



## PERSONEEL EN OPLEIDING

- INNOVATIEMANAGER VION
- SLAGVAARDIGE MEDEWERKERS
- OPLEIDINGSPLAN VERGEER
- WINNAAR FOOD VALLEY AWARD
- ONGEDIERTEDICHT BOUWEN



# FOR YOUR NEXT CAREER MOVE IN FOOD

Van de hoofdredacteur

## **SUIKER UNIE** JUNIOR ACCOUNT MANAGER INDUSTRIE

AANTREKKELIJKE VERVOLGSTAP VOOR COMMERCIEEL TALENT

DINTELOORD

Suiker Unie is onderdeel van Royal Cosun, een internationaal concern dat natuurlijke voedingsmiddelen ontwikkelt, produceert en vermarkt. Suiker Unie is met ca. 750 medewerkers één van de meest efficiënte suikerproducenten in Europa en wil die topositie verder versterken. Het bedrijf heeft fabrieken in Nederland en Duitsland waar kristalsuiker en suikerspecialiteiten worden geproduceerd. Duurzaam ondernemen is verweven in de strategie; Suiker Unie ontwikkelt zich meer en meer tot producent van duurzame energie en is permanent op zoek naar nieuwe duurzame toepassingen van suiker en andere bietcomponenten. Voor deze succesvolle organisatie zijn wij op zoek naar een gedreven Junior Account Manager, die verantwoordelijk is voor de verkoop van suiker in al haar vormen aan een eigen portfolio klanten, verdeeld over verschillende sectoren en markten.

Consultant: Dirk-Jan van Veldhuizen, telefoon 0317-468686 of 06-53137885

## **BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER**

ENTREPRENEURIAL INTERNATIONAL BUSINESS DEVELOPER

AMSTERDAM

Headquartered in Minong, Wisconsin, Jack Link's is the undisputed No. 1 U.S. meat snack brand and fastest growing meat snack manufacturer worldwide. The Jack Link's brand represents a heritage of quality and consumer trust. Jack Link's is a family owned business that started producing the famous beef jerky in 1986 and since then has grown to 10 different plants worldwide. The company has been very successful in hiring and developing a team that lives the entrepreneurial spirit. In April 2014, Jack Link's acquired the well-known Bifi and Peperami brands from Unilever, both well established brands in Europe. For the shortly to open EMEA HQ in Amsterdam we are looking for a strong, entrepreneurial international Business Development Manager who is responsible for developing existing markets for the Bifi and Peperami brands in Austria, Switzerland & Ireland and identify new markets in other EMEA countries.

Consultant: Daphne van der Hee, telephone: +31(0)317-468686 or +31(0)6-53868415

## **QA/QC MANAGER**

KWALITEITSPROFESSIONAL DIE PAST IN GROEIENDE EN AMBITIEUZE MARKTOMGEVING

DEVENTER

Cargill is een internationale producent en leverancier van voedingsmiddelen, landbouw-, financiële en industriële producten en diensten. Het bedrijf is in 1865 opgericht, is in privé-bezit en heeft 145.000 werknemers in 67 landen. Cargill Cocoa and Chocolate heeft een omvangrijke infrastructuur en organisatie in cacao- en chocoladeproducerende landen. Vanuit 8 Europese fabrieken wordt een breed pakket aan industriële chocoladeproducten vermarkt, variërend van witte, melk en pure chocolade tot chocodrops, coatings en vullingen. Om de locatie in Deventer, gespecialiseerd in coatings en fillings te versterken, zijn wij op zoek naar een gedreven QA/QC Manager. Deze HBO+/academisch opgeleide Quality Manager wordt verantwoordelijk voor de planning, ontwikkeling, implementatie, bewaking, het onderhoud en continu verbeteren van Cargill's FSQR (Food Safety Quality Regulatory) systemen in Deventer.

Consultant: Jakob Jan Verbraak, telefoon 0317-468686 of 06-51820349

## **PACKAGING BUYER**

SUPPORTING THE BUSINESS BY PROCUREMENT OF PACKAGING

AMSTERDAM

Headquartered in Minong, Wisconsin, Jack Link's is the undisputed No. 1 U.S. meat snack brand and fastest growing meat snack manufacturer worldwide. The Jack Link's brand represents a heritage of quality and consumer trust. Jack Link's is a family owned business that started producing the famous beef jerky in 1986 and since then has grown from their first plant in Minong, Wisconsin to 10 different plants worldwide. The company has been very successful in hiring and developing a team that lives the entrepreneurial spirit, while still maintaining the atmosphere of a family owned environment. In April 2014, Jack Link's acquired the well-known Bifi and Peperami brands from Unilever, both well established brands in Europe. For the shortly to open EMEA HQ in Amsterdam we are looking for an experienced Packaging Buyer who is responsible for handling all acquisition of consumer goods packaging.

Consultant: Janneke van der Logt, telephone: +31(0)317-468686 or +31(0)6-23637490

## **PRODUCT / PROCESS TECHNOLOGIST**

PROJECT MANAGER'S ROLE WITH FOCUS ON INNOVATION AND HIGH PERFORMANCE

WORMER

Cargill provides food, agriculture, financial and industrial products and services to the world. Together with farmers, customers, governments and communities, Cargill helps people thrive by applying insights and nearly 150 years of experience. Cargill has 145,000 employees in 67 countries. Cargill Cocoa & Chocolate offers the food industry a wide range of both standard and customised cocoa and chocolate ingredients, coatings and fillings to be used in delicious bakery, confectionery and dairy applications all over the world. To strengthen the Product and Process Development Department based in Wormer (Amsterdam area), we are currently searching for a highly motivated Product / Process Technologist. This experienced Technologist will be responsible for setting up and leading technical and/or cross functional projects with focus on innovation and high performance.

Consultant: Jakob Jan Verbraak, telephone: +31(0)317-468686 or +31(0)6-51820349

Voor meer informatie zie onze website: [www.dupp.nl](http://www.dupp.nl) of mail uw reactie naar: [info@dupp.nl](mailto:info@dupp.nl)



**DUPP - FOOD RECRUITMENT**  
Gen. Foulkesweg 66, 6703 BW Wageningen | [www.dupp.nl](http://www.dupp.nl) | t 0317-468686



## STIMULEREN OM TE BLIJVEN LEREN

Vlak voordat deze editie van Vakblad Voedingsindustrie (met het thema Personeel & Opleiding) naar de drukker gaat, wordt bekend dat de ministerraad heeft ingestemd op voorstel van de ministers Bussemaker van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en Asscher van Sociale Zaken en Werkgelegenheid.

Wat is er besloten? Met een uitgebreid en samenhangend pakket aan maatregelen gaat het kabinet volwassenen stimuleren om te blijven leren, ook als ze al een baan hebben' belooft de ministerraad. Hbo-deeltijdstudenten in zorg, welzijn en techniek krijgen vouchers waarmee ze een (deel van een) studie kunnen inkopen, opleidingen gaan meer maatwerk leveren voor hun deeltijdstudenten, het wordt makkelijker om kennis en vaardigheden die een werknemer al heeft officieel te erkennen en in het mbo wordt het mogelijk om certificaten te halen voor onderdelen van bestaande kwalificaties en zogeheten 'keuzedelen'. Dit zijn onderdelen van het onderwijsprogramma die een school vrij kan invullen om beter te kunnen inspelen op de vraag van het regionale bedrijfsleven. Certificaten kunnen soelaas bieden voor mensen voor wie een volwaardig mbo-diploma buiten bereik ligt, omdat hun taal- en/of rekenvaardigheid onvoldoende is.

Ook nieuw is de gecombineerde leerweg bol-bbl. Hierbij volgt de deeltijdstudent het eerste deel van de opleiding op school (bol) en doet hij het tweede deel voornamelijk bij zijn werkgever (bbl). Dit maakt het voor volwassenen gemakkelijker over te stappen naar een sector met beter arbeidsmarktperspectief. Het experiment met de gecombineerde leerweg start in schooljaar 2015-2016.

'Zorg goed voor je medewerkers, dan zorgen zij goed voor het bedrijf. Opleiden hoort daarbij. Het is essentieel,' zegt een ondernemer in dit nummer. Ook Vergeer Holland doet veel aan het stimuleren van het personeel om te blijven leren. Goed nieuws voor ondernemers is dat het kabinet bereid is om MKB-bedrijven te subsidiëren die aan de slag gaan met scholing en de mobiliteit van werknemers. Het doel is om samen met de werkgevers en de werknemers in het MKB ten minste 1.000 bedrijven te ondersteunen.

Judith Witte

[judith@b2bcommunications.nl](mailto:judith@b2bcommunications.nl)

 [@vakbladenFood](https://twitter.com/vakbladenFood)



# Inhoud

THEMA:  
PERSONEEL EN OPLEIDING



## PERSONEEL & OPLEIDING WERVEN, MOTIVEREN EN ONTWIKKELEN

De voedingsindustrie kampt met een tekort aan technici, en er is dringend behoefte aan hoger opgeleide operators. Opleiden is belangrijk: doe je dat niet, dan loop je het risico de concurrentiestrijd te verliezen. Over werven, motiveren en ontwikkelen van medewerkers.

### EN VERDER...

Netwerken OSV & YFM	8
Nieuws	26
FoodValley Expo	34
Column Dennis Favier	37
Ongediertedicht bouwen	38

### INTERVIEW

## ZORGELOZE KEUZE UIT GEBORGDE KETEN

Jos Havekotte heeft een passie voor voeding, voor vers, en voor mensen. "Eten is emotie. Juist door er een verhaal aan toe te voegen, ontstaat beleving." Als Innovatiemanager bij Vion is hij de 'spil in de organisatie': centraal tussen de afdelingen Marketing/Sales, Productie, QA en Operations.



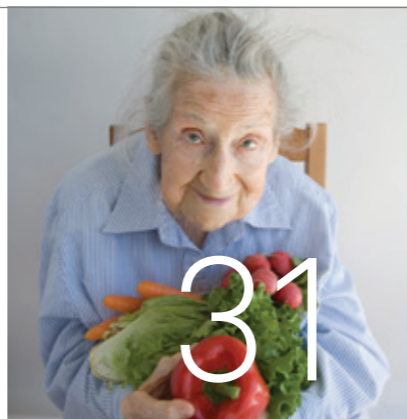
### INTERNATIONAAL HET BESTE VAN ITALIË

GIFT is een internetportal volledig toegewijd aan voortreffelijke en verrukkelijke Italiaanse producten. Een 'virtuele vitrine' van het allerbeste dat in Italië wordt geproduceerd.

# 28

### WETENSCHAP KANSEN VOOR VOEDINGSPRODUCENTEN

Een studie naar de rol van beleving van maaltijden onder ouderen biedt productontwikkelaars en marketeers handvatten om hun producten beter af te stemmen op de verschillende behoeften en wensen van deze groeiende groep consumenten.



# Zet de retailmarkt u ook onder druk..?



**Sleegers Technique**

*the art of slicing and interleaving*

+31 (0)73 511 82 30  
De Weegschaal 11  
High Tech Park "De Brand"  
5215 MN 's-HERTOGENBOSCH  
THE NETHERLANDS  
www.sleegerstechnique.com  
info@sleegerstechnique.com

**AFVULLEN**  
**SEMI-AUTOMATISCH**  
**AFVULLEN**

Spako heeft voor haar roerwerk-ketels een semi-automatische aftapkraan ontwikkeld: een praktisch hulpmiddel voor ambachtelijke bedrijven, zoals traiteurs en slagerijen. Zij kunnen hiermee soepen en sauzen snel exact op het juiste gewicht afvullen. Tijdens het vullen blijft de roerwerk draaien. Daardoor zakt de vulling van de saus of de soep niet naar beneden. Zo heeft elke verpakking dezelfde samenstelling. Het warme product is gepasteuriseerd. Spako heeft de semi-automatische aftapkraan al geleverd aan een grote luchtvaartmaatschappij. In de roerwerk-ketel wordt de soep voor de reizigers verwarmd. Vervolgens wordt deze warm tot een exact gewicht afgevuld in thermoskannen. Het proces verloopt snel en efficiënt: medewerkers hoeven niet in de gaten te houden of een kan vol is. Ze kunnen alvast de volgende kan pakken, zodat ze deze in één beweging onder de kraan kunnen schuiven.

[www.spako.nl](http://www.spako.nl)

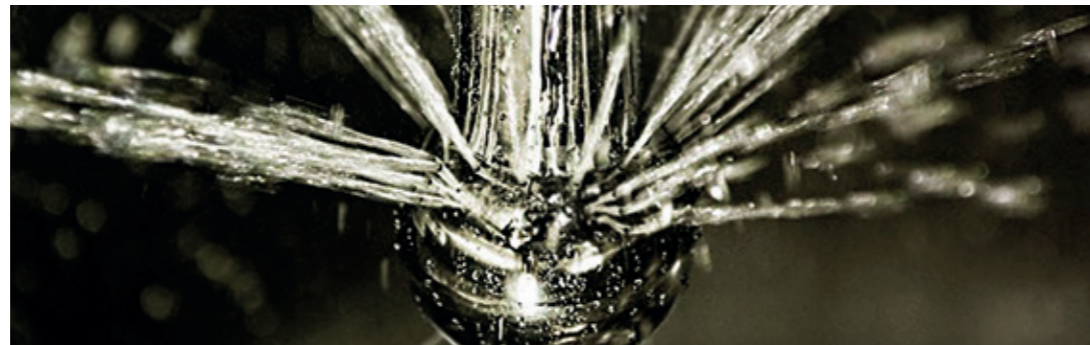
**VERPAKKEN**  
**INSTAP-DIEPTREKVERPAKKINGSMACHINE**  
**AFVULLEN**

De R085 dieptrekverpakkingmachine is bij uitstek geschikt voor kleine volumes. De vormdiepte van maximaal 80 millimeter biedt veel verpakkingsmogelijkheden voor zowel vacuüm als MAP-verpakkingen. Dankzij het opgebouwde snelwisselsysteem voor het vorm- en sealwerktuig is het bijzonder eenvoudig om de machine om te bouwen naar een ander verpakkingsformaat.

[www.multivac.nl](http://www.multivac.nl)



**REINIGEN & DESINFECTIE**  
**CIP = FUNDAMENTAL**



Versie 7 van de BRC Global Standard for Food Safety zal per juli 2015 in audits toegepast gaan worden. De vorige versie dateert van juni 2011 en werd geëffectueerd op 1 januari 2012. Een belangrijk onderdeel (Fundamenteel) van versie 7, is hoofdstuk

4.11: 'Good house keeping & hygiëne'. De vraag bij audits: "Hoe actueel zijn uw CIP-procedures en hoe heeft u uw CIP-proces daadwerkelijk geborgd?" zal dan steeds vaker naar voren komen. Hulp nodig? Cleanguard van Pander Consultancy levert

gespecialiseerde dienstverlening voor optimalisatie, validatie en verificatie van uw CIP-systeem.

