



**PERFECT EGALE
PANEERLAAG BIJ
VAN GELOVEN
DANKZIJ NIEUWE
GEA CRUMBMASTER**

Lees verder op pagina 20–21



**NIEUWE EIWITTEN
VLEES-, VIS- EN
ZUIVELVERVANGERS**





GEA is gespecialiseerd in machines en installaties, evenals geavanceerde procestechnologie, componenten en uitgebreide service voor de voedingsmiddelenindustrie.

Direct contact:

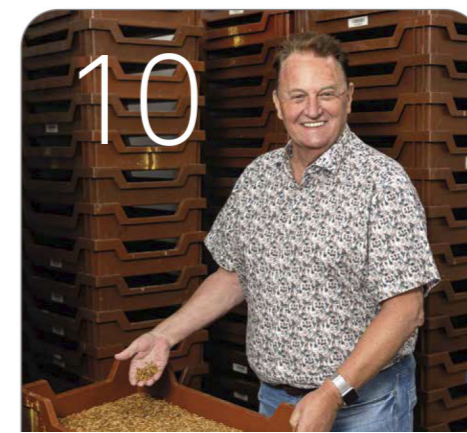


Marcel Van Den Heuvel
Senior Area Sales Manager
FHT Sales Netherlands
E: marcel.van.den.heuvel@gea.com
T: +31 6 51797976



**NIEUWE EIWITTEN
VLEES-, VIS- EN
ZUIVELVERVANGERS**

- WIM SOETENDAAL
- VANGELOVEN CUIJK
- VAN OSCH
- VAN DER ZEE
- SMAAK BEGRIJPEN



Wat een bacterie wil - versus wat ú nodig hebt



simpel
desinfecteren.nl

De meest voorkomende bacteriën in de voedingsindustrie hebben - om te vermeerderen - eiwitten, vocht en zuurstof nodig. Deze 'ingrediënten' zijn volop aanwezig in de voedingsindustrie; ook bij de productie van vlees-, vis-, en zuivelvervangers.

Het microbiologisch risico is dan ook groot. Een hoog niveau van omgevingshygiëne is dus van groot belang. Uw nieuwe eiwitproducten mogen natuurlijk geen imagoschade oplopen!

Nocotech biedt de meest effectieve manier om dat hoge niveau te behalen; door een droge desinfecterende ionendamp te maken waardoor alle micro-organismen geëlimineerd worden. Geautomatiseerd, dus geen menselijke fouten meer. En alle behandelingen zijn verifieerbaar.



Beheerst u uw microbiologische risico's? Onderstaande bedrijven wel!



Sushi RAN Poppies FrieslandCampina Beyond Meat Piet de Wit Snacks Vivera

Zweistra Vlees en vleeswaren Koelewijn's Haringinleggerij Compaxo W&G Ede Vleescentrale van der Horst

ZG Slicing Lisse Ruitenburg Ter Beke Groep Neptunus Seafood ZG Slicing Nieuw Vennep Zijdenbos Peridot Food

Quik's Potato Products Hogeslag-Olst Dutch Bakery Group Chateau Briand Qizini Nive Interovo

Amazing Daily Cuisine StarCuisine VS Apple Industries Pali Group Kaas-Pack Holland ExpertCheese Farm Pack

Boermarke Vion Obela Florentin Noordzee International Van der Plas Sprouts Kitchen on a Mission

Gilles Mora Snacks Platvis Edam Lau van Haren Logistics & Coldstores

en nog vele anderen

www.simpeldesinfecteren.nl

Van de hoofdredacteur

VERANDERENDE (VOEDSEL)PATRONEN

Is het de klimaatverandering? Stond de wind dit jaar anders? Of is het gewoon toeval? Er zitten deze nazomer opvallend veel sprinkhanen in onze tuin. En niet alleen daar, want ze springen net zo makkelijk naar binnen, hups, helemaal zelfstandig onze keuken in. "Zal ik jullie vangen en dit keer eens níet buiten zetten?" vraag ik aan een tweetal dat tegen het plafond geplakt zit. "Ik zou jullie kunnen roosteren, kruiden en opeten..." Ze lijken niet erg gevoelig voor mijn dreigement. Ikzelf trouwens ook niet. Garnalen? Heerlijk. Mosselen? Verrukkelijk! Sprinkhaan of meelworm... ik durf het heus wel. Heb ze bij gelegenheid ook gegeten, net als mier en bijenlarve trouwens. Maar erg warm loop ik er nog niet voor. Ik wil best veranderen. Maar nu nog even niet.

Dát ons consumptiepatroon zal veranderen, en al verandert, staat als een paal boven water. We eten nu anders dan onze opa's en oma's, anders dan in de Gouden Eeuw, en anders dan in de Middeleeuwen. Soms raakt de natuurlijke cadans van verandering in een stroomversnelling: daar zitten we nu middenin. Soms ontstaat er opeens een wervelwind: een hype. Kenmerkend aan de hype is dat iedereen als een kip zonder kop een zeker doel achterna begint te jagen, maar al rennend in de ratrace naar succes uit het oog verliest wát dat doel ook al weer was.

Ikzelf had trouwens ook een beetje te veel gerend. 'Zou het overbelasting kunnen zijn?' vroeg de fysio voorzichtig. 'Tuurlijk niet', dacht ik eigenwijs. "Zou kunnen..." hoorde ik mezelf hardop toegeven. Het was tijd voor een pas op de plaats, letterlijk en figuurlijk. Even (relatieve) rust nemen om te bedenken: wat was ook al weer mijn doel? Gelukkig was het vakantie, dus het mocht van mezelf. Tijdens de vakantiewandelingen in de bergen stonden we voor ontzunderend simpele keuzes: welk pad zouden we nemen? De kortste? Of was die té uitdagend? Of die wat langere route? Sneller misschien omdat er minder obstakels lagen, en

zeker zo mooi. In de rustige cadans van het wandelen waaierden mijn gedachten uit, zag ik de dingen en de wereld in een ander perspectief, en werd weer helder wat ik wilde, en waar naartoe.

Soms moet je uit de ratrace stappen. Even stilstaan bij waar je nou eigenlijk mee bezig bent. Weet je nog welk doel en welke dromen je najaagt; met je product, je bedrijf, jouw mensen? Soms geeft stilstaan de ruimte om te zien welk pad je wil bewandelen om dát doel, jouw droom, te bereiken.

Judith Witte

judith@vakbladvoedingsindustrie.nl



Inhoud

THEMA: NIEUWE EIWITTEN



TRENDS & ONTWIKKELINGEN

PLANTAARDIG DE STANDAARD, VLEES DE UITZONDERING

'De hype van vleesvervangers lijkt voorbij', meldde de Rabobank in een in juni verschenen rapport. 'Get ready for boredom' waarschuwde de bank verderop in het rapport. Is dat zo? Hoe denkt de markt daar zélf over?

EN VERDER...

OSVnetwerk	6
VanGeloven Cuijk	20
Van der Zee	26
Column Pieter Vos	29
Olijck- hybride vlees	30
Troostwijk Auctions	32
Column Maarten Cordenier	35
Verpakkingswetgeving	36
Roodbonter kaas	38
Hogeslag Olst	44
Jeuk in de keuken	48

HET INTERVIEW

'INSECTEN ETEN? DE WERELD KAN NIET WACHTEN!'

"Zo'n witte meelworm is net verveld, heerlijk zacht. Probeer maar", zegt Star Food CEO Wim Soetendaal. Naast talloze insecten voor diervoeders kweekt hij meelwormen nu ook voor humane voeding. "De eiwittransitie is urgent."



BEDRIJFSREPORTAGE GEEN PANIEK, GEWOON DOEN

Brand in je bedrijf is reden tot paniek. Hoe zorg je ervoor dat je zo snel mogelijk weer kunt produceren en klanten kunt beleveren? Bij Van Osch Snacks in Zaltbommel hield men het hoofd koel en belde Jackit. In vijf dagen tijd herstelden ze de productieruimtes.

WETENSCHAP

SMAAK EN MONDGEVOEL OBJECTIEF MEETBAAR MAKEN

Er is een belangrijke stap gezet in het beter begrijpen van smaak: het 'mondgevoelmodel' blijkt een bruikbare basis voor het meten ervan. Beter inzicht in sensorische eigenschappen van voeding kan helpen om succesvollere producten in de markt te zetten.



Vakblad voor ondernemers en managers van foodproducerende bedrijven: **VOEDINGSINDUSTRIE**. Voedingsindustrie verschijnt acht maal per jaar in print. Het vakblad informeert ondernemers en managers van foodproducerende bedrijven met trends & ontwikkelingen, duurzaam ondernemen, innovaties, verpakken, hygiëne en voedselveiligheid, processing, procestechnologie en wetenschap. Meer info: www.vakbladvoedingsindustrie.nl **Oplage:** 3500. Vakblad **VOEDINGSINDUSTRIE** is een officieel orgaan van de Ondernemers Sociëteit Voedingsindustrie (OSV). **Aan deze uitgave werkten mee:** Matthijs Bremer, Esther vd Lelie, Roderick Mirande, Xandra Veltman, IJsbrand Velzeboer, Janneke Vermeulen **Vormgeving:** Roy Kempers **Drukwerk:** Veldhuis Media. Vakblad **VOEDINGSINDUSTRIE** is een uitgave van b2b Communications BV. **Hoofredactie:** Judith Witte. **Uitgever:** Saskia Stender. **Traffic:** Kiki Stender. **Sales:** sales@b2bcommunications.nl **Redactie en administratie:** b2b Communications BV, Arnhemsestraatweg 19, Postbus 50, 6880 AB Velp. KvK 59203455. Telefoon +31(0) 26 3700027, info@b2bcommunications.nl, www.b2bcommunications.nl **Abonnementen:** Voor opgave abonnement +31(0) 26 3700027, info@b2bcommunications.nl. Prijs per jaar € 80,00 (excl. btw); per los nummer € 15,-. Opzeggen van het abonnement kan alleen schriftelijk en uiterlijk twee maanden voor de eerstvolgende betaaldatum. Abonnementsgeld dient vooruit te worden betaald t.n.v. b2b Communications BV op NL52 RABO 0142 6810 75. **Leveringsvoorwaarden:** Op alle aanbiedingen, offertes en overeenkomsten van b2b Communications BV zijn de voorwaarden van toepassing, terug te lezen op www.b2bcommunications.nl. **Copyright 2023:** b2b Communications BV. Auteursrecht: 'Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vervoelvuldigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch of door fotokopieën, opname of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Uitgever en redacteuren verklaren dat deze uitgave op zorgvuldige wijze en naar beste weten is samengesteld, evenwel kunnen zij op geen enkele wijze instaan voor de juistheid of volledigheid van de informatie; zij aanvaarden dan ook geen enkele aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die het gevolg is van handelingen en/of beslissingen die gebaseerd zijn op bedoelde informatie. ISSN: 2213-5758.

Free Spirit*

The more complex it is to handle raw materials,
the more we are in our element!

We Love Ingredients.

Raw materials automatically
converting | storing | dosing | conveying | weighing | screening

[We also stand
for simple solutions ...]

*a difficult to control raw material
[free-flowing, flooding, dusty]

AZO.

www.azo.com

Verpakkingsoplossingen- Italian Pack

Zoekt u een traysealmachine die op het gebied van betrouwbare verpakkingsoplossingen voldoet aan de strengste eisen op het gebied van versheid en hygiëne? Dan hebben wij de perfecte oplossing voor u. De hoogwaardige machines van Italian Pack staan bekend om hun superieure kwaliteit. Nu exclusief bij Van Uhm.

Bij Van Uhm professionals in food processing weten wij precies wat er nodig is om uw food proces zo efficiënt mogelijk te laten verlopen

Italian Pack
Packaging Machines Since 1988



Machine testen?

Dat kan in onze demoruimte of bij u op locatie. Scan de QR-code, bekijk de video en maak een afspraak!



van uhm
professionals in food processing

De Bieffel 3,
7622 BM Borne
T 074-2662905
E info@vanuhm.nl
W vanuhm.nl

BEDRIJFSBEZOEK PARTS ON DEMAND

5 OKTOBER 2023



3D-printen heeft de regels van ontwerpen op zijn kop gezet. Het is als schrijven in de lucht. Schijnbaar onmogelijke vormen worden mogelijk, voorheen onhaalbare constructies zien het daglicht.

3D-printen is dé technologie om te maken wat je echt nodig hebt. Direct van computer naar productie. Sla de dure stappen over en maak jouw onderdelen uiteindelijk goedkoper. De toepassingen zijn zo goed als oneindig, maar het vraagt wel om een andere manier van denken; niet gehinderd door de conventionele regels van ontwerpen. Het vraagt om denken in 3D, creatief en innovatief. Denken naar de toekomst.

Zo denken ze bij Parts on Demand en dat gaan wij met eigen ogen bekijken en beleven. We gaan zien hoe laag voor laag een model wordt opgebouwd en traditionele regels worden afgebroken. Voor een volledig beeld met werkende 3D printers wordt het dit keer een **ochtendprogramma**. Zo kunnen we het hele proces op de voet volgen. Series van 1 of 100.000 stuks; productietools en mallen; machine-onderdelen; end-of-arm tooling; het kan allemaal.

Meld je aan via www.OSVnetwerk.com

JAARPROGRAMMA

- 21 juni 2023: OSV Zomerbarbecue 2023, Restaurant Buitenzorg - Ede
- 14 september 2023: Lavans i.s.m. Christeyns – Helmond
- 5 oktober 2023: Parts on Demand - Utrecht
- najaar 2023: bedrijfsbezoek Schoeller Allibert - Hardenberg
- Voorjaar 2024: bedrijfsbezoek Van der Zee Grootverbruik ism Flexspecialisten - Twello

OSV ZOMERBARBECUE 2023 21 JUNI 2023

De OSV Zomerbarbecue was weer helemaal fantastisch. Alles zat mee; zelfs het weer, tussen twee regendagen door, en natuurlijk het heerlijke buffet – met dank aan de sponsors. Met 151 deelnemers was er veel interactie en om met de woorden van een deelnemer te spreken: “Sfeer, zomers beeld, interessante gasten, boeiende netwerkgesprekken.” Veel leden hebben gebruik gemaakt van ons cadeau: een rechtevrije hoge kwaliteit portretfoto. En, als kers op de taart, hebben we **11 nieuwe leden** mogen begroeten!



WELKOM NIEUWE LEDEN OSV

- SnackFuture - Semira van Hees
- Van Meines Vis - Mick van Meines
- D S Packaging - Danny Stevens
- Hoogvliet BV - Edwin Wit
- Neerlandia Urk – Tiemen van Eerde
- Vion Retail Groenlo - Paul Bruil
- Multiflour - René van der Veen
- Bakkerij Fuite - Klaas Fuite
- Roodbonter / Korver Kaas - Dennis Noppen
- Goedegebuur Vlees Rotterdam BV - Ruben Vermeulen
- René Elvers Vleeswaren - Mike Elvers



HET JUISTE MOMENT VOOR INNOVATIE

Hoe vaak hebben we in de voedingsindustrie niet gezegd: ‘We wachten op het juiste moment om die innovatie te introduceren’? Het ideale tijdstip om een nieuw plantaardig product te lanceren, een nieuwe techniek toe te passen, of die duurzame samenwerking aan te gaan. Het juiste moment blijkt echter vaak ongrijpbaar.

Eén vraag blijft centraal staan: wat maakt het ene product tot een blijvende hit, terwijl het andere slechts een kortstondige trend is? Denk eens terug aan de vroege dagen van plantaardige vleesvervangers. Toen ze net hun intrede deden, was er een zee van opties. Sommige producten waren binnen enkele maanden verdwenen, terwijl andere nu vaste waarden zijn in onze wekelijkse boodschappen. Waarom?

Het echte verschil zit hem niet alleen in de smaak of textuur, maar in de visie achter het product. Bedrijven die begrepen dat ze niet alleen een product, maar een ervaring of zelfs een levenswijze aanboden, hadden de overhand. Ze investeerden niet alleen in ingrediënten, maar ook in hun merkverhaal, duurzaamheid en klantrelaties.

Een eendagsvlieg in de voedselindustrie ontstaat vaak wanneer de focus te veel ligt op kortetermijnwinst of het snel inspelen op een hype. Een product dat het winkelschap domineert, heeft vaak een diepere missie. Het bedrijf daarachter begrijpt dat consumentenbinding verder gaat dan een transactie: het gaat om vertrouwen, consistentie en het leveren van waarde op lange termijn.

De weg naar innovatie is nooit rechtlijnig. Het ontwikkelen van een nieuwe vleesvervanger of het perfectioneren van een plantaardig recept kent zijn uitdagingen. Maar de voldoening als het product eindelijk in de schappen ligt en positieve feedback ontvangt? Die is ongeëvenaard.

Saskia Stender



**KWALITEITSBEHEERSING
VOEDSELVEILIGHEID
EN NUTRILAB**



Voedselveiligheid is voor ons allen van groot belang. Nutrilab stelt zich op als loyale partner in het borgen van en controleren van voedselveiligheid. Onze passie voor voedselveiligheid maakt ons tot een betrokken en betrouwbare partner die de klant altijd centraal zet en zeer snel kan schakelen. Wij komen naar u toe, luisteren, stellen vragen en denken met u mee. Door een breed scala aan analyses en diensten is het voor Nutrilab mogelijk de kwaliteitsbeheersing van uw bedrijf te verzorgen.

www.nutrilab.nl

**BOUWEN
SPECIALIST IN
INDUSTRIEDEUREN**

DenDoor-GTS onderscheidt zich door zijn specialisme in industriële deuroplossingen en service voor de voedselproducerende en verwerkende industrie. Of het nu gaat om groente-, vlees- of visverwerking, productie, opslag, koelen, vriezen, klimaatscheiding of optimalisering; het uitgebreid levergamma biedt altijd de meest efficiënte oplossing met enkel hoogkwalitatieve bedrijfszekere industriedeuren. "Onze jarenlang opgedane ervaring garandeert u de best mogelijke oplossing binnen uw specifieke omgeving. Wij hebben het leergeld al voor u betaald en geven daarom probleemloos 100% tevredenheidsgarantie. Dit betekent zekerheid voor u! Snelle en veilige logistiek met oog voor hygië-



ne, veiligheid van mens en product, comfortabele werkomgevingen en het behalen van optimale energiebesparingen; dat is waar wij voor staan."

www.dendoor.eu



**CSB FOOD BUSINESS SPECIAL
4 EVENEMENTEN DIE JE
NIET WILT MISSEN**

Anuga: Een geweldige kans om kennis te maken met CSB tijdens Anuga op 7-11 oktober in Keulen. Ontdek hoe complexe bedrijfsprocessen eenvoudig worden gemaakt met CSB-System. Food Business Tours: Benieuwd wat toonaangevende voedingsmiddelenproducenten hebben bereikt met ERP software van CSB-System? Ga 9-13 oktober mee op tour en bezoek verschillende referentiebedrijven. CSB Tech Dag: CSB Tech Day op 10 oktober wordt gezamenlijk georganiseerd door Espera, Kawasaki Robotics, VideoJet en CSB. Dit praktijkgerichte evenement demonstreert live demo's over automatisering en robotsystemen in de voedingsindustrie. World Meat Congress Maastricht: Ontmoet CSB experts op de stand om onderwerpen te bespreken als digitalisering, trends en duurzaamheid in de vleesindustrie.

