

DE VISIE VAN DE NEXT GEN

Als je het zaadje in het substraat of de grond stopt, dan start het proces van constante transformatie. Van zaadje tot stek, van stek tot young plant, van young plant tot vrucht of bloem, van vrucht en bloem tot transport, om uiteindelijk via de retail bij de consument te eindigen. Het hele proces in de tuinbouw bestaat uit constante verandering.

Dat geldt ook voor de sector. Van crises tot innovatie, alles lijkt constant te veranderen. Over vijf jaar ziet de tuinbouwsector er anders uit dan nu. En vijf jaar later is dat weer het geval. Ook bedrijven in deze mooie sector zijn constant in verandering. Of het nu gaat om investeringen, fusies of overdracht, niks blijft hetzelfde. Dat maakt het ondernemen in de tuinbouw dynamisch en uitdagend. Hoe ziet de tuinbouw van morgen er uit? In deze editie van YEALD NEAWS gaan we langs bij de volgende generatie ondernemers. De telers die de bedrijven en dus de sector van de toekomst aan het vormgeven zijn.

Hoe kijkt de Next Generation aan tegen alle veranderingen? Waar liggen hun wortels en waar gaan hun ambities hen brengen? Maken alle transformaties deze jonge ondernemers zenuwachtig, of juist gemotiveerd? We gaan langs bij Luc van der Knaap van Roots in Honselersdijk, Joyce Lansbergen van LG Flowers in Pijnacker en bij Arian de Jong van Jong Fruit in Dongen en vragen hen naar hun visie voor hun bedrijf en waar zij de ontwikkelingen in de tuinbouw heen zien gaan.

Daarnaast zoomen we in op drie specifieke cases, waarbij YEALD klanten geholpen heeft met een grote transformatie van het bedrijf om klaar te zijn voor wat de toekomst brengt. Met zowel Zijtwende International als WPK zijn we op zoek gegaan naar partners die de continuïteit van de bedrijven waarborgen. Als derde case brengen we een bezoek aan Joost Wesselmans van Dutch Tulips Group in Roelofarendsveen. De groei van zijn bedrijf creëerde een behoefte aan een nieuwe locatie, die toekomstproof is voor zijn succesvolle onderneming. We horen van Joost welke overwegingen hij heeft gemaakt, hoe hij tot een definitieve beslissing is gekomen en wat de uitdagingen in een dergelijk proces zijn.

Tot slot brengen we u op de hoogte van de transformaties die bij YEALD zelf plaatsvinden. Want in de tien jaar dat we nu bestaan, is geen dag hetzelfde geweest.

Veel plezier met deze YEALD NEAWS, waarmee u hopelijk inspiratie op doet om uw eigen onderneming future proof te maken! <<

Next Gen

Een nieuwe generatie staat aan het roer. Welke visie hebben zij voor de toekomst? >>

Zijtwende

Zijtwende is klaar voor de toekomst, samen met Harvest House. >>

WPK

Hoe WPK de juiste partner gevonden heeft, zodat de continuïteit van het bedrijf geborgd wordt. >>

Dutch Tulips Group

Dutch Tulips Group heeft enorme groei doorgemaakt, en bouwt nu een high end tulpenbroeierij. >>

10 jaar YEALD

Terugblik op de eerste 10 jaren van YEALD. >>

Kort NEAWS

Graag stellen wij onze nieuwe collega's aan u voor. >>

DE NEXT GEN GAAT OP EIGEN VOORWAARDEN DE TOEKOMST IN



BELEID

IMPACT

KEUZES

TOEKOMST

VISIE

EEN NIEUWE GENERATIE STAAT AAN HET ROER BIJ VEEL VOORAANSTAANDE TUIBBOUWBEDRIJVEN. DE 'NEXT GEN' HEEFT IMPACT OP DE SECTOR EN DE MAATSCHAPPIJ. HOE ZIJN ZIJ HET BEDRIJF INGEROLD EN WELKE VISIE HEBBEN ZIJ VOOR DE TOEKOMST VAN HUN BEDRIJF EN DE SECTOR? WE VROEGEN HET AAN **JOYCE LANSBERGEN** (LG FLOWERS), **LUC VAN DER KNAAP** (ROOTS) EN **ARIAN DE JONG** (JONG FRUIT).

