

# Limburgse melkveehouders steken met teambuildingsconcept de grens over

Reportage

Het Limburgse echtpaar Patrick en Caroline Weltjens van het Akkermanshof besloot in 2012 hun melkveebedrijf te verbreden en startte met de organisatie van kinderfeesten. De nevenactiviteit breidde uit naar vrijgezellenfeesten en teambuildingsactiviteiten voor bedrijven en vriendengroepen. Sinds corona groeit Farm Fun, zoals het concept heet, als kool en telt nu zeven boeren franchise-filialen in Vlaanderen. “We zijn ook in gesprek met een aantal Nederlandse boeren om daar de formule uit te rollen”, onthult Patrick Weltjens enkele dagen voor de Dag van de Landbouw waar het bedrijf aan deelneemt.

14 SEPTEMBER 2022 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2022 19:31

Lees meer over:

verbreding

diversificatie

Dag van de Landbouw



Het is druk op de parkeerplaats van het Akkermanshof in Bocholt in de provincie Limburg. Mensen stappen uit de auto en lopen naar een bijveld van de boerderij waar tafels uitgesteld zijn en muziek klinkt. Even later staan de gasten in de weide waar ze een kruiwagenrace houden en de ene collega de andere in een kruiwagen voortduwt. “Dat is een onderdeel van ons teambuilding spellenpakket”, verklaart zaakvoerder Patrick Weltjens die deze nevenactiviteiten op zijn melkveebedrijf aanbiedt onder de titel Farm Fun.

De melkkoeien en het landbouwleven staan centraal bij de interactieve spellen die op verschillende locaties op de boerderij plaatsvinden. En ook het taalgebruik tijdens de teambuildingevents is doorspekt met koeientermen. Collega’s zijn koe-lega’s. Verder is Koe-mmuniceren, koe-nnecteren en kuddevorming (in plaats van teambuilding) belangrijk op deze dagen. Niet alleen bedrijven, maar ook verenigingen, vriendengroepen en families vinden het jaarrond de weg naar Farm Fun.



De oorsprong van het concept gaat een kleine 20 jaar terug. Het hoevetoerisme op het melkveebedrijf, dat momenteel 150 koeien telt, begon in 2003 met de verhuur van een vakantiehuisje aan gezinnen met kinderen. “De gasten actief betrekken bij de melkveehouderij met allerlei karweitjes was onderdeel van het concept en daarnaast keek en kijkt het raam van het huisje uit op de koeienstal”, aldus Patrick.

### **Verbreiding in plaats van uitbreiding**

2012 is een ander belangrijk jaar in de evolutie van de nevenactiviteit. “Dat jaar hebben we bewust gekozen om de melkveestapel niet uit te breiden naar 200 of 300 koeien, maar om het bedrijf te verbreden”, vertelt de ondernemer die het melkveebedrijf overnam van zijn broer en schoonouders. Voor de bedrijfsverbreiding werd voortgeborduurd op het hoevevakantiehuis dat de succesvolle link tussen boerderij en vrijetijdsbesteding had aangetoond. “Wij zijn toen begonnen met het organiseren van kinderfeesten”, vertelt de Limburger.



Patrick Weltjens van het Akkermanshof

Bij toeval breidde de doelgroep een jaar later ook uit naar vrijgezellenfeesten. “We hadden een keer de vraag gekregen om een vrijgezellenfeest te organiseren en na het eerste feest kregen we al snel meer aanvragen”, herinnert Patrick zich. Omdat met de vrijgezellenfeesten vooral de weekenden vol zaten en de werkdagen stil waren, is het echtpaar naar de behoefte van het bedrijfsleven gaan kijken en viel de keuze uiteindelijk op teambuildingactiviteiten. Hiermee was de geboorte van Farm Fun een feit.

Nadat een professioneel spellenconcept uitgewerkt was ter bevordering van het teamgevoel en het nodige geld geïnvesteerd was in marketing, ging de bedrijfsontwikkeling snel. “Aanvragen kwamen ook van andere delen van Vlaanderen binnen en zo is het idee begonnen om het concept ook elders uit te rollen”, vertelt de boer die als eerste partner koos voor een melkveebedrijf in Essen, een oud studiegenoot.



