



Het moet al 100 jaar ‘gewoon goed zijn’ voor Landjuweel

Van de 100 jaar dat zijn familiebedrijf Landjuweel uit Oosternieland inmiddels bestaat, is aardappelondernemer Bram Werkman al ruim 48 jaar actief betrokken. Hij leerde het vak van zijn vader Tiemen, die al in de zestiger jaren gewassen ‘vingerschone kleiaardappelen’ leverde aan de consument. “Het moet gewoon goed zijn, Bram” was zijn drijfveer, en dat is nog steeds het motto van het team dat het bedrijf de volgende eeuw inloodst.



Het moet al 100 jaar 'gewoon goed zijn' voor Landjuweel

Om het 100-jarig bestaan te vieren, organiseerde Landjuweel een groot feest op het bedrijf. Naast terugkijken had de onderneming het vizier vooral gericht op de toekomst. Om dit uit te stralen is er een nieuw logo ontwikkeld. Het logo heeft volgens het bedrijf een herkenbare basis, waarbij het juweel in herkenbaar blauw/wit en de strakke typografie duidelijk laten zien dat het bedrijf klaarstaat voor de toekomst en wil blijven innoveren. De ondertitel, "Kwaliteit zit in onze natuur", zegt volgens Werkman alles over Landjuweel en over de samenwerking die het bedrijf heeft met zijn ketenpartners. "Onze successen waren niet mogelijk zonder de intensieve samenwerking met onze telers en handelshuizen. Doordat we inzetten op langdurige relaties met telers die vooruit willen, kunnen we de wensen van onze klanten steeds weer invullen", legt de directeur uit.

Kwaliteit geeft goed saldo

"Onze kernwaarden zijn kwaliteit en innovatie. Dat is altijd zo geweest en zal altijd blijven. Mijn vader heeft me geleerd dat je goede handel moet verkopen. Als je geen goed spul verkoopt, kom je jezelf vanzelf tegen. Helaas is er in het verleden veel te veel geknoeid in de sector. Het is belangrijk dat de consument die in de winkel aardappelen koopt tevreden is. Daar moeten wij als kleinverpakkers heel zorgvuldig mee omgaan. Vandaag de dag is de teelt voor de consument ver weg. Het zou mooi zijn als we op de basisschool meer aandacht aan de herkomst van ons voedsel zouden besteden. Consumenten denken niet na over hun voeding, dat koop je gewoon in de supermarkt", signaleert Werkman. Voor Werkman is het duidelijk dat je je als bedrijf moet onderscheiden richting consument. "Je moet alleen kwaliteit



Om uit te stralen dat Landjuweel het vizier vooral gericht heeft op de toekomst is er een nieuw logo ontwikkeld.

leveren. We zoeken constant naar rassen die perfect aansluiten bij ieder segment en iedere toepassing. Wanneer de consument een vastkokende aardappel koopt en het is een kruimige, dan wordt hij teleurgesteld. Daar moet je voor waken", benadrukt de aardappelondernemer. Om zijn eisen te communiceren met de bedrijven waarmee hij samenwerkt, heeft



Commercieel manager Michiel Meijering (r) is nu het gezicht naar buiten. Hij is samen met Siebe Kramer (l) en Bram Werkman (m) het MT van de onderneming.



Het moet al 100 jaar 'gewoon goed zijn' voor Landjuweel

HONDERD JAAR IN VOGELVLUCHT



De markt is veranderd, van massa naar kleine verpakkingen. Vandaag de dag voert Landjuweel meer dan tweehonderd verschillende items.

De afgelopen 100 jaar is Landjuweel over bergen en door dalen gegaan, en heeft het bedrijf vele veranderingen doorgemaakt. Tijdens de festiviteiten nam Werkman de ongeveer 250 aanwezigen in vogelvlucht mee door de tijd.