DEEL I

NEXT GEN KOMT HET BEDRIJF IN

Joyce Lansbergen aan de slag bij LG Flowers

Joyce Lansbergen was 21 toen ze in 2009 bij LG Flowers in het bedrijf kwam. De gerberateler bevond zich in een moeilijke periode, onder andere door een investering in een volautomatisch systeem dat moeilijk rendabel werd.

“Vaak heeft de 3e generatie het moeilijk in een familiebedrijf, bij ons was dat de 2e generatie”, zegt Joyce. “Ik was topschaatster, maar koos voor een maatschappelijke carrière in een familiebedrijf waar de handen flink uit de mouwen moesten. Dat was wel even omschakelen, ja.”

“Het bedrijf bestond uit verschillende BV’s”, vertelt Joyce. “Dat was onnodig complex. Ik volgde een praktische MBA om me om te scholen van topsporter tot directielid en ben in het begin vooral bezig geweest met het ontvlechten. Dat was een harde leerschool. Je komt net kijken en dan maak je een gigantisch bedrag over naar de verkeerde rekening. Ja, shit, en dan? Nou ja, dan los je het op en ga je weer door.”

Luc van der Knaap gestart bij Roots

Luc van der Knaap kwam direct uit school het bedrijf van zijn vader en oom in. “We hadden via Growers United een contract getekend met Looije om ook hun honingtomaatjes te gaan telen”, aldus Luc.

“Dat was een project dat ik oppakte, dus het ombouwen van de kas en het aansturen van personeel. Het is leuk om iets anders te doen dan bulk en meer te specialiseren. Het was een goed eerste jaar, en ook daarna een succes. Dan heb je gelijk een vliegende start.”

Arian de Jong aan de slag bij Jong Fruit

Arian is inmiddels alweer vijftien jaar eigenaar bij aardbeienteler Jong Fruit. Zijn vader trok zich terug uit het bedrijf en verkocht de aandelen aan de toen 21-jarige Arian en zijn broer die al eigenaar was op dat moment. “Afgelopen jaar drukten twee zaken zwaar op me”, geeft Arian aan. “Mijn broer is een stuk ouder en zou op een gegeven moment uitgekocht moeten worden, en daarnaast had ik heel veel ambitie om te groeien. Dus gaat het geld naar het uitkopen, of naar de groei? Dat was een dilemma.”

“Het is niet altijd makkelijk om te ondernemen in deze sector”, gaat Arian verder. “De afgelopen vijftien jaar hebben we echt wel verkeerde beslissingen genomen. Soms

weet je het even niet meer, maar als je rustig blijft en niet alles tegelijk wil oplossen, dan komt het eigenlijk altijd wel weer goed. Het wordt elk jaar weer kerstmis, zeggen we altijd maar.”

“Het was een goed eerste jaar, en ook daarna een succes. Dan heb je gelijk een vliegende start.”



LG
FLOWERS

LG Flowers

LG Flowers is een familiebedrijf dat gerbera's teelt in Pijnacker. Met broer Mike en zus Joyce staat nu de derde generatie aan het roer. In 2024 teelt het bedrijf vijftig jaar gerbera's en germini's. LG Flowers staat bekend om de hoge kwaliteit en het out-of-the-box denken.

DEEL II

NEXT GEN RUNT DE ONDERNEMING

Ondernemen binnen het huidige systeem

“Het systeem van onze sector is ouderwets”, aldus Joyce. “Telers maken miljoenen kosten om te produceren voor een ‘casino’, waarbij je vooraf geen idee hebt wat de opbrengst gaat zijn. En dat accepteren we gewoon, want zo is het altijd al geweest. Wat mij betreft is het de hoogste tijd om dat systeem te veranderen.”

Ook Luc ziet dat het huidige systeem zijn grenzen heeft bereikt. “Vroeger was het anders”, aldus de jonge ondernemer. “Innovatie is belangrijk om telen binnen het huidige systeem te optimaliseren, maar we moeten ook kijken naar welk systeem optimaal is voor de toekomst. Dat hoeft niet hetzelfde systeem te zijn.”