## Na expansie in Vlaanderen volgt Nederlandse markt

Nadat corona twee jaar roet in het eten gooide en de ontwikkeling deed stoppen, werd het concept verder uitgerold in Vlaanderen. Inmiddels telt Farm Fun zeven filialen over heel Vlaanderen die als franchiser opereren van de Limburgse grondleggers. “Maar de partners krijgen het meeste geld. Wij vragen een fee voor de marketing en boekingen. Marketing is geen eenvoudige activiteit waar de meeste boeren niet op zitten te wachten”, benadrukt Weltjens die zelf ook met een professionele copywriter samenwerkt voor de marketing.

Op dit moment zoekt de ondernemer nog twee partners-melkveebedrijven, in de regio Oudenaarde en in de buurt van Dilsen-Stokkem. “Alleen melkveebedrijven komen als franchiser in aanmerking”, geeft Patrick aan. “Dit omdat ons spellenpakket is opgebouwd rond de koe en het melkveebedrijf. Dat zou op een varkensbedrijf niet passen.” Behalve Vlaanderen ziet de boer ook internationale uitbreidingsmogelijkheden. “Momenteel lopen er gesprekken met Nederlandse boeren.”

De veertiger heeft inmiddels de handen vol aan Farm Fun. Het bedrijf telt naast hem nog twee vaste en een twintigtal losse medewerkers. De melkveeactiviteiten worden gerund door zijn vrouw die wordt ondersteund door melkrobots, terwijl zijn dochter zich ontfemt over FarmGlamping. Dat kampeerconcept is tijdens corona als volgende nevenactiviteit toegevoegd. Ook het vakantiehuis wordt nog steeds verhuurd.



## Alternatief verdienmodel en bruggenbouwer

Volgens Weltjens bieden deze verschillende hoevetoerisme concepten een mogelijk antwoord op de stikstofproblematiek en de politiek-maatschappelijk druk tot extensivering en verbreding van de landbouw. “Bij de franchisebedrijven van Farm Fun genereren de teambuildingactiviteiten ongeveer de helft van de inkomsten op de bedrijven. Alhoewel dat op het moment wel wat lager kan zijn door de hoge melkprijs”, geeft de boer-ondernemer aan.

Met Farm Fun of soortgelijke concepten kunnen boeren volgens hem ook een bijdrage leveren aan het dichten van de kloof tussen boer en burger. “Door Farm Fun komen er mensen op het bedrijf die anders nooit bij een boerderij zouden komen. Hierdoor kunnen zij tot andere inzichten komen en zien hoe het er echt aan toe gaat in een landbouwbedrijf.” Dat er misvattingen bestaan onder het publiek laat hij zien met een voorbeeld uit Merchtem. “Daar deed iemand mee aan de teambuildingactiviteit die vegetariër was. Nadat hij zag hoe het er op de boerderij aan toeging, wilde hij overwegen om toch weer vlees te gaan eten. Het is natuurlijk niet ons doel om vegetariërs vlees te laten eten, maar dit toont wel hoe burgers door onwetendheid een verkeerde perceptie van de landbouw hebben.”

Het betrekken van burgers bij het boerenleven is ook één van de belangrijkste redenen om mee te doen aan de dag van de Landbouw. Enkele dagen voor het event, dat op zondag 18 september plaatsvindt, is de ondernemer en zijn hele familie aan de voorbereidingen bezig en wordt de boerderij helemaal opgepoetst, informatiebordjes opgehangen en de catering besteld.

Meer informatie over het programma op de Dag van de Landbouw op Akkermanshof, vind je via [deze link](#).

**Bron:** Eigen verslaggeving

## VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17  
1000 Bruxelles

## Contact

M • [info@vilt.be](mailto:info@vilt.be)

## Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>  
screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>  
screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>  
screenreader.visit us on our x page: [https://x.com/vilt\\_nieuws](https://x.com/vilt_nieuws)  
screenreader.visit us on our bluesky page: <https://bsky.app/profile/viltnieuwws.bsky.social>

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra