



HYGIËNE: REINIGING EN DESINFECTIE

- ADJIEDJ BAKAS
- VOORDELEN HYGIËNE-INSPECTIE
- HEIJS FOOD PRODUCTS
- KANSRIJKE BEZOEKAFSPRAKEN
- BLOWN PACK SPOILAGE

8



32



FOR YOUR NEXT CAREER MOVE IN FOOD

Van de hoofdredacteur



MANAGER PRODUCTIE

GEDREVEN COACH DIE MEEBOUWT AAN DE VERDERE GROEI

VEENENDAAL

SanoRice is een van de grootste spelers in de productie van gepofte wafels en snacks in diverse formaten, smaken en verpakkingsvormen. SanoRice poft wafels en snacks van rijst, mais en andere granen en deze kunnen worden voorzien van een coating of flavour. Alle producten zijn over de hele wereld te koop. Op het hoofdkantoor in Veenendaal en de 3 fabrieken in Veenendaal, België en Italië zijn circa 450 medewerkers werkzaam. In Veenendaal werken ± 150 medewerkers. SanoRice heeft de laatste jaren een grote omzetgroei gerealiseerd. Mede door veel investeringen en de uitbreidingen qua personeel en productiefaciliteiten wordt deze groei ook voor de komende jaren verwacht. Voor de fabriek in Veenendaal zoeken wij een ervaren Manager Productie. Deze inspirerende en coachende manager is verantwoordelijk voor het leiden van de gehele productie, waar gewerkt wordt met circa 100 medewerkers in 3-ploegen.

Consultant: Annemarie van den Bos, telefoon 0317-468686 of 06-53310126

IOI Loders Croklaan

MARKET UNIT MANAGER CONFECTIONERY

INSPIRING LEADER WITH FOCUS ON PERFORMANCE AND RESULTS

WORMERVEER (AMSTERDAM REGION)

IOI Loders Croklaan is a global multinational that focuses on providing solutions to its customers in the food industry throughout the world. IOI Loders Croklaan's lipid solutions expertise is renowned for technological breakthroughs. With state-of-the-art technology such as fractionation, interesterification, emulsification, IOI Loders Croklaan is well positioned to deliver unique functionality and value to the end product. To strengthen the Sales team in Wormerveer (Amsterdam region) we are searching for an ambitious Market Unit Manager Confectionery. With relevant international sales and/or marketing experience in B-to-B or B-to-C markets (e.g. confectionery, cocoa, bakery) followed by a commercial leadership role, this Market Unit Manager will be responsible and accountable for developing and executing the European Confectionery sales growth and business development strategy.

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



INTERNATIONAAL ACCOUNTMANAGER

INITIATIEFRIJKE PROFESSIONAL DIE COMMERCIEEL INZICHT OMZET IN RESULTAAT

NIEUWERKERK A/D IJSSEL

T. Boer & zn is een toonaangevende, wereldwijd exporterende producent van kalfsvlees. Het bedrijf is een zelfstandig onderdeel van de VanDrie Group. Vanuit eigen slachting en verwerking levert T. Boer & zn in meer dan 50 landen wereldwijd aan groothandels, retailers, cateraars, industrie, horeca en grootverbruikers. Het bedrijf heeft ruim een eeuw ervaring in het slachten en verwerken van kalveren. Door de kundigheid van de ca. 450 medewerkers kan T. Boer & zn aan de wensen van iedere afnemer voldoen. Ter uitbreiding van het commercieel team van deze topspeler zijn wij op zoek naar een ambitieuze Internationaal Accountmanager. Deze stevige persoonlijkheid met pioniersgeest en commerciële drive is verantwoordelijk voor het realiseren van doelstellingen in bestaande markten en het verwerven van aantrekkelijke posities in nieuwe markten in Duitsland.

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

IOI Loders Croklaan

GLOBAL KEY ACCOUNT DIRECTOR

WITH SIGNIFICANT AND CONCRETE IMPACT ON COMPANY'S GROWTH TARGETS

WORMERVEER (AMSTERDAM REGION)

IOI Loders Croklaan is a global multinational that focuses on providing solutions to its customers in the food industry throughout the world. IOI Loders Croklaan's lipid solutions expertise is renowned for technological breakthroughs. With state-of-the-art technology such as fractionation, interesterification, emulsification, IOI Loders Croklaan is well positioned to deliver unique functionality and value to the end product. To strengthen the Sales team in Wormerveer (Amsterdam region) we are searching for an entrepreneurial and highly motivated Global Key Account Director. With relevant and successful international experience in a B-to-B commercial role in food ingredients, specialty chemicals or similar, this Key Account Director will be responsible for a few of the largest global clients, leading food manufacturers, of IOI Loders Croklaan.

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



KWALITEITSMANAGER

PROFESSIONAL DIE DRAAGVLAK CREËERT

DEVENTER

Bobeldijk Food Group is een zeer innovatief bedrijf op het gebied van vlugklaarproducten in vers en diepvries. Vijf jaar geleden is Bobeldijk Food Group gestart met een assortiment vegetarische en vegane biologische convenience producten en heeft zich hierin ontwikkeld tot speler van formaat. Bobeldijk Food Group heeft 2 gescheiden productieafdelingen, één voor op vlees gebaseerde producten en één voor vegetarische. Door continu te zoeken naar innovatieve plantaardige grondstoffen, om de vegetarische en veganistische producten te optimaliseren en te vernieuwen, maakt het bedrijf een gezonde groei door. De producten worden geleverd aan supermarkketens, grootverbruikers en horecagroothandels. Voor deze groeiende organisatie zijn wij op zoek naar een pragmatische Kwaliteitsmanager die verantwoordelijk is voor het borgen en verder ontwikkelen van het kwaliteitssysteem en het verhogen van het kwaliteitsbewustzijn.

Consultant: Annemiek van der Lee, telefoon 0317-468686 of 06-22158557

Voor meer informatie zie onze website: www.dupp.nl of mail uw reactie naar: info@dupp.nl



RECRUITMENT
EXECUTIVE SEARCH
INTERIM MANAGEMENT

GENERAAL FOULKESWEG 66
6703 BW WAGENINGEN
0317-468686

EEN SCHONE TAAK

De eisen die gesteld worden aan hygiëne verscherpen continu.

De overheid wordt strenger, consumenten kritischer. Alles moet kloppen: niet alleen op het gebied van de kwaliteit, maar ook in de arbeidsomstandigheden en het milieu. De zorg is groot: hygiëne is onlosmakelijk verbonden met het borgen van de voedselveiligheid; een thema dat ook in 2017 weer hoog op de politieke en maatschappelijke agenda zal staan.

Hier ligt een schone taak voor de schoonmaakbedrijven. Het goede nieuws is dat de schoonmaakbranche niet stil zit: we zien verbreding én verdieping van de dienstverlening, robotisering is in opkomst, digitalisering verbetert de interne werkprocessen, ze werken vaker met middelen die minder schadelijk zijn voor het milieu; er wordt veel gedaan om u te ontzorgen, de hygiëne te verbeteren en ervoor te zorgen dat de schoonmaak past in uw MVO-beleid. Steeds meer opdrachtgevers zien in dat er pas na een goede inwerkperiode efficiënter kan worden gewerkt, en sluiten weer vaker langeretermijncontracten af (Rabobank Cijfers & Trends, 18 oktober 2016).

Voedselveiligheid gaat natuurlijk verder dan het borgen van de hygiëne: het gaat ook over inkt van recyclede verpakkingen die niet in ons voedsel mag komen; over minder vet en over zoutverlaging. Gezond leven en gezonde voeding zijn trending topics voor 2017. Het laatste nieuws uit Brussel is dat het Europees Parlement een limiet wil invoeren op industrieel geproduceerde transvetzuren, die in verschillende snacks gebruikt worden. De wettelijke bovengrens voor transvetten in voedingsproducten kan bijvoorbeeld 2% per product zijn. Denemarken heeft al zo'n regel. "Industriële transvetten worden – verborgen in talloze producten – nog steeds te veel gegeten door consumenten. Die vetten maken veel Europeanen te dik, met diabetes en hart- en vaatziekten tot gevolg. De Europese Commissie én de levensmiddelenindustrie moeten daarom aan de slag," aldus Annie Schreijer-Pierik (CDA Europarlement).

Ik ben blij met dit soort berichten, lang leve kritische consumenten, overheden en voedingsbedrijven: het betekent dat de voedingsbranche in beweging is, dat er continu nagedacht moet worden over vernieuwing en innovaties. En dat ik ook in 2017 volop onderwerpen heb om over te schrijven, me in te verdiepen, en vooral: u over te informeren.

Judith Witte

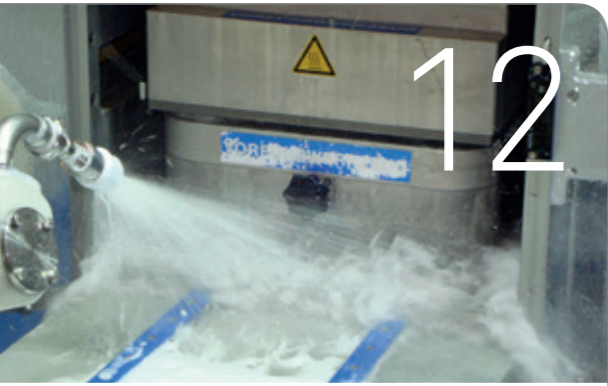
judith@b2bcommunications.nl

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



Inhoud

THEMA: HYGIËNE REINIGING EN DESINFECTIE



TRENDS EN ONTWIKKELINGEN 'r-CIP IS DE TOEKOMST'

Hygiëne in de voedingsbranche is onlosmakelijk verbonden met het borgen van de voedselveiligheid. Voedselveiligheid is een hot issue, dus is reiniging en desinfectie dat ook. Experts belichten de belangrijkste trends: over verbreding én verdieping van diensten, beleving, digitalisering en robotisering en duurzaamheid.

EN VERDER...

OSV/YFM netwerken in food	6
Nieuws	20
Biofilm voorkomen	26
Reiniging bij Comé	28
Column Dennis Favier	31
Kip verpakken bij Heijs	32
Blown Pack Spoilage	36
Innovatieloket Eat2Move	38

INTERVIEW

ADJIEDJ BAKAS

Adjiedj Bakas is een van de belangrijkste trendwatchers van Nederland. Vijf jaar na 'The Future of Food', verschijnt 22 november een nieuw boek van zijn hand, met opnieuw een blik op de voeding van de toekomst.



REPORTAGE

RISICO'S VERMINDEREN, KOSTEN BESPAREN

Kaasveredeling Kruijt in Zegveld heeft haar productie explosief zien groeien. De onafhankelijke hygiëne-inspecties van Eco2Clean dragen bij aan het structureel verbeteren en borgen van de kwaliteit van de hygiëne.