“Innovatie is belangrijk om telen binnen het huidige systeem te optimaliseren”

Schaalvergroting en samenwerking

Arian liep met de situatie bij Jong Fruit tegen de grenzen van zijn mogelijkheden binnen het systeem aan. De oplossing kwam uit Spanje. “SurExport kwam op ons pad, zij hadden interesse in ons bedrijf. Wat moeten wij met een Spaans bedrijf, dacht ik eerst. Maar de potentie van een samenwerking was enorm. Bovendien loste het in één klap zowel de uitkoop van mijn broer als de groeiambitie op. Een nauwe samenwerking met de juiste partner zorgt ervoor dat we de komende jaren weerbaar zijn tegen de grillen van de sector.”

Ook bij Roots lag de oplossing in vergaande samenwerking. “Vroeger deed een ondernemer alles zelf”, voegt Luc toe. “Van het stek uitzetten tot het rijden van de vrachtwagen naar de veiling. Dat kan allang niet meer. Wij zochten specifiek om die reden een bedrijf om mee te fuseren, waarbij we binnen Prominent in Oussoren een goede partner vonden. Dan is het lid zijn van een coöperatie als Prominent echt een voordeel, naast de gezamenlijke inkoop, marketing en overleggen.”

Nieuwe functies in de tuinbouw

Bij LG Flowers doen ze het net wat anders. Daar zit de schaalvergroting niet zozeer in de productie, maar in de

overhead. “We hebben een grotere payroll, omdat we kiezen om andere functies het bedrijf in te halen dan bij andere telers. Om de traditionele productie heen hebben we een schil gecreëerd van specialisten. Die richten zich op veredeling en productie, maar ook op het vermarkten van onze producten. Dat maakt ons heel crisisbestendig.”

“Je moet het niet alleen willen doen”, bevestigt Luc. “Je besteed nu taken uit aan gespecialiseerde medewerkers. De schaalvergroting door de fusie waarbij Roots ontstond uit onze twee familiebedrijven zorgde er ook voor dat bijvoorbeeld P&O nu een volwaardige directiefunctie is. Ook dat is onderdeel van de strategie waardoor we voor een fusie kozen.”



Roots.

Roots

Roots is een tomatenteler in Honselersdijk en Zevenhuizen. In Honselersdijk zijn acht kleine bedrijven in de Broekpolder samengevoegd tot één locatie van 14,6 hectare. In Zevenhuizen staat 11,2 hectare glas. Roots is voortgekomen uit een fusie tussen de familie Van der Knaap en de familie Oussoren. Het bedrijf maakt deel uit van Prominent en Growers United.

DEEL III

DE TOEKOMST VAN TUINBOUW VOLGENS DE NEXT GEN

De laatste jaren hebben bewezen dat er geen zekerheden meer zijn in de tuinbouwsector. Van corona tot energiecrisis, van het verdwijnen van synthetische gewasbescherming tot de oorlog in Oekraïne, de tijden zijn volatiel.

Never waste a good crisis

“Een crisis in de tuinbouw kan ik doorgaans wel waarderen”, zegt Joyce resoluut. “Want dan gaan we vaak pas wat doen als sector. We zien allemaal dat het systeem moet veranderen, maar een crisis zet ons in beweging en dwingt ons anders te denken over ons bedrijf, onze markt en onze sector, dat kan ik alleen maar toejuichen. Sommige dingen moet je gewoon doen, dan gaat het even niet om het geld. Juist door trial & error blijf je als ondernemer leren en zie je wat wel en niet werkt. Kansen zien en grijpen, maar door lef te tonen en door te blijven ontwikkelen kun je ook kansen creëren.”

Bij Jong Fruit zien ze ook de impact van crises. “Tijdens de energiecrisis lieten we één bedrijf leeg liggen voor een seizoen”, aldus Arian. “Dat heeft veel impact, je bent je blauwdruk kwijt. Uiteindelijk kies je voor de optie die het minste verlies oplevert, en nu hebben we een WKK bijgebouwd op dat bedrijf.”

De kracht van het collectief

“Je denkt meer na over je processen bij een crisis”, gaat Arian verder. “We zijn nu bezig met rassen die resistentier zijn, en zoeken naar processen die meer stabiliteit geven. Dankzij de rugdekking van SurExport blijven we ook meer in controle over onze productie, terwijl zij toegang tot de Nederlandse retail krijgen. Door onze keuzes van de afgelopen jaren zitten we nu bij de top aardbeientelers van Nederland en ziet het er goed uit voor de komende jaren.”

Roots kiest ook voor de kracht van het collectief om toekomstige crises te lijf te gaan. “We zijn lid van Prominent en Growers United, dat geeft zekerheid. Met de groep bespreek je hoe je het best met een crisissituatie om kan gaan”, aldus Luc. “Ik zit daar ook in een U40 Future Proof groep met jonge ondernemers, waar we tijdens bijeenkomsten overleggen over strategie en wat er op ons pad kan komen.”

Nieuwe tijden, nieuwe ondernemers

“Tijden veranderen”, aldus Luc. “Personeel is anders, net als het gebruik van data. Dat vraagt een hele andere strategie.

Je wil ook mee op thema's als innovatie, duurzaamheid en MVO. Daarom houden we ons ook bezig met systeeminnovatie, waar we het eerder over hadden. We kijken nu ook naar gewassen en kassen die ideaal zijn voor autonome teelt met robots, in plaats van robots aan te passen aan hoe kassen en gewassen nu zijn.

Joyce wil dat het bij LG Flowers niet alleen maar om het geld draait. “Ik draai liever in ploegendienst dan een dure machine aan te schaffen en basale zaken rondom duurzaamheid zijn bij ons de norm in plaats van een last. Het gaat in de sector alleen maar om die prijzen, om de meer, meer, meer. Misschien is er wel veel meer te bereiken als we allemaal het less is more principe aan gaan houden.”

“Wij houden van ondernemen”, geeft ze aan. “Het product is bijzaak, dat is nu gerbera door onze geschiedenis, maar met deze kassen kun je geweldige dingen doen. Geen idee wat we over een paar jaar doen, misschien hetzelfde, misschien iets totaal anders. Dat maakt het ondernemen zo leuk. We zijn voorlopig nog niet uitgespeeld. <<



Jong Fruit

Jong Fruit is een grote aardbeienteler in Dongen. Ze telen drie miljoen kilo aardbeien per jaar op 23 hectare, waarvan 3,5 hectare belicht. Daarmee behoren ze bij de top aardbeientelers in Nederland. Sinds 1 januari 2024 is het bedrijf een samenwerking aangegaan met SurExport uit Spanje.

ZIJTWENDE INTERNATIONAL EN HARVEST HOUSE STAAN SAMEN STERKER

Hoe maak je een bedrijf future proof? Zijtwende International moest het antwoord op die vraag vinden om de bedrijfscontinuïteit ook de komende jaren te waarborgen. Het is een complexe vraag, waar veel bij komt kijken, en het antwoord verschilt per bedrijf. Hoe heeft Zijtwende het aangepakt?

Jan Prins is inmiddels midden zestig. Het opvolgingsvraagstuk heeft hij met Ruud Barendse en Cor Keijzer goed geregeld. Maar de directie keek verder dan alleen de opvolging. Future proof betekent ook dat je qua organisatie, processen en relaties met de tijd mee gaat.

Handel, retail en teler

De wereld is veranderd. Waar Zijtwende in het begin vooral een hoog transactiegehalte had, is dit in de

loop der jaren meer verschoven naar programmering en strategisch inkooppartner voor retail. De handel is transparanter geworden, en zowel de teler als de retail hebben meer inzicht in de markt, waarbij de laatste een dominante positie heeft ingenomen.

Wat wil de retail?

Retail wil graag zakendoen met de bron, en niet via teveel verschillende kanalen inkopen. Zeker niet als die verschil-



lende kanalen uiteindelijk weer bij dezelfde teler uitkomen. Zijtwende heeft een goede relatie met een groot aantal retailers. Future proof worden betekende dat het handelsbedrijf dichter bij de teler moest gaan staan.

Bedrijfscultuur

Hoe? Door samen te gaan met een partij die al dicht bij de telers staat. Er waren verschillende geïnteresseerden, inclusief partijen uit de private equity sector. YEALD werd door Zijtwende ingevlogen om te helpen met de selectie. Wat is de behoefte, welk type bedrijf past bij de cultuur, wat is de juiste timing? Uiteindelijk werd er een match gevonden met Harvest House. Door onderdeel te worden van Harvest House komt Zijtwende nog dichter bij de teler te staan. Daarmee vormt Zijtwende de connectie tussen de retail en de consument – een wereld die zij uitstekend kennen – en de telers. Tegelijkertijd kan de coöperatie administratieve lasten uit handen nemen, zodat de mensen van Zijtwende zich volledig kunnen richten op het ondernemen.