[www.panderconsultancy.nl](http://www.panderconsultancy.nl)

**PERSONALIA**  
**NIEUWE**  
**DIRECTIE RBK**  
**GROUP**

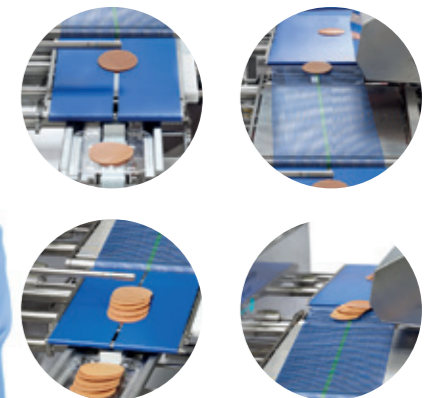
Peter Harmens (35) is per 1 augustus 2014 de nieuwe algemeen directeur van RBK Group. Hij volgt plaatsvervangend directeur Eric Oving op. Harmens is sinds 2007 in diverse functies werkzaam binnen RBK Group. Hiervoor was hij manager van de automatiseringstak van RBK Group. De directie wordt aangevuld met Theo Vliek (40). Vliek is benoemd als commercieel directeur. Sinds 1998 is hij in diverse functies werkzaam binnen RBK Group. Hiervoor was hij Manager Food Projects. RBK Group is een automatiserings- en adviesbureau voor voedingsmiddelenbedrijven.

[www.rbk.nl](http://www.rbk.nl)

# ..Sleegers Techniek haalt deze druk van de ketel.



VI-28 X/Y Correction & Tray loading system, onmisbaar in uw snijlijn productie.



**Sleegers Techniek**



*the art of slicing and interleaving*

+31 (0)73 511 82 30  
De Weegschaal 11  
High Tech Park "De Brand"  
5215 MN 's-HERTOGENBOSCH  
THE NETHERLANDS  
[www.sleegerstechniek.com](http://www.sleegerstechniek.com)  
[info@sleegerstechniek.com](mailto:info@sleegerstechniek.com)



www.OSVnetwerk.com



www.YFMnetwerk.com



©ISTOCK/ONYURI

# OSV-YFM SMAAKSTAMPEI

Smaakstampeï is een evenement waarin we op diverse locaties in het pand van Buitenzorg in Ede worden verrast met spannende gerechten. Doordat niemand op één vaste plek blijft staan of zitten, zijn de contactmomenten legio.

De deelnemers aan de eerste Smaakstampeï 2013 reageerden enthousiast: ontspannen, doelgericht, veel nieuwe contactmomenten en 'ook érg lekker', waren de spontane reacties. Zeker voor herhaling vatbaar. En dat doen we dus. Voor Smaakstampeï 2014 op 26 november hebben Sanders Vleeswaren, Jan van As en Meat Cuisine toegezegd voor mooie gerechten te zorgen.

We gaan de pure passie proeven van ambacht en 30 jaar vakmanschap van Sanders met de kwa-

liteitsproducten Runderrookvlees, Royal Beef en Royal Carpaccio.

Jan van As presenteert 'Reinventing traditions', met poulpo salade, braadharing in V.O.C. zuur, haring en tomaat, black cod in miso, oester en kimchi, zalm en ponzu shoyu. MeatCuisine is gespecialiseerd in authentieke

## DE YFM HEET VAN HARTE WELKOM:

Driessen Logistics – Albert Goedemoed - Salesmanager

mediterrane worstsoorten en hammetjes en ver-  
rast ons met de heerlijkste variaties.

Op het moment dat dit blad op de pers gaat heb-  
ben we al 50 aanmeldingen voor Smaakstampeï!

Je kunt je aanmelden via:  
[www.foodinbusiness.com/evenementen](http://www.foodinbusiness.com/evenementen)



# WINTERBARBECUE OP 28 JANUARI 2015

De OSV/YFM Winterbarbecue komt er weer aan: op woensdag 28 januari laten we ons weer gastronomisch verwennen door de koks van Buitenzorg, Ede. De OSV-YFM Winterbarbecue wordt jaarlijks bezocht door over de 230 members en gasten. Je kunt je al aanmelden! De agenda's zijn nu nog maagdelijk, dus zet de datum vast! Locatie Sociëteit Buitenzorg, Amsterdamseweg 19 in Ede  
Ontvangst 17.00 uur

Je kunt je aanmelden via: [www.foodinbusiness.com/evenementen](http://www.foodinbusiness.com/evenementen)



## AGENDA

**OSV-YFM SMAAKSTAMPEI**  
Woensdag 26 november 2014  
Ede

**OSV-YFM WINTERBARBECUE**  
Woensdag 28 januari 2015

**OSV-YFM GOLFDAG**  
Eind april

In het programma voor komend jaar nemen we ook weer diverse bedrijfsbezoeken, seminars en workshops op, de data zijn nog niet bekend.

Kijk op [www.foodinbusiness.com/evenementen](http://www.foodinbusiness.com/evenementen) voor de meest actuele informatie.

## KENNISDELEN

Branded Content is 'hip & trending'. Het werkt! Het is bekend dat het beter wordt gewaardeerd naarmate de inhoud 'redactioneler' is. Dus wees niet bang om je kennis te delen met de markt. Werk naar een expertstatus toe, zodat (potentiële) klanten weten waar ze moeten zijn om goed te worden geholpen door een professioneel bedrijf met verstand van zaken.

Kennisdelen is één van de pijlers van de OSV en YFM. Maar om te delen, zul je eerst moeten vergaren. Dat moet ik ook. Daarom had ik me opgegeven voor de bijeenkomst 'Directors Round Table', georganiseerd door Benned bij OSV-er Van Lente Systeemintegratie, Cor de Best. Het onderwerp was Lean.

Daar zat ik, tussen bedrijven als Salland Olie Maatschappij, I-watch, Hoogesteger, Unicorn en Jongerius. Totaal verschillende branches. Toch bleken we allemaal met dezelfde problemen te kampen. Het was goed om in een kleine groep met elkaar te sparren en van elkaar te leren.

Michiel van 't Hek, Managing Director van Hoogesteger, deed uit de doeken hoe binnen een jaar een complete omslag heeft kunnen plaatsvinden in zijn bedrijf. Zijn verhaal was zó inspirerend, dat ik dat graag met jullie wil delen. Ik heb Michiel kunnen overtuigen zijn bedrijf voor ons open te stellen. We mogen een kijkje komen nemen in Zwanenburg, waar hij zijn bijzondere verhaal nog eens zal vertellen.

Ik zie veel potentie in dit soort Ronde Tafelgesprekken voor de OSV en YFM: met kleine groepen, inhoudelijk goede thema's en een interactief programma. Binnenkort stuur ik een survey rond. Vul hem alsjeblieft in en laat weten aan welke kennis je behoefte hebt. En welke kennis je wil en kan delen. Dan kan ik daar op sturen.

*Saskia Stender*





‘Ik heb altijd  
té veel ideeën.  
Het is goed  
om daarin  
feedback te  
krijgen’

## DE INNOVATIEMANAGER

# ZORGGELOZE KEUZE UIT EEN GEBORGDE KETEN

Jos Havekotte heeft een passie voor voeding, voor vers, en voor mensen. “Eten is emotie. Juist door er een verhaal aan toe te voegen, ontstaat beleving.” Als Innovatiemanager bij Vion is hij de ‘spil in de organisatie’: centraal tussen de afdelingen Marketing/Sales, Productie, QA en Operations.

Het interview vindt plaats op het kantoor van Vion in Boxtel. Buiten rijden de vrachtwagens af en aan, witte busjes met personeel komen het terrein oprijden, iets verderop wordt een aangrenzend perceel bouwrijp gemaakt voor een uitbreiding. Het gonst er van de bedrijvigheid. Ook de directie zetelt hier weer: dichtbij de business. “We vormen weer een onderdeel van waar het hier om draait: het produceren van hoogwaardige varkens- en rundvleesproducten en daarvan afgeleide convenienceproducten,” zegt Jos Havekotte, voorheen Algemeen manager Vion Foodservice NL, maar sinds kort Innovatiemanager bij Vion. Een functie die hem op het lijf geschreven is.

**JE BENT OOI TEGEEN ALS KEURSLAGER, JE WERKTE VOOR DE HANOS EN SVO. WAAR LIGGEN DE OVEREENKOMSTEN MET JE HUIDIGE WERK?**  
“Dat zijn mijn passie voor voeding, voor vers en voor mensen. Als keurslager liep ik al warm voor nieuwe concepten en lekker eten en zette ik ‘Havekotte vleesdelicatessen’ op; in die tijd een heel vernieuwend concept, met een open restaurant-keuken en een winkel vol lekkernijen gebaseerd op vlees. Daarnaast hielp ik mijn vrouw met het opbouwen van een groothandel in dagvers. Ook bij de HANOS was ik, vanuit mijn verantwoor-

delijkheid voor de versafdelingen, steeds bezig met nieuwe producten en mensen. Door het opleidingsinstituut SVO werd ik gevraagd om als Projectleider onderwijsvernieuwing de transitie naar meer competentiegericht onderwijs te begeleiden. Een leuke uitdaging, want ze wilden ook het onderwijsaanbod veranderen: van vleesgericht naar versbreed.”

### WAT DOET ‘DE INNOVATIEMANAGER’?

“De afdeling Productontwikkeling was in de loop der jaren behoorlijk uitgedund. Nu is hier gelukkig weer ruimte voor. Als Innovatiemanager stel ik een jaarplan op, operationeel, tactisch en strategisch. Ook start ik nieuwe projecten op, haal deze door de besluitvorming (Stage Gate), geef ik updates aan de directie over de voortgang ervan en presenteer ik, samen met mijn team het uiteindelijke resultaat bij de klant. We zijn nu bezig een nieuwe afdeling op te zetten onder de naam ‘New Product Development’, waarbij de focus ligt op product-, procesontwikkeling en innovatie. In het nieuwe beleid hebben we gekozen voor een duidelijke splitsing tussen de verantwoordelijke voor de operationele zaken, en voor het lange termijnbeleid. Innovatie staat nu los van de dagelijkse operatie; innovatie staat nu los van de dagelijkse operatie; juist om zo échte ontwikkeling te krijgen. De focus

bij het ontwikkelen van nieuwe producten ligt in het creëren van toegevoegde waarde. Daarbij is er nog meer dan vroeger aandacht voor de interne, Nederlandse markt. En ook: het hele dier optimaal verwaarden; dat is ons streven.”

### WAT IS JOUW VISIE OP PRODUCT- EN PROCES-ONTWIKKELING EN INNOVATIE?

“Ik benader dit vooral vanuit beleving en smaak, waarbij ik technologen inschakel om mijn wilde ideeën te vertalen naar concrete producten. Technologisch kan er al heel veel. Sinds kort betrekken we de consument veel meer in dit proces, door geregeld smaak- en consumententesten uit te voeren. In het verleden is dit niet altijd structureel gedaan. Andersom analyseren we natuurlijk consumententrends en vertalen die naar vlees(producten).”

### HOE KRIJG JE NIEUWE IDEEËN?

“Ik hou altijd mijn oren en ogen open, volg trends in food en vlees in binnen- en buitenland en ook in aanverwante branches zoals foodservice. Ik zorg dat ik op de hoogte blijf van andere introducties in vlees en vleesproducten, onder andere via de Inno-va database. Er verschijnen trendrapporten op het internet, marktanalyses vanuit GfK. Wij beschikken >>

# Zo goed als nieuw

PRO SELECTION IS PART OF  
**MULTIVAC**  
BETTER PACKAGING

Multivac ontwikkelt en fabriceert verpakkingsmachines sinds 1961. Deze jarenlange ervaring in kwaliteit heeft ervoor gezorgd dat onze machines een bijzonder lange levensduur hebben. **Daarom is er nu de Multivac Pro Selection:** een lijn van bestaande Multivac verpakkingsmachines door Multivac zelf geselecteerd én gereviseerd. De revisie van deze machines vindt plaats volgens de laatste kwaliteitsnormen en beveiligingseisen. Multivac Pro Selection machines staan voor kwaliteit en betrouwbaarheid zoals u dat van een nieuwe Multivac gewend bent. **Kortom, de degelijkheid en prijs van toen, met de eisen van nu.**



*eens een Multivac,  
altijd een Multivac!*



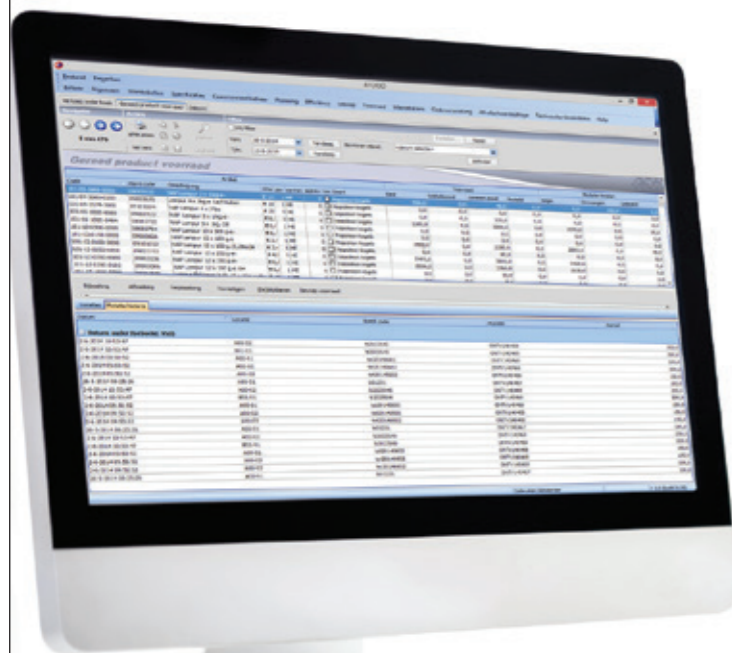
MEER WETEN?  
BEL ONS  
OF KIK OP  
ONZE SITE

MULTIVAC  
**PRO SELECTION**

[www.multivacproselection.nl](http://www.multivacproselection.nl) | +31 348 436570

De voordelen op een rij:  
vakkundige revisie door Multivac; alléén originele Multivac onderdelen;  
volledig conform CE normering; alle expertise onder één dak.

