geleverd.

Vanuit de klant denken

Grote afnemers zijn onder andere de supermarktketens Tesco, Jan Linders en Kaiser's Tengelmann. Ze worden belevd via de telersverenigingen Pamosa en Kompany, de afrekening vindt plaats via ZON. Vanuit de klant denken, betekent dat je het winkelschap voor hem invult, rekening houdend met de wensen van de consument. Bij Kaiser's Tengelmann vult Square Crops het totale paprika- en komkommerschap in, voor alle lagen van de bevolking. Van het budgetproduct, via het middensegment naar het luxe product.

Wijnen laat de 'Bunter Paprikabeutel' zien, een kilozak gevuld met diverse kleuren ('Direkt vom Bauern'). Het budgetproduct, maar met een luxe uitstraling. Voor de koopkrachtige consument is er een doosje met 'Gemüsepaprika': twee kleuren op een mooi ontworpen kartonnen schaalte. Op de achterkant vertellen Twan en Pieter – trots op de foto – dat ze uit een traditionele tuindersfamilie komen.

Geen anoniem product meer maken

Wijnen wil op een natuurlijke manier lekkere producten telen, die er ook nog eens prachtig uitzien. Het is of je een cadeautje voor jezelf koopt in de super-



Als aftrap van Kom in de Kas 2012 gaan kinderen op een van de gevels de grootste glasschildering van Nederland maken.



In het nieuwe tuinbouwgebied Californië bedraagt het areaal 32,6 ha. De kassen zijn zo groot dat de medewerkers zich verplaatsen op felrode stepjes.

markt. Zo'n zelfde doosje bestaat ook voor een klein type komkommers, waarvoor ze zelf het initiatief hebben genomen. "Op zulke ideeën kom je als je kijkt waar de consument behoefte aan heeft. Door met de retailer aan tafel te gaan zitten en op een rij te zetten wat een gezamenlijk succes kan worden. We zoeken naar diversiteit in product en presentatie. We willen voortdurend vernieuwen; geen anoniem product meer maken, want dat werkt tegen ons."

Behalve nieuwe producten en nieuwe manieren van presenteren is ook betere communicatie met de supermarkt nodig om op het goede moment acties te houden. Dat wil zeggen: op het goede moment voor de retail én voor de teler. En voor de consument natuurlijk.

Boren naar aardwarmte

In maart of april starten de boringen naar aardwarmte. Vooronderzoek heeft

uitgewezen dat op een diepte van 2,5 kilometer water van zo'n 80°C in behoorlijke hoeveelheden aanwezig is. Deze warmte komt exclusief ter beschikking van het bedrijf. Wijnen Square Crops wil het liefst 100% overgaan op aardwarmte en zo de CO₂-emissie zeer sterk terugdringen.

Kennis maken met de sector

Tijdens Kom in de Kas tonen ze niet alleen de teelt, maar etaleren ze ook alle producten, zoals ze in de winkel liggen. Wijnen vindt het belangrijk om gewone mensen te laten zien hoe de tuinbouw in elkaar zit. Niet alleen tijdens Kom in de Kas, maar ook daarbuiten. Zo werkt het bedrijf samen met 'Oet de verf', een schildersatelier voor mensen met een verstandelijke beperking. Ze hebben twintig schilderijen aangekocht, exposeren ze en ontvangen de kunstenaars en hun begeleiders op het bedrijf. Positief neven-effect: mensen uit de gezondheidszorg

die anders nooit op een tuinbouwbedrijf zouden komen, maken op een positieve manier kennis met de sector.

Kijken bij collega's

Het paprikabedrijf van Wijnen aan de Horsterweg in Grubbenvorst is op zondag 1 april van 11 tot 17 uur te bezoeken. Er wordt die dag ook geoogst en gesorteerd. Verder zijn nog zes andere bedrijven in de nabije omgeving te bezoeken.

De landelijke aftrap van Kom in de Kas vindt plaats bij Wijnen Square Crops in Grubbenvorst. Centraal in de bedrijfsfilosofie staat samenwerking met de retail, zodanig dat Wijnen het volledige paprika- en komkommerschap voor alle lagen van de bevolking invult. Dat moet leiden tot een groter schaprendement, en daarmee tot betere productprijzen.

SAMENVATTING