Elkaar vertrouwen

Doen waar je goed in bent, en daarin elkaar vertrouwen. Dat is de basis van de samenwerking tussen Harvest House en Zijtwende. En dat gold ook voor ons als YEALD. Na de intentieverklaring zorgde YEALD namens Zijtwende voor een goede afhandeling van de transactie, waaronder het boekonderzoek en officiële stukken, en filterden we alle vragen die op Zijtwende afgevuurd werden. En dat is dus het antwoord op de vraag: hoe maak je een

*Doen waar je goed in bent,
en daarin elkaar vertrouwen.
Dat is de basis van de
samenwerking tussen
Harvest House en Zijtwende.*

bedrijf future proof, en dan specifiek Zijtwende? Door de samenwerking met Harvest House richt Zijtwende zich op haar kernactiviteit, namelijk fungeren als strategisch inkooppartner voor retail. <<

zijtwende
international

Zijtwende

Zijtwende is ontstaan in 2005, toen Jan Prins wegging bij The Greenery. Samen met John Harting van Harting Holland heeft hij het bedrijf Zijtwende opgebouwd tot een grote naam in de groentehandel. Het bedrijf exporteert voornamelijk glasgroenten, met een zwaar accent op tomaten.

WPK EN AGROCARE/ COMBIVLIET VINDEN ELKAAR



Hoe waarborg je continuïteit voor je bedrijf over de generaties heen? Voorheen kon het tuinbouwbedrijf vaak overgedragen worden aan één van de kinderen. Die tijd is grotendeels voorbij. Door schaalvergroting en een complexere markt wordt het ondernemen een steeds grotere uitdaging. Er is vaak meer dan één persoon nodig ter vervanging van de DGA. Het financieren van de overname van het bedrijf door een opvolger binnen de familie wordt ook steeds lastiger. Bij WPK hebben ze een oplossing gevonden.

Het vinden van de juiste partner

Hoe borgen we de continuïteit van WPK? Dat is de vraag die Erik en Eviek van der Arend zich stelden. Samen met

Samen met YEALD werden strategische sessies gehouden om de opties te bekijken.

YEALD werden een aantal strategische sessies gehouden om de opties te bekijken. Uiteindelijk was de conclusie dat er nog heel veel kansen liggen, maar dat het verstandiger is om deze niet meer alleen op te pakken. We moesten dus op zoek naar een partner. Maar wie kies je dan? Allereerst hebben we met elkaar een informatiememorandum (IM) opgesteld. In een IM worden verschillende onderwerpen behandeld, waaronder het bedrijf, de markt waarin het opereert en de kansen die het bedrijf biedt voor de juiste partner.



Van long list naar short list

Vervolgens is er aan de hand van criteria waaraan een partner moet voldoen een long list opgesteld. Door de long list en de criteria naast elkaar te leggen, ontstond er een top vijf van mogelijke kandidaten.

Door te werken met teasers, en een NDA (geheimhoudingsverklaring) bij interesse, kon de potentie van elke mogelijke kandidaat gepeild worden. De expertise en het netwerk van YEALD gold daarbij als toets. Het was mooi om te zien dat er zowel uit de sector als vanuit private equity interesse was in WPK. Uiteindelijk kwam de combinatie van AgroCare en CombiVliet als best mogelijke partner uit de bus. De interesse was ook zeker wederzijds.

De voordelen van een nieuwe partner

Erik en Eviek konden met de verkoop van een meerderheidsbelang een deel van hun vermogen verzilveren, maar ook de continuïteit van het bedrijf waarborgen. AgroCare en CombiVliet passen goed bij de cultuur van WPK: CombiVliet is al jaren klant. Met deze transactie verstevigen zij hun grip op supply. Daarnaast willen de kopers hun deelnemingen ook zoveel mogelijk zelfstandig laten draaien. Er is een strategisch belang, niet per se een operationeel belang.

YEALD kent veel bedrijven die in de markt zijn om andere bedrijven te kopen of juist te verkopen, zowel in de hortisector als bij private equity. Die expertise kwam ook bij deze match goed van pas. De betrokken partijen kennen de markt door en door, en elkaar ook. Mooi om te zien dat we dit soort bedrijven kunnen helpen om elkaar te vinden, zowel qua strategie als cultuur. En als de match gemaakt is, helpen we uiteraard met de juiste afhandeling van de transactie. Alle betrokken bedrijven zijn zo weer meer future proof. <<

Het was mooi om te zien dat er zowel uit de sector als vanuit private equity interesse was in WPK.



WPK

WPK is een familiebedrijf dat al decennialang toonaangevend is in de opkweek van groenteplanten. Dat gaat om zowel warme planten, zoals tomaten, paprika en komkommer, als koude planten, zoals koolsoorten. Buiten het seizoen om produceert WPK sierteelt onder het eigen merk House & Garden.

Onder leiding van Erik en Eviek van der Arend werken vijftig man vast op twee locaties in 's-Gravenzande en Made. Ook is er een flexibele schil van kassen om seizoenspieken op te vangen.

STRATEGISCH VESTIGINGSBELEID DUTCH TULIPS GROUP

“Er staat straks een high end tulpenbroeierij met alle faciliteiten die wij nodig hebben voor onze rol in de keten.”

Hoe bepaal je welke locatie geschikt is voor de groei van je bedrijf? Dat is de vraag die Joost Wesselman zich stelde toen hij op de huidige locatie in Roelofarendsveen uit zijn jasje groeide met Dutch Tulips Group. “We zijn een echt Veens bedrijf, met medewerkers uit de omgeving”, zegt hij resoluut. “Dus de voornaamste eis die we hadden is dat we een Veens bedrijf bleven. Maar dat had nogal wat haken en ogen.”

Over wie hebben we het? Dutch Tulips Group is gespecialiseerd in bollenteelt, broei en de afzet van tulpen. Ze hebben zich de laatste jaren ontwikkeld tot één van de grootste spelers in de gehele keten. Dat deden ze onder andere met behulp van Tulpen.nl, een afzetorganisatie met ca. 15% marktaandeel waar meerdere franchisekwekers bij zijn aangehaakt. Daarnaast zorgt Wesselman Flowers voor eigen productie, die ook via Tulpen.nl wordt afgezet. Beiden bedrijven hebben een enorme groei doorgemaakt de laatste jaren.

De juiste plek voor een high end tulpenbroeierij

De groei betekende verkassen naar een nieuwe locatie. Joost had al snel een concrete locatie op het oog, in Nieuwveen. Vanwege de goede relatie die Joost en Arthur Vijverberg al jarenlang hebben, werd de expertise van YEALD erbij gehaald. “De locatie in Nieuwveen werd doorgerekend, maar dat bleek niet echt kansrijk. Te afgelegen en te grote uitdagingen voor de logistiek. Ik had wat moeite met loslaten, maar die locatie werd hem echt niet.”

In dezelfde periode raakte Joost in gesprek met een rozenkweker die hem vertelde zijn bedrijf te willen verkopen. “YEALD tekende uit welke mogelijkheden deze locatie zou bieden aan ons”, gaat Joost verder. “Toen was ik al snel om. Het kostte wat onderhandelingen en ook de verbouwing is niet misselijk, maar daar staat straks een high end tulpenbroeierij met alle faciliteiten die wij nodig hebben voor onze rol in de keten.”

Bewuste strategie

Want als iets duidelijk is geworden de laatste jaren, is het dat Dutch Tulips Group steeds meer grip krijgt op de hele keten met haar bedrijven. “Ja, dat is een bewuste strategie”, aldus Joost. “Vijftig procent van de bollen die we gebruiken in de productiebedrijven kweken we zelf op, en vijftig procent van de tulpen die we verhandelen via Tulpen.nl produceren we zelf. Zo zorgen we voor stabiliteit, maar ook voor een variabele schil waarmee we kunnen schuiven.”



