

## Comfortabele thuisbasis voor seizoenspersoneel?

- ✓ Compleet ingerichte woon- & sanitaire units
- ✓ Grootste voorraad mobiele woonunits
- ✓ Unieke plug & play voorzieningen
- ✓ Ruime voorraad & snelle levering
- ✓ Hoogwaardige & hygienische materialen
- ✓ Persoonlijke service & maatwerk

📍 Textielweg 20, Culemborg  
 📞 085 250 00 57  
 📧 info@rentwereld.nl



DE NFO WENST  
 JE EEN FIJNE  
 JAARWISSELING EN  
 EEN ONDERNEMEND  
 2025!



### VARIOCHOP Versnipperaar (front/achter)

- **Sterk en Veelzijdig:** Voor dikke takken en lage constructie. Front en achter de tractor te gebruiken.
- **Hoge capaciteit:** Dankzij automatische V-snaarspanner en zware klepels.
- **Flexibel:** Verschillende werkbreedtes beschikbaar en aftakas toerental kan worden aangepast op uw tractor (540/750/1000).
- **Optie combi-klepel:** 2,7 kg klepel met vervangbaar mes.



www.perfectvanwamel.com

# Familiebedrijf De Woerdt zet in op 'sociale innovatie'

Innovatie wordt vaak gekoppeld aan technische vernieuwing. Toch kun je als fruitteeler ook op een andere manier vernieuwen, zo toont het verhaal van Wessel van Olst aan. Niet alleen omvat het bedrijf van de Gelderse ondernemer een breed scala aan activiteiten en bedrijfstakken, ook zet hij sterk in op het creëren van binding met klanten én met zijn omgeving.

ANK VAN LIER, FRUITTEELT@NFOFRUIT.NL

Wie een bezoek brengt aan De Woerdt in Ressen ziet meteen dat het hier niet gaat om een standaard fruitbedrijf. Midden tussen de boomgaarden ligt een indrukwekkend pand met veel glas en hout. Hierin zijn een boerderijwinkel, een brasserie c.q. lunchroom en vergaderaccommodaties ondergebracht. En dit is nog niet alles: de boomgaard herbergt 25 camperplekken, De Woerdt heeft een zorgtak en er worden tal van initiatieven op het gebied van boerderij-educatie ontplooid. "Daarnaast is er een Klompenpad, leveren we fruit aan bedrijven, scholen en instellingen en organiseren we jaarlijks plukdagen op ons fruitteeltbedrijf. We hebben 21 hectare fruit; vooral appels en peren, maar ook wat kersen. En dan vergeet ik vast nog wel iets. We doen enorm veel", vertelt Wessel van Olst. Voor de veertigjarige ondernemer is het 'niet meer dan logisch' om méér te doen dan alleen fruit telen. Het creëren van een breder blikveld en het ontplooiën van nieuwe initiatieven is in zijn familie heel gewoon. "Ik heb altijd meegewerkt in het familiebedrijf, maar besloot na de

middelbare school eerst een andere weg in te slaan", vertelt Wessel. "Ik volgde een makelaardij-opleiding en werkte daarna zeven jaar als rentmeester. In die tijd bleef ik ook op het ouderlijk bedrijf werken. Maar ik vond het belangrijk om méér te doen. Om die reden doe ik ook bestuurswerk en ben ik voorzitter van de Landwinkel-coöperatie. Van al die opgedane kennis heb ik veel profijt. Op welke manier? Vooral doordat ik zaken in een breder perspectief kan zien, ook andere visies en meningen ken en begrijp." Zo'n zeven jaar geleden ging hij uiteindelijk volledig aan de slag in het familiebedrijf. Hij runt de onderneming nu samen met zijn partner Esther Groenenberg. Ook Wessels ouders werken nog volop mee. "Mijn ouders hadden al een boerderijwinkel, maar vooral de laatste jaren is het aantal activiteiten op ons bedrijf fors gegroeid", vertelt hij. "Ik vind fruit telen leuk, vanwege het werken met de seizoenen en de natuur. Maar het meeste houd ik van dynamiek op het erf, van contact met mensen. Wekelijks komen er zo'n 3.000 mensen op ons bedrijf. Veel fruitteelers

moeten daar waarschijnlijk niet aan denken; ik geniet er volop van."

### Landwinkel als hoofdpijler

Qua omzet is de Landwinkel de belangrijkste en meest stabiele pijler van het bedrijf. Daarbij vormt de winkel een belangrijke verbindende schakel, geeft Wessel aan. "Via die weg komen we in contact met de consumenten. Zij ondernemen weer andere activiteiten op ons bedrijf, vormen de link naar scholen of bedrijven waar we fruit aan leveren, enzovoorts. En je moet het ook echt zien als een totaalconcept; de overlap aan functies is heel groot. Zet je een activiteit op zichzelf, dan is de aantrekkingskracht weg. De topsport zit bij ons in de combinatie van functies." Hij geeft toe dat deze manier van werken soms leergeld vergt. "Sommige dingen pakken anders uit dan verwacht. Zo was de aantrekkingskracht van onze brasserie c.q. lunchroom, die we enkele jaren geleden openden, fors groter dan we vooraf konden inschatten. Dat betekende dat we meer moesten



Wessel van Olst: 'Je kunt een prachtig product telen, maar als je bedrijf niet wordt 'gedragen' door de omgeving houdt het op. Op dat vlak mogen - nee, móeten - we als sector nog stappen zetten.'