In 1922 was het Wolter Werkman die het bedrijf startte. "Opa was handelaar en kocht groente en aardappelen in, om ze weer door te verkopen op de groothandelsmarkt in Groningen", kijkt Bram Werkman terug. "Mijn vader Tiemen ging ermee verder. Hij was een echte aardappelman, en heeft dat aan mij doorgegeven", vertelt de aardappelondernemer. "Pa ging in de voetsporen van opa verder en breidde zijn werkterrein uit, door onder andere waspeen te kopen in Katwijk en die in het Groninger land weer te verkopen. Maar de aardappelen waren toch echt zijn passie; hij liet aardappelen voor hem telen en bouwde bewaarschuren. Als

eerste in Groningen begon hij met klein verpakte aardappelen in 2,5 en 5 kilo papieren zakken. Daarvoor ontwierp hij samen met de dorpsmid een borstelmachine. Zo ontstond het merk 'vingerschone kleiaardappelen'. De supermarkten kwamen op en hij ging als eerste leveren aan Simon de Wit. In de jaren 70 ontwierp mijn broer Wolter samen met zijn kameraad Klaas Koster het merk Landjuweel. Dat gaf het bedrijf een geweldige groei: we leverden de aardappelen in een duidelijk herkenbare verpakking met omschrijving van het kooktype. Toen werd ook de eerste volautomatische inpakmachine aangeschaft. In de jaren 90 gingen we ons volledig richten op de retail, wat weer een grote verandering gaf met alle private label verpakkingen", schetst Werkman. Door de overname van C1000 door Jumbo, verloor Landjuweel een flink deel van de omzet. Vandaag de dag verpakt Landjuweel jaarlijks een 28.000 ton tafelaardappelen voor bedrijven als Plus, Poiesz, Picnic en Spar. "De markt is veran-

derd, van massa naar kleine verpakkingen. Leverden mijn vader en opa nog ½ mudden (35 kilo), nu is de kleinste verpakking 500 gram en bestaat ons assortiment uit meer dan tweehonderd verschillende items. Recent hebben we ons eigen merk 'Jongens van de Klei' in de markt gezet en daarna voor het hogere segment de 'Le Bistro'-lijn: duidelijk herkenbare verpakkingen voor de consument van vandaag. Ook voor de horeca hebben we samen met onze afnemers een geheel ander assortiment kunnen invoeren", schetst hij de ontwikkelingen. "Het nieuwste product dat we op de Fruitlogistica in Berlijn hebben geïntroduceerd, is een bijzondere magnetronverpakking. Hierin zit een seal met daarin kruiden. Na zes minuten gaat de seal los, dan gaan de kruiden op de aardappelen en heb je een heerlijk smaakvol aardappelgerecht. Dat hoeft je na zeven minuten alleen nog op tafel te zetten", laat Werkman trots weten.

Werkman de Landjuweel-kwaliteitsvoorwaarden opgesteld. "Daar sturen we op. We werken samen met verschillende handelshuizen die onze tafelaardappelen aanleveren. Ook bezoeken we veel van hun telers in het groeiseizoen. Als een teler goed begeleid wordt en een mooie kwaliteit levert, is de tafelaardappelteelt voor hem interessant en kun je een goed saldo verkrijgen", weet hij.

Alleen Nederlandse aardappelen

In het verleden kocht Landjuweel ook wel aardappelen in het buitenland, maar is daar vandaag de dag van afgestapt. "In het buitenland doen we bijna niks meer. De kwaliteit werd daar steeds minder, terwijl de kwaliteit in Nederland steeds beter werd. Je ziet dat het in vroege teeltgebieden steeds moeilijker wordt om hoogwaardige tafelaardappe-

len te telen, door de extremere weersomstandigheden. Dat zorgt ook nog eens voor een lagere leveringszekerheid. De stap naar Nederlandse teelt hebben we kunnen nemen, omdat we nu betere rassen en betere teelt- en bewaarmethoden hebben. Hierdoor kunnen we jaarrond goede tafelaardappelen uit Nederland leveren. We zijn hierbij niet afhankelijk van een kweker. En doordat we met veel