Meer informatie en aanmelden: lees de CSB Food Business Special 2023.

www.csb.com/nl/food-business-special-2023

**HYGIËNE
UVC LICHT IN
OPSLAGTANKS**

Bioclimatic biedt een oplossing om zowel de wanden van een tank als de lucht in de vrije ruimte bacteriologisch schoon te houden. In de voedingsmiddelenindustrie ontstaan in opslagtanks soms problemen met microbiologie. De lege ruimte boven in een tank met vloeistof ('head space') kan ongewenste bacteriën of schimmels bevatten. Vloeistoffen als water of siroop kunnen besmet raken vanuit deze lucht. Martijn van Klink van Bioclimatic: "Het Duitse merk UVpro heeft nu een armatuur ontworpen die met verschillende RVS flenzen eenvoudig op bestaande tanks gemonteerd kan worden; met recht plug & play. Een controlemodule bewaakt het desinfectieproces. Ter geruststelling: voedselveilige splinterbescherming (HACCP) om de UVC lamp heen is standaard."

www.bioclimatic.nl



**SVO VAKOPLEIDING FOOD
NIEUW PRACTORAAT EIWITTRANSITIE**



De voedselbranche staat voor een enorme uitdaging: bijdragen aan een toekomst met voldoende duurzaam en gezond voedsel. Werknemers van nu, maar zeker die van de toekomst, moeten daarvoor beschikken over nieuwe kennis en vaardigheden. SVO vakopleiding food springt

hierop in met een nieuw practoraat Eiwittransitie.

Miriam Quataert, senior onderzoeker en Expertiseleider Product Fysica en Applicatie bij Wageningen Food & Biobased Research, is benoemd tot practor Eiwittransitie bij SVO vakopleiding food. Zij richt zich in deze functie onder meer op het doorontwikkelen van reeds opgedane kennis binnen het TKI-project Plant4Texture, waarin o.a. Wageningen University & Research en SVO vakopleiding food samenwerkten aan kennis en ontwikkeling van hybride

vleesproducten. Ze zal bestaande samenwerkingen verder uitbouwen en nieuwe aangaan met partners uit de voedselketen, practoraten, lectoraten, universiteiten en kennisinstellingen. Miriam: "In nieuw op te zetten onderzoeksprojecten gaan we bovendien concrete vragen uit de voedingsindustrie onderzoeken. Onderwerpen zijn nog welkom! Doel is namelijk om gedurende de looptijd van het practoraat (3 jaar) toe te werken naar een curriculum Eiwittransitie dat goed aansluit bij de wensen van de voedingsindustrie."

www.svo.nl

**PLANTBASED
TIEN BEDRIJFSCATERAARS
GAAN VOOR PLANTAARDIG**

Tien vooraanstaande bedrijfscaterars hebben aangekondigd om hun assortiment plantaardige producten uit te breiden, in samenwerking met de campagne van Wakker Dier. Tegen 2030, zo zeggen caterars zoals Appèl, Markies Catering en Vitam, zal minimaal 60% van de verkochte eiwitten uit plantaardige bronnen komen. Deze beweging loopt vooruit op de overheidsdoelstelling van 50% plantaardige producten in 2030.

www.wakkerdier.nl



**SMEERMIDDELEN
VOEDSELVEILIGE SMEERMIDDELEN OP BASIS VAN SYNTHETISCHE OLIËN**

Smeermiddelen op basis van synthetische olie bieden vele voordelen. Deze zijn namelijk zuiverder en sterker geraffineerd dan conventionele oliën op basis van minerale olie. Dit betekent dat de kwaliteit van synthetische oliën veel hoger ligt. Dit merk je bijvoorbeeld aan het bredere temperatuurbereik, stabielere viscositeit, langere standtijd en hogere



bescherming tegen slijtage. Op de lange termijn zijn synthetische oliën ook kostenbesparend omdat je dankzij de lange standtijd minder vaak olie moet vervangen. FenS biedt een breed assortiment voedselveilige smeermiddelen op basis van synthetische oliën. Neem snel een kijkje!

www.fens.nl

Renovatie in de voedingsindustrie





‘De eiwittransitie is onvermijdelijk. Maar de regelgeving gaat te langzaam.’

WIM SOETENDAAL:

‘INSECTEN ETEN? DE WERELD KAN NIET WACHTEN!’

“Zo’n witte meelworm is net verveld, heerlijk zacht. Probeer maar”, zegt Star Food CEO Wim Soetendaal. Naast talloze insecten voor diervoeders, kweekt hij de meelwormen nu ook voor humane voeding. “De eiwittransitie is urgent.”

Opgestapeld langs de wand van de eerste insectenkwekerij van Star Food in Barneveld staan bakken vol geelbruine meelwormen. Klaar voor transport naar locaties in heel Europa en ver daarbuiten. En tussen die kriebelige massa enkele witte wormpjes. Heerlijk, als ik de 71-jarige Wim Soetendaal moet geloven. Als ik aarzel, glimlacht hij bemoedigend en peuzelt er zelf eentje op. Zo doe je dat dus.

Daar ga ik. Het kriebelt, is licht knapperig en blijkt verrassend smaakvol, fris, nootachtig. Heel goed proeven lukt niet, wennen aan het idee heeft nog de overhand. Doorslikken vind ik ook spannend, dat doe ik de volgende keer wel. Maar de nasmaak is romig. Verrassend lekker eigenlijk, en zeer eiwitrijk. Een kwestie van wennen en dan eten we ze allemaal. Hoelang dat nog duurt? Wim: “Ik eet ze al dertig

jaar, maar ik denk dat de cultuuromslag nog wel tien jaar nodig heeft.”

Je hebt inmiddels in Hongarije Europa’s grootste insectenkwekerij. Als er iemand verstand heeft van insecten kweken, ben jij het wel. Wat heeft je interesse gewekt?

“Ik ben in Barneveld opgegroeid met vee houden. Daarnaast heeft de hengelsport mijn

>>



Meelwormenmest opzakken in Barneveld. Deze mest blijkt een goede vervanger van kunstmest voor onder meer grasland en druivenkweek. Star Food maakt er pellets van en stookt daarmee de fabriek in Hongarije, waardoor die vrijwel energieneutraal draait.

interesse. 's Zomers kon je destijds amper aardwormen krijgen. Daarom besloot ik die in 1985 te gaan kweken. Daaraan bleek grote behoefte en een jaar later kreeg ik de vraag of ik ook meelwormen wilde kweken. Van het een kwam het ander. Ik kweek sindsdien allerlei soorten insecten: vliegen waaronder fruitvliegen, rozenkeverlarven, morio's en buffalowormen, krekels en sprinkhanen. De kennis hierover was beperkt, in Wageningen wist men destijds vooral hoe je insecten moest bestrijden. Dus heb ik alles zelf uitgedokterd en dat is precies wat ik interessant vind. Ik onderzocht het gedrag van insecten, waarom ze de ene dag meer aten dan de andere, de juiste

kweektemperaturen, hun voedingswaarde per moment, hoe, wanneer en wat je ze het beste kunt voeren, al dat soort dingen."

Momenteel is de kwekerij in Barneveld vooral logistiek centrum. Waarom ging je naar het buitenland?

"De locatie hier werd domweg te klein en hier uitbreiden was financieel en praktisch lastig. Daarom bouwde ik in 1989 de insectenboerderij in Hongarije. Daar staan nu acht schuren op het terrein en kweken we wekelijks twintig ton morio's, buffalo- en meelwormen. Tot 2019 kweekte ik alleen insecten voor de hengelsport, als visvoer en voor petfood. En kakker-

lakken voor reptielen. Ik heb naar eigen idee met VDL Agrotech voedermachines ontwikkeld. Zo gaan meelwormen in bakken van 60 x 80 centimeter, twintig kratten hoog en twee naast elkaar over een transportband. Op die band worden ze binnen drie minuten gevoerd. De wormen zijn in zeven tot acht weken oogstbaar. Mijn grootste afnemers voor diervoeders zitten in de Verenigde Staten maar ook in Europa is de afzet groot. Barneveld is daarvoor nu het distributiecentrum."

Het bedrijf Anders Invest is de grootste aandeelhouder van Star Food geworden. Waarom?

"Dat heeft alles te maken met groei en eiwittransitie. De EU heeft vier insecten toegelaten als humane voeding, als novelfood: de gele meelworm, sprinkhaan, buffaloworm en de huiskrekkel. Anders Invest wil bijdragen aan de transitie naar betrouwbaar, betaalbaar en eerlijk voedsel voor de groeiende wereldbevolking en doet dat onder meer door te investeren in bedrijven die het verschil gaan maken. Daarvan is Star Food er één. Ik vind het ideaal, ik laat een groot deel van het werk aan Anders Invest over, met investment manager Evert Hein Schuiteman als contactpersoon. We kunnen prima sparren en elkaar aanvullen en ik kan me volledig richten op verdere professionalisering van de insectenkweek."

Meelwormen voor humane voeding zijn een mooie stap, lacht Wim. "Het wordt de kunst om ze tegen de juiste kostprijs te produceren. Wie dat lukt, staat vooraan in de productie van deze novelfood. Voorwaarde is constante kwaliteit. De samenstelling is heel belangrijk en zal per producent verschillen. De gedroogde meelwormen die nu uit China komen, hebben amper voedingswaarde. Wij voeren meelwormen met goede kwaliteit tarweproducten en wortels. Onderschat de Europese Autoriteit voor Voedselveiligheid EFSA niet, die is uitermate streng en zorgvuldig."

Volgens het Nederlands Voedingscentrum eten mensen wereldwijd ruim 1.900 insectensoorten, waaronder sprinkhanen, krekels, rupsen, kevers, kakkerlakken, mieren, bijen, wespen, termieten, vlinders en motten. Nu wij nog?

"Zowel volwassen insecten als larven en poppen zijn eetbaar. Ze bevatten vergelijkbare voedingsstoffen als vlees, al verschilt dat natuurlijk per insect. Een meelworm bevat zo'n 35% eiwit. Je kunt het verrijken tot 80% opneembaar eiwit, gelijkwaardig aan melkeiwit. Insecten kan je koken, bakken, roosteren of frituren. Je kunt ze blancheren, vermalen en eventueel drogen – dan heb je meel voor producten als sportdranken, shakes of koekjes. In Nederland zijn al wel wat producten op de markt. Wij hopen eind dit jaar onze insectenburgers te introduceren."

Tegenreacties zijn onvermijdelijk, zegt Wim enigszins gelaten. "Overall duiken nepinformatie en complottheorieën op. Je zou de vezels niet kunnen verteren. Ja hoor, vezels uit granen kun je ook niet verteren, we eten ze voor onze spijsvertering. Insecten zouden ongezond zijn.

Maar volgens de BCAA (Branched Chain Amino Acids) normen zijn ze juist heel volledig qua aminozuren die we nodig hebben maar niet zelf kunnen aanmaken. In de Tweede Kamer kwamen vragen over diervriendelijkheid. Wat voor elk dier geldt, geldt dus ook voor insecten. Alleen als je ze goed behandelt groeien ze goed. Bovendien is meelwormen kweken beslist duurzamer dan vee houden. De conversie is heel gunstig, met 1 tot 2 kilo voeder voor een kilo insecten. Daarnaast is voor rundvee veel meer water en grondoppervlakte nodig. Dus om terug te komen op de vraag: in veel landen is het altijd al gewoon. Wij vinden garnalen, die voor een leek wel op zwemmende sprinkhanen lijken, of rauwe haring en oesters gewoon. Dus ja, we moeten ook over dit voedsel anders gaan denken."

Waarom is het voor jou belangrijk om met Anders Invest in zee te gaan en met bedrijven als het Franse Ynsect samen te werken?

"Als je kijkt naar humane consumptie, gaat het uiteindelijk om drie zaken. Allereerst is de eiwittransitie onvermijdelijk. Star Food wil tot

de grootste en beste producenten behoren en een goed consistent product tegen een goede prijs leveren, gericht op eiwittransitie. Ten tweede gaat de regelgeving te langzaam. Je moet investeren in je machinepark. Dat doet niemand als de wetgeving onduidelijk is. Wij zijn daar wel ver mee, mede omdat ik graag nieuwe wegen bewandel en systemen ontwikkel. En we werken op internationaal gebied samen met bedrijven als Ynsect omdat we elkaars visie delen over hoe je de eiwittransitie kunt organiseren op een gezonde manier. Ten derde heb je per bedrijf en per soort insect een Novel Food-dossier nodig. Dat duurt zo'n 2,5 jaar en kost een bedrijf gauw 2,5 ton. Alles staat er in beschreven, over het houden en grootbrengen van insecten tot de gevolgen bij gebruik voor humane consumptie. Al die zaken pakken we op. De wereld kan niet wachten. En wij evenmin." ■

'Wij hopen eind dit jaar onze insectenburgers te introduceren'



CONSUMPTIEPATRONEN VERANDEREN

PLANTAARDIG DE STANDAARD, VLEES DE UITZONDERING

‘De hype van vleesvervangers lijkt voorbij’, meldde de Rabobank in een in juni verschenen rapport. ‘Get ready for boredom’ waarschuwde de bank verderop in het rapport. Is dat zo? Hoe denkt de markt daar zélf over? Wordt het saai in het plantbased-schap? Of is er ruimte voor vernieuwing, verrassing en verbetering?

De groeiverwachtingen voor vleesvervangers waren in 2021 hoog: in 2035 zou de Europese markt voor deze productgroep volgens de Rabobank verachtvoudigd zijn. Twee jaar later is die prognose door dezelfde bank flink bijgesteld. Vleesvervangers staan onder druk. Het omzetvolume daalde in Nederland vorig jaar met 2,5%. In de VS en het Verenigd Koninkrijk nam de verkoop nog harder af. Beyond Meat bijvoorbeeld zag de omzet fors teruglopen; de netto-omzet in het 2^e kwartaal 2023 was 31% lager dan een jaar geleden. Hoe moet het verder met deze productgroep? We praten erover met vier experts.

Daan Vettters is Sales Manager QSR bij Schouten Europe - specialist in plantbased protein, met volledige focus op private label. Het bedrijf startte in 1990 als eerste Nederlandse partij met de ontwikkeling van vleesvervangers.

Jaap Harkema, Business Development Plant-based Meat, en **Akkelien Vermue-Tjalsma** Strategic Marketing Manager, zijn beiden werkzaam bij **Royal Avebe** - leverancier van grondstoffen en ingrediënten (zetmeel, vezels en eiwit) uit de aardappel én ontwikkelaar van eindproducten voor klanten.

Matthijs Nieuwkoop, Product- and Development Management bij Jan Zandbergen Groep; de vleesverwerker die in 2019 daarnaast startte met de productie van vleesvervangers, waaronder de merken PLNT, Moving Mountains en Veggie Lovers.

Hoe kijken jullie hier tegenaan; is de hype echt voorbij?

Daan Vettters (Schouten Europe): “Hypes doorlopen een voorspelbaar traject, volgens de *Gartner hype cycle*. Na de ontdekking van een nieuwe techniek of productgroep worden de verwachtingen standaard hoog ingezet en door de media-aandacht verder opgeblazen. Startups komen met het nodige tromgeroffel de markt op. Vaak lanceren ze hun innovaties echter te vroeg in de ontwikkeling. De consument raakt daardoor ontgoocheld: er volgt een terugval. In die fase zitten we nu met de vleesvervangers. De terugval wordt versterkt door dalende wereldmarktprijzen, oplopende kosten en bezuinigende consumenten. Na zo'n kenmerkende terugval groeit volgens Gartner een hype al dan niet door naar een trend. Wij verwachten dat vleesvervangers wel degelijk een trend worden en voor sommige producten zelfs al zijn. Er zijn heel veel factoren die een plantaardig voedingspatroon stimuleren: denk aan de scherpe klimaatdoelstel- >>



Trends & ontwikkelingen

lingen en daaraan gerelateerde wetgeving, en het streven naar een gezondere levensstijl.”

Jaap Harkema (Avebe): “De grote ‘consumer drivers’ achter de eiwittransitie zijn inderdaad niet verdwenen. De categorie is ‘here tot stay’. Maar wel een die sterk in ontwikkeling is.”

Matthijs Nieuwkoop (Jan Zandbergen Group): “De hype van nieuwe startups is denk ik wel voorbij. Daar is afgelopen jaren zoveel kapitaal in gepompt: helaas vooral in de marketing en niet persé in productontwikkeling. Investerders willen nu return of investment, maar veel startups kunnen de beloftes niet waarmaken. Het is tijd voor een realistischere, meer nuchtere aanpak. Eén waarin je als bedrijf stap voor stap groeit, maar ook nieuwe marktsegmenten aanboort, met meer focus op renovatie in plaats van op snelle innovaties.”

Akkelien Vermue-Tjalsma (Avebe): “Consumenten eisen verbetering, vooral van textuur en smaak. Met name flexitariërs zijn daar

zeer kritisch op. Zij willen bovendien dat het ‘alternatief’ lijkt op het origineel; op vlees. Voor productontwikkelaars geen gemakkelijke opgave.”

‘Get ready for boredom’, schreven de samenstellers in het Rabobank-rapport van juni. Hebben ze gelijk? Wordt het saai in het schap?

Akkelien: “Zéker niet! Consumenten willen variëren, dat verandert niet. Het is alleen de kunst om daar op een goede manier op in te spelen. Het gaat alleen trager dan de trendwatchers een paar jaar geleden verwachtten. De nieuwe technologieën vergen een lange adem, zeker als het gaat om capaciteiten.”