Relatiebeheer   Orders   Planning   Inkoop   Recepturen   Voorraadbeheer   Traceability



**FOOD**<sup>®</sup>  
ERP SOFTWARE

Onvoldoende voorraad, dubbel uitgevoerde orders, foutieve klantgegevens, onjuiste kostprijzen, achterstallige facturatie, onderbezetting, foutieve kortingen, het is de schrik van iedere leidinggevende. De prangende vraag is, hoe dan wel?

4FOOD ERP software biedt een passende oplossing voor voedselproducerende bedrijven. Het resultaat: méér controle, méér efficiency, méér rust en méér groeimogelijkheden voor de organisatie.

Westsingel 98 4461 DN Goes

T +31(0)113-222800

info@4food.nl

www.4food.nl



## Interview

rollades. Voor het barbecueseizoen 2015 zijn we bezig met het in de markt zetten van 'stoerder' vlees. Het idee is gebaseerd op de huidige barbecue-trends: wij signaleren dat mannen denken dat ze steeds beter kunnen barbecueën. Ze zijn toe aan dikkere stukken. We bieden die stoerdere stukken vlees wel zo aan dat het bijna niet meer kan mislukken... want zo goed zijn ze nou ook weer niet." (lacht).

"Een ander mooi voorbeeld is nekvlees; dat verdween jarenlang in het gehakt, terwijl dit eigenlijk het lekkerste deel is van het varken. Het is ondergewaardeerd omdat het veel bindweefsel bevat. Ga je dat bakken, dan wordt het taai. Maar geef je het tijd genoeg om te garen, dan smelt het als het ware weg, en wordt het heerlijk zacht. Nu maken we er 'Pulled Porc' van. We laten het 18 uur garen, in de verpakking, met kruiden erbij. In combinatie met een rooksmak, wat zoet en zuur, ontstaat een tintelende en intense smaaksensatie." (Jos Havekotte is nu helemaal op dreef, in zijn ogen pretlichtjes, hij straalt nu hij het over smaak heeft.) "Dit gerecht doet het heel goed in Amerika. Wij vertalen het naar de Nederlandse markt. Op Lowlands waren de broodjes 'Pulled Porc' van de barbecuecaterers niet aan te slepen, het heeft een stoer imago. Een goede opvolger van het broodje shoarma, een snackbroodje dat populair kan worden onder jongeren, naast pizza en hamburgers."

zelf over relevante data vanuit de Vion Consumer monitor. Verder blijf ik bij door het bezoeken van congressen en seminars, winkels in binnen- en buitenland, door te brainstormen met collega's en door concrete vragen vanuit onze Marketing afdeling. Nieuwe vleesproducten en (keten)concepten ontstaan ook naar aanleiding van (onder meer) actuele thema's zoals het WK-Voetbal en de Olympische spelen, en meer algemeen gezondheid, dierenwelzijn en duurzaamheid. We laten ons inspireren door de seizoenen en feestdagen, en ik bezoek de verschillende kruidenleveranciers, gewoon om te brainstormen: welke trends signaleren jullie? Etcetera, etcetera!"

"Daarna ga ik het ontwikkeltraject in. De brainstorm-concepten en de longlist met ideeën leggen we voor aan een consumentenpanel. Ik heb altijd té veel ideeën. Het is goed om daarin feedback te krijgen: welk idee maakt een kans, en wat vindt een consument helemaal niet relevant. Dat laatste vind ik niet erg om te horen: je moet kunnen sparren met elkaar. Zonder wrijving geen glans."

### WAT KOMT ER DAN CONCREET UIT?

"Afgelopen Pasen hadden we bijvoorbeeld paasgourmetschotels, met veel geel en groen. Voor de kerstperiode maken we gourmetschotels met een luxere inhoud, en we ontwikkelen mooie gevulde

### DAT KLINKT NIET ALS HEEL GEZOND... TOCH IS DAT OOK ÉÉN VAN JULLIE SPEERPUNTEN. HOE SPEEL JE IN OP DIE TREND; VAN ZOUTREDUCTIE EN VETVERLAGING?

"Een paar jaar geleden hebben we veel gedaan aan zoutverlaging van bacon voor Groot-Brittannië. Daar waren we heel ver in, maar de markt float ons terug, we gingen te hard, ze waren er nog niet klaar voor. Zoutverlaging ligt heel gevoelig, het moet stapsgewijs. We hebben met een nieuw concept vleesproducten de veranderingen op de verpakking gezet. Maar mensen begrijpen zout- en vetverlaging niet in combinatie met vlees. Vlees moet immers hartig zijn.

“Als je communiceert dat het vet- en zoutgehalte 30% lager is, concludeert de gemiddelde consument: dus wordt het minder sappig en hartig, dus 30% minder lekker! Toch moet hij er meer voor betalen; door de ontwikkelingskosten en omdat het kleinschaliger geproduceerd wordt, is het product immers duurder. Op dit moment, verlagen we, vanuit het aanpassen van de textuur, de zoutbeleving. De textuur heeft veel invloed op de zoutperceptie. Grovere zoutkristallen geven een ‘piek optima contact’ met de tong.”

**WAAROM BLIJVEN JULLIE TOCH DE MOEITE NEMEN OM ZOUT EN VET IN VLEESPRODUCTEN TE VERLAGEN ALS DE CONSUMENT ER NIET WARM VOOR LOOPT?**

Wij moeten hierin onze verantwoording nemen. Maar stilzwijgend verlagen is beter. In B2b-omgevingen is een lager zoutgehalte en lager vetpercentage overigens wel een discussiepoint.”

**WELKE INVLOED HEEFT WET- EN REGELGEVING OP HET INNOVATIEPROCES?**

“Die invloed is groot. Veranderingen op het gebied van wet- en regelgeving volgen we op de voet. We bekijken steeds weer waar veranderingen daarin van invloed zijn op onze producten of op de ingrediënten die worden gebruikt. Indien nodig gaan we aan de slag met het ontwikkelen van alternatieve recepturen. Die weer uitgebreid worden getest voordat implementatie plaatsvindt.”

**HOE SPEELJE IN OP DE TREND VAN MINDER VAAK VLEES ETEN?**

“Vlees was vroeger het middelpunt van de maaltijd. Dat is niet meer zo. Vanuit onze Vion Consumer Monitor blijken de jongere generaties steeds vaker voor een snelle hap te kiezen: noodles, roerbakgerechten en pizza. Voor hen is vlees meer een ingrediënt. Wij willen de consument een keuze blijven bieden in reguliere vleessoorten die als ‘Center of the Plate’ gebruikt kunnen worden. Daarnaast hebben we ingezet op wok- en roerbakproducten; in pakjes van verschillende gewichten, zodat de consument precies voldoende kan kopen

en er niets overblijft. Ook bieden wij veel kleinere dunne lapjes en worstjes aan met een gewicht van 45-80 gr per stuk. Zo kan de consument kiezen voor een kleiner stukje wanneer dat gewenst is. Vanuit onze Vion Consumer Monitor blijkt immers dat duurzaamheid in relatie tot het aankopen van vlees voor de meeste consumenten gaat over minder verspillen.”

“De afgelopen jaren is flink ingezet op de ontwikkeling ‘hybride vleesproducten’, waarbij wij een deel vleeseiwit hebben vervangen door plantaardige eiwitten. We wilden onze verantwoordelijkheid nemen, maar zijn vergeten het aan de consument te vragen. En die wil het niet, de consument heeft er nog moeite mee. Het hybride product was iets duurder dan regulier vlees: waarom? vroeg de consument zich af. Dat dat komt door de ontwikkelkosten en doordat het duur is om dierlijk eiwit eruit te vangen, zal hem een zorg zijn. Bovendien is voor de meesten een maaltijd ‘zonder vlees’, een maaltijd met kaas, ei, pizza, soep of een salade; vaak dus nog steeds met dierlijke eiwitten als ingrediënt.”

**WELK IMAGO WIL VION UITDRAGEN MET HAAR PRODUCTLIJNEN?**

“Wij willen uitdragen en aantonen dat Vion de leverancier is die haar klanten een zorgeloze keuze biedt in producten met een uitstekende prijs-kwaliteit verhouding en vanuit een geborgde keten. Wij produceren en verkopen producten die door de consument minimaal gelijk of beter worden beoordeeld dan producten van onze concurrenten, zo blijkt uit smaaktesten onder consumenten. Waarbij wij een keuze bieden aan de bewuste consument voor regulier vlees van Hollandse herkomst, 1 ster Beter Leven keurmerk(Dieren bescherming). Of Biologische producten vanuit ‘De Groene Weg’. Wij zijn marktleider in biologisch vlees en één van de initiatiefnemers van het Beter Leven vlees in samenwerking met de Dierenbescherming. We produceren producten waarbij het voor de consument transparant is waar het vandaan komt en wat er in zit. Voorbeeld is de QR-code op veel van onze pakjes voorverpakt vlees. Wij zijn proactief

als het gaat om verlagen van het natrium en vermindering van allergenen en E-nummers. Kortom, wij willen de consument een zorgeloze keuze bieden van heerlijke producten.”

**LUKT DAT OOK? DE VLEESSECTOR HEEFT NOGAL ONDER VUUR GELEGEN DE AFGELOPEN JAREN; HOE GAAN JULLIE DAARMEE OM?**

“Alles wat we doen ligt onder een vergrootglas. Eén persoon kan lopen rommelen, en dat slaat dan gelijk terug op het hele bedrijf. Het is moeilijk om je te wapenen tegen het wangedrag van een individu die het hele bedrijf schaadt. Wat Vion kan doen is een klimaat scheppen waarbij mensen elkaar aanspreken of optreden bij wangedrag. Maar 100% garantie geven dat het nooit meer mis kan gaan kan niet, dat is inherent aan een productielocatie. Maar we doen het best goed, dat blijkt wel uit het feit dat we gecertificeerd zijn om te mogen exporteren naar Japan en naar de USA: die landen hanteren heel strenge normen, die ver boven de Nederlandse wettelijke verplichtingen gaan. Het is dan extra zuur als je met dit soort incidenten te maken krijgt, ik vind dat heel moeilijk. Wil je de cultuur veranderen, dan moet je dat zowel top-down als bottom-up doen. In de reorganisatie werken we hieraan. We hebben een laag verloop. Onlangs hebben we een open dag gehouden, voor de boeren die de varkens aanleveren en voor al het personeel. Overal konden ze kijken: transparantie, open bedrijf. Waar je je familie laat zien waar je werkt en wat je doet. Zodat ze betrokken zijn. Boeren vinden het fantastisch, om te zien wat er met hun vee gebeurt.”

Tot slot, ruimte voor een oproep: je bent bezig een compleet nieuw ‘Product & Development-team’ op te zetten. Wat voor soort mensen heb je nodig? “Mensen met passie voor food! Van slaggers tot vleestechnologen, van mensen die het proces kunnen analyseren tot koks waarmee ik op het culinaire vlak kan sparren.”

[www.vionfood.nl](http://www.vionfood.nl)

**SISMATEC**  
process & packaging solutions

*Gewoon kwaliteit*

Voor het optimaliseren van uw productieproces, afvullen en verpakken van uw smaakvolle producten. Onderdelen, 24/7 service en support.

SISMATEC B.V. | TWENTEPOORT OOST 8 | 7609 RG ALMELO | T: 0546-874 111 | [WWW.SISMATEC.NL](http://WWW.SISMATEC.NL)

**3 december 2014 vanaf 14:00u**  
Online veiling vis- en vleesverwerkende machines in Urk

Kijkdag: 2 december Adres: Hoornse Hop 6, 8321 WX Urk

[www.industrial-auctions.com](http://www.industrial-auctions.com) Industrial Auctions

**9 december 2014 vanaf 14:00u**  
Online veiling machines en inventaris voor alle industrieën in Someren

Kijkdag: 8 december Adres: Kanaaldijk Noord 12, 5711 CS Someren

**Toevoeging van kleincomponenten**

**Automatisch traceerbaar**



**AZO® Automatiseren van kleincomponenten:**

- betrouwbaar
- nauwkeurig

**AZO. The No. 1 in mixer feeding**

Right to the Point **AZO.®**  
[www.azo.be](http://www.azo.be)



## PERSONEELSONTWIKKELING

# HET WERVEN, MOTIVEREN EN ONTWIKKELEN VAN SLAGVAARDIGE MEDEWERKERS

De voedingsindustrie kampt met een tekort aan technici, en er is dringend behoefte aan hoger opgeleide operators. Opleiden is belangrijk: doe je dat niet, dan loop je het risico de concurrentiestrijd te verliezen. Over werven, motiveren en ontwikkelen van medewerkers.

Om in de voedingsindustrie succesvol te zijn en blijven, heeft u slagvaardige, goed opgeleide, medewerkers nodig. Voor veel organisaties hoort het opleiden van medewerkers onlosmakelijk bij de invulling van 'goed werkgeverschap'. Een van de deelnemers aan het bedrijfsbezoek formuleerde dat heel treffend: "Zorg goed voor je medewerkers, dan zorgen zij goed voor het bedrijf. Opleiden hoort daarbij. Het is essentieel."

### OSV-BEDRIJFSBEZOEK

Waar liggen de uitdagingen op het vlak van personeelontwikkeling, wat zijn de trends en ontwikkelingen? Dat was de insteek van het bedrijfsbezoek van de OSV aan de TechAcademy Food van ROVC. Tijdens een voordracht putte Maartje Mikx, Business Developer bij ROVC, uit hun Good Practice Rapport, met als ondertitel

'Slagvaardige medewerkers in de Foodsector', dat onlangs is uitgebracht. Hiervoor voerde ROVC in de zomer van 2013 een onderzoek uit onder 21 middelgrote tot grote foodbedrijven in Nederland. De respondenten geven in het rapport een openhartig kijkje in hun keuken.

### SPECIEKE FOODKENNIS

Voedingsoperators en Technische Dienst medewerkers vertonen veel overeenkomsten met productiebedrijven in andere sectoren, maar er zijn ook verschillen: bijvoorbeeld wat betreft de benodigde kennis en vaardigheden omtrent het voedingsproces, zoals mengen, scheiden, verwarmen en koelen. Omdat er met recepturen wordt gewerkt, ze omgaan met natuurproducten, en er strenge regels gelden wat betreft reinigen en desinfecteren, hebben operators in de

voedingsindustrie specifieke foodkennis nodig. Maartje Mikx: "We zien dat de meeste voedingsfabrikanten het belangrijk vinden dat TD-ers basis-kennis hebben rondom hygiënisch onderhoud, receptuur en HACCP. Veel TD-ers in de voedingsindustrie hebben deze kennis al in huis. Voor TD-ers die nieuw zijn in het vakgebied, helpen korte modules in deze onderwerpen bij een versneld inwerktraject. Dit draagt bovendien bij aan een verbeterde communicatie tussen de Technische Dienst en de productie."