Deze strategie vraagt om groei, en groei vraagt om personeel dat deze visie deelt. “Onze snelle groei zorgde voor behoefte aan visie en zekerheid bij de werknemers. We hebben met elkaar een visiedocument opgesteld en deze ook voorgelegd aan interne en externe adviseurs. Het is belangrijk om je medewerkers bij de sturing van je bedrijf te betrekken en verantwoordelijkheid te geven.”

Extreme risico's

Uiteindelijk resulteert deze visie in de bouw van een hypermoderne faciliteit, op een locatie die zowel wenselijk als rendabel is. Maar recht toe, recht aan was het traject niet nadat de koopakte en bouwplannen goedgekeurd waren.

“Een ondernemer wil extreme risico's vermijden”, vult Joost aan. “Dat geldt natuurlijk ook voor complexe projecten zoals de investering die wij hebben gedaan in een nieuwe locatie. Het is dan prettig om tijdens het zoeken van een geschikte locatie, die voldoet aan onze eisen, te kunnen sparren met een deskundige partij. Ook het aankoopproces en de afhandeling is fijn om samen te kunnen doen met mensen die dat vaker gedaan hebben.”

Innovatie is noodzaak

Wie niet meegaat met de tijd, blijft achter en verdwijnt. Dat is een algemeen gegeven. Innovatie is geen “nice to have”, maar een noodzaak. Dat geldt zeker voor de bouw van een nieuw bedrijf, waarbij de investering vereist dat het bedrijf lange tijd rendabel blijft. “Vroeger waren innovaties interessant om processen te optimaliseren”, aldus Joost Wesselman. “Tegenwoordig zijn innovaties essentieel om maatschappelijke uitdagingen te tackelen, zoals duurzaamheid en arbeid. Dat moet je meenemen als je zulke grote investeringen doet.”

En hoe kijkt Joost nu terug op het traject van zijn bedrijven tot nu toe? “Je moet als ondernemer ontdekken wat je zelf wilt, en wat je leuk vindt”, geeft hij aan. “En

dan de juiste mensen om je heen verzamelen, zoals adviseurs en medewerkers. Die moet je vertrouwen, en de verantwoordelijkheid geven om taken van je over te nemen. Dan kun je heel ver komen.” <<

“Tegenwoordig zijn innovaties essentieel om maatschappelijke uitdagingen zoals duurzaamheid en arbeid te tackelen.”

**DUTCH
TULIPS**

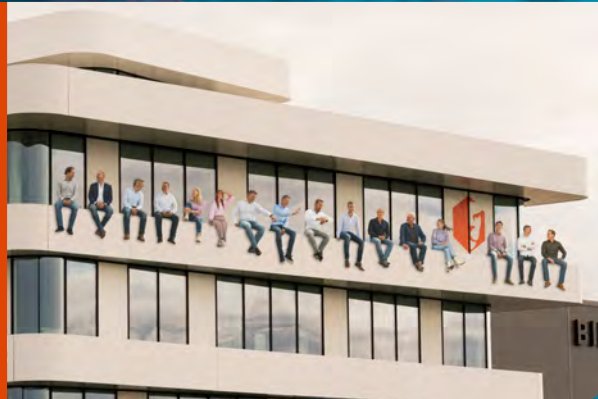
Dutch Tulips Group

De Dutch Tulips Group is een verzameling bedrijven dat voortgekomen is uit het familiebedrijf Wesselman Tulpen. Het is een gemengd bedrijf gerund door Joost Wesselman. Naast de productie van tulpenbollen en tulpen bevat het bedrijf ook een verpakkingstak en heeft met Tulpen.nl een groot eigen afzetkanaal.

10 JAAR YEALD

‘ER STAAT NU ECHT EEN MOOI BEDRIJF’

YEALD is opgericht in 2014. Dat betekent dat we dit jaar tien jaar bestaan. “Het doel dat we voor ogen hadden in 2014, daar staan we nu”, aldus oprichter Rob van Leeuwen. “En tussen 2014 en 2024 zaten tien verschrikkelijk mooie jaren.”



Rob was ooit kweker, iets dat hij zeven jaar met veel plezier heeft gedaan. “Toen het glastuinbouwbedrijf werd verkocht, ging ik aan de slag bij Vollebregt Barten in het vastgoed”, aldus Rob. “Daar heb ik een hoop geleerd. Maar ik zag wel dat het in de toekomst in de glastuinbouw niet zozeer alleen om vastgoed zou draaien, maar juist veel meer om strategie, organisatie, kasstromen, verdere professionalisering en de inmenging van private equity.”