Matthijs: “Dat het langzaam gaat, heeft ook te maken met de relatie die mensen hebben met eten; die is lastig te veranderen. De Millennials en Gen Z zijn bereid meer te betalen voor hun eten en kiezen vaker voor gemak. Zij gaan het verschil forceren. Ik verwacht daarom juist

heel gave ontwikkelingen, met name op de ‘whole cuts’. Al is opschaling daarin nu nog een grote horde.”

Daan: “Op de hoofdcategorieën, kipvervangers en beefburgers, verwachten ook wij geen heel spannende innovaties meer. Wel veel fine-tuning en stapsgewijze verbeteringen. In andere subcategorieën, zoals de vis- en de eivervangers, is daarentegen volop ruimte voor vernieuwing. Zo hebben wij recent een nieuw plantbased ei-eiwit gelanceerd.”

Jaap: “Functionaliteit is belangrijk. We doen continu onderzoek naar hoogkwalitatieve eiwitten die bijvoorbeeld in staat zijn te emulgeren als melkeiwit, of te geleren als je ze verhit; net als kippeneiwit. Heel belangrijk voor een goede bite. In plantbased zien we verder mogelijkheden voor myco-proteïnes, 3d foodprinting en ook wel voor hybride producten, mits goed gepositioneerd in de markt. En er gebeurt veel op het gebied van cultured meat



en precisiefermentatie. De producten die je daarmee kan maken, zien er veelbelovend uit. Het kost echter tijd voordat deze op grote schaal beschikbaar en betaalbaar zijn.”

Fijn, deze positieve geluiden. Maar er zijn vast knelpunten waar ook jullie tegenaan lopen...

Daan: “Jazeker, bijvoorbeeld dat veel plantbased producten van soja zijn gemaakt. Bij dat ingrediënt worden steeds vaker kritische vragen gesteld: is het duurzaam geteeld? Zijn er geen regenwouden voor gekapt? Alternatieve eiwitbronnen zoals erwten en veldbonen zijn minder doorontwikkeld en de volumes zijn nog klein. Toch zal de productontwikkeling zich daar steeds meer op gaan toespitsen. Consumenten gaan meer openstaan voor plantbased producten die niet op vlees hoeven te lijken, verwacht ik. Liever gebruiken we dan ook de term ‘vleesopvolger’ in plaats van ‘vleesvervanger’. ‘Vervanger’ heeft een negatieve bijklank, alsof het een surrogaat is. Toen

‘Wij geloven het meest in een categorie opvolgers die níet op vlees of vis hoeft te lijken’

we ruim dertig jaar geleden begonnen met het maken van plantaardige producten, was dat puur vanuit de gedachte dat we efficiënter wilden omgaan met landbouwgewassen en plantaardige eiwitbronnen. De categorie opvolgers die niet op vlees lijkt, is helaas nog altijd klein, terwijl we juist dáárin, op de lange termijn, het meest geloven.”

“Daan, helemaal mee eens!” reageert **Jaap**. “We kunnen op dit vlak nog veel leren, en lenen, van goede en lekkere vegetarische gerechten uit buitenlandse keukens zoals de Arabische en Indiase. Als we die oplossingen combineren met onze technologieën en ingrediënten, moet het mogelijk zijn om lekkere

nieuwe producten te ontwikkelen; ook ‘stand alone-producten’, zoals wij ze noemen; die dus niet perse op biefstuk, kip of tonijn lijken.”

Matthijs: “Een bijkomend vraagstuk bij plantbased is de voedingswaarde. We kunnen heel veel eiwitten in de producten stoppen; maar als ze niet verteerbaar zijn, heb je er als mens niets aan. Feit is dat plantaardige eiwitten moeilijker te verteren zijn dan dierlijke. Variatie is belangrijk. Voor onze 3D-extrusie rund- en kipreepjes gebruiken we daarom een combi van vier soorten eiwit: soja-, erwt-, tarwe- en aardappeleiwit. Daarbij komt dat zorginstellingen, ziekenhuizen en cateraars heel specifieke eisen stellen aan de voedingswaarde >>



HYGIËNE ZIT IN DE DETAILS*

*Repak legt de lat hoger dan de NEN-EN 1672-2_2020



www.repaknederland.nl

Repak
SUPERIOR PACKAGING SOLUTIONS



www.anuga.com

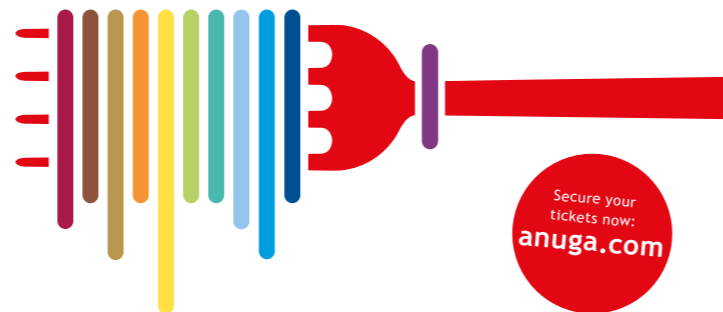
TASTE THE FUTURE COLOGNE, 07.-11.10.2023

KEY THEME: SUSTAINABLE GROWTH

Moving towards a more sustainable food future together with the industry.

ANUGA HORIZON:

Experience the future of food. Shaping it together. Co-located at Anuga!



Secure your tickets now:
anuga.com

 koelnmesse

RS Vision Expo BV
Excl. Vertegenwoordiging van Koelnmesse in Nederland
3401 RA IJsselstein
Tel. 030 3036450, info@koelnmesse.nl

en/of samenstelling van de producten. Daarom willen ook het volledige eigenaarschap over de recepturen en het productieproces behouden. We werken niet met pre-mixen. Alleen dán kunnen we, aangepast aan de wensen van de klant, bepaalde ingrediënten vervangen.”

Jaap: “Een ander kritiekpunt is dat de huidige vleesvervangers vaak ultra bewerkt zijn, met lange ingrediëntenlijsten. Consumenten zetten daar terecht vraagtekens bij: is dat wel gezond? Duurzaam? Allergeenvrij is bovendien steeds vaker een uitgesproken wens. Onze ingrediënten uit de aardappel, zoals eiwit, vezel en ook de meeste zetmelen, hebben geen E-nummer en hoeven volgens de EU-wetgeving niet als allergeen te worden gelabeld. Ze kunnen zo in diverse toepassingen bijdragen aan een kortere, herkenbaardere ingrediëntenlijst.”

Matthijs: “Waarom zou je ook meer ingrediënten gebruiken dan strikt noodzakelijk is? Dat begrijp ik niet zo goed. Hoewel dat hele ‘clean labeling’ naar mijn idee ook een hype is; wij hebben het liever over ‘clear labeling’. De consument moet snappen waarom bepaalde ingrediënten nodig zijn. E-nummers zijn de meest geteste en veiligste ingrediënten die er zijn, zuurstof heeft ook een E-nummer. We krijgen wel eens de vraag of we het ingrediënt methylcellulose kunnen vervangen. Het antwoord is ‘ja, in sommige producten kan dat, maar in andere is de vezel essentieel voor een goede bite, structuur en smaak’. En het gedraagt zich tijdens de vertering net als andere vezels. Bij ons kun je vanaf relatief lage volumes al testen; dat blijkt zeer relevant voor bedrijven die nieuwe ingrediënten willen gebruiken.”

Daan: “Willen we een volwaardig alternatief bieden, dan zullen we als producenten niet alleen op smaak, maar ook op de prijs de concurrentie met vlees moeten aangaan. Dat is lastig, want zowel de klimaatproblematiek als

geopolitiek spelen hierbij een grote rol. Er zijn veel onzekerheden. Door de oorlog in Oekraïne kostte het ons veel moeite om de volumes zonnebloemolie die wij nodig hebben te vinden. Ook kun je je afvragen of het wel slim is om zo afhankelijk te zijn van China. Wij geloven daarom in een meer lokale teelt van ingrediënten.”

Wat kan de consument volgens jullie verwachten in het retailchap van de vleesopvolgers?

Matthijs: “Over 5 tot 10 jaar liggen er zéker al meer producten in het schap op basis van hele spierdelen. Op korte termijn zijn deze ‘whole cuts’ echter nog te duur. Precisie-fermentatie en myco-proteïnes hebben de toekomst. Dat het consumptiegedrag gaat veranderen is zeker; mede doordat de klimaatverandering steeds meer als werkelijk wordt ervaren. Temperatuurrecords sneuvelen over de hele aarde, stormen en buien worden heftiger. De mensheid beseft dat het niet 5 vóór, maar 5 óver twaalf is. Hybride producten kunnen een tussenstap zijn in de overgang naar een ander voedingspatroon.”

Jaap: “We zullen vaker technologieën, ingrediënten en processing met elkaar gaan combineren, want met gekweekt vlees heb je nog geen biefstuk en met alleen een plantaardig melkeiwit geen alternatief voor kaas. Op korte termijn verwacht ik vooral veel kleine verbeteringen in textuur, mede door het volwassen worden van technologieën zoals 3D foodprinting. Verder voorzie ik een verbreding van het assortiment; meer hybride producten en meer alternatieven voor vis.”

‘Het is tijd voor een realistischere, meer nuchtere aanpak’

Akkelien: “En ook rationalisering van het assortiment. Er liggen heel veel hamburgervarianten in het schap; dat aantal zal verminderen. Alleen de beste en lekkerste blijven over. Er is nog genoeg ruimte voor groei. Voor écht goede smakelijke producten is er altijd extra plaats in het retailchap. Slechts een kleine 2% van de vleesmarkt is ‘vervangen’ door plantbased producten. Zelfs als we dat met elkaar weten te vertienvoudigen, is dat nog maar 20% van het totaal. Bovendien zijn wij van mening dat stand alone producten, de vleesopvolgers zoals Daan ze noemt, in de toekomst de echte groei zullen boosten.”

“Er is niets op tegen dat mensen een paar keer week vlees blijven eten,” vindt **Daan**. “Maar wij geloven wel dat er een betere balans moet komen tussen de categorieën. Daarvoor moeten we met elkaar consumenten ervan overtuigen dat plantaardig de standaard wordt en vlees de uitzondering is. Dat consumptiepatronen veranderen, is slechts een kwestie van tijd: een stapsgewijs proces waarbij ‘out of home’ een belangrijke rol speelt. Dáár komen consumenten in aanraking met innovaties, worden ze enthousiast, en gaan dat vervolgens thuis ook eens proberen. De verticale keten zou naar ons idee wel véél meer de handen ineen moeten slaan; van de lokale landbouw en de producenten tot en met de retailers en consumenten. Het gaat om co-creatie; om samenwerken met klanten, partners uit het bedrijfsleven, startups, chef-koks, academici en de consument.”

Jaap: “Deze transitie laten slagen draait inderdaad om teamwork. Alleen kan je dit niet. We moeten ons realiseren dat iedereen een stukje van de sleutel in handen heeft.” ■

‘Consumenten willen variëren, dát verandert niet’

VEEL KAAS, GOEDE KORST, WEINIG STOF

Een lekkere snack kenmerkt zich mede door een mooie krokante korst. Maar een goede, egale paneerlaag aanbrenen en daarbij stofvorming en derving beperken, is geen sinecure. Van Geloven Cuijk schafte daarom de nieuwste CrumbMaster aan.

Wie de productieplant van Van Geloven Cuijk (voorheen Swinkels) binnenstapt, ruikt het meteen: hier wordt met kaas gewerkt. “Vandaag maken we soufflesse. Per uur rollen er zo’n 20.000 van de band,” vertelt Franc Trilsbeek, teamleider bij het bedrijf. Soufflesse is het kaassoufflémerk van snackfabrikant Van Geloven. Het merk is onderdeel van McCain Foods, de wereldwijde marktleider in diepge-

voren voedingsmiddelen. De fabriek in Cuijk is de productielocatie van de soufflesse. Hier worden meerdere varianten van de snack gemaakt, waaronder kaas, ham kaas, tomaat mozzarella, pikant en mini. Franc: “We maken allerlei bladerdeegproducten, zoals frikandel-, kaas-, saucijzen-, en zalmbroodjes. Maar de soufflesse kaas is de koploper; vorig jaar gingen er ruim vijf miljoen de deur uit richting

horecagroothandels en cafetaria in binnen- en buitenland.”

KROKANTE KORST

De soufflesse werd in 2008 ontwikkeld vanuit de missie om een kaassoufflé op de markt te brengen die een betere verhouding kaas en deeg kent en echt naar kaas smaakt. De soufflesse heeft een golvende vorm, extra veel kaas in de vulling, en een dunne en krokante korst. Voor die korst worden de snacks in de fabriek voorzien van een paneerlaag. Een precair moment in het productieproces, vertelt Franc: “Voordat we het paneermeel kunnen aanbrenen, krijgt het product een eiwitlaag. Als er veel overtollig eiwit aan het product blijft hangen, wordt het paneermeel vervuild en kan je dat weggoien. Verder is crumbbreuk een risico. Daardoor krijg je geen egaal product en dat frituurt en eet natuurlijk minder fijn. Een ander aandachtspunt is de stof die vrijkomt bij werken met paneermeel: niet prettig voor alles wat in de buurt staat, inclusief onze medewerkers.”

Alle drie de genoemde uitdagingen waren op de productieplant steeds meer aan de orde. Franc: “Bovendien kregen we vaker te maken met storingen. Logisch, want onze paneermachine was er één uit de jaren '80 – gereviseerd in 1993. Hij heeft jarenlang uitstekend



Marcel van den Heuvel (l) en Franc Trilsbeek

dienstgedaan, maar was aan het eind van zijn Latijn. Dus toen zijn we in gesprek gegaan met GEA.” Het toeval wilde dat GEA Food Solutions, producent van machines voor de voedingsindustrie, net een nieuwe CrumbMaster had ontwikkeld én op zoek was naar een testlocatie. De nieuwe machine werd begin dit jaar geïnstalleerd in de Brabantse fabriek en beviel zo goed, dat hij is blijven staan.

NAUWELIJKS STOF

De paneerlijn – het laatste productiemoment voor de vriezer – bestaat uit een eiwitteermachine, compleet met BatterMixer die automatisch deze eiwitteermachine bijvult, en de paneermachine. Marcel van den Heuvel, Senior Area Salesmanager bij GEA, licht toe: “In de CrumbMaster wordt het paneermeel getransporteerd met een opvoerschroef en transportband om een onder- en bovenlaag van paneermeel te creëren. De machine drukt de crumb aan op het product. Het overtollige paneermeel wordt afgeblazen, maar blijft in de machine. Zo komt er nauwelijks stof vrij. Ook

het overtollige eiwit wordt afgevoerd, waardoor het paneermeel minder vervuild is en de derving omlaag gebracht wordt.”


Franc is erg content met de (bijna) stofvrije werkomgeving: “Veiligheid is een belangrijk thema binnen ons bedrijf, daar hoort een schone werkomgeving ook bij. Reinigen is veel eenvoudiger met deze machine. We wisselen geregeld van product en eveneens van paneermeel: voor de tomaat-mozzarella hebben we een rode variant, voor ham-kaas een crumb met kleine stukjes kaas erdoor, en ook de grofheid wisselt per type paneermeel. De nieuwe CrumbMaster heeft veel minder kleine hoekjes, waardoor hij snel te reinigen is. En omdat er weinig stof vrijkomt, hoeven we minder vaak nat te reinigen; een groot voordeel in deze droge productieomgeving.”

EGALER BEDEKT

Ook de crumb-breuk is duidelijk minder sinds de nieuwe machine draait. Franc legt ter bewijs twee soufflesses naast elkaar, één ge-

maakt door de oude en één gemaakt door de nieuwe machine: “Een ander voordeel is dat de soufflesses die gemaakt zijn door de nieuwe machine egaler zijn bedekt met paneermeel.” Hoe zit het met de storingen? “Niet tot nauwelijks, we draaien lekker door.” Marcel vult aan: “De nieuwe machine kan tot wel dertig meter per uur produceren. De bottleneck voor die snelheid zit 'm vooral in de vriezer en de inpaklijn die daarachter komen.”

Franc verwacht dat de productie van de soufflesses in de fabriek de komende jaren nog wel opgeschroefd gaat worden – mits de rest van de productielijn dit aankan natuurlijk. De ambitie is er in ieder geval. “De vraag naar vegetarische producten groeit natuurlijk al jaren. Vanuit Van Geloven spelen we daar met verschillende innovaties op in. Dankzij de nieuwe CrumbMaster zijn we er helemaal op voorbereid.”

 www.gea.com





‘HET DRAAIT OM DE JUISTE MENSEN BELLEN EN ER ZIJN VOOR ELKAAR’ GEEN PANIEK, GEWOON DOEN

Brand in je bedrijf is reden tot paniek. Hoe zorg je ervoor dat je zo snel mogelijk weer kunt produceren en klanten kunt beleveren? Bij Van Osch Snacks in Zaltbommel hield men het hoofd koel en belde Jackit. In vijf dagen tijd herstelden ze de productieruimtes met Sealwise.

Op 14 juni 2023 werd Mayk Willems van Van Osch Snacks uit Zaltbommel uit zijn bed gebeld: ‘Er is brand!’. Hij ‘vloog’ naar het bedrijf. “Het was spannend omdat ik nog niet wist hoe erg het was. Mijn gedachten gingen van een klein beetje naar immense schade tot hele-

maal platgebrand. Toen ik aankwam stond het dak nog in brand. De brandweer was volop aan het blussen en al dat bluswater liep langs de muren naar binnen en nam alles was het tegenkwam in de stroom mee...”

GEEN TIJD TE VERLIEZEN

Mayk staat samen met een compagnon aan het roer van Van Osch Snacks. Hij is ‘geboren en getogen’ in de snacks. Zijn ouders waren echte ‘snackers’ bij Van der Vorst Willems BV, het bedrijf dat na verkoop de naam Mora



kreeg. “Bij Van Osch maken we wekelijks 100.000 kilogram gehaktproducten, vers gehakt en vleesbereidingen. Deze leveren we aan onder meer cafetaria’s, seizoensbedrijven, cateringlocaties, benzinstations, institutionele keukens en sportkantines. Het snackvak zit in mijn DNA. Ik durf te zeggen dat ik één van de weinigen ben die alles zelf wel eens heeft gemaakt: loempia, saté, bamihappen, gehaktsnacks en meer. Ik ken alle ins & outs per product.”

