

Samen met zijn broer Willem-Jan en met de compagnons René en John Cornelissen runt Ad Coolbergen (51) het grootste radijsbedrijf van Europa. Met vestigingen in Nederland en Italië teelt Ortolanda jaarrond radijs van de hoogste kwaliteit. Nu de volgende generatie alweer op de deur klopt, wordt nadrukkelijk naar de toekomst van het bedrijf gekeken. Ad hoopt dat de nieuwe lichting net zo eigenwijs is als hijzelf. “Meegaan met de meute is toch niet spannend?”

Tekst: Jacco Strating, Fotografie: Linda Straathof

Radijs, het is wellicht een vreemde eend in de bijt als het over glastuinbouw gaat. Maar wie op jaarbasis ruim 500 hectare radijs zaait en oogst in eigen beheer, misstaat niet tussen de giganten die actief zijn in tomaat, paprika en chrysant. Bij elkaar beschikt Ortolanda over 70 hectare kassen in Oude-Tonghe (14 hectare), Melderslo (14 hectare) en het Italiaanse Borgo Grappa (42 hectare), waarbij in Nederland zo'n zeven teeltronden per jaar plaatsvinden en in Italië zes ronden. Daarmee is Ortolanda de grootste radijsproducent van Europa en kan het bedrijf het hele jaar door bos- en losse radijs leveren.

Tuindersbloed hadden Ad en Willem-Jan Coolbergen niet. Hun opa was akkerbouwer en voor hun vader was er met vier zonen geen plek binnen het bedrijf. “Mijn vader werkte als kind wel mee op het land, maar wist dat hij later niet in het bedrijf kon komen omdat zijn oudere broer het bedrijf zou overnemen. Toen mijn vader mijn moeder leerde kennen, kregen zij van haar vader 1 hectare grond hier op Goeree-Overflakkee om zelf iets op te bouwen. Mijn vader beseftte dat die hectare te klein was voor akkerbouw, dus koos hij ervoor om een kas te bouwen”, aldus Ad. Zijn vader ging met de boot naar het Westland om daar alles te leren over de glastuinbouw. Hij ging aan het werk bij een tomatenteler en keerde uiteindelijk in 1963 terug om een eigen kas te bouwen in Oude-Tonghe. “Hij heeft altijd groenten geteeld, van tomaten en snijbonen tot sla en meloenen. En op een gegeven moment kwam daar ook radijs bij. Dat beviel goed, waardoor hij eind jaren tachtig volledig over ging op radijs.”

Broer Willem-Jan kwam in 1989 in het bedrijf, waarop het bedrijf van 0,6 hectare

werd uitgebreid naar 1,2 hectare. “Mijn broer is drie jaar ouder dan ik, maar we hebben eigenlijk hetzelfde traject doorgelopen met het vwo en de Agrarische Hogeschool in Den Bosch. Ik was in 1992 klaar in Den Bosch, maar voor mij was niet direct een vanzelfsprekendheid dat ik in het bedrijf van mijn vader kwam werken. Via een trucje wist ik uit militaire dienst te blijven en ging ik als voorlichter aan de slag bij DLV.” Ad woonde enige tijd in Vlaardingen met zijn vriendin, maar hield dat niet lang vol. “Dat stadse was niets voor mij. Ik wilde heel graag terug naar Oude-Tonghe en was ook niet helemaal op mijn plek als voorlichter. Ik werd moe van al dat gepraat en wilde veel liever iets met mijn handen doen. In overleg met mijn vader en broer heb ik toen besloten om alsnog in het bedrijf te stappen en terug te verhuizen.”

#### Locatie in Italië

Hoewel vader en moeder nog wel actief bleven, gingen Willem-Jan en Ad het bedrijf grotendeels runnen. Stap voor stap werd de kwekerij verder uitgebreid tot 3,5 hectare in 1999. Daarmee was het bedrijf in principe groot genoeg om jaarrond radijs te telen. “Maar we waren ambitieus en wilden allebei graag ons eigen ding doen. We versterkten elkaar wel, maar hadden tegelijkertijd ook behoefte aan een eigen locatie.” Tijdens een excursie van de landelijke radijscommissie naar Italië werd daartoe het zaadje gepland, zo geeft Ad aan. “Ik was erg onder de indruk van wat ik daar zag en raakte gecharmeerd van Italië. Het leek mij een enorme uitdaging om daar aan de slag te gaan.” Bij terugkomst deelde hij zijn

**‘Hij vroeg of ik wel helemaal goed bij mijn hoofd was’**

Ad Coolbergen:

**‘JE GEVOEL VOLGEN IS DE ESSENTIE VAN ONDERNEMEN’**





26

gevoel met zijn broer en droomde hij hardop over een vestiging in Italië. Willem-Jan was niet direct overtuigd, lacht Ad. "Hij vroeg of ik wel helemaal goed bij mijn hoofd was. Maar op hetzelfde moment wist hij ook dat ik het idee niet zomaar kon loslaten. Daarom zei hij dat ik maar een tijdje vrij moest nemen om het allemaal uit te zoeken. En dat heb ik gedaan."

Ad keerde terug naar Italië, deed een rondje langs bedrijven en schreef zijn bevindingen in een rapport genaamd 'Coolbergen goes Italy'. "Dat heb ik bij mijn broer als leidraad op tafel gelegd en toen ging het bij hem ook leven. We waren allebei enthousiast over het idee, dus besloten we om het dan ook maar echt te gaan doen. Zo doen wij de dingen altijd. Je kunt altijd van alles verzinnen om iets niet te doen, maar daar

hou ik niet van. Veel van dit soort trajecten nemen jaren in beslag. Dat kan ik niet. Iets laten sudderen en maar afwachten, daar heb ik moeite mee. Je doet het of je doet het niet. In dit geval zeiden we allebei ja en gingen we ervoor, eigenlijk in een paar maanden tijd."

#### **Sprong in het diepe**

Hoewel het idee van Ad kwam, was het Willem-Jan die uiteindelijk zijn spullen pakte en met zijn gezin naar Italië vertrok. "Ik ben geen Italiaan, qua levensstijl enzo. Ik heb hier mijn sociale leven en wilde het liefst hier blijven. Tot mijn verbazing zei mijn broer toen dat hij het wel wilde doen. Hij vond dat als we het gingen doen, er ook iemand permanent heen moest om het in goede banen te leiden. En zo emigreerde Willem-Jan slechts zes maanden na-

dat het idee bij mij was ontstaan." Op het moment dat de beslissing over Italië al was gevallen, sprak Willem-Jan erover met René Cornelissen, een radijsteler uit Limburg en ook hij werd enthousiast. "Hij wilde graag samen met zijn broer John participeren in het Italiaanse bedrijf. We zijn om de tafel gegaan en waren er snel uit", zegt Ad. "Het klinkt misschien allemaal heel simpel en het is ook heel snel gegaan, maar het was echt wel een sprong in het diepe. In Spanje zaten in die tijd wel meer Nederlandse telers, maar in Italië niet. Ga er maar aan staan. Niemand spreekt daar Engels, er is geen enkele Nederlander waarmee je kunt sparren. En het is al met al ook best een apart land. Daarom was het ook fijn om dat avontuur met twee families aan te gaan en de risico's te spreiden, zowel financieel als geestelijk."



27

In 2000 werd eerst een kleine kas gehuurd, in 2002 werd een eigen stuk land gekocht. "De tuinbouw in Italië lijkt een beetje op hoe het er in het Westland uitziet", zegt Ad. "Een bedrijf bestaat uit een schuur en een huis, waar je in Almería juist een plastic zee ziet. Daarnaast werd Italië een steeds grotere concurrent op gebied van radijs. Terwijl in Nederland de energieprijzen stegen, waren de kosten in Italië veel lager. We moesten dus iets doen om dat te keren. En doen wat een ander niet doet, dat is voor mij de sport. Ik vind het een uitdaging om net de andere kant op te gaan." Daar komt bij dat Latina, het tuinbouwgebied zo'n tachtig kilometer onder Rome, een mooie omgeving is. "Het is een oud moeras dat droog is gelegd en waar je zowel vollegrondsteelten als kassen ziet. Radijs is in het gebied een groot gewas. De grond is goed,

het water is goed en door de hoge temperatuur is verwarming niet nodig. Economisch was het dus haalbaar, dan moet je er alleen de lol nog van inzien om het ook echt te doen."

In eerste instantie kreeg alleen het Italiaanse bedrijf de naam Ortolanda (Orto = Moestuin, Olanda = Nederland). In Nederland heette

belang van vijftig procent in het Italiaanse bedrijf. "Maar de wereld van de radijs is door de jaren heen veranderd. Van de tachtig telers in Nederland zijn er nu nog tien over, waarbij de meesten in omvang zijn gegroeid. Onze twee bedrijven werkten wel al langere tijd samen en vormen samen een grote speler met een groot volume radijs, maar dat droegen we niet

## **'Meegaan met de meute is toch niet spannend?'**

het bedrijf in Oude-Tonge Coolbergen B.V. en het bedrijf in het Limburgse Melderslo was Cornelissen Fresh Food B.V. genaamd. Beide bedrijven hebben een eigen identiteit én hebben elk een

als zodanig uit. Daarom hebben we in 2017 besloten om voortaan gezamenlijk als Ortolanda naar buiten te treden. Met één naam, één logo, één website, maar drie vestigingen."



### Schakelen op trends

Door de omvang kan Ortolanda jaarrond radijs produceren, waarbij het product uit Oude-Tonge voor een belangrijk deel naar Albert Heijn gaat, het product uit Melderslo hoofdzakelijk wordt geëxporteerd naar Frankrijk en Duitsland en de radijs uit Italië onder andere bestemd is voor Lidl. “De lijnen worden steeds korter. Vroeger ging

## ‘Iets laten sudderen en afwachten, daar heb ik moeite mee’

al het product via de veiling, nu komen de retailers zelf op ons bedrijf langs om te bespreken hoe we het samen nóg beter kunnen doen. In het verleden leverden wij alleen bosradijs, nu groeit juist de vraag naar losse radijs. Het blad moet eraf, waardoor we andere machines moeten aanschaffen en andere verpakkingen moeten ontwikkelen. In overleg met de retail volgen we de trends en proberen we snel te schakelen.” In tegenstelling tot vruchtgroentegewassen, valt in radijs minder winst te behalen door moderne teelttechnieken toe te passen, zoals belichting. “Onze omzet per vierkante meter ligt veel lager omdat radijs een grondgebonden gewas is. Belichten zou alleen zin hebben in november en december, maar dat betaalt zich in de praktijk lastig terug. Wij hebben ervoor gekozen om in Nederland niet dat soort fratsen uit te halen, maar in plaats daarvan een bedrijf in het buitenland te beginnen.”

Door de jaren heen heeft Ortolanda altijd de focus op radijs gehad. “Sommige telers wisselen wel eens

van gewas en natuurlijk hebben wij daar wel eens naar gekeken. Maar dat past niet echt bij ons.” Ad haalt een anekdote van zijn broer aan, die ooit botste met de boekhouder. “Die boekhouder zei tegen hem: weg met die radijs, je moet tomaten gaan telen! Waarop mijn broer zei: ‘Weet je wat ik doe? Jij gaat weg en de radijs blijft.’ Dat is wel typisch mijn broer. Als hij

ergens voor gaat, dan gaat hij er ook vol voor. En zo ben ik zelf ook. Wij willen de massa niet volgen en hebben bewust voor een klein product gekozen. Dat eigenwijze zit in ons karakter. Meegaan met de meute is toch niet spannend? Het geeft mij juist energie om dingen te doen die anderen niet doen en daar vervolgens succesvol mee te zijn.”

### Pappen en nathouden

Inmiddels staat de derde generatie klaar. “Melchior, de oudste zoon van Willem-Jan, is sinds begin van dit jaar medeaandeelhouder van Ortolanda Oude-Tonge en Monique en Ruud zijn ook al twee jaar aandeelhouder in Ortolanda Melderslo. Helaas hebben mijn twee dochters op dit moment geen interesse om in het bedrijf te komen, maar je weet nooit hoe dat in de toekomst loopt. Belangrijk is nu wel dat we de nieuwe generatie ook bij het bedrijf betrekken. Als huidige generatie denken we goed na over de bedrijfsopvolging. Hoe gaan we dat regelen met de verschillende vestigingen? Daar praten we over met elkaar en dat is ook leuk om mee bezig te

zijn, vind ik. Toen ik 30 jaar was runde ik de boel al. Dat moet de nieuwe generatie wat mij betreft ook doen. Je moet hen niet pappen en nathouden, maar een toekomst bieden. Stapsgewijs, maar wel op een serieuze manier.”

Dat betekent niet dat Ad zelf al gaat afbouwen of zijn manier van werken aanpast. “Ik moet er niet aan denken dat ik alleen maar aan het managen zou zijn. Ik wil nieuwe dingen blijven verzinnen en de beste ideeën ontstaan nog altijd tijdens een uurtje zaaien.” Ook zijn 80-jarige vader is nog steeds dagelijks actief op het bedrijf. “Hij is altijd heel fanatiek geweest en heeft dat doorgegeven aan mij en mijn broer.”

### Marathon van Rotterdam

Vorig jaar werd Ad 50, maar door corona zat een feest er niet in. Hij bedacht daarop zelf een bijzondere manier om bij dit jubileum stil te staan. “Ik heb sporten altijd leuk gevonden en wilde mijzelf nog eens écht uitdagen. En wat is er nou uitdagender dan het lopen van een marathon? Ik heb daar helemaal geen ervaring mee, maar heb mij gewoon ingeschreven voor de marathon van Rotterdam, heb een paar schoenen gekocht en ben gaan trainen. Zolang ik een concreet doel heb, ga ik ervoor. Dat is in mijn werk zo en is privé niet anders. Als je gaat dubben over iets, bloedt het uiteindelijk vaak dood. Dus als ik iets wil, dan doe ik het ook direct. Sowieso is het niet goed om te veel te varen op de adviezen en visies van anderen. Volg je gevoel, dat is voor mij de essentie van ondernemen en ook het leukste aspect ervan. Want alleen als je iets doet waar jij in gelooft, kun je daar ook succesvol in zijn. Dat is mijn overtuiging.” ■