### DRAAGVLAK EN BETROKKENHEID

De invoering van autonoom onderhoud is een belangrijke ontwikkeling binnen de foodindustrie. 75% van de ondervraagden geeft aan dat de voedingsoperators technische taken hebben of dat ze hier naartoe aan het groeien zijn. Een van

'Opleiden draagt bij aan een verbeterde communicatie tussen de Technische Dienst en de productie'



de uitdagingen op de werkvloer is het vergroten van het draagvlak bij de Technische Dienst en de betrokkenheid van de operators bij hun werk. Hoe pak je dat aan? Maartje: "Zonder training, begeleiding en duidelijke afspraken is het niet verstandig dat operators zelf eerstelijns onderhoudswerkzaamheden uitvoeren en/of storingsproblemen oplossen, vindt ze. Wel is het mogelijk om stapsgewijs specifieke taken aan te leren bij de operators. Hiervoor hebben ze geen complete technische mbo-opleiding nodig."

Als een technisch operator wordt opgeleid, gaat hij in veel organisaties taken overnemen van de monteur. Dat valt niet altijd in goede aarde; de monteur ervaart dat mogelijk als 'afnemen'. "Het is belangrijk om hier rekening mee te houden," weet Maartje. "Hou de communicatie open, bijvoorbeeld door de monteur te betrekken bij de opleiding van de technisch operators. Zo krijgt hij stap voor stap meer vertrouwen in de nieuwe taakverdeling. Vertel de monteur ook welke werkzaamheden bij hem in de plaats komen van verdwijnende taken. >>



[www.osvnetwerk.com](http://www.osvnetwerk.com)

Dit bedrijf zette zijn deuren open voor leden van Ondernemers Sociëteit Voedingsindustrie (OSV). Ook mee met een bedrijfsbezoek? Kijk op de site van OSV voor meer informatie.

 [www.osvnetwerk.com](http://www.osvnetwerk.com)



Bij de opleiding van de technisch operators kan de monteur worden ingeschakeld bij diverse elementen. Bijvoorbeeld door samen met de leidinggevende vast te stellen welke (onderhouds-)taken moeten worden uitgevoerd door de technisch operator. Door medezeggenschap in het opstellen van het opleidingsprogramma, door als vraagbaak te fungeren voor en begeleiding van de docent/trainer. Ook kan de monteur aanschuiven bij een incompany-traject om vragen van de operator te beantwoorden. Natuurlijk zal hij de operator in de praktijk moeten begeleiden bij de nieuwe taken, en de operator de kans moeten geven om de nieuwe taken uit te voeren. Ook kan hij betrokken worden

bij de beoordeling; of de technisch operator zijn nieuwe taken beheerst.”

**Tips uit het Good Practice Rapport**

*implementeren van autonoom onderhoud:*

- *Stapsgewijs invoeren*
- *Betrekken van de technische dienst*
- *Duidelijke taken en verantwoordelijkheden*
- *Opleiden van de medewerkers*
- *Nieuwe taken toepassen in de eigen werkpraktijk*
- *Afgeven van de bevoegdheid*
- *Ondersteuning bij uitvoering taken*
- *Waardering uitspreken*

**WERVEN**

Naar welke mensen is de voedingsindustrie nu met name op zoek? Maartje: “We zien dat technische functies in met name de vleesverwerkende industrie het lastigste zijn in te vullen. Maar ook Technische Dienst-medewerkers, Hoofd TD en producttechnologen (voedingsmiddelentechnologen) zijn schaars. We horen wel dat er wel voldoende operators beschikbaar zijn en dat zij ook op te leiden zijn, maar dat het lastig is om mensen met de juiste mentaliteit aan te nemen. De verwachting is dat bij een aantrekkelijke economie met name het aantrekken van nieuwe techneuten een grote uitdaging gaat worden. Ongeveer 30% van de

respondenten uit ons onderzoek is overigens niet bezig met werven, aangezien ze de komende periode juist moeten krimpen in het aantal Fte’s.”

**WERVINGSTIPS**

- Gebruik uitzendkrachten als pool voor goede nieuwe medewerkers.
- Ga op zoek naar technische stagiaires, en vraag de beste te blijven.
- Let bij het werven van de nieuwe medewerkers vooral op motivatie en mentaliteit, de rest is vaak wel aan te leren.
- Werk aan je imago. Organiseer rondleidingen voor de jeugd uit de regio, zodat de kans groter wordt dat ze in de toekomst bij je willen gaan werken. Mensen hebben vaak geen idee over wat er allemaal aan techniek in een slachterij aanwezig is.

**OPLEIDINGSUITDAGINGEN**

Soms is het lastig om klassen te vullen met voldoende leerlingen. Door veel dubbele functies, een platte organisatie en kleine productieteams is een groepstraining bijvoorbeeld niet mogelijk. Een ander uitdaging is Tijd. Uit het Good Practice Rapport: ‘Tijd is altijd een uitdaging. Vanwege ploegdiensten en verschillend werktijden, is het altijd lastig om mensen vrij te roosteren en afdelingen te combineren binnen trainingsgroepen. De ruim 50 BBL-leerlingen drukken dusdanig hun stempel op de huidige roosters, dat er weinig mogelijkheden verblijven voor andere trainingsactiviteiten in groepsvorm.’ Hoe los je zoiets op? Maartje: “Een mogelijke oplossing is de bedrijvenschool. Dat is een school voor een aantal bedrijven in een regio of branche. Daarvoor is aansluiting vereist van het aanbod op de opleidingsbehoeften van de deelnemende bedrijven. Voordelen zijn een gedeelde verantwoordelijkheid voor het vullen van de groepen, en efficiënte en effectieve ontwikkeling van de medewerkers. Deze opzet blijft betaalbaar en levert een besparing op van wervingskosten bij het gezamenlijk aantrekken van nieuwe medewerkers. We ondersteunen graag bij het opzetten van een bedrijvenschool met bedrijven in uw regio of (deel)sector.”

**WEL OF GEEN ‘PAPIERTJE’**

Bij meerdere bedrijven valt op dat de werkplekopleiding geen formele mbo-status heeft, maar wel een aantal mbo-kenmerken. Een respondent: ‘De opleiding behandelt KAM, bedrijfsregels, HACCP en een procesdeel. Het heeft mbo-BBL-kenmerken, maar geen officiële status. Theorie gaat via het e-learningprogramma. Daarna doen ze 6 weken praktijkervaring op. Het programma wordt afgesloten met een proeve van bekwaamheid. Na het succesvol afleggen daarvan mag de medewerker zelfstandig werken aan de lijn.’ Bij een aantal bedrijven is het afronden van een werkplekopleiding gekoppeld aan salarisschalen. Andere bedrijven kiezen bewust wél voor een mbo-opleiding, omdat de werknemer dan een diploma krijgt met een officiële status; dat heeft waarde richting klanten en leveranciers. Soms maakt men voor de opleiding gebruik van standaardboeken, maar is de behandelde lesstof aangepast aan het eigen bedrijf. Na inventarisatie in de fabriek worden bijvoorbeeld keuzes gemaakt

welke apparatuur als voorbeeld wordt gebruikt in de lessen. Naast een deel algemene lesstof, wordt het onderwerp verder toegelicht aan de hand van de eigen machine.

**ROI VAN OPLEIDEN**

In bijna alle organisaties zijn opleidingen gebudgetteerd als kostenpost. Maartje ziet een opleiding liever als investering, waar gewone bedrijfseconomische regels en wetten voor gelden. Gaat ROI alleen over euro’s? Of ook andere resultaatgebieden? Maartje: “Indien mogelijk, druk dan het rendement van opleiden in euro’s uit. Soms is dat echter niet mogelijk. Dan adviseren we om het rendement op een kwalitatieve manier in kaart te brengen. In het boek Rendement van opleiden in de techniek beschrijven we hier een methode voor en gaan we in op een voorbeeld bij een Frietfabriek. Dit staat ook op onze website beschreven ([www.rovc.nl/rendement/](http://www.rovc.nl/rendement/)).”

 [www.techacademyfood.nl](http://www.techacademyfood.nl)



# OPLEIDEN: BIJDRAGE AAN POSITIEVE ONTWIKKELING VAN DE BEDRIJFSCULTUUR

Vergeer Holland bewijst dat je ook met een ambachtelijk product als kaas heel vernieuwend kunt zijn. Het assortiment is altijd in ontwikkeling. Maar dat niet alleen: ook het personeel is continu in ontwikkeling, krijgt de kans om kennis te delen en vooral: te vergaren. Een taak die in samenwerking met SVO vakopleiding food wordt uitgevoerd.

Vergeer Holland, een familiebedrijf dat al sinds 1934 bestaat, heeft een heldere visie op ondernemen: snel en flexibel inspelen op de wensen van de markt – maar zonder concessies te doen aan kwaliteit en hygiëne. Alles voldoet aan de strengste normen: kwaliteit is voor Vergeer Holland geen eindresultaat – het is een permanent proces van vernieuwing en verbetering. “Natuurlijk zorgen we ervoor dat we jaar in jaar uit voldoen aan de geldende normen en eisen, maar dan nog blijven we kritisch naar onszelf kijken en leggen we de lat telkens weer iets hoger. Dat geldt ook voor ons personeel. Bij Vergeer Holland werken 550 medewerkers op vier locaties. We geven hen graag de kans om zich verder te bekwamen en te ontwikkelen,” zegt Harrie Groenendijk, Arbo- en Opleidingscoördinator bij Vergeer Holland. “Daarmee willen we een aantrekkelijke werkgever zijn; ook voor jonge nieuwe instromers op de arbeidsmarkt. Verder willen we aan onze klanten kunnen laten zien dat Vergeer Holland aandacht heeft voor het niveau van haar medewerkers.”

## STRUCTUREEL INGEBED

Terwijl Groenendijk het uitgebreide opleidingsplan voor productiemedewerkers – waarbinnen de operators een aanzienlijke groep (135 mensen) vormen – op tafel legt, vertelt hij: “We zijn er inmiddels bijna vijf jaar mee bezig. Daarvoor gaven we natuurlijk ook trainingen en opfriscursussen, maar nu is het structureel ingebed in de organi-

satie. Door het verhogen van het kennisniveau en de algemene ontwikkeling van de medewerkers, ontstaat er een betere onderlinge communicatie, en meer begrip en betrokkenheid bij het bedrijf. Het resulteert in een positieve ontwikkeling van de bedrijfscultuur.” Het opleiden heeft Vergeer Holland voor een groot deel uitbesteed aan SVO vakopleiding food. De beroepscompetentieprofi-



len zijn specifiek voor de kaasverwerkende industrie beschreven, en de mbo-opleidingen zijn hierop afgestemd. Hans de Mooij, Key Accountmanager van SVO verwoordt de missie kernachtig: “We doen dat waar we het beste in zijn, in de segmenten die we door en door kennen, met als doel: vakmensen ontwikkelen met kennis van producten.”

## AFGESTEMD OP DE PRAKTIJK

SVO vertaalt de opleidingsvraag van de klant naar de praktijk: alle mbo-opleidingen en trainingen zijn dan ook afgestemd met stakeholders in de branche. De docenten en trainers kennen de praktijk en er is een goede samenwerking met andere specialisten, zoals het ROVC. SVO vakopleiding

food werkt voor diverse segmenten in de voeding: van versspecialzaak en de voedingsindustrie tot supermarkt en out of home/fastservice.

## WAT IS HET NUT VAN OPLEIDEN?

Harrie Groenendijk: “Opleiden is noodzakelijk voor het realiseren van efficiënte bedrijfsprocessen. Medewerkers moeten steeds meer in staat zijn alle facetten van hun werkgebied aantoonbaar te beheersen. Door meer vakkennis van medewerkers willen we een verbetering van de OEE cijfers, een vermindering van het uitval en een kwaliteitsverbetering realiseren, zoals verminderen van het aantal klachten en verbeteren van de klanttevredenheid. Opleiden ‘on the job’ heeft tot doel dat de

medewerker zo efficiënt mogelijk aan de machine kan werken. Dat leidt tot betere resultaten en minder uitval. Medewerkers met ervaring geven nieuwe medewerkers de machinetraining. Hier zie je echt dat talenten komen bovendien.”

Hans de Mooij, SVO: “Onze klanten investeren met opleiden in hun bedrijf en in hun medewerkers. Dat levert veel op: producten worden beter, verdieping van de productkennis, de klanttevredenheid stijgt en het aantal klachten daalt. En dat geeft een financieel voordeel: hogere productiviteit, minder ziekteverzuim, minder loonkosten en stijging van de omzet en het resultaat. Eén klant benoemde dit treffend: ‘Niet laten leren kost kapitalen’. Het oplei- >>



den doet 'iets' met medewerkers. Daarvoor krijg je ook wat terug. Door het opleiden van personeel groeit de betrokkenheid én het verantwoordelijkheidsgevoel van medewerkers. Dit heeft een positief effect op het behoud van personeel."

**WAT VINDT U VAN DE STELLING: "KENNIS BIJ-BRENGEN LUKT NOG WEL, MAAR ZORGEN DAT OPERATORS ÉCHT GAAN NADENKEN IS EEN GROTE UITDAGING."**

Harrie: "Ja, dat is wel zo. Maar daar zijn de mbo-opleidingen voor: wij merken dat onze mensen er zelfbewuster door worden, ze gaan vragen stellen en meedenken. Voor de operators is de mbo-opleiding niet verplicht, er zitten ook oudere operators tussen die hun werk goed doen, maar geen opleiding meer willen doen. Onze doelstelling is toch wel dat 80% van de operators de opleiding gedaan heeft. Sinds we gestart zijn, zingt het rond. Daar hoeft je niet zo ontzettend veel voor te doen. De laatste keer dat er weer plek was voor

een groep, hebben zich er 35 vrijwillig aangemeld. Ik zie die 80% wel zitten. We hebben nu zo'n 40% bereikt."