Tijdens en direct na de brand sprak Mayk met veel experts; van de brandweercommandant, afgevaardigden van de Stichting Salvage tot een verzekeringsagent. “Iedereen heeft het beste met je voor, maar jij zit met de ‘gebakken peren’. Mijn hersenen draaiden overuren tijdens deze gesprekken. Ik kon alleen maar denken: ‘We moeten zo snel mogelijk weer aan de gang. We mogen geen tijd én geen klanten verliezen!’”

JACKIT BRACHT DIRECT UITKOMST

“Ik had een artikel gelezen over Jackit uit Beekbergen en hun toepassing van Sealwise, een virus- en bacterievrije oplossing in de vorm van gerecyclede en waterdicht pvc panelen. Dit zou onze oplossing kunnen zijn. Ik belde eigenaar Jack Pluim. Hij kwam meteen. We schudden de handen en de deal was binnen het uur rond.” Samen maakten ze een plan, waarbij het eerste belang lag bij het herstellen van de productieruimtes. Mayk wilde de productie weer opstarten op 21 juni, een

week na de brand. Tot die tijd kon het bedrijf hun klanten goed uit voorraad beleveren.


NON-STOP DOORWERKEN

Jack zit al 25 jaar in het vak. Zijn team heeft bij veel verschillende voedselproducerende bedrijven plafonds en wanden volgens HACCP- of BRC-normen gerenoveerd, maar zo’n uitdagende klus als in Zaltbommel had hij nog niet eerder geklaard. Toch wist hij dat het ging lukken. “We begonnen op vrijdag 16 juni om 06:00 uur en waren op dinsdag 20 juni om 16:00 uur klaar.” Dag en nacht werkten de twintig mannen van Jackit aan het herstel van de drie productieruimtes. Jack vertelt over zijn aanpak: “Ik heb mijn mensen op woensdagmiddag 14 juni gebeld met de boodschap: ‘Neem donderdag een betaalde verlofdag, want vrijdag tot en met dinsdag heb ik je nodig.’” In ploegendiensten, 24 uur per dag, ging het werk door. ‘s Nachts werden de Sealwise panelen geplakt, overdag afgewerkt. De ruimtes waren door Mayk en zijn collega’s leeggehaald. Ook hielpen zij mee met het verwijderen van de verpakingsfolie. “Zo konden de mannen van Jackit doen waar zij goed in zijn”, legt Mayk uit.

Na de productieruimtes waren de koelcel en het inpakgedeelte aan de beurt. In vier weken werd eenzelfde look aangebracht. In totaal is 1.500 m² Sealwise geplakt, gekit met Easyseal Innotec en afgewerkt met RVS. Jack wijst naar de afwerking van de deuren die in alle ruimtes exact gelijk is. “Voordat we beginnen, maken we hierover afspraken, daarna geldt er maar één werkmethode.”

SAMEN DE JUISTE KEUZES MAKEN

Mayk en Jack kijken tevreden en trots terug op het traject. “We zijn alle twee doeners, we raken niet snel in paniek”, reflecteert Mayk. “Gebleken is dat je in korte tijd met welwillende mensen veel kunt bereiken. De verzekeringsagent was onder de indruk. Iedereen die van de brand afweet, vraagt ons hoe wij weer zo snel weer ‘up & running’ konden zijn. Dan leg ik uit: ‘Het draait om de juiste mensen belen, keuzes maken en er zijn voor elkaar.’”

 www.vanosch-bv.nl
www.jackit.nl



Mayk Willems (l)
en Jack Pluim

LTO PLEIT VOOR DUURZAME TRANSITIE AGRARISCHE SECTOR



In de aanloop naar de Tweede Kamer-verkiezingen op 22 november 2023, heeft LTO een specifiek verzoek gericht aan politieke partijen: ze verlangen een verkiezingsprogramma dat de agrarische sector stimuleert en ondersteunt in hun overgang naar duurzame land- en tuinbouwmethoden. Uit de recente provinciale verkiezingen bleek dat de Nederlandse bevolking veel waarde hecht aan binnenlandse landbouw, voedselvoorziening en een gezond platteland. LTO benadrukt het belang hiervan en vraagt partijen dit te reflecteren in hun verkiezingsprogramma's en de vorming van een nieuw kabinet. Met 22 specifieke voorstellen hoopt LTO bij te dragen aan zekerheid, stabiliteit en vertrouwen voor de agrarische sector.

www.lto.nl

EIWITTRANSITIE

BEYOND MEAT ZIET PRODUCTVERKOOP MET 24% DALEN

Terwijl de voedingswereld voortdurend evolueert, blijft Beyond Meat zich inzetten als pionier op het gebied van plantaardige producten. Maar zelfs marktleiders zijn niet immuun voor marktschommelingen. Dat blijkt uit hun financiële rapport voor het tweede kwartaal van 2023, dat een significante daling van 23,9% in verkoopvolume laat zien. Met een totale omzet van \$102,1 miljoen voor het kwartaal had het bedrijf te maken met een opmerkelijke daling van 30,5% op jaarbasis. Naast de sterke daling van het verkoopvolume was er nog een andere uitdaging: de netto-opbrengst per pond verkocht product daalde met 8,6%. Het kwartaal bracht ook een lichtpuntje: het bedrijf boekte een brutowinst van \$2,3 miljoen, dankzij strategische kostenbesparingen en gunstige boekhoudkundige veranderingen.

www.beyondmeat.com

DUBBELE DREIGING VOOR VISPOPULATIES

Het noordelijke deel van de Atlantische Oceaan ondergaat extreme hittegolven, met watertemperaturen vergelijkbaar met die van een hottub. Deze opwarming kan wereldwijd visstanden bedreigen, vooral als het aangekondigde El Niño-seizoen in de helft van de oceanen soortgelijke effecten veroorzaakt, aldus MSC. Door stijgende zee-temperaturen migreren vissen zoals makreel,

haring en blauwe wijting noordwaarts naar koelere gebieden. Deze soorten zijn echter cruciaal voor het Noord-Atlantische ecosysteem. Als de opwarming voortduurt, kan hun voortplantingsvermogen verminderen, met grote gevolgen voor de visserij en ecosystemen.

www.msc.org

SCANDINAVIË ONTHULT GEWAAGDE NIEUWE VOEDINGSRICHTLIJNEN

Onlangs onthulde de Noordse Raad van Ministers de nieuwste editie van de Noordse Voedingsaanbevelingen (NNR) - een richtlijn die een harmonieus evenwicht tussen individuele gezondheid en planetair welzijn voorstaat. De NNR 2023 is de meest uitgebreide herziening sinds 40 jaar en is het resultaat van vier jaar onderzoek in samenwerking met de Scandinavische en internationale gemeenschap. Deze aanbevelingen weerspiegelen de hedendaagse wereldwijde nadruk op duurzaamheid, gezondheid en holistisch welzijn. Rune Blomhoff, projectleider voor de NNR 2023 en hoogleraar aan de Universiteit van Oslo, verwoordde de bredere visie: "Ons doel is om niet alleen de weg vrij te maken voor gezondere individuen, maar ook een duurzamer milieu te bevorderen. Een dieet dat rijk is aan plantaardig voedsel bereikt beide."

www.norden.org



©MICHAELBERGPHOTOS.COM



KANSEN IN ALTERNATIEVE EIWITSECTOR CHINA

Onderzoekers schatten de Chinese markt voor plantaardige eiwitrijke voeding op 10,7 miljard euro, met een jaarlijkse groei van 14,1% in de periode 2019 tot 2023.

Daar liggen kansen voor Nederlandse bedrijven.



©SAWOPHOTO.COM

alternatieve eiwitten in China, dat in opdracht van de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland en de Nederlandse ambassade in 2023 is uitgevoerd.

STEVIGE CONCURRENTIE

Op de markt voor plantaardige dranken is stevige concurrentie. In hun rapport hebben de onderzoekers daarom vooral gekeken naar kansen voor vleesvervangers en plantaardige varianten van yoghurt, snacks en functionele voeding. Om zich te onderscheiden op de Chinese markt, moeten Nederlandse bedrijven nadruk leggen op producten van een hoge kwaliteit die een hoog gehalte plantaardige eiwitten bevatten. Bijzondere verkoopargumenten zijn zowel functionaliteit als smaak. Ook voor eiwitrijke voedingssupplementen zijn er in China marktkansen.

TECHNOLOGIE EN MACHINES

De onderzoekers zien ook perspectief in China voor Nederlandse bedrijven die technologieën, machines en innovatieve strategieën aanbieden aan Chinese voedingsfabrikanten van producten met veel plantaardige eiwitten. Het volledige marktrapport gaat uitgebreid in op de kansen in de alternatieve-eiwitsector in China. Het is aan te vragen via de website van de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland.

www.rvo.nl

Er zijn verschillende factoren die bijdragen aan een sterke groei van de markt in China zoals een verbetering van het eetpatroon en bewustzijn over gezondheid; een duurzame ontwikkeling van het landbouwsysteem en zorgen over voedselveiligheid.

Daarbij is de doelgroep belangrijk: veel relatief jonge en overwegend vrouwelijke Chinezen staan open voor experimenteren met innovatieve plantaardige eiwitrijke voeding. Zij kopen via online en offline kanalen. Dit zijn enkele resultaten uit een onderzoek naar de markt voor

FOOTPRINT VAN VLEES GELDT OOK VOOR VERPAKKING TOONBEELD VAN KWALITEIT

Ambachtelijke slager Van der Zee in Twello beschikt sinds mei over een ruimte van 8.600 m² om vlees te verwerken, te verpakken en te distribueren. Van der Zee bedrijfsleider Willy Grooters: “De nieuwe flatskinverpakking is een visitekaartje van de kwaliteit die we leveren.”

Het is de kunst om een uitgelezen gesneden stukje vlees goed op het mooie, dunne en flinterdun geplastificeerde kartonnetje te leggen. Karton en plastic kunnen na gebruik in één beweging gescheiden worden om te recyclen. Maar nu gaat het ‘dienblaadje’ eerst door de

Proseal flatskin verpakkingsmachine van Simatec, die een dun, stevig laagje folie strak over het vlees trekt. Straks gaat deze entrecôte van Van der Zee in Twello naar een van de negentien vestigingen van HANOS.



v.l.n.r. Willy Grooters, Nico Slinkman en Jasper Slaghekke

FLINK EISENPAKKET

Jasper Slaghekke, accountmanager van Simatec, kijkt kritisch mee hoe het verpakkingsproces verloopt en of het resultaat naar wens van de klant is. Dat is het geval. Deze flatskin is een grote stap; van stevige drielaags skinverpakking naar de duurzame variant met een chique uitstraling, vinden Willy Grooters, Nico Slinkman en Jeanine Hiemstra van ambachtelijke slager Van der Zee. Willy is bedrijfsleider in Twello, Nico is verantwoordelijk voor alle techniek binnen het bedrijf en Jeanine is manager marketing & innovatie. Willy: “We kijken continu naar de balans tussen smaakbeleving, voedselveiligheid, houdbaarheid, duurzaamheid, presentatie en prijs. Daarbij speelt verpakking een grote rol. Het geheel moet ook nog eens flexibel en efficiënt zijn. Dat is een flink eisenpakket dat we Simatec graag toevertrouwen. We werken al jarenlang samen. Het resultaat is mooi, we hebben minder afval en onze producten zijn zeker zo lang houdbaar.”

MONSTERVERBOUWING

Bijna honderd jaar oud is het bedrijf, vertelt Jeanine. “Inmiddels is HANOS ons moederbedrijf, met in elke vestiging een Van der Zee slagerij. Vanuit de vraag van zorginstellingen om een totaalpakket te leveren, is in 2000 Distrivers ontstaan.” Van der Zee heeft productielocaties in Hoogeveen, Emmen en Twello. Willy: “Toen ik hier tien jaar geleden begon, hadden we 2.400 m². Drie jaar geleden kwam er 3.800 m² bij en dit jaar is de verbouwing naar 8.600 m² afgerond.” De reden: toekomst-



bestendige productielocaties. “Denk aan kwaliteitsoptimalisatie, duurzame productie en stijgende grondstofprijzen,” vertelt Nico, die samen met Willy een rondleiding geeft door het pand. “Deze verbouwing was technisch en

logistiek gezien een monsterproject. De hele vleeswarenafdeling uit Emmen is verhuisd en iedereen is ingewerkt. De worstmakerij blijft in Emmen en daar verhuist de keuken uit Hoogeveen naartoe. Hier in Twello snijden en verpakken we een scala aan producten uit die worstmakerij, zoals vleeswaren.”

HAMBURGERS

Goed voorbeeld zijn de hamburgers. Het is een drukte van belang in deze productiehal, van snijtafel tot eindproduct. Afhankelijk van het formaat burger rollen er per minuut tot honderd stuks, sinds kort ook flatskin verpakt, van de band. Willy: “We verwerken inmiddels het twintigvoudige aantal kilo's sinds 2013 tot ruim tachtig verschillende hamburgers. Ruim de helft van de recepturen is ontstaan op

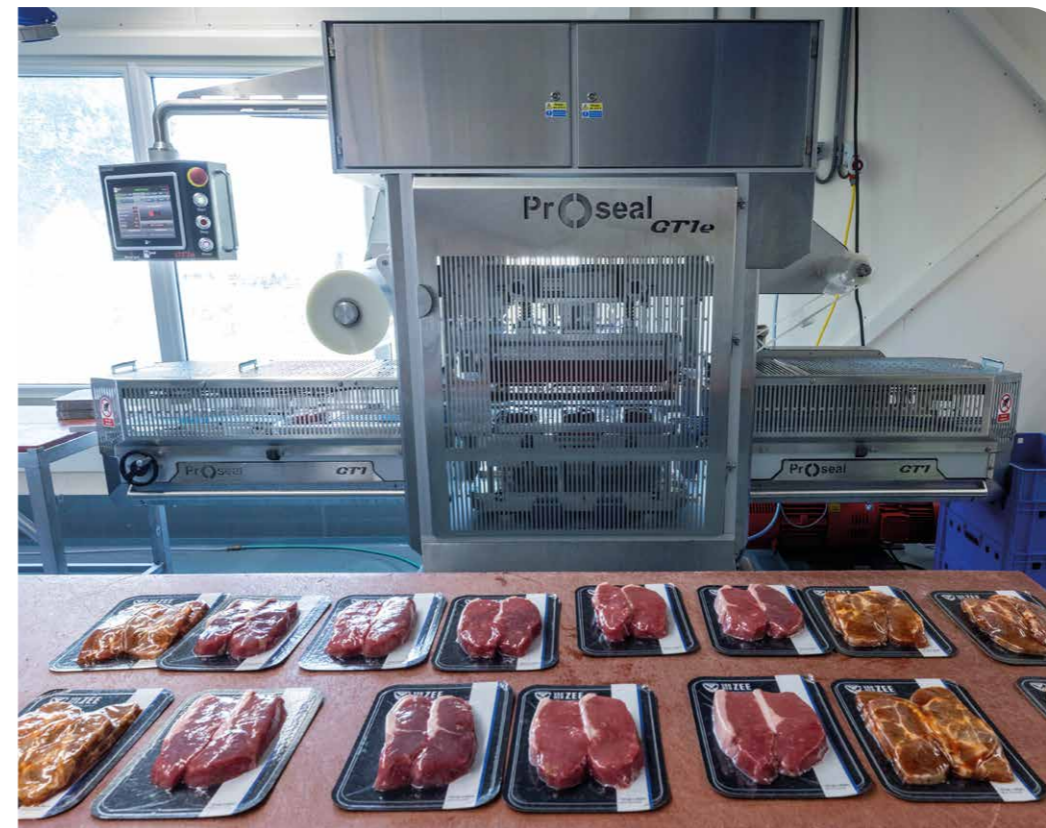
verzoek van onze klanten.” Verder lopend door het gebouw laten Nico en Willy vele andere processen en producten zien. Willy somt op: “We bieden meer dan zeventien exclusieve vleesconcepten, zoals verschillende soorten Wagyu, Gaasterlander Kruidenvarken, Jovian-der kalfsvlees, lamsvlees uit Wales en rundvlees van Canada tot hier uit de regio. We stellen hoge eisen aan herkomst, dierenwelzijn en exclusiviteit. En aan vakmanschap. Daarom hebben we zelf een slagersvakopleiding ontwikkeld, wat enthousiaste nieuwe vakmensen oplevert.”

VIERKANTSVERWAARDING

Van der Zee focus zich ook steeds meer op regionale producten. “Willen koks daarmee werken, dan moet de kwaliteit kunnen concurreren met buitenlands vlees,” vindt Willy. “Daartoe is het concept Regiorunderen ontwikkeld, waarbij de aangesloten boeren Angus-Holsteinkruislingen houden die zo natuurlijk mogelijk worden grootgebracht. Oftewel, we zijn regisseur van het complete concept - van boer tot bord. Bij alles zijn vierkantsverwaarding en footprint de sleutelwoorden. Elk onderdeel wordt benut. Dat mensen bewuster kiezen voor het betere vlees maar inmiddels ook op hun budget letten, komt daarbij goed uit. Dat maakt het eenvoudiger om minder courante delen te verkopen. En ook de zorginstellingen kiezen niet meer dagelijks voor biefstuk.”

“Uiteindelijk willen steeds meer consumenten beter vlees eten, maar wel minder,” stelt Jeanine. “Daarop spelen we in met onder meer een plantaardig assortiment onder private label.” De slager in Willy krijgt het laatste woord. “Als ik zie hoe wij in al die tijd de vleesverwerking op alle niveaus hebben verbeterd, kan ik alleen maar optimistisch over onze toekomst zijn.”

 www.simatec.nl
www.vanderzee.nl



Zodiac-printer

Eagle, Hawk en Falcon



- ✓ Lintbesparingsfunctie
- ✓ Geen perslucht nodig
- ✓ Minimale slijtage



AUTOMATOR
CODING — MARKING — LABELING

Breevaartstraat 37 3044AG Rotterdam +31 (0)10 415 64 00 info@automator.nl



WARMTE EN KOUDE ZONDER GAS

Een duurzame oplossing, ontworpen met kennis van uw proces en product



Vraag het kennisdocument 'Duurzame invulling van warmtebehoefte' gratis op via koudetechniek.nl.

Productieproces zonder gas

- Maximale productkwaliteit
- Fors minder energieverbruik, -kosten en CO₂-uitstoot
- Continu en betrouwbaar proces
- Restwarmte benutten en opwaarderen tot wel 80 graden en hoger, incl. stoom
- SDE++ mogelijk

Meer weten?
Equans Refrigeration
Edwin ter Haar, +31 (0)88 484 40 00

koudetechniek.nl

ZONDER PIJN GEEN PRIKKEL

De eiwittransitie stagneert. Het omslagpunt - nodig voor een duurzamere samenleving - lijkt zelfs steeds verder de toekomst in te verdwijnen. 'Probeer eens vleesvervangers, gebruik seizoensproducten, kook op maat', tipt de Rijksoverheid in een campagne om burgers te motiveren 'de knop om te zetten'.

Ze gaat er daarbij vanuit dat we 'allemaal al hard werken om minder CO₂ uit te stoten'. Daar kunnen we natuurlijk vraagtekens bij zetten. Hoe dan ook; de voorlichters vinden dat 'we nóg grotere stappen moeten zetten. Voor nu en straks. Voor onszelf en voor het klimaat.' Daar ben ik het met ze eens. Maar de halfslachtige tools en tips die ze presenteren om dat doel te bereiken, komen bijna lachwekkend over. Als dit dé prikkel is die 'de burger' zal aanzetten om het klimaat te redden, de energietransitie de goede kant op te laten bewegen en de eiwittransitie een boost zal geven, geeft mij dat weinig vertrouwen in een goede afloop.

Om een doorbraak te forceren, is échte gedragsverandering nodig. En we weten allemaal hoe moeilijk dat laatste is. Het is mens-eigen: gewoontes en routines slijten langzaam in tot vastgeroeste patronen; zeker voor wie al wat langer op deze aarde rondloopt. Zolang je de pijn die aanzet tot verandering niet aan den lijve voelt, zit er in maar weinig beweging in ons gedrag. Misschien hebben de hittegolven, hagelstormen en overstromingen op diverse vakantie-adressen in Europa mensen aan het denken gezet? Maar de meeste reizigers zijn inmiddels weer veilig thuis. Eventueel gevoeld klimaatleed is daarmee al snel weer vergeten.

De pijn die men nog wél voelt, zit vooral in de eigen portemonnee. De huidige inflatiecijfers verzachten die pijn niet. Sterker; deze individueel gevoelde pijn zet juist een rem op de noodzakelijke verandering. De overheid zou daarom veel meer leiding moeten geven aan het veranderproces naar een betere, duurzamere wereld, want dit is een té complex vraagstuk voor het individu. Ik heb daarom ook een tip; voor de Rijksoverheid. Ga nou eens sturen op prikkels die het gedrag écht veranderen! Tja. Daar is wel visie voor nodig.

Pieter Vos
Directeur Nutrilab




Skinverpakking



GLOBAL FLEXIBLES

Innovatief verpakken!

- ✓ Dieptrekfolie voor vacuüm- en gasverpakking
- ✓ Skinverpakking, glasheldere folie voor optimale presentatie
- ✓ Topsealfolie voor gebruik op elke traysealer
- ✓ Flowpackfolie voor horizontale en verticale vorm-, vul- en sluitmachines
- ✓ Vacuümzakken, sterk en helder
- ✓ Recyclebare folie
- ✓ Hersluitbare verpakkingen
- ✓ Tot 10 kleuren bedrukt, plus papertouch-effect

Global Flexibles Europe B.V. **BRCS**
Storage and Distribution
CERTIFICATED

T: +31 (0) 180 - 55 11 33
info@globalflexibles.com

www.globalflexibles.com

Stormsweg 94 | NL - 2921 LZ | Krimpen aan den IJssel

REMKO HOL (OLIJCK FOODS):

DANKZIJ ZEEWIER IS HYBRIDEVLEES ÉCHT LEKKER

Gedroogde worst met de smaak van drank was de eerste stap in de foodwereld van Remko Hol, directeur van Olijck Foods. Toen hij erachter kwam dat de varkens die voor zijn worst gehouden werden zeewier aten, ontstond een idee: waarom eten we zelf die zeewier niet?

Remko Hol ontwikkelde een volledig plantaardig product, maar het was, vond hij, niet goed genoeg. Hij ging terug naar de tekentafel en bedacht een product dat meer furor maakt: het hybridevlees van Meat-You-Halfway (max. 50% vlees, min. 50% plantaardig).

Eerdere hybrideproducten waren nooit zo succesvol. Wat doen jullie anders?

“Dat het tot op heden niet geslaagd is, heeft te maken met smaak, sappigheid en structuur.

Onze producten zijn niet van traditioneel vlees te onderscheiden. Consumenten kunnen er gewoon mee werken zoals ze altijd met vlees hebben gedaan. De kleur én de geuren zijn herkenbaar; gewoon vlees- en vetgeuren. Je ziet bij ons geen delen bloemkool, paprika of andere exoten waarvan mensen denken: dat is gek.”

Is dat waarom jullie voor de grondstof zeewier hebben gekozen?

“Dat is een van de redenen. Zeewier versterkt de vette smaak van vlees en kan dus deels

de rol van vet vlees overnemen. Maar er zijn meer redenen, zoals klimaatvoordelen: maar liefst 70% van het aardoppervlak bestaat uit zee en kan voor zeewierproductie worden gebruikt. De productie haalt zelfs actief CO2 uit de lucht. Ook heeft zeewier een zeer hoge voedingswaarde. Veel moderne groenten zijn door zaadveredeling helaas veel voedingsstoffen verloren. Zeewier is veel minder aangepast en heeft daardoor nog de voedingswaarden van 150 jaar geleden. Ten slotte is er veel mogelijk op het gebied van smaak. Er bestaan ongeveer 18.000 verschillende soorten zeewier. Bijna alle smaken die we op het land vinden, hebben wel een zeewierequivalent.”

Is een 100% plantaardig product dan het einddoel?

“Meer plantaardig eten is een goed idee, maar het is de vraag of een 100% plantaardig dieet wel mogelijk is. Er is bijvoorbeeld ook mest nodig om akkers groen te kunnen bemesten. Ik denk alleen dáárom al dat hybrideproducten in de toekomst een rol blijven spelen. We zijn nu al op het punt dat we een bijna perfect plantaardig product kunnen maken, maar

zijn niet van plan dat vandaag of morgen te lanceren. Eerder over een jaar of vijf, zes. Het heeft geen zin om deze transitie te overhaasten. Mensen moeten de tijd krijgen om te wennen aan het eten van plantaardige producten. Ga je hard roepen dat ze hun gedrag moeten veranderen, dan zetten ze juist de hakken in het zand. En blijven ze doen wat ze deden.”

Er wordt gezegd dat er geen toekomst in zeewier zit omdat er een heel nieuwe keten voor moet worden opgezet. Hoe omzeil je dit probleem?

“Dat probleem bestaat helemaal niet! Er worden al enorme volumes aan zeewier geproduceerd. Bijna iedereen die zichzelf goed verzorgt, gebruikt het zelfs dagelijks in bijvoorbeeld zelf, cosmetica en tandpasta. In Europa mogen we nu al 36 soorten zeewier verwerken.”

Welke eisen stellen jullie aan het vlees voor Meat-You-Halfway?

“Daaraan stellen we geen bovenwettelijke eisen. Wij kunnen producten maken van alle soorten vlees: regulier, Beter Leven, halal, noem maar op. Dat is juist het mooie. Op deze manier kunnen we zo veel mogelijk vlees vervangen. Wij zorgen voor de grondstoffen om het vlees en zeewier te kunnen mengen en verkopen de benodigde grondstoffen. We hebben wel een productiefaciliteit, maar daar ontwikkelen we alleen recepturen.”

Hoe zorg je ervoor dat zeewier en vlees binden? Hij lacht. “Dat is natuurlijk het grote geheim!”

Kun je er helemaal niets over loslaten?

“Zeewier is zelf een natuurlijke binder. De manier van toevoegen en de temperatuur in het productieproces zorgen voor de binding. Dat is een groot voordeel. Door het proces zijn kunstmatige bindmiddelen, die ongezond zijn, niet nodig. Ik durf te beweren dat onze producten de gezondste zijn op de markt voor vlees en vleesvervangers. In tegenstelling tot gangbaar vlees (kip, rund, varken) bevatten ze een gelijk aantal eiwitten, 12% vezels en maximaal 0,9 % zout. Dat raakt de smaak niet. Zeewier versterkt naast de smaak van vet namelijk ook de smaak van zout. Bovendien is zeewier een conserveermiddel,



dus naast binders heb je ook ongezonde conserveermiddelen niet meer nodig.”

Welke klanten hebben jullie voor ogen?

“Iedereen die minder vlees wil eten. Onze droomklant is McDonald's: als er ergens wereldwijd veel runderburgers over het toonbank gaan, is het wel bij deze keten! We hebben onze burger al eens naast die van de

fastfoodketen gelegd. De Meat-You-Halfway-burger is sappiger en smaakvoller; die biedt gewoon veel meer. De naam hebben we al: 'de McHalfway'. Beter voor dier, klimaat en mens.”

www.olijckfoods.com

Dit artikel is eerder verschenen op Foodbusiness.nl



ONLINE VEILEN:

GEBRUIKTE APPARATUUR DIRECT BESCHIKBAAR

Een kleinere producent of een hele zuivelfabriek; voor veilen van apparatuur moet je bij Troostwijk Auctions zijn. In opdracht van de gemeente Land van Cuijk werd álle apparatuur van een zuivelfabriek aan de Maas geveild. “Onze kracht is het vinden van de juiste kopers.”

Voor de gemeente Land van Cuijk was het nog niet eens zo'n hoofdbreker hoor, om de juiste partij te vinden voor het veilen van álle apparatuur van een zuivelverwerkingsfabriek en het volledig schoon opleveren van de gebouwen. Volgens Tjeerd Hendriks, die het project van ontmanteling en sloop van het fabriekscomplex voor de gemeente trekt, moet je dan op zoek

naar een partij die internationaal opereert: “Voor de gemeente is het de kunst om er zoveel mogelijk uit te halen. Na alle fusies was Troostwijk Auctions de meest logische keuze.”

90 JAAR ERVARING

Je zult Caspar Lampe, salesman bij van Troostwijk Auctions niet snel betrappen op

borstklopperij, maar blij met de woorden van Hendriks is hij wel. Waarom? In alle bescheidenheid: “Omdat we dit al 90 jaar doen, hebben we veel kennis van - en ervaring met waardeerders, en met ons online veilingplatform Atlas kunnen we alles als geen ander benchmarken. Dat geeft wel vertrouwen ja.”

Maar als we toch even één stapje terug mogen zetten, waarom is in het geval van de zuivelverwerker in Cuijk gekozen voor een veiling? En niet voor een gewone verkoop? Het antwoord is: tijd. De gemeente wil het betreffende gebied snel herontwikkelen en als je met één of meerdere kopers moet gaan zitten onderhandelen kost dat juist méér tijd. “Bovendien,” zegt Lampe, “als er weinig tijd is, is dat een pressiemiddel voor de kopende partij.”

GEEN KINK

Los van het gegeven dat het voor de opdrachtgever een pluspunt is om alles door één partij uit te laten voeren - de gemeente geeft alleen de opdracht en ontvangt aan het eind de gelden op de rekening - komt daar nóg een voordeel bij. In de veiling wordt alles goed en realistisch omschreven en gefotografeerd, en er zijn kijk-




groepen. In deze veiling zaten bijvoorbeeld een aantal procestanks die voor de brede levensmiddelenindustrie interessant zijn.” Het mooie is dat Troostwijk die doelgroepen specifiek kan attenderen op bepaalde kavels. “Daarnaast zetten we stevig in op online adverteren (SEO en SEA, red.), LinkedIn en de vakbladen.”

PRAKTISCHE INSTELLING

Hendriks vindt het nog te vroeg om te zeggen, ‘mission accomplished’, maar content over de gang van zaken is hij sowieso. “Het proces loopt nog, maar ik ben tevreden over de praktische instelling van Troostwijk.”

Dat het altijd weer spannend is, weet Lampe als geen ander. “Ook al gaan we de laatste tijd steeds vaker over onze eigen estimates heen, het gebeurt allemaal pas helemaal op het einde, in de laatste twee minuten. Dan zitten we samen met de opdrachtgever naar de oplopende omzet te kijken. Enerverend, want je hebt toch een gemeenschappelijk doel. Ik heb er veel vertrouwen in dat dat in dit geval ook weer een succes wordt.”

 www.troostwijkauctions.com
www.veilenmettroostwijk.nl

MARKETINGMACHINE

Natúrlijk is Troostwijk primair een veilingplatform, maar Lampe zegt ook: “Wij zijn een marketingbedrijf.” Wat bedoelt hij daarmee? “Dat we in staat zijn om mogelijke kopers van over de hele wereld naar ons toe te trekken. Op basis van big data kunnen we precies in kaart brengen wie mogelijk waarin is geïnteresseerd. In het onderhavige geval in Cuijk richten we ons dan ook niet alleen op ondernemers in de zuivelindustrie, maar op verschillende doel-

dagen. Bij veilingen is het anders dan bij gewone handel: gekocht is gekocht. “In de handel gebeurt het vaak dat marktpartijen terugkomen met allerlei argumenten om alsnog geld van de verkoopprijs af te krijgen. Vaak gebeurt dat zelfs nog op het moment dat de goederen geladen zijn en van het terrein af worden gereden. Dat soort gedoe heb je met veilen niet, omdat de goederen pas worden vrijgegeven nadat de betaling binnen is.”

HERGEBRUIK

Het veilen van apparatuur in de sectoren van food, agri, chemie, transport en farma is booming op het moment en dat is niet moeilijk te verklaren. Om te beginnen zijn de levertijden voor nieuwe apparatuur veel langer dan voorheen. Lampe: “Dat is ook de reden waarom de prijzen voor gebruikte apparatuur zo goed zijn. Bedrijven kunnen het zich niet veroorloven om lang stil te liggen.” Daarbij komt dat de aandacht voor duurzaamheid steeds groter wordt. Niet alleen bij food-giganten overigens. “We zijn ook van de projecten op kleine schaal. Detailhandel, kleine producenten, een bedrijf dat één lijn vervangt; je kunt bij ons al met een paar assets meedoen.”



Een vriesdeur die écht probleemloos werkt!

No cure, no pay.

DD Speed Roll 500 Cool/Cold tot -40°C

Bekroond als meest innovatieve en energiebesparende oplossing voor het koel- en vriesbereik.

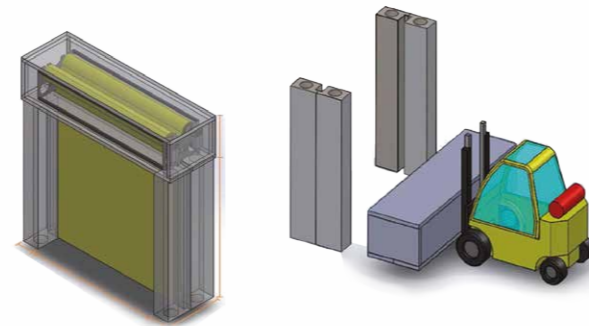
De DD Speed Roll 500 Cool/Cold is een verticale energiebesparende supersnelle industriedeur speciaal voor vries- en koelcellen.

Deze deur kan zowel aan de warme als aan de koude zijde worden geïnstalleerd en werkt geheel probleemloos zonder spoor van ijs of rijpafzetting tot -40°C. Energiezuinig door slimme recuperatie van de restwarmte van de aandrijving die het inwendig systeem continu boven de 0°C houdt.



Alle voordelen op een rij:

- ✓ Slechts 1 deur in uw vriesdoorgang.
- ✓ Deurblad opgebouwd uit 6 lagen. (K=0,31W/m2/K)
- ✓ Gesplitste oprolling via 2 synchroon aangedreven wikkellussen
- ✓ Opensnelheid tot 2.5 M/s.
- ✓ Gelakte of RVS Quad-Core panelen behuizing.
- ✓ Na een eventuele aanrijding binnen enkele seconden weer operationeel.
- ✓ Max breedte 5.000 mm; Max hoogte 6.000 mm.
- ✓ Modulaire constructie; geheel voorgeassembleerd.
- ✓ Eenvoudig geïntegreerd met bestaande sandwichwand zonder koudebrug.
- ✓ Bestaande vloerverwarming is niet vereist.



Neem contact op voor meer informatie:



Ray Denessen

06 27 17 92 42
r.denessen@dendoor.eu
www.dendoor.eu

DenDoor.
All Industrial Door Solutions



NIEUWE EIWITTEN: WAT LIGT OP TAFEL?

Mijn gezin telt twee flexitariërs en twee vegetariërs. Daarmee zijn we geen uitzondering. In de Lage Landen eten we niet langer 7/7 vlees. Dat is overzees wel anders. Laatst was ik in Maleisië om onze collega's bij te praten. Ik gaf er dezelfde Food Masterclass die ik ook hier geef. Ik stel dan vragen als 'Wie eet er nog vlees?' en 'Wie probeert minder vlees te eten?'. Waar wij de voorkeur geven aan producten die minder druk uitoefenen op de planeet, bevinden ze zich in Maleisië (nog) niet op dat kantelpunt. Vlees staat symbool voor weelde. Wie over de middelen beschikt, koopt vlees en toont zo zijn status.

Vermogen is 'een dingetje' als we vleesconsumptie willen minimaliseren, net zoals cultuur. De doorsnee Nederlander is gewend aan vlees, aardappelen en groenten op zijn bord. Vlees schrappen vinden we uitdagend, vlees vervangen lijkt haalbaarder. Kweekvlees (kunstmatig vlees dat vertrekt van dierlijk vlees en het industrieel reproduceert) wordt volop getest in Singapore. Slim, want minder milieubelastend. Kanttekening: dierenleed is daarmee niet van de baan. Volgens mij hebben insecten meer kans om de Westerse keukens te veroveren. Ik beken dat ik het zelf een harde noot vind om te kraken, kriebelende beestjes eten. Maar ze lopen over van proteïne en zijn zachter voor moeder natuur in productie dan vee.

Weet je wat frappant is aan de evolutie richting nieuwe eiwitten? We zetten grote stappen per generatie. Mijn kinderen kennen 'de echte american' niet en smullen van de veggie variant. Dat is nog zoiets: de naam. We hebben eiwitten nodig om te functioneren. Je vindt die in vlees, al zijn er massa's alternatieven. Het is bizar dat we eiwitrijke producten hoe dan ook in een vleesjasje gieten. Vegetarische hamburgers of worsten? Deze namen scheppen de verwachting dat je vlees proeft, terwijl het doel is om je proteïnes smakelijk te consumeren met een beperkte ecologische voetafdruk.

De pot zal altijd eiwitten schaffen, de vraag is alleen 'Hoe?' ...