Foto's: Annemieke Kok | Smeltwater

delegeren en naar een andere structuur groeien. Inmiddels hebben we twintig vaste medewerkers die de winkel, horeca en teelt runnen. De schil oproepkrachten daaromheen is nog veel groter."

### Ambassadeurs creëren

Wessel benadrukt dat de teelt geen ondergeschoven kindje is op zijn bedrijf. "Ook daarin willen we het goed doen. Maar we gaan niet voor maximalisatie en technisch gezien lopen we niet voorop. De innovatie ligt bij ons op het sociale vlak, in het binden van gasten aan ons bedrijf."

De hamvraag is natuurlijk hoe hij dit doet. "Dat zit 'm niet in één ding", geeft hij aan. "Dat we het samen

doen, is het belangrijkste. Esther en ik hebben een duidelijke visie op de toekomst en samen weten we veel mensen aan ons te binden. We zijn vooral trots op onze medewerkers, die dagelijks de passie uitdragen waar wij ook voor staan. Bovendien zijn de taken goed verdeeld en heerst er een groot gevoel van verantwoordelijkheid binnen ons team."

Het binden van gasten, draait volgens Wessel ook om het creëren van een bepaald gevoel. "Mensen komen op veel manieren met ons en ons product in aanraking. Door wat ze hier kopen en meemaken op ons bedrijf, maar ook via ons werkfruit, via de sponsoring die we doen, enzovoorts. Ook zetten we in het fruit alleen lokale medewerkers in en

doen we vaak iets extra's voor onze klanten. Heeft iemand bijvoorbeeld veel gekocht in onze winkel, dan lopen we even mee naar de auto. Het zit 'm vaak in kleine dingen. Maar dat stapje extra, dat voelen mensen en zorgt voor verbinding. Zo creëer je fans, ambassadeurs voor je bedrijf."

Wessel denkt dat De Woerd zich vooral door het creëren van verbinding met de omgeving onderscheidt van andere fruittelers. Hij adviseert collega's om hier ook meer op in te zetten. "Dat is essentieel voor de toekomst van onze sector. De inzet van gewasbescherming, beregenen tegen nachtvorst; al die dingen zijn voor ons heel normaal. Maar mensen van buiten de sector hebben hier geen idee

## INNOVATIEMAKELAAR GELDERLAND HELPT JE OP WEG!

Fruittelers die stappen willen zetten op het gebied van innovatie - dan gaat het om technische vernieuwing, maar ook om sociale innovatie - kunnen contact opnemen met de Innovatiemakelaar Gelderland (een initiatief van de provincie Gelderland).

De innovatiemakelaar, in de persoon van Jeannet Mulder, helpt telers om innovaties concreet vorm te geven en de juiste stappen te zetten om hun bedrijf naar een hoger plan te tillen. Dus heb je als fruitteler een goed idee en wil je een volgende stap zetten, neem dan contact op met Jeannet Mulder via (06) 10 21 65 33 of [jmulder@nfofruit.nl](mailto:jmulder@nfofruit.nl).

van. Als telers denken we al snel dat we moeten uitleggen wat we doen. Maar begrip creëren zit veel meer in het stellen van vragen dan in het uitleggen van dingen. Zet in op goede contacten met je omgeving en onderhoud deze!"

Wessel adviseert ook om regelmatig iets terug te doen voor je omgeving. Bijvoorbeeld door een verenging in de buurt te sponsoren, een buurtfeest te organiseren, enzovoorts.

"Dat betaalt zich niet meteen terug in harde euro's, maar je creëert wel goodwill. En dat is misschien nog wel meer waard. Je kunt nog zo'n mooi product telen; als je bedrijf niet wordt geaccepteerd door je omgeving, houdt het op. Op dit vlak mag - nee, moet - de sector meer innoveren."

### Focus op de toekomst

Tot slot wil hij collega's meegeven om niet te veel te focussen op het verleden. "Blijf niet mopperen over wat niet meer is - bijvoorbeeld op het gebied van gewasbescherming - maar kijk naar de toekomst. Zoek naar kansen, kijk naar wat wél kan. Innovatief denken, het grijpen van kansen hoort bij ondernemerschap en is nodig om te kunnen dealen met veranderingen." ●



De Landwinkel vormt de verbindende schakel met de consumenten.