**KAN IEDEREEN MEEDOEN?**

Harrie: "Om deel te nemen aan de vrijwillige mbo-opleidingen, is allereerst goedkeuring nodig van de afdelingsleiding. Natuurlijk wordt er gekeken naar de motivatie en het taalniveau: meer kennis van de Nederlandse taal bevordert de communicatie en het begrip voor elkaar en is daardoor ook direct van invloed op de productieresultaten. Er geldt een verplicht niveau bij de start van de opleidingen: Assistent Voedingsindustrie (VA): 1F; Operator Voedingsindustrie (VO): 2F; Meewerkend Voorman Voedingsindustrie (MWV): 2F+."

**ZIJN DE DOELEN HAALBAAR EN DE INSPANNINGEN AANVAARDBAAR?**

Hans: "Ja, maar er zijn wel randvoorwaarden. Het management moet de opleidingen noodzakelijk

achten, en van toegevoegde waarde voor het bedrijf en zijn medewerkers zijn; nu en (met name) voor de toekomst. Er moeten voldoende mogelijkheden zijn om de medewerkers bepaalde opleidingen onder werktijd of gedeeltelijk onder werktijd te laten volgen. Dat betekent flexibel omgaan met het beschikbaar stellen van tijd. Ook is het prettig als er middelen en faciliteiten beschikbaar zijn; een instructieruimte, trainers etc. Wij vinden het belangrijk dat er perspectief is en waardering voor de medewerkers die met goed gevolg een cursus of opleiding hebben afgerond. Als deze waardering daadwerkelijk en aantoonbaar aanwezig is, zal dit een stimulans zijn voor de medewerkers om met name de mbo-opleidingen te volgen."

**HOE ZIJN DE OPLEIDINGEN BIJ VERGEER HOLLAND GEORGANISEERD?**

Harrie: "Bij onze opleidingen zijn betrokken: de afdelingschefs en de teamleiders, eventueel aan te stellen (gediplomeerde) praktijkopleiders, de opleidingscoördinator, de afdeling P&O (Personeelsfunctionaris van de betreffende afdeling), procesmedewerkers Kwaliteit, interne instructeurs machines Vergeer Holland, SVO vakopleiding food, ROVC en andere opleiders. De opleidingen voor productiemedewerkers, operators en teamleiders worden incompany en deels op vrijwillige basis (eigen tijd medewerker) gegeven. Klassikale lessen binnen de mbo-opleidingen vinden plaats buiten werktijd, die uren worden niet gecompenseerd. Wel betaalt Vergeer Holland de opleiding, en krijgt de werknemer een erkend mbo-diploma na het succesvol afronden van de opleiding."

Hans: "In het algemeen vormen de functies in het bedrijfsleven, nu én in de toekomst, het uitgangspunt van onze opleidingen. BBL-opleidingen zijn combinatievormen van werken en leren. Het leren gebeurt tijdens het werk onder begeleiding van een praktijkbegeleider; de lesdagen worden verzorgd door SVO. De student wordt vanuit SVO begeleid door een mentor. Voor een mbo-opleiding moet het leerbedrijf erkend zijn. SVO verzorgt de erkenning voor het bedrijf en leidt de praktijkopleider kosteloos op."

# NIET LATEN LEREN KOST KAPITALEN GROEI - ONTWIKKELEN - RENDEMENT: EEN CONTINU PROCES



Organisaties investeren met opleiden in hun bedrijf en in hun medewerkers. Dat levert veel op. Door te investeren in de kwaliteit van mensen, kunnen organisaties voldoen aan de eisen van klanten en de wet.

Processen moeten op orde en beschreven zijn, er moet veel tijd geïnvesteerd worden in audits. Naast certificaten wordt er steeds meer gevraagd naar continu opleiden. De ontwikkeling

‘Medewerkers hebben kennis van het vak én het proces nodig’

van organisaties en mensen is een continu proces. Dit vergt veel van uw organisatie.

**OPLEIDINGEN OP MAAT**

SVO vakopleiding food biedt uitkomst met een volledig assortiment van opleidingen en trainingen en kan u ontzorgen door samen op maat gemaakte opleidingshuizen in te vullen en te vertalen naar een jaarlijks programma. SVO is dé opleider voor de foodbranche, voor onder andere industriële voedingsbedrijven. SVO biedt mbo-opleidingen van niveau 1 tot en met 4, voor

functies van assistent tot productie leider, en een breed aanbod van vak- en vaardigheidstrainingen.

**MAAK HET VERSCHIL**

Goed opgeleide medewerkers bepalen het succes van een foodbedrijf. Bewust opgeleide medewerkers leveren rendement op. SVO leert werknemers begrijpen waar ze mee bezig zijn en helpt hen het verschil te maken.

[www.svo.nl/voedingsindustrie](http://www.svo.nl/voedingsindustrie)



Introductie van Sealed Air Food Care value drivers. Bij **Sealed Air Food Care** leveren we meetbare bedrijfsresultaten aan onze partners door te focussen met doelgerichte innovatie op vier value drivers, zodat we samen kunnen delen in de gecreëerde waarde.



## IDEAAL VOOR HET BESCHERMEN VAN VLEES, GEVOGELTE, VIS EN WINST.

Als voedselverwerker, weet u dat de sleutel tot een beter bedrijfsresultaat **Operationele Efficiëntie is**. Dat is waarom Sealed Air doorgaat met het leveren van grensverleggende innovaties om de winst te verbeteren - zoals Cryovac® Darfresh® On Tray vacuüm skinverpakking. Deze doorbraak maakt het mogelijk om de productie te verhogen met maar liefst 45% terwijl er 40% folie bespaard wordt per pakket. Het beste van alles is dat het werkt met uw bestaande aanpak van laden. Zie hoe het meetbare resultaten voor u kan opbrengen.

Bezoek: [sealedair.com/darfreshontray](http://sealedair.com/darfreshontray) voor meer informatie.

**CRYOVAC** Diversey



### ABU EN BONDEN AKKOORD

# VERNIEUWDE CAO VOOR UITZENDKRACHTEN

De ABU en de vakbonden FNV Bondgenoten, CNV Dienstenbond, De Unie en LBV hebben na intensieve onderhandelingen een **akkoord bereikt over de wijzigingen in de lopende CAO voor Uitzendkrachten.**

De in 2012 gemaakte principe-afspraken over de 'inlenersbeloning' (loon uitzendkrachten dat is gebaseerd op de arbeidsvoorwaarden van de inlener) wordt per 30 maart 2015 ingevoerd.

In de vernieuwde cao is verder de Wet werk en zekerheid verwerkt. Het nieuwe akkoord biedt een brede basis voor de allocatiefunctie van de uitzendbranche en zorgt in lijn met het sociaal akkoord voor goed georganiseerde flexibiliteit.

### Personeel & Opleiding

#### BELONING (VANAF 30 MAART 2015)

Uitzendkrachten krijgen vanaf de eerste dag een loon gebaseerd op de arbeidsvoorwaarden van de inlener. Voor groepen met een afstand tot de arbeidsmarkt blijft een apart loongebouw van toepassing. Dit loongebouw geldt ook voor diegene die worden bemiddeld vanuit de Participatiewet en voor mensen die via de uitzendbranche van werk-naar-werk worden begeleid. Ook geldt een apart loongebouw voor uitzendkrachten met een contract voor onbepaalde tijd (fase C). Bonden en werkgevers zijn verder een loonsverhoging overeengekomen van 1,8% per 29 december 2014.

#### WET WERK EN ZEKERHEID (VANAF 1 JULI 2015)

In de nieuwe cao is de Wet werk en zekerheid verwerkt. In lijn met het sociaal akkoord zijn er voor uitzendkrachten met zgn. 'korte contracten' (dag/week) meer zekerheden afgesproken. Verder mogen er per 1 juli 2015 in fase B maximaal zes contracten in maximaal vier jaar worden gebruikt. Het geeft de branche meer mogelijkheden om binnen de nieuwe kaders flexibiliteit voor inleners en zekerheden voor uitzendkrachten te organiseren.

#### FLEX EN ZEKER

De ABU vindt dat met deze nieuwe cao-afspraken een goede balans is gecreëerd tussen flexibiliteit en zekerheid. Jurriën Koops, directeur van de ABU: 'De nieuwe cao bevestigt dat uitzendwerk een goed georganiseerde vorm van flex is. Het akkoord biedt de branche perspectief en is goed voor de arbeidsmarkt'.

#### ALGEMEEN VERBINDEND VERKLAARD

Voor de wijzigingen in de ABU-CAO wordt een algemeenverbindendverklaring aangevraagd bij het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. De huidige cao is algemeen verbindend verklaard en geldt voor alle uitzendkrachten (behoudens dispensaties). De afspraken tussen de onderhandelingsdelegaties van de ABU en de bonden worden nog voorgelegd aan de leden. Na instemming van de leden is het akkoord definitief.

[www.abu.nl](http://www.abu.nl)

## BEURSAGENDA 2014

**EMBALLAGE 2014**  
17 t/m 20 november  
Paris Nord Villepinte, Parijs  
info@promosalons.nl

**PACKAGING INNOVATIONS 2014**  
26 en 27 november  
Benelux Taets Art and Event Park, Amsterdam  
www.easyfairs.com/pi-nl

**HI EUROPE & NI**  
2 t/m 4 december  
RAI Amsterdam  
www.hieurope.com

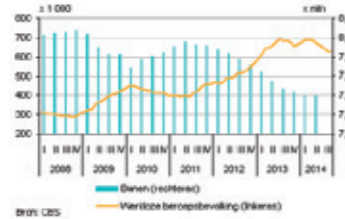
**ANUGA FOODTEC 2015**  
24 t/m 27 maart  
Koelnmesse, Keulen  
www.anugafoodtec.com

**EMPACK 2015**  
15 t/m 16 april  
Brabanthallen  
's-Hertogenbosch.  
www.easyfairs.com/EMPACK-NL

meer beurzen op:  
www.wegwijzerfood.nl

## CIJFERS & FEITEN ARBEIDSMARKT IN VOGELVLUCHT

Het aantal banen van werknemers is in het tweede kwartaal van 2014 verder afgenomen. In vergelijking met een jaar eerder zijn er 70 duizend banen minder. De werkloos-



Werkloosheid en banen, gecorrigeerd voor seizoeninvloeden

heid is in september 2014 gedaald met 4 duizend en kwam uit op 628 duizend personen. Dat is 8 procent van de beroepsbevolking. Het aantal openstaande vacatures is in bijna alle sectoren gegroeid. Hiermee neemt het aantal vacatures voor het derde kwartaal op rij toe. De loonontwikkeling blijft stabiel. In het eerste kwartaal van 2014 waren de cao-lonen 1,0 procent hoger dan een jaar eerder. De cao-loonstijging ligt hiermee iets onder de inflatie.

 [www.cbs.nl](http://www.cbs.nl)

## BEURSNIEUWS HI EUROPE & NI

De beurs Health ingredients Europe 2014 & Natural ingredients belooft dit jaar nog meer innovatie, matchmaking en leermogelijkheden te brengen. Met ruim 30 korte seminars, diverse innovatie-tours en een

nieuwe matchmaking-service zijn er ter plekke veel mogelijkheden om uw bezoek optimaal te benutten. De beurs brengt de nieuwste productontwikkelingen en -innovaties van ruim 500 internationale, toonaange-

## NIEUWE VOORZITTER

De heer drs. Karel de Leest is door de Raad van Toezicht van SVO vakopleiding food per 1 februari 2015 benoemd tot nieuwe voorzitter College van Bestuur. Karel de Leest volgt in deze functie de huidige voorzitter Johan Noltes op die de organisatie verlaat in verband met het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd.

## IN DIENST


Michiel Metselaar is sinds 1 oktober jl. in dienst bij Rockwell Automation als Account Manager CPG voor de food & beverage industrie in Nederland. Voorheen was Metselaar werkzaam bij Heat and Control in Lelystad.

vende leveranciers van natuurlijke en gezondheidsingrediënten en aanbieders van oplossingen onder de aandacht. Locatie: RAI, Amsterdam.

 [www.hieurope.com](http://www.hieurope.com)

## PERSONEEL DRIEJARIGE SAMENWERKINGS- OVEREENKOMST

HOBIIJ, Experts in European Workforce en Van Oers United, internationaal opererende leverancier en producent van jaarrond verse groenten te Ridderkerk, zijn een driejarig contract aangegaan. HOBIIJ zal hierin de firma Van Oers United ontzorgen op het gebied van de inzet van flexmedewerkers op de locaties Ridderkerk en Heinoord. Hans Meijer, Productiemanager van Van Oers United: "Op de productielocaties werken we al jaren met flexibele arbeidskrachten. In het verleden deden we zaken met 6 bureaus, maar we hadden behoefte aan professionalisering van alle processen rondom de inzet van flex. We hebben een gespecialiseerd bureau in de arm genomen die voor ons een tender heeft uitgezet. Na een uitgebreid proces hebben we gekozen voor HOBIIJ. HOBIIJ heeft grote ervaring in de logistiek en food én werkt landelijk. De aandacht die zij geven aan maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) en goed werkgeverschap, was ook een belangrijke reden voor de keuze. We gaan nu werken met drie partijen, waarvan HOBIIJ de grootste leverancier wordt en leading is in het gehele proces."

 [www.hobij.nl](http://www.hobij.nl)

## REINIGEN CLEAN-MACHINE REKENT AF MET BACTERIËN IN KRATTEN



Clean-Machine reinigt voor de voedselverwerkende industrie kratten, bakken, emmers en pallets onder zeer hoge druk en tot 80°C. Na reiniging droogt, desinfecteert en stapelt het bedrijf de kratten. De Clean-Machine reinigt volgens de ISO 22.000 norm. Met het grondige reinigingsproces draagt het bedrijf bij aan een efficiënte en zekere bedrijfsvoering van haar klanten en

daarmee aan een hoger rendement. Onlangs heeft Clean-Machine een nieuw hypermodern pand betrokken aan de Kooihoek 11 in Bunschoten-Spakenburg, en nu beschikking over 6 geavanceerde dockshelters voor aan- en afvoer. Ondernemers die nieuwsgierig zijn naar de werkwijze, kunnen rekenen op een

 [www.clean-machine.nl](http://www.clean-machine.nl)

## OPLEIDEN BESTE PRAKTIJKOPLEIDER VOEDINGSINDUSTRIE

Tijdens de XXXL Graduation Party, het jaarlijkse geslaagdenfeest van SVO vakopleiding food, is Werner ter Riele van Exportslachterij Gosschalk uitgeroepen tot Beste Praktijkopleider Voedingsindustrie 2014. Werner vindt het belangrijk dat zijn medewerkers goed opgeleid zijn en geeft hen alle kans zich te ontwikkelen. Hij kent zijn medewerkers en hun talenten goed en weet op een prettige manier zijn medewerkers te laten groeien in hun vak. Werner heeft altijd tijd en ruimte om over de voortgang te praten en zorgt er voor dat mensen met een beperkte arbeidsinzet ook een plek vinden



binnen Gosschalk. Beste Opleidingscoördinator werd Renate Boer. Zij vertegenwoordigt de groep van praktijkopleiders die binnen Stegeman inhoud geeft aan de begeleiding van medewerkers met hun opleiding. Deze groep kenmerkt zich door de samenhangigheid en de wil om het maximale er uit te halen.

 [www.svo.nl](http://www.svo.nl)

## METEN DE WARMTEBEELDCAMERA

In een uitgebreid onderzoek van de vakbladen Photon en Photon-International zijn de warmtebeeldcameras (testo 876 en testo 885) van Testo bovenaan geëindigd. Het vervolgonderzoek van het Fraunhofer Instituut heeft de voordelen van de testo SuperResolution in verschillende industriële applicaties bevestigd. Bekijk de testresultaten via onderstaande link.

 [www.testo.nl/besticlass](http://www.testo.nl/besticlass)



## Optimale hygiëne voor maximaal resultaat

U moet 100% kunnen vertrouwen op de hygiëne tijdens uw productieproces. Bel 0546 763 763 en ervaar onze aanpak. [www.labaz.com](http://www.labaz.com)

LABAZ, Simple, save and sustainable



Cordy Volkers van Bessels architecten & ingenieurs.  
"Ongediepte-dicht bouwen is meer dan alleen rattenbestrijding"  
Lees in deze Voedingsindustrie zijn artikel over het weren en bestrijden van ongedierte in foodbedrijven.

**bessels**  
architecten & ingenieurs

[www.bessels.com](http://www.bessels.com)

WWW.GREATITALIANFOODTRADE.COM

# INTERACTIEVE VIRTUELE VITRINE VOOR HET BESTE VAN ITALIË

Voeding en drank uit Italië: hoe eenvoudig het ook klinkt, in de praktijk blijkt het moeilijk om échte kwaliteit te onderkennen in het enorme aanbod van Italiaanse producten dat verkrijgbaar is op de wereldmarkt. GIFT maakt deze markt transparant en inzichtelijk: een internationaal internetportal volledig toegewijd aan voortreffelijke en verrukkelijke Italiaanse producten.

GIFT is als een 'virtuele vitrine' van het allerbeste dat in Italië wordt geproduceerd. De portal biedt niet alleen producten, maar ook diepgewortelde ervaring aan, met als doel: het promoten van Italiaanse voeding en dranken. Maar dan wel toegespit op duurzaam geproduceerd, en uitsluitend voeding en drank van hoge kwaliteit. GIFT is meer dan alleen een verkoopkanaal. Het biedt naast

producten ook geïntegreerd advies: over strategie, wetgeving, lobbying, events, voedselveiligheid, etikettering, handelsmerkbescherming, en meer.

## CONTROLE

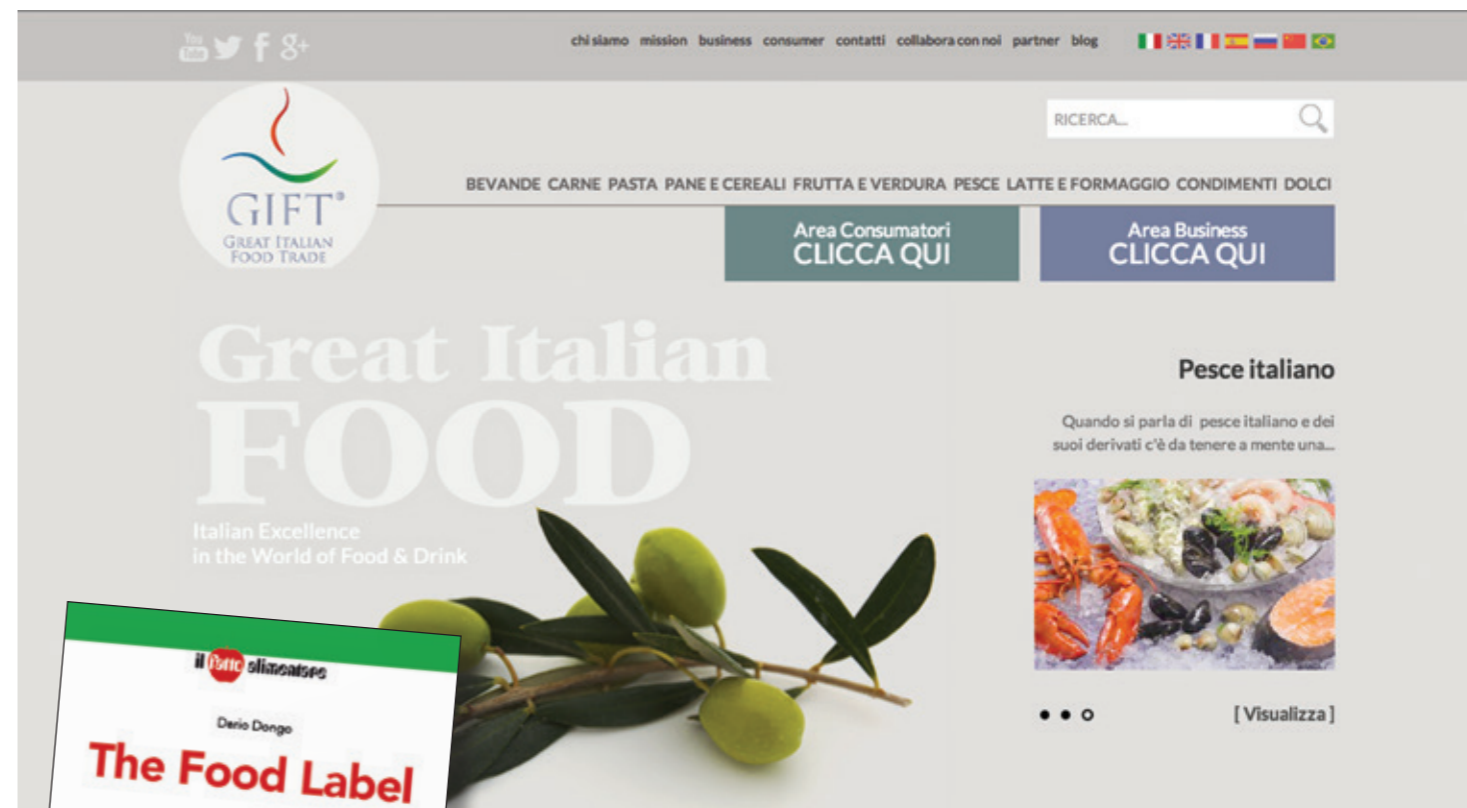
Een team van experts selecteert met grote zorg de bedrijven die zich via de site presenteren. Vaak gaat het om kleine en middelgrote bedrijven die niet verbonden zijn met wereldwijde distributienetwerken en de internationale markt. Alle bedrijven moeten voldoen aan vooraf opgestelde parameters. Behalve een uitgebreide selectie op kwaliteit en controle of het bedrijf echt de hoogste productiestandaarden naleeft, evalueert GIFT hoe serieus en professioneel de organisatie is: Zo worden de historie en relatie met van de onderneming met zijn omgeving onder de loep genomen, en wordt er gekeken naar de betrokkenheid op het gebied van sociale verantwoordelijkheid en duurzaamheid.

## REIS ROND DE WERELD

Na de uitgebreide selectie, beginnen de Italiaanse voedingsmiddelen en dranken hun 'reis rond de wereld' via GIFT's virtuele platform. De site maakt gebruik van geavanceerde SEO (Search Engine Optimization) technologie, waardoor de portal een toppositie in zoekmachines bereikt wanneer er gezocht wordt op de tekst 'made in Italy'. Om contact en dialoog te faciliteren met de wereldmarkt, is de site beschikbaar in maar liefst acht talen: Chinees, Arabisch, Russisch, Portugees, Spaans, Engels, Frans en Italiaans. Dit betekent dat 3,7 miljard mensen over de hele wereld de content kunnen lezen. Alle teksten worden verzameld door moedertaalsprekende redacteurs met een grondige kennis van de Italiaanse foodcultuur. Dit unieke kenmerk geeft GIFT de mogelijkheid het erfgoed van Italiaans eten te positioneren in een perfecte synthese met de verwachtingen, gebruiken en achtergrond van iedere doelgroep.



Dario Dongo



nationale beurzen. Deze zomer bijvoorbeeld maakten ze zich sterk voor de participatie van een groep Italiaanse wijnproducenten op de 2014 Beijing (Yanqing) International Wine Exposition onder de GIFT-vlag. Eigenaren van internationale bedrijven die de 'Italy for Expo 2015' gaan bezoeken, kunnen profiteren van de uitnodiging van GIFT voor de 'Italian Food Club 4 Expo'. Dit is een 'dedicated space' voor foodkennis uit Italië, producten en cultuur, er is ruimte voor discussie en meetings met producenten, kopers en experts op het gebied van agribusiness.

## VOOR IEDERE BUSINESSBEHOEFTE

GIFT biedt daarnaast een complete range van nevenschikte diensten aan, zoals advies rondom de ontwikkeling en herziening van voedingsetiketten en product- en processcertificering, en juridisch advies bij binnenlandse en internationale merkregistratie en -bescherming. Ook zijn er ad-hocdiensten beschikbaar, waarmee GIFT vrijwel iedere businessbehoefte weet te dekken.

## BEURSONDERSTEUNING

Om internationalisering te ondersteunen, brengt GIFT Italiaanse bedrijven naar de belangrijke inter-

## DE GRONDLEGGER

GIFT werd gelanceerd in 2012. Het project is ontsproten aan het brein van Dario Dongo: advocaat, journalist en grondlegger van de site [www.ilfattoalimentare.it](http://www.ilfattoalimentare.it). Dongo is een absolute kenner van voedselwetgeving, met zijn tien jaar ervaring als hoofd van de afdeling 'Europees en regulatief beleid' bij de Federalimentare (de Italiaanse Federatie Food Industry). Zijn uitgebreide kennis van het gastronomisch erfgoed van Italië, gecombineerd met het commitment om alleen het allerbeste te willen promoten, komen naadloos samen in dit project. Ultiem doel: de eet- en drink-

cultuur van Italië en de duurzame productie van Italiaanse producten verspreiden en het faciliteren van internationale handel. Dario Dongo is ook auteur van het boek 'The Food Label', dat de veranderingen illustreert rondom de invoering van verordening (EG) nr. 1169/2011. De Engelstalige editie is te downloaden via [www.vakbladvoedingsindustrie.nl](http://www.vakbladvoedingsindustrie.nl).

## GARANTIE

Dankzij de accurate kennis van de Italiaanse gastronomische traditie kan GIFT de Nederlandse markt de beste agro-food producten aanbieden; geborgd op ieder niveau en een veilige voedingsmakelaar voor beide partijen. Dezelfde garantie wordt aangeboden voor de brede range aan zakelijke dienstverlening van GIFT, diensten die worden verzorgd door een team van professionals met bewezen ervaring in de internationale arena.

Voor vragen kunt u contact opnemen met de Nederlandse partner Sergio Carbonara ([nl@greatitalianfoodtrade.com](mailto:nl@greatitalianfoodtrade.com))

 [www.greatitalianfoodtrade.com](http://www.greatitalianfoodtrade.com)




**De winst van kleentec hygiëne**

Levensmiddelenproductie en hygiëne horen bij elkaar als peper en zout. De kwaliteit van de hygiëne heeft rechtstreeks invloed op de kwaliteit en veiligheid van het eindproduct. Kleentec is Nederlands leidende reinigingsspecialist voor de voedingsmiddelen-industrie. We streven ernaar om absolute kwaliteit en continuïteit te garanderen tegen de laagst mogelijke kosten

**Kleentec geeft uw resultaat meer glans!**

Kleentec Rijssen | T. 0548 - 538 300  
Kleentec Helmond | T. 0492 - 524 705  
[www.kleentec.nl](http://www.kleentec.nl)

## OUDEREN: EEN GROEIENDE DOELGROEP

# KANSEN VOOR VOEDINGSPRODUCENTEN

Een studie naar de rol van beleving van maaltijden onder ouderen door wetenschappers van Wageningen UR Food & Biobased Research biedt productontwikkelaars en marketeers handvatten om hun producten beter af te stemmen op de verschillende behoeften en wensen van de groeiende groep



Ouderen zijn op grond van hun emotionele beleving van maaltijden in vier groepen te verdelen. Dat is de conclusie op basis van onderzoek uitgevoerd bij leden van het seniorentestpanel (SenTo). In september werden de resultaten gepubliceerd in Appetite.

Wageningse onderzoekers hebben ouderen ingedeeld op grond van emotiewoorden die ze associëren met hun maaltijden. De belangrijkste variabelen zijn de positieve of negatieve waardering (bijvoorbeeld plezierig, gelukkig, schuldig of afschuwelijk) en de mate van opwindning en activiteit (avontuurlijk, kalm) die de deelnemers koppelen aan eten. "Eerder onderzoek naar eetgedrag van ouderen hield weinig rekening met emoties, terwijl die juist belangrijker lijken te worden naarmate mensen ouder worden", aldus Louise den Uijl, PhD in de groep Consumer Science & Health.

### VIER CATEGORIËN

Om de groepen gemakkelijk van elkaar te onderscheiden, hebben de wetenschappers voor elke groep een fictief personage bedacht als ijkpersoon:

Zo vertegenwoordigt mevrouw Jansen de grootste groep, de 'genoeglijke gemiddelden', waarin ongeveer 50% van de deelnemers zit. Mevrouw Jansen is gematigd in haar emoties over eten. Gezondheid en smaak vindt ze belangrijk en ze probeert wel eens wat nieuws, maar ze is niet op zoek naar culinaire verrassingen.

@ISTOCK/ANNIEBHAS

>>



www.anugafoodtec.com

Internationale beurs voor leveranciers in de levensmiddelen- en drankenindustrie

## ONE FOR ALL. ALL IN ONE.

Food Processing | Food Packaging | Food Safety | Food Ingredients | Services & Solutions

**KEULEN, 24 t/m 27-03-2015**

**Bezoek de toekomst**  
van de levensmiddelenindustrie.  
De nieuwste technologieën, trends, innovaties.  
Anuga FoodTec. Steeds de vinger aan de pols.

**Uw rechtstreekse contact:**  
RS Vision Expo BV  
Excl. Vertegenwoordiging van Koelnmesse in Nederland  
Panoven 13, 3401 RA IJSSELSTEIN  
Tel: +31 (0) 30 - 3036450  
Fax: +31 (0) 30 - 3036456  
[tickets@koelnmesse.nl](mailto:tickets@koelnmesse.nl)








**ebro TFX 410**  
Handzame, professionele voedselthermometer.

- Nauwkeurig en robuust ✓
- IJkservice en advies op maat ✓
- Meest verkochte voedselthermometer in Europa ✓
- Hittebestendige voelercabel en -handvat ✓

[gullimex.com/tfx](http://gullimex.com/tfx)




**SCHARFF TECHNIEK BV** *Sterk in Stoom*

31 jaar



**CERTUSS TC series 80-2000 kg/h**  
**10% minder gas - 10% meer stoom**

Meer informatie? Kijk op [www.stoomketels.nl](http://www.stoomketels.nl)  
bel vrijblijvend 030 2410972



**Willemsen Isolatiebouw B.V.**  
Sophialaan 6, 3542 AR Utrecht  
T (030) 241 01 26 | F (030) 241 41 29  
[www.willemseniso.nl](http://www.willemseniso.nl)




**WILLEMSEN • KOEL- EN VRIESBOUW**



- KOEL- EN VRIESHUIZEN
- INVRIESTUNNELS
- BEDRIJFSRUIMTES
- KOEL- EN VRIESDEUREN
- BRANDWANDEN EN -DEUREN

‘Het voedingsmiddelen-aanbod speelt nog weinig in op de behoeften en wensen van ouderen’

De ‘uitdagende avonturier’ meneer De Jager, representant van een kwart van de deelnemers, geniet van zijn maaltijden en houdt juist wel van iets avontuurlijks op zijn bord.

De ‘tevreden genietster’ mevrouw De Roos, en met haar ongeveer een achtste van de deelnemers, houdt van eten en vindt gezondheid belangrijk. Ze hecht meer waarde aan de mensen met wie ze eet dan aan bijzondere hapjes.


De ‘onverschillige criticus’ meneer Zuurbier, die een achtste van de deelnemers vertegenwoordigt, is weinig geïnteresseerd in zijn maaltijden. Hij associeert ook negatieve gevoelens met eten, en loopt daardoor het meeste kans op ondervoeding.

**LANGER ZELFSTANDIG WONEN**  
De populatie ouderen in de samenleving neemt de komende jaren wereldwijd toe in aantal en diversiteit. Het voedingsmiddelenaanbod speelt echter nog weinig in op hun behoeften en wensen. De verwachting is dat producten die aansluiten bij de behoeften van de verschillende groepen ouderen in combinatie met een goede communicatie kunnen leiden tot een betere inname van voedingsstoffen. Op de lange termijn kan dat bijdragen aan het langer zelfstandig wonen van ouderen, aldus de Wageningse onderzoekers.

**ENQUÊTES VIA SENTO-PANEL**  
Alle 392 deelnemers aan het onderzoek zijn lid van het panel SenTo (Senioren voor de Toekomst). Dit panel, een initiatief van Wageningen UR, bestaat uit zelfstandig wonende ouderen boven de 55 die online met een computer kunnen werken, zelfstandig boodschappen doen en vloeiend Nederlands spreken. Bij dit onderzoek was de gemiddelde leeftijd van de deelnemers 65,8 jaar. De verhouding

man : vrouw was 4 : 6. De deelnemers vulden online drie enquêtes in over de emoties die het eten van maaltijden en snacks bij hen oproept, het belang dat ze aan hun maaltijden toekenden en hun houding tegenover gezondheid en smaak.

**PUBLICATIE**  
De resultaten van de studie staan beschreven in de paper ‘It is not just a meal, it is an emotional experience. A segmentation of older persons based on the emotions that they associate with mealtimes (L.C. den Uijl et al), gepubliceerd in Appetite.

 [www.wageningenur.nl](http://www.wageningenur.nl)



Onderzoek

**Food & Biobased Research**  
*Food & Biobased Research ontwikkelt kennis en technologieën die bedrijven, overheden en andere onderzoeksorganisatie helpen bij de ontwikkeling van gezond en smakelijk voedsel, duurzame voedselketens, en ‘groene’ alternatieven voor producten die nu uit schaarse fossiele brandstoffen worden geproduceerd.*

<http://www.wageningenur.nl/nl/Expertises-Dienstverlening/Onderzoeksinstituten/food-biobased-research/Show/Ouderen-verschillen-in-emoties-over-eten.htm>

FOOD VALLEY EXPO

# PLUCKR WINT FOOD VALLEY AWARD 2014

De Food Valley Expo vierde dit jaar haar tiende verjaardag, met het thema 'Silicon Valley meets Food Valley'. De expo bood een podium aan de nieuwste agrifoodtechnologieën, showcases van innovatieve bedrijven, de uitreiking van de Food Valley Award, inspirerende sprekers en activiteiten ter ondersteuning van het bedrijfsleven.



De winnaar van de Food Valley Award

Aalt Dijkhuizen, boegbeeld van de Topsector Agri & food en Bert Roertert, bestuursvoorzitter Food Valley NL lanceerden op de Food Valley Expo [www.dutchfoodinnovations.com](http://www.dutchfoodinnovations.com). Deze site biedt een overzicht van vernieuwende technologieën, producten en ingrediënten op het gebied van voeding, levensmiddelentechnologie en land- en tuinbouw, en is een initiatief van Food Valley NL.

## KENNIS DELEN

Nederland heeft veel kennis en technologie in huis op het gebied van agrifood en kan zo wereldwijd bijdragen aan oplossingen voor wereldvoedselvraagstukken. De nieuwe website geeft R&D-managers, beleidsmakers en consultants snel en eenvoudig inzicht in welke innovatieve agrifoodoplossingen beschikbaar zijn in Nederland. [Dutchfoodinnovations.com](http://Dutchfoodinnovations.com) is een praktisch instrument om kennis te delen en om dwarsverbanden te maken. In de database zijn tal van innovatieve ingrediënten te vinden voor toepassing in levensmiddelen en er zijn technologieën opgenomen, die een schonere en meer duurzame manier van produceren mogelijk maken. Ook zijn er oplossingen te vinden om de productie van voedingsgewassen te verhogen of om de verspilling te verminderen. De komende tijd werkt Food Valley NL aan het verder vullen van de

database. Bedrijven in agrifood- en hortisector worden uitgenodigd om hun innovaties aan te melden via [www.dutchfoodinnovations.com](http://www.dutchfoodinnovations.com). Tot 1 januari 2015 is dit kosteloos.

## PLUCKR WINT FOOD VALLEY AWARD

Dit jaar reikte Food Valley NL voor de tiende keer de Food Valley Award uit. Een onafhankelijke vakjury beoordeelde de inzendingen op het innovatieve karakter, economische haalbaarheid, originaliteit en de mate van samenwerking bij de ontwikkeling. Dit jaar waren genomineerd: de duurzame en isolerende cadeauverpakking voor champagne van PaperFoam, de koelverse, gepascaliseerde babyvoeding van Pit-Foodconcepts en de Pluckr ([www.pluckr.nl](http://www.pluckr.nl)), een machine die met ultrasone trillingen razendsnel druiven van de tros haalt met nauwelijks of geen beschadiging. De laatste, gepatenteerde,

technologie heeft de Food Valley Award 2014 gewonnen. De machine is ontwikkeld door JFPT/foodlife in nauwe samenwerking met TOP.

## KERS OP DE TAART

"Het winnen van deze prijs is echt fantastisch," aldus Patrick Jansen van JFPT/Foodlife, "en een enorme stimulans voor ons om door te gaan

met innoveren. Nieuwe technologie in de markt zetten, is een grote uitdaging. Het winnen van de Food Valley Award zal ons hier in de toekomst zeker bij helpen." Wouter de Heij van TOP vult aan: "Wij zijn ontzettend trots op het resultaat van onze samenwerking. Het winnen van deze award is de kers op de taart en bewijst dat innovatieve techniek oplossingen brengt om de sector winstgevender te maken. We zijn blij dat we daar zo aan kunnen bijdragen."

## DE TECHNIEK

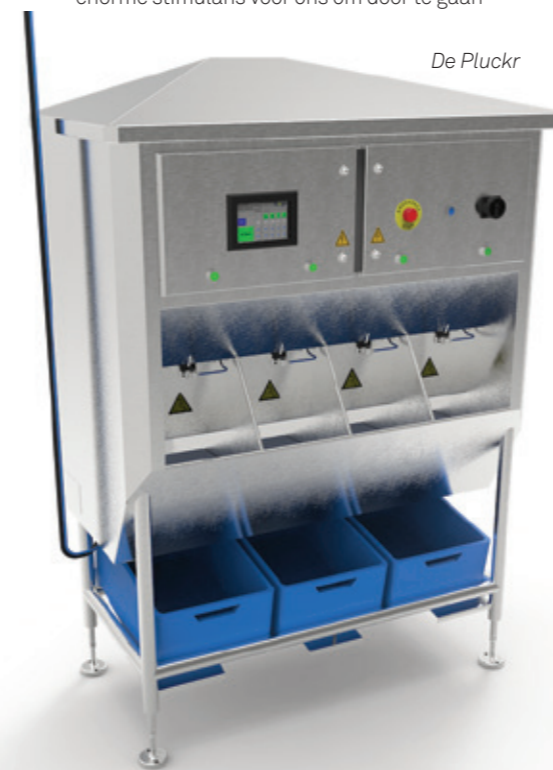
De nieuwe druivenonttrosser is een compacte machine met drie tot twaalf koppen, die elk bestaan uit een roestvrijstalen grijpertje en een trilsysteem. Afhankelijk van het aantal koppen is de Pluckr in staat om driehonderd tot zeshonderd kilo druiven per uur te verwerken. Ter vergelijking: handmatig is twintig kilo onttrossen per uur haalbaar. Uniek aan deze machine is het gebruik van de ultrasone triltechniek in combinatie met de aandrijftechniek die zowel op en neer als van voor naar achter beweegt. De druiven worden zo zonder of met nauwelijks beschadiging losgetrild. Dit in tegenstelling tot de bestaande systemen waarin de druiven worden los gemasseerd. De machine kan bovendien goed worden gecombineerd met de nieuwe technologie

AMAP (Active Modified Atmosphere Packaging), waarbij de vruchten onder gecontroleerde omstandigheden worden ingepakt zodat de houdbaarheid van de druiven tot zo'n drie tot vier weken kan worden verlengd. Dit leidt tot een langere houdbaarheid en minder verspilling. De Pluckr is inmiddels al geplaatst bij verschillende fruitverwerkers in binnen- en buitenland.

## UIT HET JURYPAPPORT

De jury van de Food Valley Award spreekt haar waardering uit voor de doordachte wijze waarop deze innovatie tot stand is gekomen. De jury van de Food Valley Award over de Pluckr: "We zijn onder de indruk van de combinatie van verschillende innovaties die in deze machine zijn verwerkt. Het is bijzonder hoe JFPT/foodlife en TOP intensief hebben samen gewerkt met onderzoekers om nieuwe technologieën in deze machine te verwerken. Wij geloven dat de Pluckr een aanzienlijk marktpotentieel heeft vanwege de brede toepasbaarheid. Geautomatiseerd druiven onttrossen heeft grote potentie voor groente- en fruitverwerkende industrie." Ook het feit dat de technologie achter de Pluckr gepatenteerd was, bleek belangrijk voor de jury.

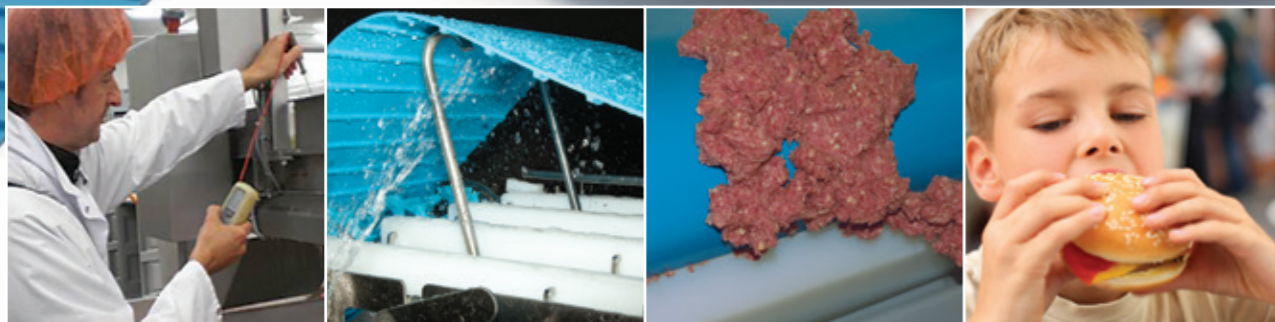
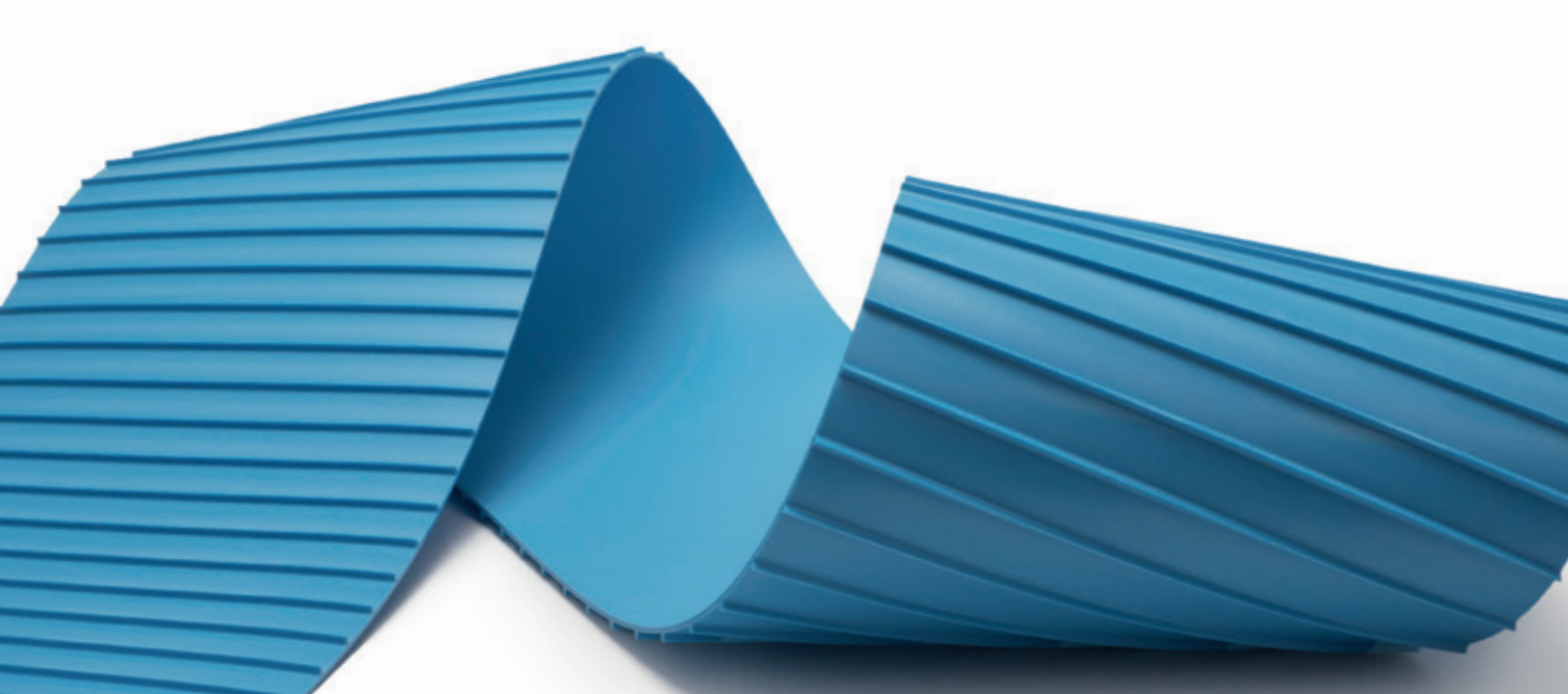
[www.foodvalley.nl](http://www.foodvalley.nl)



De Pluckr

# PRODUCTIVITEIT CREËERT WINSTGEVENDHEID

Verbeter rendement, operationele efficiëntie en levensduur van de band met hygiënische ThermoDrive-transportbandtechnologie van Intralox.



## Het doel van de transportband.

Ontdek hoe u kunt profiteren van de sterke, veilige en hoogwaardige technologie van ThermoDrive. De hoogwaardige transportbanden en oplossingen van Intralox bieden u het hoogste rendement met de beste schriftelijke garanties beschikbaar. Bezoek [intralox.com](http://intralox.com) of neem contact met ons op via 00800 4444 4600 om te ontdekken hoe wij u kunnen helpen uw productiviteit en de winstgevendheid te verhogen.

Minder onderhoud

Premium kwaliteit

Verbeterde hygiëne

Hogere productie



## HET INNOVATIEPROCES TECHNISCH CREATIEF

Afgelopen maand won de door TOP ontwikkelde innovatie de Pluckr de Food Valley Award. Dit is een ontzettend knap ontworpen machine die met een razende snelheid druiven kan losmaken van trossen, zonder dat dit proces de druiven kapot maakt.

Een machine ontwerpen vereist technisch inzicht en vaardigheden, maar ook een specifieke vorm van creativiteit en inventiviteit, die niet iedere werktuigbouwer bezit. Het verhaal achter de ontwikkeling van de Pluckr illustreert dit.

Hoe maak je druiven los van de tros, zonder dat ze kapot gaan? Verschillende ideeën zijn getoetst, maar de doorbraak kwam nadat één van onze werktuigbouwers thuis aan het verbouwen was en een decoupeerzaag in handen had. De snelle beweging van het zaagje bracht hem op het idee om op deze manier de druiven los te trillen. Vanuit dit principe is de Pluckr geboren.

Het leggen van het verband tussen de decoupeerzaag en het lostrillen van druiven getuigt van creativiteit, maar wel anders dan dat ik creatief ben. Noem het 'technische creativiteit'. Deze eigenschap is in mijn ogen wat iemand een goede machineontwerper maakt. Naar zulke mensen zijn niet alleen wij, maar de hele de voedingsindustrie naarstig op zoek!

Nog een leuk weetje over de Pluckr is dat deze niet is ontstaan uit de behoefte om druiven los te maken. In eerste instantie ging het om rode bessen. Gaandeweg werd duidelijk dat er een veel grotere potentiële markt is voor losse druiven (bijvoorbeeld voor salades en 'snoepbakjes') en is de focus hiernaar verlegd.

*Dennis Favier is professioneel Food Designer en Creative Director bij innovatiebedrijf TOP bv, vertaalt technologische innovaties naar interessante toepassingen.*

FOTO: KARIN JONKERS



Column  
door Dennis Favier

ONGEDIERTE-DICHT BOUWEN:

# MEER DAN ALLEEN RATTENBESTRIJDING!

Een steeds belangrijker aspect binnen het voedselveilig bouwen is het weren van ongedierte; een moeilijk bestuurbaar element binnen een fabriek. Maar niet onmogelijk. Cordy Volkers, projectleider bij Bessels architecten & ingenieurs in Twello, geeft tips.

Met ruime ervaring in het ontwerpen en het begeleiden van de bouw van foodfabrieken, kennen wij het 'klappen van de zweep'. 'Voorkomen is beter dan genezen': onze aanpak is erop gericht het gebouw en het terrein tot en met de directe omgeving zodanig te kiezen, vorm te geven en te detailleren, dat ongedierte zoveel mogelijk wordt geweerd.

## HET BOUWBESLUIT

In het Bouwbesluit, de standaard regelgeving voor de bouw, is opgenomen dat het binnendringen van ratten en muizen moet worden tegengegaan. Hiervoor zijn standaardoplossingen op de markt. Wie zich echter realiseert dat een muis tot 90 cm. en een rat tot 1,2 meter kan springen, dat een rat in een verticale rioolleiding

tot 12 meter kan klimmen en een muis door gaatjes van 5 tot 6 mm. kan kruipen, is het goed bij een voedingsmiddelenbedrijf verder te kijken dan die standaardoplossingen. Een van de praktijkoplossingen is bijvoorbeeld het toepassen van een keerklep in de riolering, een grindstrook voor het pand aanleggen, en een kerende voorziening aan de gevel van een gebouw bevestigen tot een diepte van minimaal 90 cm onder het maaiveld (ratten graven een tot 90 cm diep gangenstelsel).

## EISEN

Naast de regelgeving vanuit het Bouwbesluit zijn voedingsmiddelenbedrijven wettelijk verplicht aan de HACCP-eisen te voldoen. Ook de certificerende

instanties als BRC, IFS-food, AIB, Tesco e.a. stellen hun eisen betreffende de ongediertebestrijding. Dit gaat veel verder dan alleen het bestrijden van ratten en muizen. Bessels Architecten & Ingenieurs hanteert een systeem waarbij van grof naar fijn wordt gekeken waar de problemen kunnen ontstaan, en welke oplossing hiervoor afdoende is.

## OP AFSTAND HOUDEN

Wering van ongedierte (op afstand houden) betekent nadenken over terreinafscheidingen en de dichtheid hiervan. Aan het pand kun je insectenwerende verlichting plaatsen. En wat te doen met de beplanting? Vanuit bijvoorbeeld het beeldkwaliteitsplan kunnen eisen worden gesteld over het toepassen van beplanting op een kavel. Overweeg dan in ieder geval aanplant van groen met weinig bladverlies, die geen vervuiling aan gevels geeft en geen aantrekkingskracht op insecten heeft.

## DE GEVEL

Het is belangrijk om ervoor te zorgen dat er geen schuilplaatsen en geen openingen in de gevel zijn. Is er toch een opening noodzakelijk, pas dan een 'anti kruipend insect-rooster' (mesh) toe. Hier

zien we soms een tegenstrijdigheid ontstaan, bijvoorbeeld binnen de BREEAM-certificering: de ecooloog adviseert op het terrein een nestkast te plaatsen voor vogels. Plaats dan bijvoorbeeld een vleermuisenkast, dan is de vervuiling en de overlast minimaal. En het levert ook nog subsidie op!

## AFVAL

Waak ook voor afval en/of voedselresten. Bouwkundig is de schoonmaakbaarheid en het toepassen van schuine en gladde vlakken een veel geziene oplossing. Een goed schoonmaakprotocol is vervolgens noodzakelijk om aan de bovengenoemde regelgeving te voldoen.

## VOCHT EN TEMPERATUUR

Dat je geen voedingsbodem moet creëren voor schimmels, bacteriën en ongedierte lijkt logisch. Maar hoe voorkom je het actief? Richt de ruimteventilatie dusdanig in dat er geen condensvorming ontstaat, en er geen dode hoeken met stilstaande lucht zijn. Denk hierbij ook aan producten in stellingen. Plaats ook de onderste pallet van de vloer, zodat hier geventileerd kan worden.

Ook belangrijk: pas een lage temperatuur toe. Beneden 15°C is de ontwikkeling van insecten nihil. Buiten de koelruimtes is dit ook voor de opslag van afval een uitstekende oplossing.

## PRAKTIJKVOORBEELDEN

- Recent leverde Bessels architecten & ingenieurs een banketfabriek op waarbij zij een zogenaamde blowerdoortest hebben laten uitvoeren vanwege de BREEAM-certificering. Met deze test wordt het gehele gebouw op boven- en/of onderdruk gezet, waardoor de lekken en openingen in de wanden, het dak en de vloeren met rook zichtbaar worden.

- Bij een uitbreiding van een bestaand gebouw ontstaat vaak een spouw tussen de bestaande en de nieuwe gevel. Mocht er ooit een opening naar deze holle ruimte ontstaan, dan is de kans groot op een muizenplaag, of dat dit een

broedplaats voor insecten wordt. Het laten vervallen van deze 'onbeheerste holle ruimte' kost geld en aandacht. Het is echt verstandig te overwegen om hier extra geld in te investeren. Als de holle ruimte op een enkele plaats echt niet is te voorkomen, zorg dan in ieder geval voor een inspectieluik -liefst aan de buitenzijde van het gebouw- om de beheersing en/of bestrijding goed uit te kunnen voeren.

- Kabel- en leidinggoten vormen dikwijls 'de A1 autobaan voor ongedierte'. Vaak bevindt deze snelweg zich op een onbereikbare plaats waar makkelijk vuilophoping kan plaatsvinden. Oplossing voor deze problematiek is het toepassen van een sanitair beloopbaar plafond. Hiermee kunnen alle kabels en leidingen boven



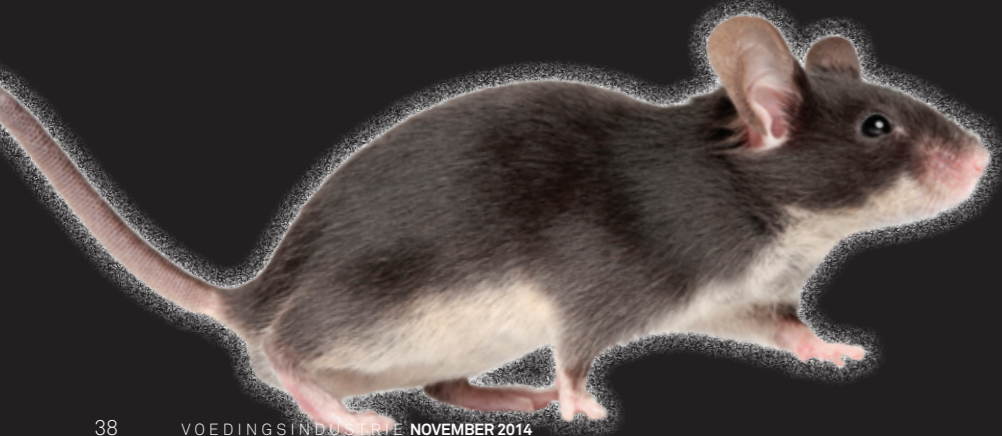
Cordy Volkers: 'Kabel- en leidinggoten vormen dikwijls 'de A1 autobaan voor ongedierte''

dit plafond, dus buiten de procesruimte worden geïnstalleerd. (Bijkomend voordeel is dat het onderhoud buiten de ruimte mogelijk is.) In de ruimtes zelf kunnen dan uitsluitend verticale leiding- en kabelgoten worden toegepast.

## TOT SLOT

Het is de grilligheid van de consument c.q. de retailers die gaat bepalen waaraan wij op termijn moeten voldoen. Een sluitende oplossing voor de bestrijding van ongedierte is op dit moment heel lastig. Daarom is beter om al in de planvormingsfase fouten te voorkomen en zorgvuldig te kiezen voor de juiste oplossingen.

 [www.bessels.com](http://www.bessels.com)

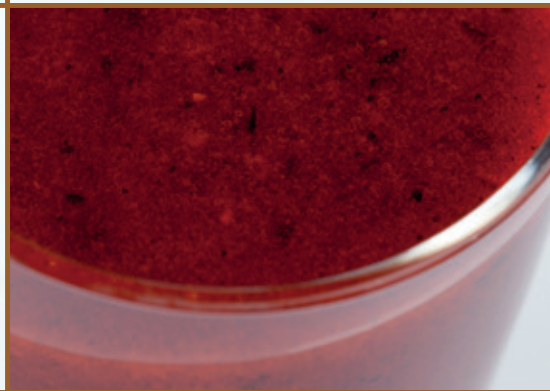




# Partners for great taste

**Dutch Spices:**  
het eerste bedrijf in  
Europa voor aller-  
geenvrije smaak-  
oplossingen.

- ✓ Dutch Spices vermarkt smaakvolle kruiden, specerijen, droge blends, marinades, (kook-)sauzen en totaaloplossingen in diverse toepassingsgebieden zoals vlees, vleesvervangers, aardappelen, zuivel en de bakkerij.
- ✓ Nieuw: heerlijke marinades en (kook-)sauzen.
- ✓ We ontmoeten u graag op de HIE, standnummer H70 (2-4 december, Amsterdam)



Dutch Spices streeft ernaar om voeding voor iedereen te maken, ook voor mensen met een voedselovergevoeligheid. Daarom worden de 14 allergenen vanuit de wetgeving én 10 extra allergenen vanuit de leda-lijst niet verwerkt in het assortiment, niet via receptuur en niet via kruisbesmetting, conform de VITAL 2.0 norm. 24 allergenen vanuit de leda-lijst: gluten, schaal- en schelpdieren, ei, vis, pinda's, soja, melk, noten, selderij, mosterd, sesam, sulfiet, lupine, weekdieren, lactose, glutamaat, cacao, koriander, mais, peulvruchten, rundvlees, varkensvlees, kippenvlees en wortel.