Maarten Cordenier

Partner, delaware





EEN TSUNAMI AAN NIEUWE VERPAKKINGSWETGEVING:

VOEDSELVERPAKKINGEN MOETEN VERANDEREN

“Recycleerbaarheid by design; dáár ligt de basis voor toekomstige verpakkingen,” voorspelt Rob Verhagen van de OPACKGROUP. “Er staat ons een tsunami aan nieuwe wetgeving te wachten. Bedrijven moeten daarom nú in actie komen.”

“Verpakkingen moeten vanaf 2030 recycleerbaar zijn én een minimale hoeveelheid gerecycled materiaal bevatten. Dat zijn 2 belangrijke wettelijke verplichtingen uit de nieuwe Pack-

aging en Packaging Waste Regulation (PPWR),” vertelt Rob Verhagen, Sustainability director van de OPACKGROUP. Als geen ander weet hij wat er speelt in de verpakkingwereld.

“Vooruitlopend op die Europese wet heeft Nederland al aangekondigd op korte termijn te komen met een bijmengverplichting van recycleert of biogebaseerde materialen voor

kunststoffen”, vervolgt hij. “Dit is beschreven in de nieuwe Nationale Circulaire Plastics Norm. Alle kunststoffen die in Nederland op de markt gebracht worden, moeten straks een minimaal aandeel recycled of biobased materiaal bevatten. De exacte percentages per product–marktcombinatie staan nog ter discussie. In 2027 zijn ze nog laag, maar in 2030 gaan ze omhoog tot wel 30%. En er komt een scherpe doelstelling op de hoeveelheid verpakkingsmateriaal en –afval die op de markt worden gebracht en een verbod op een aantal verpakkingoplossingen. In 2024 zien we de veranderingen al in de praktijk; het Afvalfonds komt met meer tariefdifferentiaties, waarbij de inzet van recycleert en recycleerbaarheid beloofd worden.” Zóveel veranderingen en verplichtingen; niet vreemd dat het de gemiddelde ondernemer duizelt. Waar moet je beginnen?

ESSENTIËLE EISEN

Rob: “De grootste milieu-impact ligt bij het verpakte product. Daarom moeten we eerst bekijken waaróm we verpakken. De functionaliteit is hoofdzaak: beschermen tijdens transport en verbeteren van de houdbaarheid om verspilling tegen te gaan. Direct daarna volgt ‘ontwerpen voor circulariteit’. Dat is niet nieuw: al in 1994 werden de ‘Essentiële eisen voor verpakkingen’ geformuleerd. De nieuwe Packaging & Packaging Waste Regulation borduurt daar gewoon op voort.” In de Essentiële eisen (www.essentieleeisen.nl) staat dat verpakkingen veilig moeten zijn, je moet zorgen voor een zo laag mogelijke milieu-impact, en je de hoeveelheid materiaal moet minimaliseren. Die set van eisen moet vastgelegd worden in een verpakkingdossier. “Met de expertise van het OPACKGROUP Technology Centre (OTC) helpen wij marktpartijen met het verzamelen van relevante informatie. Mijn advies voor (food) producenten die dat dossier nog niet hebben: wacht niet langer. Start vandaag nog met het opbouwen ervan!”

ACTIE VOOR DE FOODPRODUCENT

“Voorheen was verpakking iets wat bedrijven gewoon inkochten. Inmiddels heeft de keuze voor een verpakking invloed op de gehele bedrijfsvoering en het kostenplaatje is veranderd,” vertelt Rob. “De afdeling inkoop moet het

materiaal selecteren op de nieuwe wettelijke eisen. De inkoopprijs zegt niet alles; misschien is het materiaal bij inkoop duurder, maar betaalt je achteraf een lager tarief aan het Afvalfonds. De afdeling operatie moet weten hoe een nieuw materiaal op de verpakkingsmachines draait. Er zijn proefleveringen nodig om dat te testen. Moeten er operators getraind worden? Machine-instellingen veranderen? Bij de overgang van complexe laminaten (zoals PET-PE) naar een recycleerbare barrière verpakking uit monomateriaal moet de temperatuur waarop het materiaal verwerkt wordt, worden verlaagd. Daarmee krijg je een lager energieverbruik. Voor de afdeling Kwaliteit zijn de doorprikweerstand en houdbaarheid van een verpakking van groot belang; ook dát moet getest worden. En de afdeling marketing buigt zich over de vraag wat een duurzamere verpakking betekent voor de marktpositionering.”


RE-THINK

Het is duidelijk: er komt heel veel op de voedselproducenten af. “Je kunt natuurlijk wachten tot alle details van de wetgeving vastgesteld zijn. De kans is groot dat je dan te laat bent”, zegt Rob. “Al lijkt het ingewikkeld, in wezen is het best simpel. Wat je moet doen, heeft NRK Verpakkingen namelijk al in 2018 bondig omschreven in de ‘Routekaart materiaalverduurzaming kunststof verpakking’. In de ‘Re-think plastics’ strategie staan vijf ‘re’s’: re-duce, re-use, re-cycle, re-design en re-new. Leg die verduurzamingsrichtingen naast de nieuwe wetgeving, en je ziet overal overlap!”

INNOVEREN

Rob vertelt dat de OPACKGROUP een eigen recycling-afdeling heeft én ervoor zorgt dat dat recycleert daadwerkelijk wordt ingezet. “We hebben flink geïnvesteerd in een nieuwe fabriek waar we onder andere recycleerbare barrièreverpakkingen maken van mono-materiaal. Onze innovatie komt erop neer dat polyethyleen op een bepaalde manier wordt ‘verstrek’ waardoor de folie transformeert van amorf naar kristallijn. Het materiaal wordt daardoor transparanter, de barrièrefunctie verbetert en de doorprikweerstand wordt groter.” Het meergelaagde mono-materiaal wordt al toegepast voor het verpakken van een hele reeks aan voedingswaren waar eerder complexe laminaten voor gebruikt werden. Denk aan kaas, koekjes, diervoeding en afbakbroodjes. Een andere innovatie is het lamineren met een preegfolie, wat een mono-materiaal oplevert van 30% minder gewicht maar wel heel stevig is. Dit toekomstbestendige product is nu gepatenteerd.

“Overstappen naar een heel nieuw verpakkingmateriaal is écht een grote verandering,” weet Rob. “Om dat goed te doen, moeten alle afdelingen in je bedrijf samenwerken en het totaalplaatje zien. Mijn advies voor foodproducenten is dan ook: ga dat traject nú in! Dan loop je voor op de massa en verloopt je veranderproces zonder de stress van een hoge tijdsdruk.”

 www.opackgroup.com



OVER KOEIEN EN HAZEN, MAAR VOORAL OVER KAZEN

HOE BONT KUN JE HET MAKEN?



Evert Fokker is de enige boer in Nederland die ook kaashandelaar is (én andersom). Van de melk van ‘zijn meiden’, bijna vijfhonderd Roodbonter koeien van het MRIJ-ras, wordt een heerlijke eiwitrijke kaas gemaakt: ‘de Roodbonter’.

We lopen door het geklimatiseerde pakhuis van kaashandelaar Evert en onze neuzen vul- len zich met de pittige geur van kaas. Dit is het hart van kaashandel Korver. Zover het oog rijkt liggen de ronde gele kazen op de planken van de stellages, tot aan het plafond. “Deze kazen worden allemaal machinaal gekeerd”, vertelt Evert. “In het natuurpakhuis, waar onze eigen Roodbonter kazen liggen, gebeurt dit handma- tig. Deze kazen zijn voorzien van het Rijksmerk ‘Kaas van eigen boer’ en het label EFTB (Evert Fokker te Bodegraven, red.)” Behalve de kaas- handel in Bodegraven heeft hij een boerderij in Zwammerdam; met melkkoeien en wat varkens.

ROMIGER EN EIWITRIJK

De Roodbonter koeien van Evert zijn van het Maas-Rijn-IJssel (MRIJ)-ras. Ze geven minder melk dan de bekende zwart-witte Holstein Frysian melkkoeien, maar de melk bevat wel meer eiwit en smaakt romiger. “Ik wilde met onze melk een onderscheidend product in



de markt zetten,” vertelt Evert. “Alleen wist ik niets van concepten en merken. Daarom ben ik gaan praten met CONO Kaasmakers. Zij weten als geen ander hoe je goede kaas maakt én hoe een merk in de markt zet. Omdat CONO zeker wilde weten of onze claim - Roodbonter melk is romiger en eiwitrijker - klopt, hebben we deze laten testen: in een laboratorium, maar ook door ‘melksommelier’ Bas de Groot. Van beide kanten kwam de bevestiging dat de melk van onze grasgevoerde MRIJ-runderen hoger in vet en eiwit zit. Niet alleen het ras, ook het voer-regiem heeft overigens invloed op de smaak. ‘De smaak van deze grasgevoerde dieren is duidelijk anders dan die van de met maïs bijgevoerde Holstein Frysian. Meer fruitig, zou ik het willen noemen,’ vertelde de melksommelier eens in een interview met Delicious Magazine.”

GOEDE SMELTEIGENSCHAPPEN

“Had ik achteraf geweten hoeveel tijd, geld en moeite het zou kosten om een eigen merk in de

markt te zetten, dan was ik er misschien nooit aan begonnen,” geeft Evert eerlijk toe. “Maar nu staat het. En we groeien!” Dat het merk zo goed loopt, komt volgens hem mede doordat het past in de huidige tijdsgeest. “Consu- menten willen weten waar de producten die ze eten vandaan komen en wie het heeft ge- maakt. Wij maken ‘kaas met een gezicht’”, zegt hij trots. “Onze kaas is eiwitrijk en heeft een unieke smaak. En hij is duurzaam. Roodbonter koeien leven langer dan de Holstein-Frysian; namelijk 8 jaar tegenover gemiddeld 4. Ze drinken water uit onze eigen waterbron en eten eigen, Zwammerdams, gras. Verder krij- gen ze geen preventieve antibiotica.”

Roodbonter kaas ligt niet in het supermarkt- schap; de consument moet er speciaal voor naar de versspecialist of de horeca. Om zo goed mogelijk in te spelen op de klantwensen, liet Evert een consumentenonderzoek uitvoe- ren. “Daar rolde uit dat de varianten ‘mild’ en ‘pittig’ het best zouden lopen; daarvoor gaan

consumenten naar de speciaalzaak. We zijn daar dan ook mee begonnen, maar de praktijk wees wat anders uit. Juist de vraag naar onze Roodbonter graskaas, die we ‘Jonkie’ noemen, is het grootst. Dat heeft denk ik te maken met het feit dat deze heel goede smelteigenschap- pen heeft. De kaas is daardoor zeer geschikt voor tosti’s en nacho’s met kaas uit de oven; gerechten die het in de horeca goed doen. We hebben zelfs een kaasfondue-recept voor deze kaasvariant.”

IN DE STAL

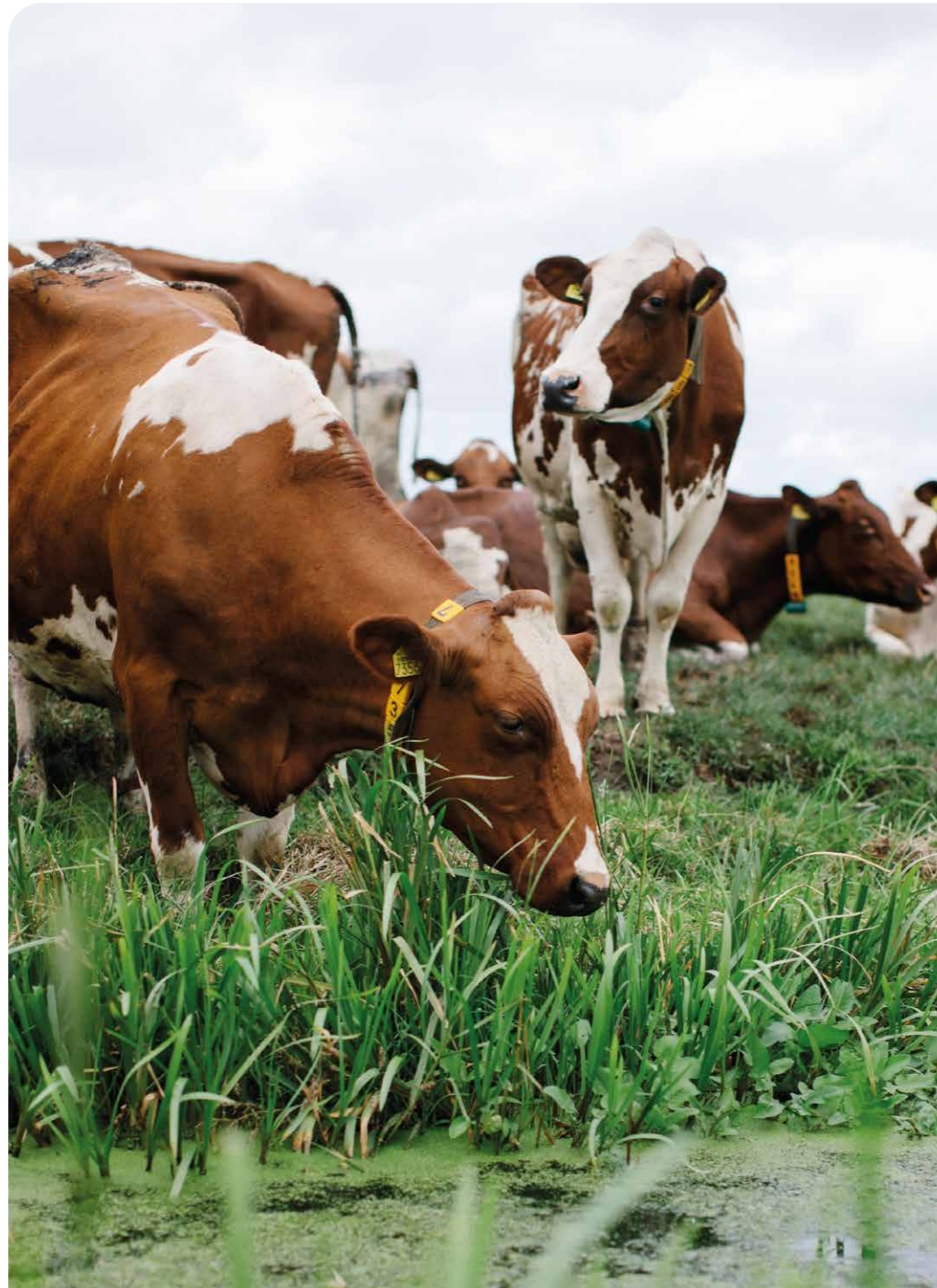
Van de geklimatiseerde kaas-opslag rijden we naar de boerderij in Zwammerdam. Van kinds af aan loopt Evert hier al rond. “Mijn vader, Jan Fokker, koos ooit voor het Roodbonter ras, puur omdat hij de kleur zo mooi vond,” lacht Evert. “Toen hadden we zo’n 80 koeien, inmid- dels zijn dat er bijna 500.” Iedere ochtend gaat in het woonhuis de wekker om precies 03:10, in de winter een uur later. Evert begint de werkdag in zijn overall, met het melken van >>

de koeien. De boerderij produceert zo'n 2,5 miljoen liter melk op jaarbasis. Daarna verruult hij z'n overall voor een pak, en vertrekt hij naar het kantoor van de kaashandel in Bodegraven of bezoekt hij bestaande en potentieel nieuwe klanten. Nu, midden op de dag, is het echter rustig op de boerderij. De melkcarroussel is leeg. "Twee keer in mijn carrière hebben we hier een stroomstoring gehad. De koeien konden toen niet op tijd gemolken worden", vertelt Evert, duidelijk geen man van het type dat je de kop gek kan maken. "Maar toen had ik wel stress!"

Een deel van de huidige kudde loopt buiten in de wei, een ander deel staat op stal; dat ze afwisselend binnen en buiten staan, is een tijdelijke maatregel bij hitte. Helemaal rechts, apart van 'de dames' staan twee Roodbonte stieren. "Onze koeien worden op natuurlijke wijze bevrucht," vertelt Evert. Aan de andere kant van de stal schurkt ondertussen een koe lekker met haar kont tegen een borstel. De andere dieren liggen of staan relaxed te herkauwen of grazen van het gekuilde gras. Nieuwsgierig kijken ze op naar de bezoekers in hun stal. Evert kent al zijn koeien, en hij maakt er een sport van om ze tijdens het melken één voor één te herkennen op nummer. "Voor een goede kwaliteit van de kaas, is het heel belangrijk om dat melken zo hygiënisch mogelijk te laten verlopen," vertelt hij. Om het risico op bijvoorbeeld de door kaasboeren gevreesde boterzuurbacteriën te verkleinen, houdt hij vast aan een strikt stal-, weide- en koe-hygiëneprotocol. Dit houdt onder andere in dat spenen voor het melken worden schoon-gemaakt, er met handschoenen aan wordt gemolken, de poten en flanken van de dieren met zeer vaste regelmaat grondig worden gewassen en de boxen dagelijks (mechanisch) worden uitgemest.

FAMILIEBEDRIJF

Evert is duidelijk trots op het familiebedrijf.



Zijn vader, inmiddels in de 80, is nog geregeld op het terrein te vinden om mee te helpen. Ook zijn vrouw Nelleke, een zus en andere familieleden helpen mee. En de vierde generatie? "Die springt af en toe bij", zegt Evert. "Mijn kinderen, we hebben er vijf, neem ik ook wel eens mee naar internationale beurzen; gewoon omdat het leuk is. Of een van hen het bedrijf ooit wil overnemen? Dat hoop ik natuurlijk wel, maar zover is het nog niet. Ze zijn nog jong, de oudste is pas 19. De jongste van 8 is wel een echt boerinnetje; zij is gek op de dieren. Ik denk dat er voor onze kaas veel mogelijk is op de exportmarkt. Om dat project te laten slagen, móet je je talen goed spreken. Mijn kinderen kunnen dat, dus op dat vlak liggen er veel kansen voor ze. Maar ze mogen zelf ontdekken en beslissen wat ze later graag willen."