Het moet al 100 jaar 'gewoon goed zijn' voor Landjuweel

pootgoedhandelshuizen samenwerken, wordt diversiteit aan rassen aldoor groter. Vandaar dat het in feite niet meer van belang is om de rasnaam te communiceren. Eerlijk gezegd ben ik zelf haast de weg kwijt, zoveel rassen voeren we. We presenteren de aardappelen in diverse verpakkingen en zorgen ervoor dat de gekozen rassen gedurende het jaar voldoen aan de eisen van de consument. Neem bijvoorbeeld een vastkokende aardappel: die is niet alleen vastkokend, maar moet ook een bepaalde beet en smaak hebben. Die combinatie maakt dat we het een echte vastkokker noemen."

Veel meer uitleggen

Op de vraag hoe de consument weer verleid kan worden meer aardappelen te gaan eten, veert Werkman op: "Het is voor de sector een heel belangrijke taak om beter bekend te maken wat we doen, op een manier die de consument begrijpt. We moeten veel meer uitleggen dat de aardappel duurzaam en bewust is geteeld, dat er veel innovatie plaatsvindt, dat die aardappel gemakkelijk te bereiden en ook nog eens heel gezond is. Het idee dat een aardappel maar een aardappel is, klopt al lang niet meer. De diversiteit is heel groot. Onze driekleurmix bijvoorbeeld, vinden mensen heel bijzonder. Daarnaast vinden consumenten gevarieerd eten heel belangrijk. Dat kan heel goed met de aardappel, maar dan moet je wel een goede aardappel leveren." Werkman pleit ervoor dat consumenten de kleinverpakkingen in de



De kernwaarden van Landjuweel zijn kwaliteit en innovatie. Dat is altijd zo geweest en zal altijd blijven.

koelkast bewaren. "Door de aardappel in de koelkast te bewaren, kiemen ze minder snel en kan je ze twee tot drie weken goed houden. Het voordeel hiervan is dat als mensen niet weten wat ze willen eten, ze eerst in de koelkast kijken. Als daar aardappelen liggen, inspireert dat om gemakkelijker te kiezen voor de aardappel. We verkopen rassen die je in 12 minuten in de schil gaar kookt en ook nog eens heel lekker smaken. Dat is toch gemak voor de consument, en het levert ook nog eens geen afval op!"

Klimaatneutrale toekomst

Kijkend naar de toekomst ziet Werkman

een andere rol voor zichzelf in het familiebedrijf. "Ik ben zelf 65 en ben meer op de achtergrond betrokken. We willen als familie graag dat het bedrijf doorgaat, wat betekent dat je het team vertrouwen en ruimte moet geven. Als ze dat ontvangen, gaat het ook vaak goed. Onze commercieel manager Michiel Meijering is nu het gezicht naar buiten en houdt contact met de klanten. Daar loop ik ze niet meer voor de voeten", legt de eigenaar de nieuwe werkwijze uit. Meijering laten weten dat maatschappelijk verantwoord ondernemen in de komende jaren steeds belangrijker zal worden. "Wij hebben er een zeer belangrijke taak bijgekregen: we moeten zorgdragen voor onze planeet. Een kwalitatief hoogwaardig product alleen is niet meer genoeg. Het product moet ook toekomstbestendig zijn en daarmee zo min mogelijk belastend voor mens en milieu. Maatschappelijk verantwoord ondernemen krijgt hiermee een andere betekenis voor ons. Vanuit het verleden lag de focus op ons personeel, bedrijf en directe omgeving, maar deze omgeving breiden wij uit. Onze ambitie is om met de hele keten samen te werken aan een klimaatneutrale toekomst!", voegt Meijering toe. ●

Jaap Delleman



Elektronische sorteermachine zorgt vandaag de dag voor 'vingerschone kleiaardappelen'.