Professionalisering en schaalvergroting

“In 2012 werd je vaak nog gek aangekeken als je over kasstromen of EBITDA begon”, zegt Rob met een lach. “Maar de filosofie van YEALD is veel breder. Wij willen al deze mooie bedrijven in onze sector adviseren op het gebied van professionalisering en schaalvergroting. En dan heb ik het over veredelaars, vermeerderders, telers en toeleveranciers.”

New kid on the block

Rob startte YEALD vanuit deze filosofie en na twee jaar kwamen ook Robin Berendse en Arthur Vijverberg als partners het team versterken. Roger Gerritzen kwam vijf jaar geleden als partner erbij. “We leerden vooral dat je niet alles in één dag kunt doen, sommige zaken hebben tijd nodig. Zeker in de beginjaren, als “new kid on the block”, moesten we hard werken om te bewijzen dat we het vertrouwen waard zijn.”

Een mooie groei

YEALD heeft heel veel mooie projecten met succes gedraaid. “Ja, ik denk aan tal van mooie onroerend goed transacties, de diverse fusies en het samenbrengen van

“We hebben een mooie groei doorgemaakt, qua projecten en de omvang daarvan, maar ook qua team.”

private equity met mooie bedrijven uit de sector en de gerealiseerde M&A trajecten. We zijn met name trots op het feit dat deze trajecten allemaal succesvol zijn. Specifieke trajecten willen we niet noemen, want dan zijn er relaties die we niet noemen en te kort doen. We hebben een mooie groei doorgemaakt, qua projecten en de omvang daarvan, maar ook qua team. Ja, als we nu naar YEALD kijken, zien we echt een mooi bedrijf.”

Mee-ondernemen

“En over tien jaar zijn we nog veel verder”, gaat Rob verder. “We willen heel de hortibusiness bedienen, en zo met de bedrijven samen de sector naar een hoger niveau tillen. In Nederland, maar ook internationaal. Wij willen niet vanaf de zijlijn roepen, maar echt mee-ondernemen met de partijen die met ons in zee gaan. Zoals onze relaties van ons gewend zijn. Net zolang totdat we in alle facetten van wat we met ons team doen, de door onze relaties gekozen nummer één in de sector zijn.” <<

KORT NEAWS

NIEUWE GEZICHTEN BIJ YEALD

Jonge talenten versterken ons team bij YEALD. Wij stellen hen graag aan u voor.



Arthur Muller

Arthur is onze nieuwe Assistent Analist. Naast zijn verantwoordelijkheden bij YEALD studeert hij International Business Administration aan de Rotterdam School of Management (RSM), waar hij naar verwachting in 2025 zal afstuderen.

Voordat hij voor zijn studie naar Nederland verhuisde, groeide Arthur op in de Franse Alpen. Hij wordt gedreven door zijn passie voor innovatie en wil voedselcosystemen verbeteren om de wereldwijde uitdagingen van een groeiende bevolking en een veranderend klimaat aan te pakken. <<

“Passie en toewijding vormen de basis van elk groot succes”

Nikki Helleman

Nikki is onze Office Manager en verantwoordelijk voor het coördineren en stroomlijnen van de dagelijkse kantooractiviteiten. Daarnaast zorgt ze onder andere voor de boekhouding en stelt ze financiële rapportages op.

Met haar kritische blik streeft ze naar efficiëntie en nauwkeurigheid in alle aspecten van haar werk. Nikki heeft een scherp oog voor detail en is altijd op zoek naar manieren om processen te verbeteren. Haar vriendelijke en toegankelijke persoonlijkheid maakt haar een onmisbare schakel in het team. <<



YEALD 

Boswoning 4a
2675 DZ Honselersdijk
+31 174 75 25 00
www.yeald.nl

Rob van Leeuwen
+31 6 51 62 41 08
rl@yeald.nl

Robin Berendse
+31 6 24 20 10 10
rb@yeald.nl

Arthur Vijverberg
+31 6 40 55 04 61
av@yeald.nl

Roger Gerritzen
+31 6 12 52 38 18
rg@yeald.nl