VERNIEUWEND

"Wat de toekomst gaat brengen? Elk jaar maken we een prognose voor het komende jaar. En elk jaar is er wel iets aan de hand. Het blijft koffiedik kijken," vindt Evert. "Zo was ik best bezorgd over de stikstofbelasting en piekbelasters. Ik zit namelijk vlakbij de Nieuwkoopse Plassen, een Natura 2000 gebied. Na het invullen van alle gegevens rolde uit de berekeningen dat ik géén piekbelaster ben. We kunnen dus gewoon door. Dat was me een pak van het hart." En verder? Hij blijft nuchter. "De prijzen zijn gestegen, maar niet alleen die van ons. Fabriekskaas en onze kaas zijn qua prijs dicht bij elkaar komen te liggen. Dat maakt de keuze voor die van ons voor de consument dus nog makkelijker." Ondertussen zit hij allesbehalve stil. De productontwikkeling gaat door. Tijdens de laatste Vakbeurs Foodspecialiteiten in Houten, in oktober 2022, lanceerde Evert de 'Roodbon-bon-ter'; een klapper van jewelste. De vrolijk gekleurde bonbons van witte chocolade, gevuld met zachte oude kaas en een likje appelstroop, worden gemaakt door een patissier en goed verkocht in de vele toeristenwinkeltjes in en rond Amsterdam. Net



als de pittige en smeùige kaassalade volgens eigen recept. "Lekker bij het traditionele broodmandje in restaurants; in plaats van -of naast- de bekende kruidenboter," aldus Evert. Hij is alweer met wat nieuws bezig; "Maar dat

is nog geheim", verklaart de kaashandelaar/boer met pretlichtjes in zijn ogen. "Ik vind het leuk om creatief bezig te zijn," besluit Evert. "Je weet nooit hoe een koe een haas vangt." ■

” Uw partner voor duurzame stoom



STERK IN STOOM
THUIS IN THERMISCHE OLIE



- Elektrische stoomketels als gasloos alternatief
- Voor elk productieproces de juiste stoomkwaliteit
- Al 40 jaar specialist in stoom

Geïnteresseerd in een vrijblijvend adviesgesprek?

Contact: 030-2410972 | info@scharfftechniek.nl

www.scharfftechniek.nl



Onafhankelijk advies bij

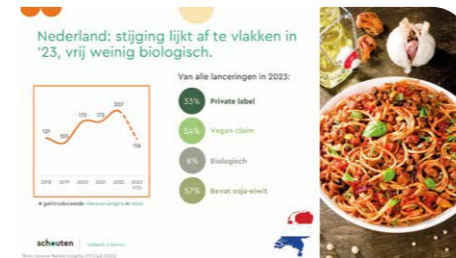
- Afstemming koelbehoefte aan uw productieproces
- Aanschaf nieuwe of vervanging bestaande koelinstallaties
- Subsidiemogelijkheden & Energiebesparing
- Begeleiding & controle bij uitvoering

GO Consulting
T +31 (0)6 832 349 02

E info@goconsulting.nl
I www.goconsulting.nl

PLANTBASED RECENTE MARKTINZICHTEN

In Nederland lijkt de stijging van het aantal productintroducties van plantbased af te vlakken. Dit blijkt uit een plantaardige nieuwsupdate van Schouten Europe, dat



in samenwerking met partner Innova onderzoek uitvoert naar de lanceringen van vleesvervangers in verschillende landen. Ze keken ook naar de relevantie van bepaalde productkenmerken, zoals 100% vegan, biologisch of het gebruik van soja-eiwit. Van alle lanceringen - van januari tot en met juli 2023 - was in Nederland eenderde onder private label, kreeg 54% een vegan claim en bevat 57% soja-eiwit. Slechts 8% is biologisch. Uit de cijfers blijkt dat België in 2023 achterloopt op het schema van de laatste jaren, en veel soja-eiwit lanceringen heeft. In Frankrijk kwamen er veel nieuwe producten op de markt: relatief veel bio, maar weinig vegan. Ook Duitsland laat een stijgende lijn zien in het aantal productlanceringen. De vegan claim is bij onze oosterburen juist zeer belangrijk.

www.schoutenfood.nl

VOEDSELVERSPILLING COV START MONITOR VOEDSEL- VERSPILLING IN VLEESSECTOR

De periodieke monitoring van voedselverspilling binnen de vleessector is een nieuw initiatief en een samenwerking tussen de Centrale Organisatie voor de Vleessector (COV), Wageningen University & Research (WUR) en de Stichting Samen Tegen Voedselverspilling (STV). COV legt komende 3 jaar de focus op het verbeteren van het imago van de Nederlandse vleesindustrie. Doel is het instellen van hoge maatschappelijke normen, kennisdeling en de adoptie van de beste praktijken. Centraal hierin staat de aanpak van voedselverspilling, omdat een efficiënt grondstoffengebruik zowel kostenefficiëntie als duurzaamheid bevordert. Het optimaliseren van voedselrestwaarde draagt tevens bij aan deze verduurzaming.

www.cov.nl



CIJFERS & FEITEN PRODUCTIEGROEI VOEDINGSINDUSTRIE VALT STIL

“Voor sectoren zoals de zuivel- en vleesindustrie wordt het steeds moeilijker om te groeien vanwege de beoogde krimp in de veehouderij.” Dat zegt Thijs Geijer, sectoreconoom Food bij ING. Voor 2024 voorziet de bank slechts een beperkte groei in de productie. “Ondernemers anticiperen op een verandering in het prijslandschap, waarbij de eens dominante golf van prijsverhogingen lijkt af te nemen. De opwaartse trend in kosten legt echter een druk op de winstgevendheid van de sector. Ondanks een afnemende inflatie zijn de economische groeiverwachtingen in Nederland en Europa matig. De productiegroei in de voedingsindustrie valt in 2023 naar verwachting stil.

www.ing.nl



DUURZAAMHEID FNLI: KLIMAATPAKKET BEDREIGT VERDUURZAMING FOODSECTOR

De recent aangekondigde verhogingen van de energiebelasting op gas en de voorgenomen heffingen uit het aanvullende klimaatpakket dreigen de verduurzamingsinspanningen van voedingsmiddelenfabrikanten



te belemmeren. Een recente studie, uitgevoerd door adviesbureau KWA in opdracht van FNLI, wijst uit dat bepaalde voedingsmiddelenbedrijven disproportioneel getroffen worden door de nieuwe heffingen, met name bedrijven die afhankelijk zijn van hoge productietemperaturen, zoals industriële bakkerijen, zuivelproducenten en aardappelverwerkers. De producenten willen wel overschakelen van gas naar elektriciteit, maar worden daarin belemmerd door het overbelaste Nederlandse stroomnet. Dit, gecombineerd met de stijgende kosten van elektriciteit en gasbelasting, maken verduurzaming financieel ontmoedigend. FNLI roept het demissionair kabinet op om voedingsmiddelenbedrijven te beschermen tegen de bijkomende financiële druk.

www.fnli.nl

DRT Technische vloeren

Industriële Vloerenspecialist voor renovatie en nieuwbouw.

- Foodsafety
- Duurzaam
- Chemische en thermische resistentie
- Zeer slijtvast

DRT Vloeren
Randmeer 6, 5347 JW Oss, Nederland
T. +31 (0)412 64 25 88
info@drt.nl
www.drt.nl



HOGESLAG-OLST: KWALITEIT EN TOEGEVOEGDE WAARDE

Rundvleesproducent Hogeslag-Olst gaat voor kwaliteit: in product én in samenwerking. Niet alleen voor klanten, maar óók voor leveranciers en medewerkers. Je moet het met elkaar doen' is hun filosofie.

De rundvleesproducent levert aan vleesverwerkers in vier verschillende markten. Aan toeleveranciers voor de horeca, retail, vleeswarenindustrie en de maalindustrie. "We zorgen als grondstofproducent voor toegevoegde waarde. Kwaliteit wordt niet alleen bepaald door het vlees zelf, maar ook door het voldoen aan de verwachtingen van de klant," vertelt directeur bedrijfsvoering Rudi Holleboom. "Wij kiezen voor het juiste vlees, in de juiste snit, bij de juiste klant. We maken nauwkeurige selecties; we gaan voor de midden- tot hogere klasse koe. Het extra luxe segment laten we over aan andere spelers. Dankzij het ruime aanbod kunnen we inspelen op specifieke wensen van onze klanten."

TERUGBLIK

Hogeslag-Olst werd in 1921 opgericht: door J.G. Hogeslag in Den Nul als slachterij voor koeien en kalveren. In 1991 namen Erik en André Hogeslag het bedrijf van hun vader over. Zij kozen voor een nieuwe koers. Het slachten werd uit handen gegeven. Ze besloten zich volledig te richten op de verwerking van karkassen. In 2001 nam de onderneming de voormalige varkensslachterij van Dumeco in Olst over. Deze werd geheel verbouwd tot een modern verwerkingsbedrijf voor runderkarkassen. Sindsdien zijn ze verder gegroeid. "We



©NAOMI HEIDINGA

verwerken inmiddels richting de 100 duizend karkassen per jaar," aldus Rudi.

MELKVEE

Het gaat dan voornamelijk om karkassen van dubbeldoel-vee; van Simmertalers en Holsteinrunderen, afkomstig uit het buitenland, onder meer uit de Alpen. De dieren worden in het land van herkomst geslacht. "Deze dieren zijn in goede conditie, het melk produceren doet daar niets aan af. Ze zitten goed in de spieren en hebben een laagje vet." Dat laagje vet maakt het vlees lekker, vindt Rudi. "Dat is het vlees dat je in de horeca krijgt. In de winkel kiest men vaak voor mager, in de horeca juist voor vlees met iets meer vet. Dat vet zorgt voor de smaak."

VOEDSELVEILIGHEID

Klanten stellen niet alleen meer eisen op het gebied van kwaliteit en flexibiliteit, maar ook aan voedselveiligheid. Een belangrijk onderwerp voor Hogeslag-Olst. "Voedselveiligheid moet je kunnen garanderen. Dat vraagt niet

Rudi Holleboom

alleen iets van onze eigen organisatie en medewerkers, maar ook van die van onze leveranciers. Om de voedselveiligheid te borgen, voeren we steeds meer controles uit. We laten vaker bacteriologisch onderzoek doen, onder meer bij onze leveranciers. De fabriek en processen zijn zo ingericht dat we voedselveilig kunnen functioneren. Alle medewerkers krijgen vanaf dag één instructies over hoe ze hygiënisch moeten werken. Bij dit onderwerp kun je niet achterovergaan leunen, het vraagt constante aandacht. Je moet mensen constant blijven motiveren om zichzelf steeds te verbeteren. Inmiddels is dit de cultuur hier geworden."

MENSENWERK

De diversiteit aan medewerkers kan daarbij een uitdaging vormen. "We hebben veel arbeidsmigranten in dienst, afkomstig uit diverse landen. Daarom zijn de instructies in verschillende talen beschikbaar. De leidinggevenden hebben


vaak dezelfde achtergrond en spreken de taal. Waar mogelijk kiezen we ervoor het proces te automatiseren, maar het snijden van het vlees blijft mensenwerk. Daarom leren we medewerkers telkens een klein stukje van het proces. Zo kan het werk blijven doorgaan en blijft de kwaliteit gegarandeerd. Daarnaast vinden we het belangrijk om in onze mensen te investeren. Zorg ervoor dat ze hun werk met plezier doen. Behandel ze met respect. Dan kom je een heel eind."

VERSCHUIVINGEN

Hogeslag-Olst opereert in een onzekere bedrijfstak met oog op het milieu en veranderende voedselpatronen. "Toch kijk ik positief naar de toekomst," zegt Rudi. "Zolang men zuivelproducten nodig heeft, komen er runderen beschikbaar om te verwerken. De komende jaren zullen er verschuivingen plaatsvinden. Het vee wordt meer verdeeld over Europa, in Nederland zal de veestapel wat afnemen. Voor ons bedrijf voorzie ik geen problemen, wij kunnen daarop inspelen. Met minder vlees zal het meer gaan over kwaliteit. De markt komt altijd weer in balans." Hij lacht. "Wie het slim speelt, blijft over. Ik maak me daar geen zorgen over."

TOEKOMST

"In de afgelopen 10 jaar is onze bedrijfsoutput verdubbeld", vervolgt hij positief. "Groeï is voor ons geen doel op zich, maar we hebben er nog wel ruimte voor. Bij elke aanpassing van de fabriek houden we er rekening mee. We kiezen voor een bestendige groei, met een gedegen basis, waarin we klanten, leveranciers en medewerkers meenemen. Het optimaliseren van de samenwerking is en blijft onze uitdaging. We kijken daarbij constant naar mogelijkheden tot verbetering. Niet voor niets ligt de gemiddelde leeftijd van onze managers op 33 jaar. We zijn gericht op de toekomst en laten ons leiden door kwaliteit."

 www.hogeslagolst.nl

FIVE SPICES BBQ KROKETJES

Deze kroketjes hebben een BBQ achtige smaak, dit door de gebruikte Master Sauce Five Spices.




De Korrel Beheer BV | Tolboomweg 16 | 3784 XC Terschuur | The Netherlands
T +31 (0)88 55 777 55 | F +31 (0)88 55 777 33 | info@dekorrelbeheer.nl | www.dekorrelbeheer.nl

MUNDI TECHNOLOGY

LASER CODING | PRODUCT INSPECTION

25th Anniversary

UNIEKE LEKDETECTIE VOOR MAP VERPAKKINGEN!

- ✓ 100% in-line lekdetectie voor MAP verpakkingen
- ✓ Garandeert verwachte houdbaarheid van het product
- ✓ Voorkomt recalls / klachten
- ✓ Vermijdt geur- en smaakverandering veroorzaakt door (micro)lekken




Stuur ons een mail!

T +31 (0)297 23 08 40 | info@mundi-technology.com | www.mundi-technology.com

VOEDSELVERSPILLING GROOTSCHALIGE VERWAARDING AGF RESTSTROMEN

Groenten- en fruithandelsbedrijf Combilo zet stappen in de strijd tegen voedselverspilling. Dankzij een voucher van Samen Tegen Voedselverspilling onderzoekt het bedrijf de mogelijkheden om reststromen van kasgroenten in te zetten in nieuwe grondstoffen voor de voedingssector. Met de introductie van een geavanceerd verwaardingscentrum op eigen locatie ambieert Combilo een duurzame oplossing te bieden voor zowel de eigen reststromen als die van hun partners in de AGF-keten.

www.samentegenvoedselverspilling.nl



SAMENWERKEN DE WITH MAAL- TIJDEN BUNDELT KRACHTEN MET DE KROES



Vanaf 11 september 2023 bundelen De With Maaltijden en De Kroes hun krachten. De With Maaltijden en De Kroes zijn beiden actief als producent voor onder andere versspecialisten, foodservice en retail. Met een gezamenlijk doel om de categorie van ambachtelijke maaltijdschotels uit te bouwen op een lokale en duurzame wijze, versterkt De Kroes haar propositie. Dit biedt een stevige basis om op de veranderende marktbehoeften te blijven inspelen. De productie van de ovenschotels zal de komende periode worden overgedragen naar Nieuw-Vennep onder begeleiding van Thomas de With.

www.dewithmaaltijden.nl
www.dekroes.nl

CIJFERS & FEITEN 7,5% OMZETDALING INDUSTRIE, VOEDINGSSECTOR GROEIT

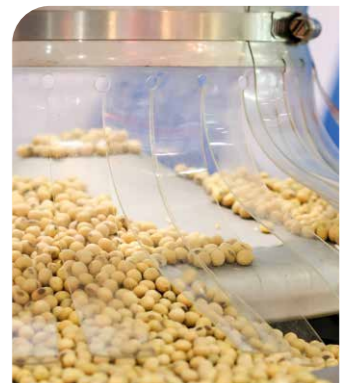
In het tweede kwartaal van 2023 heeft de industrie een omzetzaling van 7,5 procent ervaren in vergelijking met dezelfde periode het jaar ervoor. Na twee jaar van gestage groei, tonen recente cijfers van het CBS deze verrassende daling. Deze daling is zichtbaar in zowel binnenlandse

(-3,2%) als buitenlandse (-10,1%) omzetten. Tegelijkertijd waren de afzetprijzen respectievelijk 3,4 procent en 5,9 procent lager.

Een opvallende trend is de toename in faillissementen. In het tweede kwartaal van 2023 zijn er 62 faillissementen uitgesproken

binnen de industrie, een stijging van 23 faillissementen vergeleken met 2022. Toch was er ook een lichtpuntje. De voedings- en genotmiddelenindustrie zag een groei van 2,7 procent in hun omzet.

www.cbs.nl



DUURZAAMHEID ZIJN ECO-LABELS DE SLEUTEL TOT DUURZAME VLEESCONSUMPTIE?

In een steeds veranderende markt hebben producenten milieukeurmerken onder de aandacht gebracht in de vorm van eco-labels. Het gebrek aan een gestandaardiseerde methode zorgt echter vaak voor

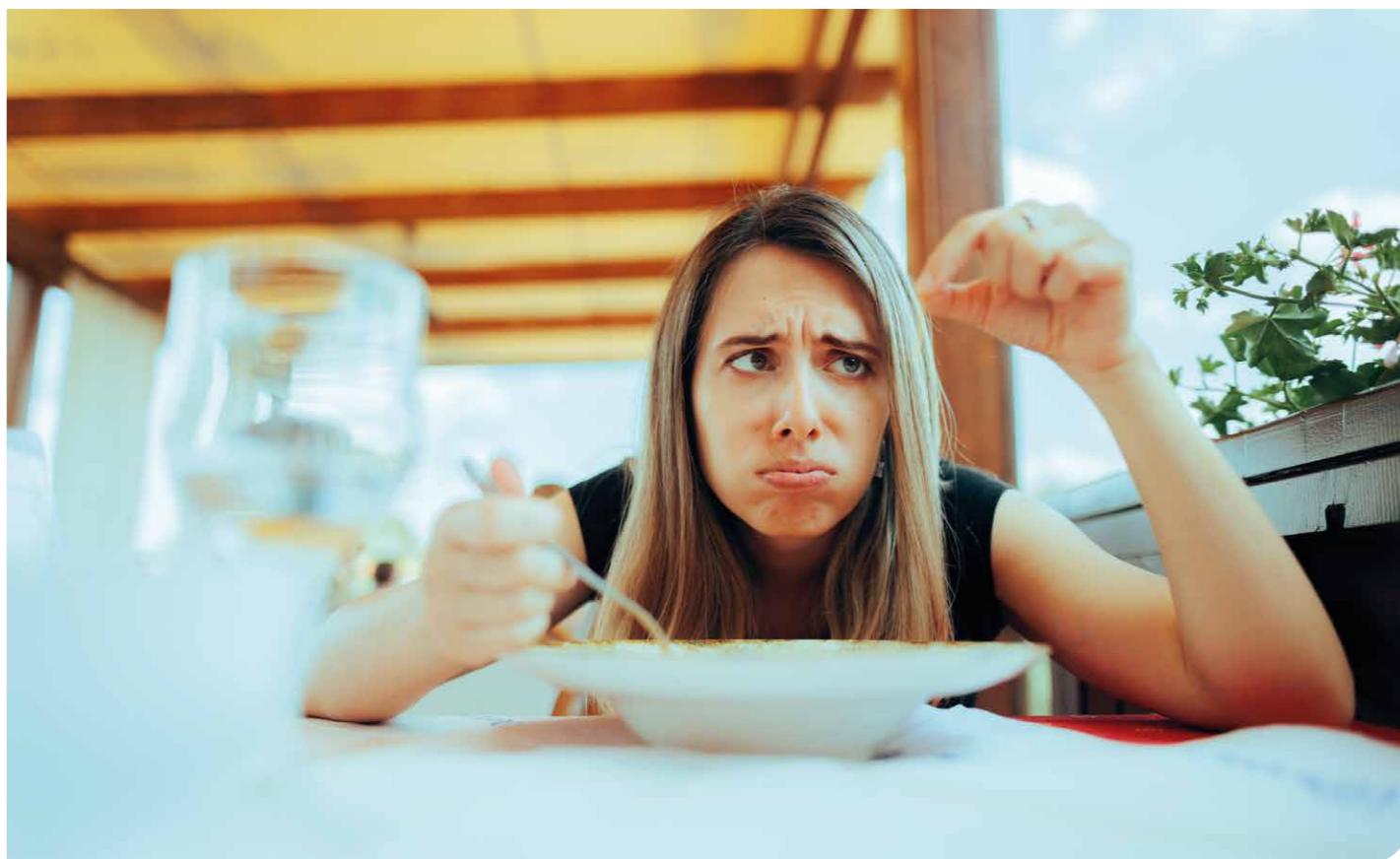


verwarring. Recent onderzoek biedt inzicht in de reacties van consumenten op dergelijke eco-labels. Er is met name een gebrek aan inzicht in de invloed van eco-labels op vleesaankopen. Een Attitude-Gedrag-Context model onderstreept de verschillen tussen milieubewuste opvattingen en acties. Foundation Earth introduceerde in 2021 het 'Eco-Impact'-label. Met behulp van een stoplichtsysteem belicht dit label de échte milieuresultaten van producenten. Het label is in lijn met ISO 14024:2018 dat het belang van nauwkeurige eco-etikettering onderstreept.

www.sciencedirect.com

JEUK IN DE KEUKEN

De zomer is hét seizoen om lekker uit eten te gaan: wie heeft er deze maanden niet relaxed op een terras genoten van wat de kok in de keuken had bereid? De keuken is de 'hotspot' van ieder restaurant. De meeste vakanties zijn voorbij; hopelijk is niemand ziek geworden. Die kans is klein, maar de keuken is ook de hotspot voor microbiologische besmettingen.



Het leukst is om direct na het opdienen van het gerecht de gehele inhoud in een steriele 'Wirl-Pak®' zak te storten en tegen de ober te zeggen dat je op dit moment niet zoveel trek

hebt. Dan pas zal hij begrijpen waarom je een koelbox naast je tafel hebt staan waarin de monsters snel teruggekoeld worden tot onder de 7°C waarmee ze geschikt zijn voor onmiddellijk microbiologisch onderzoek. Er zijn restau-

rants die dan beleefd vragen of je iets anders van de kaart wilt hebben (Dit vormt een aanleiding voor een zeer gezellige avond, terwijl de

koelboxelementen hun werk doen.). De leukste restaurants om te inspecteren zijn die waar de Hygiëncode voor de Horeca nog in de folie zitten en de eigenaar tot zijn schrik ziet dat er nog batterijtjes in de thermometer moeten.

SPANNENDE MICROBIOLOGIE OP JE BORD
Voedselbereiding is handwerk. De mens vormt vaak de grootste besmettingsbron van voedsel, op zijn schoenzolen na zo'n beetje. Uit onderzoek in het verleden hebben wij ooit geconstateerd dat 80% van de monsters hoog scoorden met het aantal Enterobacteriaceae per gram waarbij 30% van de monsters ook nog de pathogeen *Escherichia coli* bevatten. Dit is het ultieme bewijs dat de kok met vieze handen overal aan zit. Nu is een enkele bacterie niet zo gauw een probleem. Een kok is geen chirurg die steriel moet werken om te voorkomen dat de patiënt doodgaat. Maar wanneer een (tussen)gerecht lang bewaard wordt kan er uitgroei ontstaan met onplezierige gevolgen voor de tafelgast. Helemaal riskant zijn de 'doggy bags' waarin de consument het overgebleven eten ongekoeld mee naar huis neemt. Link wordt het als men na een uitbundig avondje stappen vergeet het direct in de koelkast te stoppen. Het restaurant blijft verantwoordelijk. Brr.

BESMETTINGSBRONNEN
Handcontact met het product staat met stip op één. Let maar eens op hoe vaak een kok aan zijn neus wriemelt, z'n broek ophijst, de handen door het haar strijkt of over zijn kin wrijft bij het bestuderen van het volgende etensbonnetje. Schending van de vuistregel 'schoon boven vuil' is een doodzonde. In veel keukens wordt de vuile vaat op een plaats neergezet waaronder de schone borden staan. Het aanrecht. Vaak worden de dozen vrolijk op het aanrecht uitgepakt die kort daarvoor op de pallet stonden of zelfs op de grond. Dit levert een kruisbesmetting op van jewelste. Als het verpakkingsmateriaal vuil is, raakt de inhoud ook zeer snel besmet.


De bestekbak is ook een leuk onderwerp. Haal voor de grap alles eruit en bekijk het vuil dat onderin ligt. Heerlijk, al die opgedroogde etensresten.

De glazen. Die worden in koud water een beetje afgespoeld, soms in een spoelbak met een zeepblokje erin. De spoelborstels vergen veel onderhoud. Die moeten iedere dag mee in de afwasmachine; als die goed werkt tenminste. Een felle LED lamp schijnen op het glaswerk of een UV lamp met een golflengte van 250nm kan zeer enge dingen onthullen, zoals lipstick of ander aangekleefd lipvuil. De koeling is lang niet altijd schoon, zeker bovenin niet. Daarom moet het product altijd afgedekt worden, en gecodeerd uiteraard.

DE SERVEERTEMPERatuur
De temperatuur waarbij een warm gerecht opgediend dient te worden, bedraagt ten minste 60°C. Artikel 15, lid 2 van het BBL (Warenwetbesluit Bereiding en behandeling

van levensmiddelen) is hier heel duidelijk in. Pizzakoeriers zijn vrijwel altijd de klos, omdat die steevast lauwe pizza's afleveren die de taaiheid van karton hebben. Dan praat ik niet eens over de hygiëne van de vaak rommelige warmhoudfietstassen. Het is ook een lastige regel voor automatieken. Vooral de raampjes die laag geplaatst zijn, vormen vaak een warenwettelijke overtreding. Best lollig om een thermometer mee te nemen naar het restaurant. Zo blijft er altijd stof over om over te praten.

Er bestaat altijd rivaliteit tussen de bediening en de kok. De laatste werkt zich letterlijk in het zweet, terwijl de bediening in gestreken overhemd en achterovergekamd haar de mooie jongen uithangt. Wie goed luistert, kan de kok in de keuken horen fluisteren: 'Ik ben blij dat ik een carrière heb, en jij een loopbaan!'

 www.scientanova.com





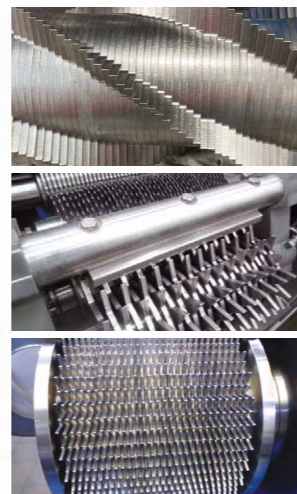
Eiwitalternatieven geen uitdaging voor een Urschel machine

Van grote tot kleine blokjes, snippers en verdere reducties, Urschel heeft de oplossing voor het succesvol verwerken van moeilijk te snijden producten.

Robuuste machines uitgerust met heavy-duty messen en onderdelen.

High-speed, precisiesnijapparatuur die speciaal ontworpen zijn voor zware toepassingen.

Neem contact op met Urschel om de ideale reductiemethode voor uw lijn te ontdekken.



Heavy-duty onderdelen voor moeilijk te snijden producten.



Nr. 1 Best verkopende leverancier van industriële snijmachines ter wereld.

URSCHEL®

De wereldleider in Voedsel Snijtechnologie

Neem contact met ons op voor een gratis demonstratie met uw product.

Urschel B.V. | nl.urschel.com

© Urschel und Urschel logo symbol zijn geregistreerde handelsmerken van Urschel Laboratories, Inc. U.S.A.

UNICEF

JEUGD WIL VERBOD OP RECLAME ONGEZOND VOEDSEL

Reclame voor ongezonde producten beïnvloedt de eetkeuzes van Nederlandse kinderen en jongeren. Kinderen en jongeren worden vrijwel de hele dag door geconfronteerd met reclames voor ongezonde producten. Vaak worden influencers ingezet om ongezonde consumptie te promoten, en de productprijs beïnvloedt hun aankoopbeslissing. Dit blijkt uit onderzoek van UNICEF Nederland. Uit de resultaten komt ook naar voren dat ruim vier op de tien kinderen en jongeren wil dat er een verbod komt op kinderreclames voor ongezond eten en drinken.

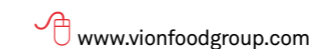


ONDERZOEK

POSITIEVER IMAGO VLEES ONDER JONGEREN



Uit de meest recente Vion Consumer Monitor van 2023 blijkt dat het imago van vlees positiever wordt, vooral onder jonge consumenten tot 34 jaar. Het onderzoek, uitgevoerd door GfK voor Vion Food Group in Duitsland, toont aan dat 61% van de respondenten gelooft dat vlees een essentieel onderdeel is van een gezond dieet; een stijging van 4% ten opzichte van 2022. Andere opmerkelijke resultaten: regionaliteit, transparantie en duurzaamheid blijven kernwaarden: 75% van de vleeskopers kiest voor lokaal geproduceerd vlees, 60% geeft voorrang aan transparantie over de herkomst; en 65% vindt duurzame productie belangrijk (hoewel slechts 39% interesse toont in de CO2-voetafdruk van vlees). Kwaliteit en versheid zijn de belangrijkste aankoopcriteria, gevolgd door een goede prijs-kwaliteitverhouding. 70% van de consumenten zegt bereid te zijn meer te betalen voor kwaliteitsvlees.



NVWA

OVERTREDINGEN MEDICIJNGEBRUIK BIJ SLACHTDIEREN

Tussen september en december 2022 voerde de NVWA extra steekproeven uit op slachterijen voor paarden, geiten, kalveren en schapen, aanvullend op het reguliere Nationaal Programma Residuen (NPR). Van de 186 extra monsters bleken 20 positief. De boetes liepen op tot €10.000. Helaas constateert de NVWA nog steeds MRL-overschrijdingen. Karkassen met te hoge waarden worden vernietigd. Als een dier



voorafgaand aan de slacht medicatie heeft gekregen, dient dit vermeld te worden op een VKI-formulier. Er waren gevallen waar dit formulier ontbrak of niet correct was ingevuld, resulterend in schriftelijke waarschuwingen. Een opmerkelijke boete van €10.000 was voor een melkgeit die een geregistreerde pijnstiller kreeg, niet bedoeld voor dit dier.



GAAN KUNSTTONGEN DURE SMAAKPANELS VERVANGEN? **SMAAK EN MONDGEVOEL OBJECTIEF MEETBAAR MAKEN**



Er is een belangrijke stap gezet in het beter begrijpen van smaak en smaakcompositie: het 'mondgevoelmodel' blijkt een bruikbare basis voor het meten van smaak. Dat is een belangrijke conclusie uit het proefschrift: 'Unraveling Mouthfeel. A novel approach to understand taste' van Georgios Agorastos.

Het succespercentage van nieuwe voedingsproducten en de herformulering van voedingsmiddelen ligt momenteel onder de 20%. "Een belangrijke reden voor dat hoge misluktingspercentage is de mismatch tussen de verwachtingen en voorkeuren van de consument en de sensorische eigenschappen van het voedingsmiddel," betoogt Georgios Agorastos. Hij verdedigde met succes op 13 juli jl. zijn proefschrift in Maastricht en mag zich nu doctor noemen. "Een beter inzicht in de sensorische eigenschappen van voedingsmiddelen en hun oorsprong kan helpen om succesvollere producten in de markt te zetten. Daarvoor zijn methoden nodig die de sensorische eigenschappen kunnen vastleggen."

"Het begrijpen en kunnen meten van die eigenschappen van voedsel is moeilijker dan het klinkt", aldus de promovendus. "Het gebruik van subjectieve evaluatiemethoden, zoals sensorische analyse door smaakpanels, wordt beïnvloed door psychologische en fysieke factoren. Bovendien is de methode met smaakpanels duur, tijdrovend, weinig herhaalbaar en reproduceerbaar. En er is nog steeds geen goed gedefinieerd lexicon tussen de industrie, voedingsonderzoekers/-ontwerpers en consumenten."

HET MONDGEVOELMODEL

De hypothese dat smaak kon worden ingedeeld op basis van mondgevoel en smaakintensiteit werd voor het eerst wetenschappelijk onderbouwd door Peter Klosse (The Concept of Flavor Styles to classify flavors, Maastricht 2004). Stichting TASTE verdiepte de jaren daarna het onderzoek naar smaak en de rol van speeksel bij het proeven. Het mondgevoelmodel verenigt de klassieke sensorische smaakbenadering en de moleculaire invalshoek van voedseltechnologie. In het promotie-onderzoek van Georgios konden fysisch-chemische analyses worden gecorreleerd aan de sensorische waarnemingen van smaakpanels en de belangrijkste parameters van het mondgevoelmodel. De analyses

werden uitgevoerd in de universiteitslaboratoria van Maastricht en Wageningen. Het onderzoek, mogelijk dankzij de ondersteuning van de Provincie Limburg, richtte zich eerst op het vergroten van het begrip van de oorsprong van mondgevoelsensaties die gebaseerd zijn op fysieke veranderingen in menselijk speeksel. De nieuwe inzichten werden gebruikt om de chemische metingen te verbeteren. De overeenkomst tussen de sensorische kenmerken met de chemische metingen werden geëvalueerd door middel van chemometrische analyse (zie kader). Het voorspellen of meten van 'smaak' op basis van chemische metingen is een waardevol hulpmiddel voor de voedingsindustrie en onderzoekers. Om smaak objectief te kwantificeren is een goed begrip nodig van de verschillende componenten en hun eigenschappen.

SPEEKSEL BEGRIPPEN

De bevindingen uit het onderzoek bieden nieuwe inzichten in de rol van speeksel bij het proeven, en in de mechanismen die verantwoordelijk zijn voor drogende sensaties tijdens voedselconsumptie. De resultaten tonen aan dat toegepaste chemische analyses met betrekking tot zintuiglijke gewaarwordingen sterk gecorreleerd zijn met sensorische kenmerken. Deze resultaten suggereren dat orale sensaties geclassificeerd kunnen worden op basis van tactiele sensaties en chemosensorische sensaties. Tactiele sensaties, zoals filmend en drogend, zijn negatief met elkaar geassocieerd. Chemosensorische sensaties beïnvloeden de tactiele sensaties niet.


Het meten van zowel de polyfenolen- als de kationenconcentratie en hun moleculaire karakteristieken kunnen mogelijk gebruikt worden voor het voorspellen van de droogperceptie. Veranderingen in de speekselsamenstelling blijken bijvoorbeeld heel belangrijk voor de perceptie van mondgevoelsensaties. Kationische eigenschappen (zoals valenties, ofwel 'het maximaal aantal bindingen dat een atoom van een gegeven chemisch element kan aangaan met andere

Chemometrie is een verzamelnaam voor een aantal tools om grote sets aan data te vereenvoudigen en variaties zichtbaar te maken. In de voedingsindustrie wordt chemometrie gebruikt om met een meting de bruto-samenstelling van levensmiddelen te bepalen. Met NIR (Nabij-Infrarood) spectroscopie kan bijvoorbeeld de hoeveelheid vocht, en het vet- en eiwitgehalte worden bepaald. Zeker bij voedingsmiddelen zijn er veel componenten die nabij-infrarood absorberen. Hierdoor ontstaan spectra die bestaan uit overlappende absorpties. Het blote oog kan hier vaak geen correlaties bespeuren. Chemometrie helpt om de verschillen in de spectra te koppelen aan de wisselende samenstellingen van de voedingsmiddelen.

atomen') beïnvloeden de 'smeereigenschappen' (de slijmerigheid) van speeksel. De interactie van polyfenolen met speeksel-eiwitten verlaagt dit smeervermogen, terwijl grotere moleculaire deeltjes en een lagere pH-waarde de wrijving verhogen. "Innovatieve chemische analyses en chemometrische technieken kunnen in de toekomst zeer waarschijnlijk worden gebruikt om orale sensaties te voorspellen. Dat betekent dat apparaten zoals kunsttongen bestaande uit subjectieve sensorische evaluaties, de smaakpanels dus, straks mogelijk kunnen vervangen. Dit op voorwaarde dat de meetinstrumenten gebaseerd zijn op een bruikbaar model voor smaakclassificatie."

PRODUCTONTWIKKELING

Georgios concludeert dat het beoordelen van de invloed van speeksel op mondgevoel, rekening houdend met leeftijd en medicatie-effecten, de ontwikkeling van gepersonaliseerde voedingsproducten en dieetinterventies voor diverse bevolkingsgroepen kan optimaliseren. "Het model moet nog verder onderzocht worden, maar productontwikkelaars in de voedingsindustrie kunnen de nieuwe strategieën al wel inzetten om de slagingskans te vergroten van nieuwe producten en productherformuleringen."

 www.tasteresearch.org



FENS

Unique high performing solutions

Voedselveilige sprays

NSF-H1 gecertificeerd en eenvoudig in gebruik



Geschikt voor:

- Voedingsindustrie
- Farmaceutische industrie
- Drankenindustrie
- Diervoederindustrie

Toepassingsgebied:

- Kettingen
- Kogel- en rollagers
- Tandwielen
- Reiniging

Bekijk alle sprays!