ACQUISITIE

KANSRIJKE BEZOEK- AFSPRAKEN MAKEN

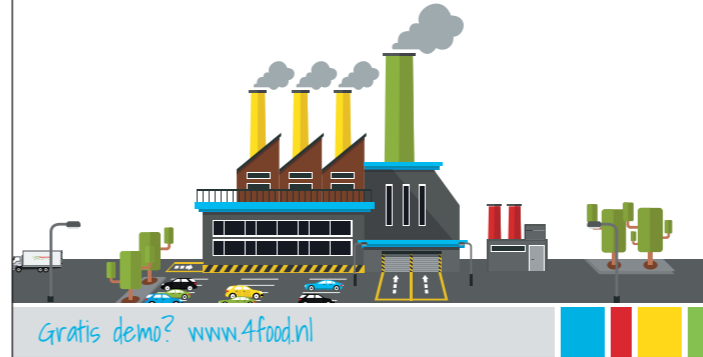
Vind jij koude acquisitie (cold-calling) ook zo lastig? Dan ben je niet de enige; het behoort tot één van de minst geliefde activiteiten van organisaties. Toch is het noodzakelijk. Wat te doen?



maakt het mogelijk!

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 software biedt een oplossing voor voedselproducerende bedrijven. Het resultaat: méér controle, méér efficiency, méér rust en méér groei mogelijkheden.



Gratis demo? www.4food.nl

Naadloos de schoonste

Geen kieren.
Geen olie.
Geen vervuiling.

En het allermooiste: Geen hoge kosten.

Meer weten?

www.procon-tm.nl
info@procon-tm.nl
Tel. (038) 333 88 04



Tot
38%*
betere
warmte-isolatie



Industriedeuraandrijving WA 300

Energie besparen inbegrepen: sectionaaldeuren SPU Thermo

- 67 mm dikke panelen met uitstekende warmte-isolatie: U-waarde tot wel 0,33 W/(m²-K)
- Thermisch onderbroken loopdeur met extra platte roestvrijstalen drempel
- Voordelige aandrijfoplossing met de WA 300

* Industriële sectionaaldeur SPU 67 Thermo in vergelijking met de SPU 42

HÖRMANN
Deuren voor woning en industrie

Vakblad voor ondernemers en managers van foodproducerende bedrijven: VOEDINGSINDUSTRIE. Voedingsindustrie verschijnt acht maal per jaar en informeert met wetenschap, trends en ontwikkelingen en (product)nieuws het management van foodproducenten gespecialiseerd in vlees en wild, kip en gevogelte, vis, agf, convenience, catering en delicatessen. Meer info: www.vakbladvoedingsindustrie.nl. Oplage: 3000
Vakblad VOEDINGSINDUSTRIE is een officieel orgaan van de Ondernemers Sociëteit Voedingsindustrie (OSV). Voorpaginafoto: ©Joris Telder. Aan dit nummer werken mee: Sophie Baan, Dennis Favier, Marianne Kootstra, Hans Reichart, Inga van Uchelen, Theo Verkleij Vormgeving: After Five BV, Varsseveld Drukcoördinatie: Creative Crossmedia. Vakblad VOEDINGSINDUSTRIE is een uitgave van b2b Communications BV. Hoofredactie: drs. Judith Witte. Uitgever: Saskia Stender. Sales: sales@b2bcommunications.nl. Redactie en administratie: b2b Communications BV, Arnhemsestraatweg 17, 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 € 8,-. 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 2016: b2b Communications BV. Auteursrecht: Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vervoelvoudigd, 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.



www.OSVnetwerk.com



www.YFMnetwerk.com



©STOCKERATIONS/SHUTTERSTOCK.COM

WINTERBARBECUE


18 JANUARI 2017

De datum voor de winterbarbecue is bekend, de aanmeldingen komen alweer binnen. Buitenzorg in Ede zet de deuren 18 januari weer wagenwijd voor ons open. Net als wij, kijken ook zij uit naar de beroemde winterbarbecue. (Volgend jaar bestaan we 24 jaar en daar zijn we trots op!) De koks van Buitenzorg vinden het een geweldige uitdaging om onze leden elke keer weer te verrassen met de lekkerste en spannendste gerechten.

De jaarlijkse winterbarbecue wordt goed bezocht door ruim 200 leden en hun gasten. Dat aantal verwachten we in 2017 zeker weer te halen! De winterbarbecue is een uitgelezen

mogelijkheid om het nieuwe jaar in te luiden met al je vrienden in food. Neem je eigen relaties ook mee en laat ze kennis maken met jouw netwerk. Ken je ons netwerk nog niet en wil je eens kennis komen maken? Dan is dit dé gelegenheid.

Maar eerst zien we elkaar op SmaakStampeï, 23 november 2016.

Aanmelden:
 www.foodinbusiness.com/evenementen

WIJ HETEN VAN HARTE WELKOM:

Cierpa – Ralph Ranshuijsen - Accountmanager


Geerlofs Koeltechniek BV - Sander Piket - Sales Engineer



SMAAKSTAMPEI

23 NOVEMBER 2016

SmaakStampeï is een evenement waarin we op diverse locaties in het pand van Buitenzorg in Ede worden verrast met spannende gerechten. Doordat het hele pand wordt gebruikt, zijn de contactmomenten legio. De deelnemers aan de vorige edities van SmaakStampeï reageerden enthousiast: ontspannen, doelgericht, veel nieuwe contactmomenten en 'ook érg lekker'. We hebben deze keer ook een mystery guest, die zorgt voor nóg meer contactmomenten. Niet alleen lekker eten, maar ook lekker leren.

Aanmelden:
 www.foodinbusiness.com/evenementen



©STOCK.COM/YURI

WAT KUN JE VAN ONS IN IEDER GEVAL VERWACHTEN IN 2017?

Winterbarbecue: woensdag 18 januari in Ede
Bedrijfsbezoek Slegers Technique icm Virtual Reality (februari)
Primus Ouwel – Oostzaan (maart)
Golfdag: op donderdag 20 april
Bezoek aan Excellent AGF icm De Schrobbeleer BV (likeurstokerij) in Tilburg
Zomerbarbecue: woensdag 14 juni in Ede
Toyota Material Handling

Hou het jaarprogramma op de site in de gaten voor de meest recente info.

 www.foodinbusiness.com/osv

VOEDSELVEILIG

De consument wordt steeds alerter op de herkomst en kwaliteit van zijn eten. Kiest vaker voor biologisch, een marktsegment dat zo snel groeit dat het geen niche meer genoemd kan worden.

Als je het dan over kwaliteit hebt, komen meteen de kreten voedselveilig en voedsel fraude in me op. Helaas wel, wat dat betreft komt ons voedsel te vaak negatief in het nieuws. 100% veilig voedsel bestaat niet. Als bedrijf is het je taak om het voedsel zo goed mogelijk te produceren, zo veilig mogelijk. Dat kan alleen als je de hygiëne en reiniging volledig in de greep hebt.

Een leverancier van schoonmaakmiddelen is al lang geen dozenschuiver meer. Er wordt meegedacht met de klant en er zijn apps ontwikkeld om de communicatie en controle op de werkvloer steeds beter te borgen. De dienstverlening van deze partijen blijft groeien. Alle informatie op het juiste moment beschikbaar, zodat je direct kunt reageren op een calamiteit.

Maar het blijft mensenwerk, en mensen zijn helaas niet altijd te vertrouwen. Het is een hot item in de politiek: voedsel fraude is onacceptabel! De NVWA werkt aan het verscherpen van toezicht en handhaving. We krijgen er een Inlichtingen- en Opsporingsdienst (NVWA-IOD) bij, die zich richt op georganiseerde criminaliteit die de integriteit van voedsel aantast en veiligheid van voedsel in gevaar brengt, want je kunt zomaar slachtoffer van worden van zo'n stelletje criminelen. Dat is ook de reden dat we samen met LabelCompliance/Riskplaze een middag organiseerden over de risicobeoordeling in relatie tot voedsel fraude. Zeer interessant programma, we hebben veel geleerd over het dichttimmeren van risico's.

Maar het blijft een feit: 100% veilig bestaat niet.

Saskia Stender





“Gmo en biologisch, nu nog uitersten, worden beide populair”

ADJIEDJ BAKAS:

‘GEZONDE VOEDING BELANGRIJKSTE TREND’

Adjiedj Bakas (1963) is een van de belangrijkste trendwatchers van Nederland. Hij studeerde communicatiewetenschap aan de Universiteit van Utrecht en werkte als adviseur van KLM en NOS. Daarna koos hij een nieuwe route, ontwikkelde zich tot trendwatcher en richtte Trend Office Bakas in Amsterdam op. Daarnaast is hij wereldreiziger en kunstverzamelaar.

Bakas geeft zo'n 200 lezingen per jaar en van zijn voorspellende boeken zijn meer dan 700.000 exemplaren verkocht. Hij heeft een bijzondere band met food, via zijn familie: zijn grootvader was boer in Suriname. Ook in zijn werk speelt voeding een grote rol. Dat blijkt uit lezingen die hij geeft over onderwerpen als Farm & Food en uit het boek *The Future of food* uit 2012, dat hij opdroeg aan zijn Indiase/Surinaamse grootvader.

UW BOEK THE FUTURE OF FOOD EINDIGDE U VIJF JAAR GELEDEN MET EEN AGENDA VOOR DE VOEDSELTOEKOMST. DAARIN EEN INVENTARISATIE VAN WAT DE LEVENSMIDDELENINDUSTRIE TE DOEN STOND. HEEFT MEN GOED GELUISTERD NAAR UW OPDRACHTEN?
“Ja, de industrie heeft zijn best gedaan: is duurzamer en transparanter geworden en neemt

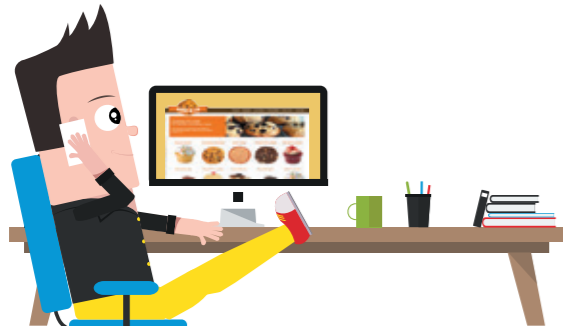
goede initiatieven om producten gezonder te maken, met bijvoorbeeld minder suiker en zout. Jammer genoeg worden die initiatieven tegenwerkt door overheidsregels. Dr. Oetker werkt aan minder zout in pizzabodems en gebruikt kruiden als vervanging. Verschillende leveranciers van de bodems zouden tegelijkertijd overstappen, maar afspraken over de zoutreductie mochten niet van de mededingingsautoriteit. Dat waren kartelafspraken. Ik ben vóór kartels in zulke gevallen. De overheid moet beter omgaan met zulke gezonde initiatieven.”

OP 22 NOVEMBER VERSCHIJNT EEN NIEUW BOEK VAN UW HAND, MET OPNIEUW EEN BLIK OP DE VOEDING VAN DE TOEKOMST.
“Mijn nieuwe boek ‘Ziel in de zorg’ gaat over gezondheid en voeding. Daarin pleit ik voor één ministerie dat verantwoordelijk is voor

zowel voeding als gezondheid. De gezondheid is er niet mee gediend dat voeding zoals nu is ondergebracht bij EZ, en gezondheid bij VWS. Het voorbeeld van het zout in de pizzabodems laat dat zien. Vandaar mijn pleidooi voor één enkel ministerie voor beiden, zoals in Engeland. Ik hoop dat er genoeg draagvlak voor komt in de politiek. Voeding en gezondheid in één ministerie zou bijvoorbeeld ook de juiste organisatie zijn om de kwaliteit van het eten in ziekenhuizen te verbeteren. Het eten is er nu vaak niet goed, terwijl zieke mensen toch al minder trek hebben. Veel patiënten moeten extra gevoed worden om op krachten te komen. In Duitsland kun je als patiënt ook kiezen voor lekkere maaltijden van restaurants in de buurt. Dat vind ik een goed idee. Wat zowel de industrie als de supermarkten goed hebben opgepakt, is het tegengaan van verspilling. De oproep om >>

Webshop

Wij maken de order entry nu wel heel gemakkelijk! Geef klanten de mogelijkheid om via webshop of klantportaal te bestellen. Gebruik onze kennis en ervaring om zowel de front end als de back end van jouw organisatie te automatiseren. Een unieke combinatie met meer dan 10 jaar ervaring in de food én online verkoop.



Gratis demo? www.4food.nl



Industrial Auctions BV

Online veilingen voor de complete voedingsindustrie

Online veiling machines en inventaris op voormalige locatie Vion Food Group in Wunstorf, Duitsland



Kijkdagen:
21 nov. 12 - 17 uur
22 nov. 9 - 13 uur

Adres:
Jenaer Strasse 3
31515 Wunstorf
Duitsland



Sluiting:
24 november
vanaf 12 uur



www.Industrial-Auctions.com

Besparen op het wassen van kratten?

- > altijd kratten op voorraad
- > voorkomt bijhuren
- > groot financieel voordeel

- > Zelf wassen in veel gevallen voordeliger dan uitbesteden
- > Bespaar op arbeids-, energie- en logistieke kosten
- > Vanaf 500 kratten per uur (1 persoon arbeid), tot zelfs 5400 kratten per uur! (2 personen arbeid)



Gegarandeerd schoon en residu-vrij
> We leveren een passende machine in uw situatie

Volautomatisch
> Stapelen, ontstapelen, ontstickeren, wassen, drogen, palletiseren

Hoge afwerkingsgraad
> Gebouwd volgens richtlijnen van BRC en EHEDG

LETS is specialist in:

- > Industriële wasinstallaties
- > Reinigingspompunits
- > Schuim- en desinfectiesystemen
- > High care hygiënesystemen
- > RVS bedrijfsinrichting
- > Warmwatervoorzieningen
- > Persluchtsystemen
- > Service en advies

LETS bv

Your professional partner in cleaningsystems

www.letsbv.nl 0321-386600 info@letsbv.nl

‘Ik pleit voor één ministerie dat verantwoordelijk is voor zowel voeding als gezondheid’

© AVI GOODALL



daar iets aan te doen heeft duidelijk weerklank gevonden. Een voorbeeld is dat er veel meer kleine verpakkingen voor eenpersoonshuishoudens te vinden zijn in de winkels.”

WELKE VERANDERINGEN VOORZIET U IN FOOD DE KOMENDE DRIE JAAR?

“Veel mensen roepen leuke dingen over Monsanto en dat is alleen maar meer geworden na de overname van Bayer. Maar ik zie dat er goede resultaten komen uit de genetische modificatie. Het wordt nu nog vaak weggezet als het kwaad, maar genetische modificatie wordt al honderden jaren toegepast om producten te verbeteren. Meer dan 500 jaar geleden verbeterden ze zo de aardappel in Peru. In India groeit een kalebas, de karela, die smerig bitter is, maar wel goed is tegen diabetes. Als ze er in slagen om die lekkerder te maken, is dat winst voor mensen met die ziekte. Ik voorspel voor de komende jaren: gmo meets organic. Gmo en biologisch, nu nog uitersten, worden beide populair.”

DE RELATIE TUSSEN VOEDING EN GEZONDHEID IS DUS WAAR HET OM DRAAIT DE KOMENDE TIJD?

“Ja, vroeger betaalden we de dokter om beter te worden, straks betalen we de boer om ons gezond te houden. Een voorbeeld is het terugdraaien van diabetes 2 door een dieet. Door gezonde voeding dus, en niet door pilletjes.”

WAT ZIJN VOLGENS U DE DRIE BELANGRIJKSTE NIEUWE CONSUMENTENTRENDS?

“Ten eerste is dat food & health. In het nieuwe Prinses Maximacentrum in Utrecht zie je dat terug: daar is veel aandacht voor gezond eten. Ten tweede kiezen meer consumenten voor biologisch. Dat is een belangrijke nichemarkt aan het worden. Je ziet daarnaast dat mensen bereid zijn meer risico's te nemen op het gebied van voedselveiligheid, als wat ze eten maar niet bespotten is.

Ten derde is technologie steeds belangrijker in het communiceren met en informeren van de

consument. Je kunt via je telefoon alles te weten te komen over het product dat je wil kopen.”

TEN SLOTTE: HOE MOET DE INDUSTRIE DAAROP INSPELEN?

“De industrie luistert goed naar de consument tegenwoordig. Net als op andere terreinen is het in de voedingsindustrie steeds meer ‘bottom up’. Zeker als je het vergelijkt met tien jaar geleden, zie je dat de industrie goed kijkt naar de wensen en behoeften van de consument.”

TRENDS IN DE SCHOONMAAKBRANCHE

'r-CIP IS DE TOEKOMST'

Hygiëne in de voedingsbranche is onlosmakelijk verbonden met het borgen van de voedselveiligheid. Voedselveiligheid is een hot issue, dus is reiniging en desinfectie dat ook. Experts belichten de belangrijkste trends: over verbreding én verdieping van diensten, beleving, digitalisering en robotisering en duurzaamheid.

De meeste bedrijven in de voedingsmiddelenindustrie besteden de schoonmaak van hun pand en productieruimtes uit aan externe schoonmaakbedrijven. Wat zijn recente ontwikkelingen in de schoonmaakbranche? En wat betekenen die ontwikkelingen voor de voedingsindustrie? Antwoorden komen van Rabobank, die afgelopen maand recente Cijfers & Trends voor de schoonmaakbranche publiceerde, en van René Bakker van Hago Food & Industry en Wouter Burggraaf van Burggraaf & Partners (onafhankelijk adviesbureau gespecialiseerd in Hygiënisch Ontwerpen voor food, feed, en pharma) die deze cijfers en trends vertalen naar de voedingsmiddelenindustrie.

VERBREDING ÉN VERDIEPING

Trend 1. 'Verbreding én verdieping van de dienstverlening'

Blurring, ofwel het vervagen van de grenzen in de food retail, slaat over op de schoonmaakbranche: 'In de branche is sprake van een toenemende concurrentie door een groeiend aantal bedrijven' signaleert de Rabobank. 'Branchevreemde toetreders zoals beveiligingsbedrijven, schilderbe-drijven en cateraars zorgen voor extra druk op de prijs en de noodzaak om onderscheidend te zijn. Steeds meer klanten zien schoonmaak als een commodity; als een bulkproduct waarvan de prijs

volledig door vraag en aanbod wordt bepaald.' René Bakker: "De wensen van opdrachtgevers worden breder en tegelijkertijd ook specifiek. Ze vragen om steeds meer efficiëntie, kwaliteit en betrokkenheid. Ze willen dat het steeds meer in één hand blijft; ze willen volledig ontzorgt worden."

De Rabobank ziet de verbreding vooral bij de grotere schoonmaakorganisaties. Die verzorgen naast schoonmaak steeds vaker ook klein onderhoud (zoals het verwisselen van lampen en sloten), catering, portier- en tuinwerkzaamheden. Maar er is eveneens sprake van verdieping van de dienstverlening, met name in de voedingsmiddelenindustrie waar de eisen heel specifiek zijn. René: "Bedrijven kijken scherp naar de kosten en zoeken manieren om de efficiency te verhogen. Maar dat moet wel gebeuren zonder in te boeten op de veiligheid, en mét behoud van de kwaliteit. Meer dan ooit is de voedingsindustrie zich bewust van de risico's. Specialistische kennis en ervaring in reiniging en desinfectie in de voedingsmiddelenindustrie zijn essentieel om de kwaliteit en de voedselveiligheid te waarborgen."

De voedingsmiddelenindustrie heeft de afgelopen jaren MVO (maatschappelijk verantwoord ondernemen) omarmd. Dat proces naar verduur-

zaming en nieuwe businessmodellen was in andere industrietakken al langer gaande, maar is nu ook in de voedingsbranche gemeengoed. "Daar hoort ook efficiëntie in schoonmaak bij; het moet in één keer goed en verliezen moeten worden geminimaliseerd." Door verbeterprogramma's als LEAN en de nadruk op 'autonoom onderhoud' ziet hij dat bedrijven onderdelen van de schoonmaak weer terug in eigen beheer nemen. "Dat is wel logisch, de machines worden steeds ingewikkelder. De operator is de specialist; hij kent zijn productielijn van voor tot achter, verricht kleine reparaties én houdt de machine (onderdelen) schoon. Tegelijkertijd is de druk op het verkorten van de down-time hoog, zodat (schoonmaak) ondersteuning bij stops nodig is om verantwoord op te starten. We hebben elkaar dus meer dan ooit nodig."

DIGITALISERING EN ROBOTISERING

Trend 2. De samenleving digitaliseert; dus ook de schoonmaakbranche.

"Met branche-specifieke managementsystemen organiseren we het volledige schoonmaakproces voor specifieke projecten," zegt René. "Met onze Vakmansc@pp, een softwaretool ontwikkeld in samenwerking met softwarebedrijf LEVIY, worden interne werkprocessen verder verbeterd. Het wordt enerzijds gebruikt om controles digitaal >>





PRODUCENT VAN COATINGS, GIET- EN TROFFELVLOEREN
SINDS 1972

DUURZAME VLOEROPLOSSINGEN



SLIJTVAST &
VLOEISTOFDICHT



HYGIËNISCH



REPARATIEOPLOSSINGEN
VOOR OUDE VLOEREN



PROJECTGERICHT
ADVIES OP LOCATIE

Revalstraat 18 | 7418 BJ Deventer | 0578 - 57 39 39 | www.orka.nl | info@orka.nl



Duurzaam en slim koelen

Bel ons voor een vrijblijvend advies op maat

Specialisten in industriële koeling

Pool Koudetechniek & Klimaatbeheersing B.V.
Pasmaatweg 21
7556 PH Hengelo (Ov)
(074) 250 11 44
www.pool-koudetechniek.nl



CHRISTEYNS

FOOD HYGIENE

UW PARTNER IN HYGIËNECHEMIE



VOEDINGS- &
DRANKENINDUSTRIE



Premium reinigingsproducten en
desinfectiemiddelen,
service en apparatuur voor de
zuivel-, vlees- & vis, dranken- en
algemene voedingsindustrie

FEEL SAFE WITH US

CHRISTEYNS B.V., Lireweg 12, 2153 PH Nieuw-Vennep (NL)
T +31(0)252-345 030 • E food-nl@christeyns.com

WWW.CHRISTEYNS.COM

Gratis Biofilm
detectie spray
bij een vrijblijvende
kennismaking

te borgen en resultaten van schoonmaak te verwerken, anderzijds wordt het ingezet om de planning efficiënter te maken en afwijkingen en calamiteiten te registreren. Er is een app voor de telefoon of tablet, en een portal op internet. De klant geeft ons via het programma informatie, bijvoorbeeld wanneer de lijn stilstaat zodat wij kunnen schoonmaken. We hebben beide realtime inzicht in de gewerkte uren en welke ruimtes zijn schoongemaakt.”

Het gaat zelfs nog een stapje verder: “Robot-CIP (Cleaning in Place), oftewel r-CIP is de toekomst,” aldus Wouter Burggraaf. “Je kunt hiermee niet alleen besparen op de totale reinigingskosten, en down-time; het is ook de enige manier om te kunnen garanderen dat je met schone apparatuur kunt beginnen. Het manueel reinigen van een productielijn kan makkelijk de naastliggende net-gereinigde productielijn weer vervuilen. Een r-Cip kan gericht spuiten en zo kruisbesmetting voorkomen. Bovendien is r-CIP reproduceerbaar en daarmee valideerbaar.”

BELEVING

Trend 3: Branchebreed wordt er steeds meer gemeten op basis van beleving.
‘Bij het meten van de resultaten van schoonmaak wordt er niet alleen gekeken naar kwaliteit, maar ook naar beleving’, stelt de Rabobank in haar Cijfers en Feiten: ‘Daarbij neemt ook de populariteit van de dagschoonmaak toe. Voordeel daarvan is dat de schoonmaker zichtbaarder wordt, een rol kan innemen als gastvrouw/man en meer betrokken raakt bij de organisatie waar hij/zij schoonmaakt.’

“In de productieomgeving werkt dit op eenzelfde manier”, stelt René, “Alleen aan de beleving zoals de Rabobank die bedoeld, hebben we niet veel als het gaat om het borgen van de voedselveiligheid. De bijdrage aan kwaliteit en veiligheid moeten in één adem bij deze beleving benoemd worden”

“Dagschoonmaak heeft meer voordelen”, zegt Wouter, die in verband met een microbiële conta-

minatie onlangs weer een avondschoonmaak van nabij meemaakte. “Het is namelijk ontzettend vermoeiend om steeds alert te blijven tijdens de schoonmaak in de nacht. Het is makkelijker de productie’s nachts door te laten lopen, dan handmatig schoon te maken. Ik heb wat video-opnames gemaakt en aan de directie laten zien. Zij trokken daarop zelf de conclusie dat het beter is de schoonmaak naar de dagdienst te halen.”

DUURZAAMHEID

Trend 4: De schoonmaakbranche investeert in duurzaamheid
De voedselverwerkende industrie wordt steeds milieuvriendelijker. Ook de middelen waarmee de branche werkt, moeten passen in dat plaatje. René: “Je ziet dat de reinigingsmiddelen beter biologisch afbreekbaar worden en methodes in alle opzichten milieuvriendelijker, ook op het gebied van energiebesparing en het verminderen van het waterverbruik. Het inzetten van innovatieve methodes en middelen is naar mijn idee een noodzakelijke stap om duurzamer te produceren. Minstens zo belangrijk daarbij is de mate waarin

CURSUS

In de tweedaagse cursus ‘CIP met innovatieve reinigingstechnieken’, op 6 en 7 april 2017, komen alle nieuwe automatische reinigingssystemen aan bod: van het automatisch reinigen van leidingen en tanks tot het reinigen van open systemen, zoals transportbanden, afvulmachines en andere apparatuur.

SEMINAR

EHEDG Nederland organiseert samen met SafeFoodFactory het seminar ‘Product Recovery – een vergeten stap in de CIP’, op 16 februari 2017, te Raamsdonksveer

www.burggraaf.cc
www.safefoodfactory.com

Hygiëne: reiniging en desinfectie



robot-CIP

medewerkers zich bewust zijn van hun gedrag en welke bijdrage zij kunnen hebben. We hebben met elkaar de verantwoordelijkheid om het de schoonmaker makkelijker te maken: door goed en hygiënisch ontworpen machines en productieruimtes, en door optimale schoonmaaktechnieken en producten te gebruiken. Op die wijze draagt schoonmaak bij aan een voedselveiliger product.”

“Duurzaamheid gaat inderdaad hand in hand met slim ontwerpen,” vult Wouter aan. “Het hygiënisch ontwerpen vereist bereikbaarheid en een goede afdichting om reinigbaar te zijn tot op microbiel niveau. Gecombineerd met speciale sproeikoppen, zoals Undine, kan een waterbesparing tot wel 70% bereikt worden – met een gegarandeerd schone installatie. De uitdaging is om schoonmaken niet meer als een sluitpost te zien, maar als een van de voorwaarden vooraf aan een functioneel ontwerp. Die uitdaging zijn wij aangegaan in recente fabrieksontwerpen, waarbij de machines geïntegreerd worden in wand en vloer. Je gaat alleen schoonmaken wat je vuil gemaakt hebt. Daarmee bespaar je veel; in tijd, chemie en energie, maar ook in onderhoud. Tegelijk heb je meer up-time en geen productuitval. Dán praat je over echte duurzaamheid,” besluit hij.

STRUCTUREEL VERBETEREN VAN DE HYGIËNE: **RISICO'S VERMINDEREN, KOSTEN BESPAREN**

Kaasveredeling Kruijt in Zegveld heeft haar productie explosief zien groeien. De fabriek die drie jaar geleden werd gebouwd, is al bijna niet meer toereikend. Wanneer de productie zo snel stijgt, wordt de kans op het missen van een hygiëne-aspect groter. Eco2Clean ondersteunt Kaasveredeling Kruijt bij het borgen en optimaliseren van de hygiëne.



© ROEL DIJKSTRA FOTOGRAFIE

Kaasveredeling Kruijt is één van de grootste Nederlandse kaasschoners die zijstromen kaas schoont en verkoopt. Ook is zij gespecialiseerd in het nat ontkorsten van eerste klas kaas. “Kaasveredeling Kruijt verwerkt jaarlijks miljoenen kilo's kaas, die om uiteenlopende redenen zonder tussenhandeling niet meer verkocht kunnen worden,” vertelt kwaliteitsmanager Nathalie de Vries. “Het merendeel komt vanaf diverse verpakkingslocaties. Tijdens het verpakken voor de consument zijn de begin- en eindstukken van een kaas niet bruikbaar. Ook zijn plakjes of stukken kaas regelmatig te licht van gewicht. Deze kaas geven wij een tweede leven door het geschikt te maken voor de rasp-, smelt-, en/of poederkaasindustrie; kaas voor in salades en op pizza's, voor chips en snacks. Omdat deze kaas in eindproducten voor de consument worden verwerkt, is het van groot belang dat wij een voedselveilig product afleveren. De zorg voor de microbiologische kwaliteit van de kaas tijdens onze processen is één van onze belangrijkste criteria. Hierbij komt onze hygiëne-partner Eco2Clean in beeld.”

HYGIËNE WAARBORGEN

Ongeveer gelijktijdig met de opening van het nieuwe pand schakelde Kaasveredeling Kruijt Eco2Clean in voor ondersteuning bij het waarborgen van de hygiëne in de productie. Eco2Clean levert reinigingsmiddelen, advies en ondersteuning op het gebied van hygiëne aan de voedingsmiddelenindustrie. “Wij bieden verschillende hygiënezorgvarianten aan,” zegt Gert Visscher, directeur. “Dat kan variëren van controles van doseringen en een jaarlijkse hygiëne-inspectie tot het volledig ontzorgen door het uit handen nemen van de verantwoordelijkheid voor de hygiëne in de fabriek. We schakelen in dat geval een schoonmaakbedrijf in, leveren de reinigingsmiddelen, verzorgen hygiënetrainingen en hygiëne-inspecties en analyseren de kosten en kwaliteit van de schoonmaak. Kaasveredeling Kruijt zit daar tussenin: zij verzorgen zelf de schoonmaak, wij leveren de middelen, geven

© ROEL DIJKSTRA FOTOGRAFIE



trainingen en nazorg, waaronder een hygiëne-inspectie gerelateerd aan de hygiënedoelstellingen van het bedrijf.”

VERBETERPUNTEN

In een kaasverwerkingsbedrijf als Kaasveredeling Kruijt is het risico op besmetting aanwezig, zeker in het natte proces. Jan Vink, hygiëne-adviseur en inspecteur bij Eco2Clean, heeft samen met de kwaliteitsmanager het productieproces doorgelicht en geanalyseerd op risico's en verbeterpunten voor de hygiëne. “Ik loop iedere twee weken een hygiëneronde door de fabriek,” zegt Nathalie, “maar tijdens de gezamenlijke hygiëne-inspectie hebben we ook naar andere aspecten gekeken. We hebben bijvoorbeeld de lopende banden aan de binnenzijde van de constructie geïnspecteerd, terwijl ik me normaal focus op het oppervlak en de schakels van de band omdat deze met product in aanraking komen. Er wordt bij Kaasveredeling Kruijt goed schoongemaakt. Toch zijn er altijd verbeterpunten. Deze inspectie was erg waardevol voor ons. Daarmee kunnen we de kwaliteit van onze hygiëne verbeteren en nog beter borgen.”

Van de aandachtspunten worden foto's gemaakt en de bevindingen worden altijd samen met de schoonmaakmedewerkers doorgesproken. “Door de dagelijkse routine ontstaat bij veel bedrijven een stukje bedrijfsblindheid,” vertelt Jan Vink. “Ik adviseer bijvoorbeeld tijdens het schoonmaken ook door de knieën te gaan; op oog- en werkhogte is alles schoon, maar aan de onderkant van de machines kan opgespat vuil voorkomen. Ook blijven vervuilde luchtroosters, airconditioners en het plafond vaak onopgemerkt; daar hoopt zich stof op.”

HYGIËNECONTROLE VOOR PRODUCTIE

Nadat de aandachtspunten zijn aangepakt, worden de schoonmaakprocedures daarop aangepast. Vink: “Maak de medewerkers bewuster van de hygiënerisico's. Ik adviseer leidinggevendende kwaliteit van de schoonmaak dagelijks te controleren en terug te koppelen. Zo ontstaat bewustwording en houd je elkaar scherp.” Ook raadt hij productiemanageren aan vóór de opstart van de productie een hygiënecontrole-ronde te lopen. “Direct na afronding van de schoonmaak zijn de ruimtes en apparatuur nog vochtig. Eventueel >>



©ROELDIJKSTRA/FOTOGRAFIE

‘De hygiëne-inspecties dragen bij aan het optimaliseren van de hygiëne’

achtergebleven vervuiling zie je pas in een droge omgeving. Dat vraagt tijd, maar het stilleggen van de productie vanwege een bacteriële besmetting, of nog erger; een recall, kost uiteindelijk meer geld.”

KOSTEN BESPAREN

“Veel bedrijven realiseren zich te weinig dat zij een betere hygiëne kunnen realiseren door de schoonmaak goed te managen. De onafhankelijke hygiëne-inspecties van Eco2Clean dragen bij

aan het structureel verbeteren en borgen van de kwaliteit van de hygiëne,” besluit Nathalie. “Het vermindert risico’s en bespaart kosten.” Gert Visscher: “Om als management goed te kunnen sturen op de kwaliteit en kosten van de schoonmaak, is het nodig om actueel inzicht te hebben in alle aspecten en de mate waarin ze elkaar beïnvloeden. Voor Eco2Clean was dat aanleiding om de complexiteit van de schoonmaak te verwerken in de softwaretool HIMS (Hygiene Information Management System).”

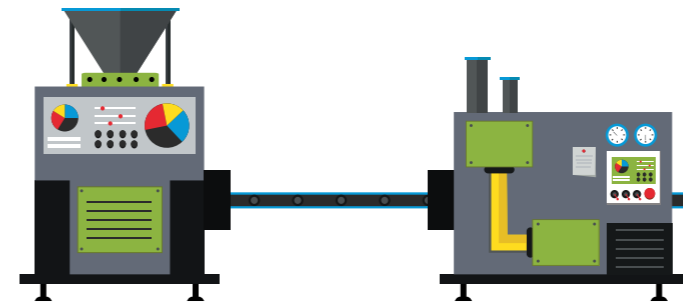
www.eco2clean.nl
www.kaasveredelingkruijt.nl



maakt het mogelijk!

Big Data

Productiemachines registreren interessante data. Wat nu als je deze data centraal ontsluit? Dan werk je gestructureerd aan een controlefunctie over het gehele productieproces en worden statistieken opgebouwd van productie, onderhoud en faaltijden. In samenspraak wordt bepaald welke data uitgelezen worden en welke rapportages worden aangeboden.



www.4food.nl



STERK IN STOOM
THUIS IN THERMISCHE OLIE

CERTUSS TC SERIES

- 80-2000 kg/h
- 10% minder gas
- 10% meer stoom

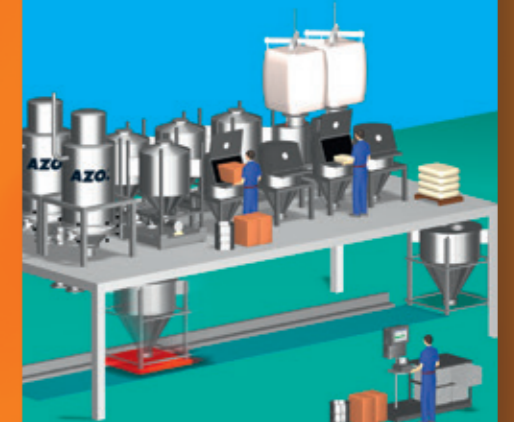


MEER INFORMATIE? WWW.STOOMKETELS.NL
OF BEL VRIJBLIJVEND (030) 241 09 72



Toevoeging van kleincomponenten

Automatisch traceerbaar



AZO® Automatiseren van kleincomponenten:

- betrouwbaar
- nauwkeurig

AZO. The No. 1 in mixer feeding

Right to the Point



www.azo.be

**DUURZAAM DESINFECTEREN
FLINK BESPAREN**

Het Nocospray-desinfectieconcept heeft nu bijna een jaar de Ctgb-toelating: tijd om de balans op te maken. "Een belangrijke bevinding is dat het duurzaam desinfecteren van productie-ruimten niet duurder, maar goedkoper kan uitpakken," aldus Robert Kostrubiec van Smpel Desinfecteren. "Naast de significant betere test-uitslagen in met name de vis- en vleessector, blijkt dat klanten flink op manuren besparen. Ook besparen ze 100% op vervangkosten van kitranden.

Voor een productieruimte van 3.000 m³, komt dat al neer op een besparing van €10.000 in vijf jaar tijd."

Kijk voor meer rekenvoorbeelden op www.simpeldesinfecteren.nl duurzaam-desinfecteren-in-food-goedkoper/.



www.simpeldesinfecteren.nl



**VLOEREN
REPARATIES EN ONDERHOUD**

De voedingsindustrie stelt hoge eisen aan vloeren: ze moeten zware mechanische belasting kunnen hebben, goed reinigbaar zijn, voldoende antislip bieden in natte omstandigheden en bestand zijn tegen de oliën, vetten en zuren. Om de kwaliteit ervan te waarborgen, is geregeld onderhoud én reparatie noodzakelijk. Orka Synthetics BV, producent van coatings, giet- en troffelvloeren, ontwikkelt ook specialistische, duurzame vloeroplossingen voor de voedingsindustrie (zoals vloeistofdichte vloeren). Daarnaast hebben ze verscheidene kunststof mortels om reparaties uit te voeren aan bestaande vloeren. Orka geeft advies hoe u dit zelf kan doen, of brengt u in contact met een van haar partners uit het dealernetwerk.

orka.nl/vloeren



**OVERZICHTELIJK
POSTER**

Vakblad Voedingsindustrie heeft de structuur van de Nederlandse vlees-, vleeswaren- en convenience-industrie in kaart gebracht. De poster is bijgesloten bij alle vakbladen. Is een collega ermee vandoor? Dan kun je hem bijbestellen!

www.b2bcommunications.nl/poster



**VERHUIZING
QISOFT NAAR NIEUWE LOCATIE**

QiSOFT, leverancier van de QIS software-suite, is verhuisd naar een mooi en ruimer pand in Breda. QiSOFT Nederland is flink gegroeid en heeft de ambitie verder uit te breiden. "We hebben op de nieuwe locatie meer mogelijkheden om klanten te ontvangen," zegt directeur Aad Eikelenboom. "Veel van de oplossingen die wij leveren, hebben direct invloed op de bedrijfsprocessen. Ons nieuwe pand beschikt daarom over ruime en moderne demonstratie- en trainingsfaciliteiten; onze klanten verdienen de beste dienstverlening. Vanuit Breda, centraal gelegen in de Benelux, helpen we productiebedrijven in diverse branches om hun productieproces beter te begrijpen en zo continu te blijven verbeteren."

www.qisoft.com

**WETGEVING
WEG MET KANKERVERWEKKENDE VERPAKKINGEN**

Sommige verpakkingen van voeding schaden de gezondheid. Verpakkingen van kringloop-karton laten nu soms oude inkt los op het voedsel. "Recycling is noodzakelijk, maar mag niet de gezondheid schaden," zegt Annie Schreijer-Pierik (lid van de Europese Voedselveiligheidscommissie in het Euro-parlement). Zij wil consumenten beschermen tegen deze giftige verpakkingen. Annie Schreijer-Pierik pleitte namens de grootste fractie, de christendemocratische EVP, in het Europees Parlement met succes voor aanvullend onderzoek. "We moeten voorkomen dat de inkten en minerale oliën in het voedsel komen. Uiteindelijk moet dit leiden tot een verbod hierop in voedselverpakkingsmaterialen." Supermarkten Lidl en Jumbo en levensmiddelenbedrijven zijn in Nederland al bezig de schadelijke stoffen te weren. "Nu moet EU-breed hier een slag gemaakt worden", zegt Schreijer-Pierik.

**PRODUCTNIEUWS
TWEESTERREN BETER
LEVEN RUNDVLEES**

In samenwerking met de Franse Bigard Group start Groothedde Vaassen de levering van zorgvuldig afgemest vlees van Blonde d'Aquitaine stieren, met het twee sterren Beter Leven Keurmerk van de Dierenbescherming. De Bigard Group investeert voortdurend in voedselveiligheid, traceerbaarheid en dierenwelzijn. Door zijn omvang biedt de Franse partner een ruime keuze in technische delen van stieren die worden geboren, gemest en geslacht binnen dezelfde regio (Bretagne). Groothedde Vaassen heeft een jarenlange expertise in de selectie, distributie en verkoop van rund- en varkensvlees in Nederland. Ze staan bij afnemers in de retail, vleeswarenindustrie en horecagroothandel bekend om hun kwaliteit en flexibiliteit.

www.groothedde.nl

CLIP-XL
SPECIALIST IN CUPTECHNIEK

**clipmachines
clips (U en Ω)**

**worstlabels
lussen en touw**

**reparatie
onderhoud**

www.clip-xl.nl

VOEDSELVERSPLLING
DUURDERVOEDSEL, MINDER VERSPILLING

Als ons eten twee keer zo duur zou zijn als nu, verwacht 24% van de Nederlanders vrijwel niets meer weg te gooien. Dat blijkt uit onderzoek van Natuur & Milieu en de Rabobank, uitgevoerd door Motivaction. Aanleiding is de start van een voedselverspillingscampagne van Natuur & Milieu en de Rabobank bij De Verspillingsfabriek. "Op basis van deze cijfers kunnen we concluderen dat duurder voed-

sel een goede prikkel is om veel minder te verspillen," aldus Talitha Koek, woordvoerder bij Natuur & Milieu. "Het eten in Nederland is relatief goedkoop in vergelijking met de ons omringende landen. Daarom pleiten we voor een 'echte prijs' voor voedsel, waarin de milieukosten worden meegerekend en de boer een goede prijs krijgt."

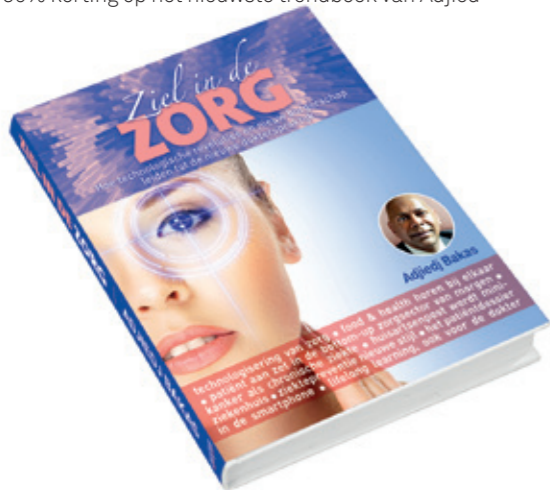
www.natuurenmilieu.nl

KORTING
NIEUW: ZIEL IN DE ZORG

De wereld, ook die van de zorg, verandert drastisch. Meebewegen, aanpassen, op blijmoedige manier, is wat er nodig is; menselijke maat en warmte, passie en betrokkenheid koppelen aan hightech; wat een geweldige opgave! Zonder de mens raakt de zorg haar ziel kwijt, dus we zullen een evenwicht moeten zien te vinden tussen de krachten van regulering, technologisering en humanisering. "De toekomst onderga je niet, je maakt hem," aldus Bakas.

Meer lezen? Ga naar onderstaande site, gebruik de kortingscode TOEKOMST en ontvang 30% korting op het nieuwste trendboek van Adjedi Bakas.

www.bakas.nl



FOOD VALLEY AWARD 2016
Q-POINT WINNAAR

Adviesbureau Q-Point BV is met zijn aanpak tegen voedselverspilling uitgeroepen tot winnaar van de Food Valley Award 2016. Alleen al in Nederland wordt in de horeca naar schatting 51.000 ton (0,4 miljard euro) per jaar aan voedsel verspild. Het Wageningse adviesbureau rolt zijn aanpak tegen voedselverspilling de komende maanden uit naar de hele gastvrijheidsbranche. "Onze innovatie is interessant voor alle plekken waar dagjesmensen komen", aldus Carel Jaspers, directeur en oprichter van Q-Point BV. "We zijn alweer verder aan het ontwikkelen, door toeleveranciers van horecabedrijven bij de aanpak betrekken."

www.foodvalleyexpo.com

VERPAKKEN
PACKAGING INNOVATIONS

We leven in een overprikkelde maatschappij; waarin shoppers dagelijks overspoeld worden door een zee aan signalen, en waarin steeds meer aandacht is voor online retail, terwijl daar bovenop meer marktaandeel komt voor huismerken. De shopper zelf is kritischer en weet erg goed wat er allemaal te koop is. Is de shopper anno 2017 nog te verleiden met verpakkingen en display? Op 24 november, dag 2 van Packaging Innovations, is een uitgebreid conferentieprogramma samengesteld om deze vraag te kunnen beantwoorden. Welke maatschappelijke veranderingen, technologische ontwikkelingen, nieuwe inzichten in shoppergedrag en innovaties in verpakkingen en display zijn beslissend om impact te hebben op het point of sale?

www.verpakkingsprofs.nl

INNOVATIE
RIJPINGS PROCES KAAS HALVEREN

DSM heeft een cultuur ontwikkeld die de rijpingstijd van verschillende kaassoorten vermindert, zo meldt het chemieconcern in een persbericht. Met 'Delvo Cheese CT-Taste' kunnen producenten van continentale kazen, zoals Manchego, Gouda en Edammer, het rijpingsproces halveren. Volgens interne data van DSM kunnen kaasmakers door de rijpingstijd van 1 miljoen kilo continentale kaas te halveren naar twee weken, circa € 200.000 besparen op productiekosten. Het verkorten van het rijpingsproces doet volgens het chemiebedrijf niets af aan de smaak, textuur of houdbaarheid.

www.dsm.com

NIEUWBOUW
STATE-OF-THE-ART
MAALTIJDENFABRIEK

Voor Plaza Foods in Nijmegen heeft Bessels Architecten het ontwerp gemaakt voor de state-of-the-art maaltijdenfabriek. De nieuwe productiefaciliteit heeft een oppervlakte van 10.900 m² en een productiecapaciteit van 11 miljoen koelverse maaltijden per jaar. Deze maaltijdenfabriek voldoet aan de strikte BREEAM-NL duurzaamheidseisen 'Excellent' en aan de normen van BRC en IFS 'Higher Level'. Plaza Foods biedt in samenwerking met het UWV werkgelegenheid aan onder anderen werknemers met een afstand tot de arbeidsmarkt; een schoolvoorbeeld van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen.

Reden voor Minister Asscher om samen met wethouder Renske Helmer van Nijmegen deze nieuwe fabriek te openen. De opening vond plaats op 24 oktober 2016.

www.bessels.com

CIJFERS & FEITEN
AANTAL VOEDINGSMIDDELENBEDRIJVEN TOEGENOMEN

De voedingsmiddelenindustrie toont zich een stabiele factor voor de Nederlandse economie. Met een outputwaarde van 64,9 miljard euro droeg de voedingsmiddelenindustrie het afgelopen jaar voor 37,1 miljard euro bij aan productie in andere sectoren. Ondernemers zijn positief gestemd, nu het consumentenvertrouwen en de koopkracht weer groeien.

Dat er volop bedrijvigheid is, blijkt ook uit de sterke toename van het aantal voedingsmiddelenbedrijven het afgelopen jaar, namelijk met 5,4%. Die stijging is volledig toe te schrijven aan relatief kleine ondernemingen met minder dan 10 werknemers, vooral in de brood- en deegwarenssector en de drankensector. Dit blijkt uit de Monitor Levensmiddelenindustrie 2016 van de Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie (FNLI).



In termen van werkgelegenheid creëert de voedingsmiddelenindustrie in totaal 466.000 banen (vol- en deeltijd), waarvan 135.000 direct in de voedingsmiddelenindustrie zelf en 331.000 indirect bij toeleveranciers. De werkgelegenheid binnen de sector nam met 0,7% toe. De sector heeft de komende jaren vooral behoefte aan meer personeel met een technische en technologische achtergrond.

www.fnli.nl

VOEDSELVEILIGHEID
GRATIS WEBINARS

"Veel voedselverwerkende bedrijven leggen hun HACCP-registratie nog steeds vast op papier," stelt Henk Jelt Hoving, directeur en oprichter van HACCP tool. "Er ontstaan problemen omdat dit tijdsintensief, fraudegevoelig en niet transparant is. Wanneer men HACCP niet langer blijft zien als een registratieverplichting, maar als

een verantwoordelijkheid, en dus een service, naar klanten zal het aantal voedselinfecties drastisch afnemen." Met gratis webinars wil HACCP tool laten zien dat het ook anders kan. Inschrijven voor de webinars kan via de site.

www.haccptool.nl

PRODUCTNIEUWS
**NIEUW CONVENIENCE-MERK
 VANDRIE GROUP**



Tijdens de internationale voedingsmiddelenbeurs SIAL in Parijs lanceerde de VanDrie Group haar nieuwe merk JAN voor convenience producten. Onder het merk vallen producten als de kalfsburger en pulled kalfsvlees. Later wil het bedrijf nog meerdere gemakproducten toevoegen aan het assortiment van JAN. De producten van JAN bestaan uit hoogkwalitatieve vleesdelen zoals de schouders en nek voor de kalfsburger, en bevatten minder zout. Via een QR-code kunnen consumenten nadere informatie over JAN inzien. Het merk wordt wereldwijd uitgerold.

www.vandriegrup.nl



INNOVATIE
PEF VOOR FRITES EN CHIPS

Pulsemaster BV uit Bladel introduceert een effectief nieuw Pulsed Electric Field (PEF) batch systeem op pilot schaal, onder de merknaam Solidus. Dit systeem kan worden ingezet voor het bepalen van de effecten van PEF op hele aardappelen voor het maken van frites, chips en aardappelspecialiteiten. Voor het eerst heeft de aardappelindustrie een instrument om de impact van PEF op de vitaliteit van plantencellen te

bepalen in intacte plantenweefsels en hele vaste stoffen, zoals hele aardappelen, vóórdat de industriële PEF installatie in de lijn wordt geplaatst. De klant kan vooraf de mogelijke rendementen bepalen in het gehele productieproces van aardappelspecialiteiten en grondstoffen zoals cassave, rode bieten en wortelen.

www.pulsemaster.us

SAMENWERKING
FACILICOM EN ALBRON SAMEN VERDER

Facilicom Services Group en Albron hebben 19 oktober 2016 een samenwerkingsovereenkomst ondertekend. Albron maakt hiermee als zelfstandig foodservice bedrijf, onderdeel uit van Facilicom. Uiteindelijk worden de aandelen van Albron voor 51% door Facilicom Services Group gehouden en voor 49% door Stichting Albron. Naar deze constructie zal in enkele jaren worden toe gegroeid, om een zorgvuldige transitie te waarborgen.

www.facilicom.nl

TURBO TRIM SUHNER

WIJ LEVEREN HOOGWAARDIGE TRIMMERS VOOR HET BEWERKEN VAN
 ✓ Varkensvlees ✓ Rundvlees ✓ Pluimvee ✓ Vis

DEWEUS metaal
 Revisie, onderhoud en projecten
 De Weus Metaal adviseert, ontwerpt, fabriceert, monteert en onderhoudt complete roestvaste en stalen machines en installaties in o.a. de food- en non-food industrie.

De Weus Metaal B.V. Bedrijvenpark Twente 149 7602 KE Almelo
 tel. 0546 - 582039 info@deweus.nl www.deweus.nl

FOOD SOFTWARE maakt het mogelijk!

Labeling

Door goederen te labelen zijn ze identificeerbaar en traceerbaar in het proces en de supply chain. Hierdoor zijn interne logistieke processen en goederenstromen inzichtelijk en wordt ingespeeld op klantvragen, kwaliteitseisen en regelgeving op het gebied van labeling, informatie uitwisseling en tracking & tracing.

www.4food.nl

Verbufa Vorm- en Doseeroplossingen

Uw product in alle vormen die u wenst!
 De Verbufa vormmachines zijn de oplossing om diverse producten in een hoog tempo te portioneren: ballen, staafjes, schijven rond, drie of rechthoekig, met de vormmachines van Verbufa kan het allemaal.

Uw product in elke verpakking, tray-sealer en dieptrekker perfect gedoseerd!
 De Verbufa Doseermachines zijn de oplossing voor het gewichtsnauwkeurig doseren van Spreadables als filet americain, salades, pesto, taartvulling en maaltijden.

VERBUFA

YOUR SOLUTION
www.verbufa.nl

'HET PROBLEEM IS; JE ZIET HET NIET'

BIOFILM: DE SLUIPMOORDENAAR IN DE VLEES-, VIS- EN ZUIVELINDUSTRIE

Het kan jaren goed gaan. Lage microbiologische waarden, met vlag en wimpel door ATP-metingen heen. Tot een onverwachte uitbraak van micro-organismen. Dit is een aanwijzing voor de aanwezigheid van biofilm, een onzichtbaar laagje dat een ophoping micro-organismen bedekt en open kan barsten. Gelukkig is er een manier om het te detecteren, te verwijderen en te voorkomen.

Het is moeilijk voor te stellen dat alle metingen uitwijzen dat de hygiëne bij een voedingsmiddelenproducent in orde is, en deze toch kan worden geconfronteerd met een uitbraak van micro-organismen. Het is het sluimerende gevaar van biofilm. Biofilm ontstaat doordat micro-organismen zich aan een oppervlak hechten en een polymeer afscheiden dat een bescherm laag vormt over de micro-organismen. Deze laag is voor reinigingsmiddelen en desinfectie ondoordringbaar. Wel kan biofilm zich opeens openen en zorgen voor een

verhoogde concentratie van micro-organismen. Ondanks goed schoonmaken. Zo'n uitbraak vormt een bedreiging voor levensmiddelen, met als gevolg risico's als recalls en soms zelfs ernstige calamiteiten.

DETECTIEVLOEISTOF VOOR BIOFILM

'Het probleem is dat je het niet ziet', legt Leo Frings van Qlean-tec uit. Qlean-tec ontzorgt op het gebied van hygiëne met eigen ontwikkelde reinigingsproducten en totaalconcepten op maat.

Sinds kort past het bedrijf in samenwerking met een gespecialiseerde partner detectievloeistof toe voor biofilm op oppervlakten.

"Voor zover ik weet zijn wij de enige in Nederland die op oppervlakte biofilm direct zichtbaar kunnen detecteren. We spuiten een reactievloeistof op het oppervlak die verkleuring vertoont. Het kost een paar minuten. Bijna bij elk bedrijf waar wij zo'n audit uitvoeren, vinden we wel een vorm van biofilm of hardnekkige vervuiling, een mogelijk begin van biofilm."

De ketel is gereinigd en lijkt schoon (l). Na een biofilmaudit (midden) wordt biofilm aangetoond.



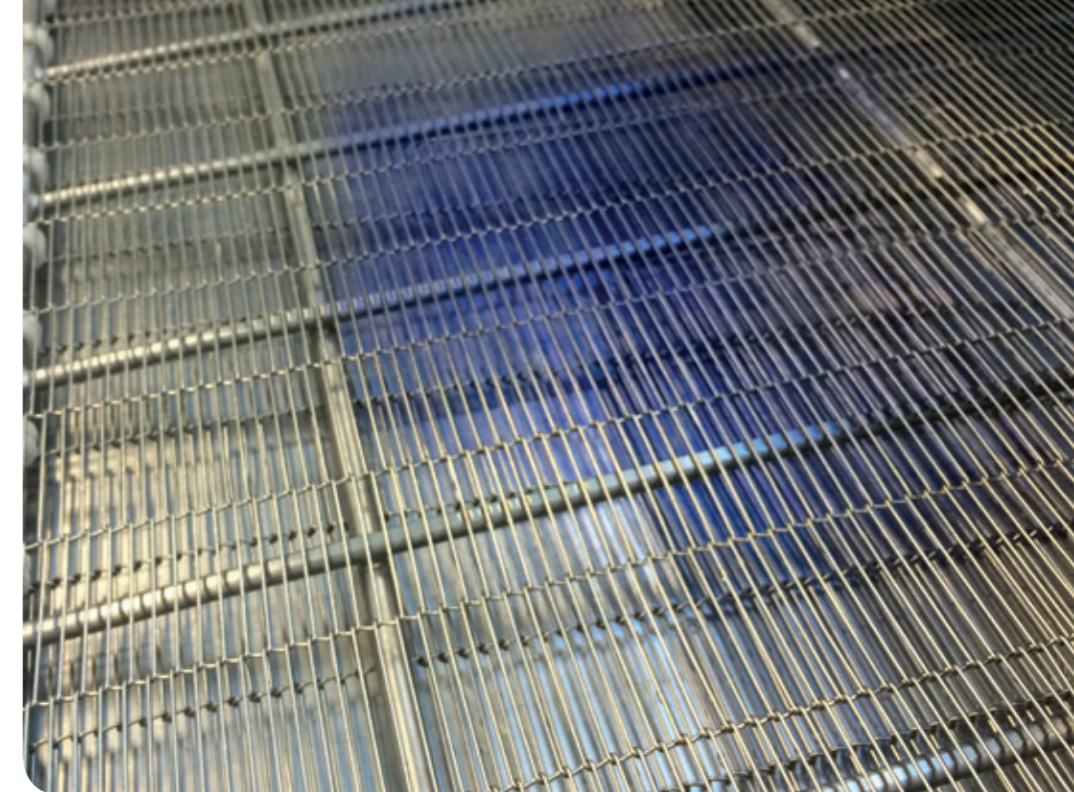
REINIGEN EN DESINFECTEREN VOORKOMT BIOFILM NIET

Volgens Frings zijn vooral de vlees-, vis- en zuivelindustrie kwetsbaar. "Vis draagt zelf de listeriabacterie al bij zich. Ook in de vlees- en zuivelindustrie ontstaat snel bederf. Bovendien zijn er in een productieproces altijd plekken die voor schoonmakers moeilijk toegankelijk zijn, ondanks EHEDG." (Richtlijn voor het ontwerpen en bouwen van machines en ruimtes met als uitgangspunt dat micro-organismen zo weinig mogelijk kans maken zich te hechten, red.)

Wie denkt dat met goed schoonmaken en desinfecteren biofilm wel wegblijft, zit eraan. "In theorie kan biofilm voorkomen worden als reiniging en desinfectie op iedere plek in het productieproces uitmuntend worden uitgevoerd," vertelt Frings. "Maar dat is bijna onmogelijk. Het blijft mensenwerk, producten of materialen worden niet altijd goed toegepast." Frings merkt bovendien dat desinfectie vaak wordt overschat. "Men denkt: we hebben gedesinfecteerd, het zit wel goed. Maar één minuut te kort desinfecteren, maakt al een verschil in het achterblijven van enorme hoeveelheden organismen boven de norm. Slecht desinfecteren kan zelfs leiden tot meer ontwikkeling van juist schadelijke bacteriën."

BIOFILM VERWIJDEREN EN VOORKOMEN

Zodra Qlean-tec biofilm heeft geconstateerd, is het belangrijk deze te verwijderen. Dat gaat volgens een strak protocol. Frings: "Afhankelijk van de biofilm zetten we een cocktail van enzymen in. Daarmee doordringen we de beschermende laag over de micro-organismen, die direct daarna volgens een proces van reiniging en desinfectie worden verwijderd." Er zijn veel verschillende soorten enzymen. Ze breken organische vervuiling af, zoals eiwitten en vetten. Deze worden omgezet in kleinere, wateroplosbare bestanddelen. Enzymatisch reinigen standaard toepassen, is volgens Frings de aangewezen manier om de vorming van biofilm te voorkomen. "Sommige bedrijven zijn daar in het begin terughoudend in; het is immers een extra handeling in het schoonmaak- en desinfectieproces."




TOEGEVOEGDE WAARDE VOOR RETAILER

Toch is Frings ervan overtuigd dat biofilm verwijderen en voorkomen, geen kostenpost is maar een toegevoegde waarde. 'Om te kunnen leveren aan de retailmarkt moet je als voedingsproducent aan hoge normen voldoen. Als je kunt aantonen dat de kiemgetallen van jouw producten lager zijn dan bij andere producenten, dan hebben ze een langere houdbaarheid. De shelf life verbetert. De retailer behaalt zo hoger rendement.' Frings licht toe: "Door enzymatisch reinigen toe te voegen aan reiniging en desinfectie, voorkom je dus niet alleen biofilm; de gehele hygiëne van je productieomgeving verbetert aantoonbaar en vertaalt zich naar het eindproduct. Daarmee kun je je onderscheiden en waarde toevoegen voor je klant. Bovendien hebben de producent en de retailer minder zorgen om negatief in het nieuws te komen door recalls."

LANGER SCHOONMAKEN

"Op deze manier ben ik nog meer tijd kwijt aan schoonmaken. Mijn productie ligt dan stil", denkt u misschien. Frings nuanceert: "Wij adviseren producenten over hun gehele schoonmaakproces. De plekken waar voedingsmiddelen fysiek langs gaan, zijn essentieel. Op andere plekken is besmetting van voedingsmiddelen juist praktisch niet mogelijk, terwijl die plekken nu mogelijk evenveel aandacht krijgen van de schoonmaker. Samen met onze klant analyseren wij hun productielocatie en stellen we een efficiënt reinigingsplan op dat voor die klant leidt tot maximale hygiëne."

 qleantec.com/nl

Fasen van biofilm van
opbouw tot uitbraak



HAGO EN COMÉ HOUDEN VAN EEN OPEN COMMUNICATIE

‘WE HEBBEN ELKAAR OPGEVOED’

Ondernemer Marc Spreuwenberg startte in 2007 met het leveren van gesneden champignons aan de verwerkende industrie. Inmiddels is hij Europees marktleider. De schoonmaak besteedt hij uit aan Hago Food & Industry. “Ik ben een Pietje Precies. Hago voert de klus precies uit, zoals ik het graag zie.”



Het is inmiddels meer dan tien jaar geleden dat Marc Spreuwenberg het bedrijf Comé overnam van zijn schoonouders. Het bedrijf leverde toen gesneden champignons in emmers aan de horeca. Marc wilde een andere koers varen, en investeerde in een nieuwe productielijn. Hiermee ging hij gesneden, gepasteuriseerde champignons produceren voor de verwerkende industrie. Dit bleek een gouden greep. Marc: “De markt werd op dat moment bepaald door drie grote spelers. Zij hadden een groot aanbod, en zagen gepasteuriseerde champignons in ecobags als bijzaak. Voor ons werd het onze corebusiness. Daardoor konden we beter inspelen op de specifieke wensen van onze klanten. En we waren in staat om 1 maand houdbaarheid te garanderen, zonder e-nummers toe te voegen. Zo konden we uitgroeien tot Europees marktleider op het gebied van gepasteuriseerde champignons in ecobags.”

SPECIALISTEN

Het geheim van Marc's succes is onder andere dat hij niet alles zelf doet. Hij laat de verkoop over aan Scelta Mushrooms, en de kwaliteitszorg is in handen van Haasen Consultancy. “Ik ben nogal perfectionistisch, en daardoor vind ik het lastig om zaken uit handen te geven. Maar uiteindelijk is dat wel beter. Ieder heeft zijn eigen vak. Door specialisten in te schakelen, bereik je een hoger kwaliteitsniveau.”

Voor de schoonmaak koos Marc voor Hago Food & Industry. “Dat werd me geadviseerd door onze kwaliteitsmanager Twan Haasen, die regelmatig

‘Door specialisten in te schakelen, bereik je een hoger kwaliteitsniveau’

audits uitvoert. Bijvoorbeeld bij Nestlé. Hij zag dat de hygiëne goed op orde was bij bedrijven die de schoonmaak aan hen uitbesteedden. Bovendien heeft Hago ervaring in het schoonmaken van champignonverwerkende bedrijven. Ze hebben dus de juiste expertise in huis.”

HOGER NIVEAU

Comé werkt nu twee jaar met Hago samen, en Marc is blij dat hij de overstap gemaakt heeft. “Voorheen maakten mijn eigen medewerkers de fabriek schoon. Door de groeiende productie werd het hen te veel. Ze deden hun werk goed, maar ik kon niets extra's van ze vragen. Met Hago heb ik de hygiëne naar een hoger niveau gebracht. Ze pakken ook de extra's op, zoals het regelmatig reinigen van het hoogwerk. Voor de kwaliteit van ons product is dat niet noodzakelijk. Maar ik vind het zelf prettig dat mijn medewerkers in een écht schone omgeving werken.” Marc is tevreden over de kwaliteit die het bedrijf levert. “Op zaterdag maak ik altijd een ronde door de fabriek om de schoonmaak te checken. Ik ben een Pietje Precies, dus ik zie het meteen als een detail niet goed is. Sinds we met vaste medewerkers van Hago samenwerken, is er vrijwel nooit iets aan de hand. Zo kan ik met een goed gevoel aan mijn weekend beginnen.”

OPEN COMMUNICATIE

De feedback die Marc eventueel heeft, noteert hij in een logboek. Hij kan hier foto's bijvoegen. Ook de schoonmakers kunnen in het logboek hun opmerkingen kwijt. “Die open communicatie is belang-

rijk”, zegt Jan van der Heijden, accountmanager bij Hago. “Je moet elkaar opvoeden. Het kan bijvoorbeeld voorkomen dat de schoonmakers niet overal bij kunnen, omdat de ruimte onvoldoende is opgeruimd. Een notitie in het logboek zorgt ervoor dat het de volgende keer wel op orde is.” Marc beaamt dat. “Het zijn vaak kleine dingen waar ik me aan stoort, zoals een slang die niet netjes opgerold is. Ik hoef maar één keer aan de vaste schoonmakers te laten zien hoe ik het wil hebben. Daarna gebeurt het precies zoals ik het graag zie.”

AUDITS

Marc is bovendien blij met de flexibiliteit van Hago. “Wij zijn op vrijdag niet altijd op dezelfde tijd klaar. Daarom heb ik met de voorman afgesproken dat ik hem op donderdag een appje stuur met de exacte tijd dat we stoppen. Direct daarna starten zij met schoonmaken. Zo heeft het vuil geen kans om aan te koeken. En voor mij is het prettig dat de fabriek op zaterdag schoon is. Daardoor kan ik op zaterdag onderhoud inplannen.” Tot slot vertelt Marc dat ook auditoren het prettig vinden dat hij de schoonmaak uitbesteedt. “Voorheen maakten we zelf schoon, en deden we zelf de controles. Dat is als een slager die zijn eigen vlees keurt. Auditoren keken altijd kritisch of alle kruisjes terecht gezet waren. Nu zien ze dat we met een professionele partij samenwerken en dat geeft vertrouwen. Daardoor lopen ze tijdens de inspecties sneller door het thema ‘hygiëne’ heen.”

 www.hagofoodandindustry.nl

Portioneer het met Sismatec! IN ALLE MATEN EN DIKTES



SISMATEC

process & packaging solutions

Twentepoort Oost 8
7609 RG Almelo
The Netherlands
T + 31 (0)546-874111
F + 31 (0)546-864546
info@simatec.nl

www.simatec.nl

PAKJES EN ZAKJES

Gemak dient de mens. In de afgelopen decennia is het aanbod aan gemakvoeding enorm gestegen. Maaltijdpakketten, kant-en-klare soepen en sausjes, en nog veel meer. De bereiding is simpel. Zakje poeder, beetje water erbij en hop, je hebt een pastasaus. Maar steeds meer mensen willen écht eten. Dat blijkt wel uit de groeiende groep kleine startende ondernemingen die intrinsiek goed en dus eerlijke en lekkere voeding maken.

Afgezien van het feit dat ik koken gewoon heel leuk vind, ben ik geen tegenstander van gemakkelijke producten. Ook ik heb graag wat producten in mijn keukenkastje staan die mij het makkelijker maken binnen een acceptabele tijd een lekkere maaltijd op tafel te zetten. Mijn favoriet? Geconcentreerde bouillon van LaCroix. Ja; het bevat conserveermiddelen, maar geeft desondanks zoveel meer echte smaak dan de bouillonblokjes die vooral uit gistextract en aroma's bestaan. Ik kan niet meer zonder.

Waar ik wel moeite mee heb, is het gemak waarmee veel producenten vanuit kosten oogpunt producten steeds meer uithollen. En omwille van risicomijding onnodig vaak naar de chemicaliëndoos grijpen. Het resultaat: producten die vooral veel vulmiddel, stabilisatoren en smaakversterkers bevatten om het gemis aan echte ingrediënten te verbloemen.

Het kan dus ook anders. Gemak is fijn, dus niks mis met pakjes en zakjes, maar zorg dan dat er echt eten in zit. Mijn advies aan producenten van dit soort producten is: beperk je zoveel mogelijk tot herkenbare ingrediënten die je ook los zou kunnen kopen. Kijk vooral ook naar de kleine startende producenten, want die doen het momenteel erg goed. De markt is in beweging, ook als jij niet meebeweegt.



KLAAS DIJKSTRA
BRENGT BUSINESS BIJEN

Klankborden is kracht...

Je staat voor uitdagingen zoals investering of uitbreiding waarover je wilt sparren en of spiegelen...

Je wilt je team informeren, structureren, motiveren, teambuilden...

Je wilt je bedrijfs-usp's optimaal promoten aan de hand van een stevig plan...

Je hebt geen tijd om je bezig te houden met social media maar je moet wel...

Klaas Dijkstra helpt je met het nemen van je beslissingen. Hoe?
Luisteren, reageren, daadkracht.

klaasdijkstra.com

KLAAS DIJKSTRA PARTNER IN COACHING, COÖRDINATIE EN COMMUNICATIE

+31 6 53 25 56 38 • klaas@klaasdijkstra.com • Alteveerselaan 14 • 6881 AV Velp (GLD)



MET T600 VAN MULTIVAC KLAAR VOOR DE TOEKOMST

BESCHERMDE ATMOSFEER REMT GROEI MICRO-ORGANISMEN

Kunnen jullie kip onder beschermende atmosfeer verpakken? Die vraag kwam uit de markt en bewoog Heijs Food Products ertoe een nieuwe verpakkingsmachine aan te schaffen. Hans van Norden van het kipveredelingsbedrijf: "Multivac levert hoogwaardige producten en biedt betrouwbare aftersales. Ze begrijpen hoezeer ons productieproces afhangt van de werking van hun machines."

"We wilden een A-merk en Multivac is niet voor niets marktleider," vertelt Hans van Norden van Heijs Food Products, kipveredelingsbedrijf in Hoogeveen. Multivac produceert en levert verpakkingsmachines, onder andere aan de voedingsindustrie. Van Norden vervolgt: "We verwerken borst vlees in alle vormen, in iedere verpakking die onze klant wenst. Vooral in Engeland hebben wij een grote afzetmarkt. Zo leveren we behalve aan foodservice ook aan afnemers als McDonalds,

Kentucky Fried Chicken en Marks and Spencer. Er wordt daar veel kip gegeten en we verwachten daar een toename in gespecialiseerde bewerking."

BESCHERMENDE ATMOSFEER

Vanuit diezelfde Engelse markt ontstond de laatste jaren vraag naar kip verpakt onder beschermende atmosfeer. Dat maakt de kip langer houdbaar en levert foodservice meer rendement op. Van Norden: "Vandaar dat wij modified atmosphere packaging (MAP) in ons productieproces hebben geïntroduceerd en een nieuwe machine hebben aangeschaft: de T600." Hans Schalkwijk, accountmanager bij Multivac legt uit: "Beschermde atmosfeer betekent dat uit de verpakking atmosferische lucht wordt verwijderd en een mengsel van CO₂ en N₂ (stikstof) wordt toegevoegd. Door de toepassing van deze techniek daalt de zuurstofwaarde tot onder 0,5 procent. Dit remt de groei van micro-organismen. De kip is zo langer houdbaar dan in normale verpakking, mits gekoeld bewaard natuurlijk."

T600

Om de kip onder beschermde atmosfeer te verpakken, gebruikt de T600 gevormde kunststoffen trays. Deze krijgen in de machine een seal. De schalen met kip gaan via een transportband de machine in. In de machine transporteert een grijp-arm de tray naar het sealstation. Daar evacueert de machine de atmosferische lucht, om de schaal vervolgens te vullen met beschermgas en af te sluiten met een topfolie. Op deze topfolie wordt een etiket aangebracht met slachtdatum, datum van verpakken en de houdbaarheidsdatum. Ook staan alle productie- en traceergegevens op het etiket. Over de trays die over de transportband rollen, zegt Van Norden: "De kip die nu wordt verpakt, ligt morgenochtend in Engeland bij de foodservice."

HYGIËNISCH DESIGN

Schalkwijk: "De T600 heeft een hygiënisch design en is daardoor goed te reinigen. Tegelijkertijd is het een duurzame machine met alleen elektrische



‘De kip is langer houdbaar dan in een normale verpakking’

aandrijvingen en servomotoren, waardoor minder gecomprimeerde lucht – en daardoor minder energie – nodig is." De afname van de T600 volgde na een compleet vervangingstraject van vijf jaar. Multivac leverde – naast de T600 – al meerdere dieptrekverpakkingsmachines en zeer recent nog een machine voor 9-delenkip. Met dit machinepark kunnen ze volgens Schalkwijk nog wel even voort, want de machines hebben een lange levensduur.

ONDERHOUD


Niets is in een productieomgeving zo vervelend als het uitvallen van machines. Onderhoud en een betrokken helpdesk zijn daarom essentieel bij de aanschaf van machines. Dat begint met een onderhoudscontract. Schalkwijk: "De frequentie van onderhoud heeft te maken met de intensiteit van het gebruik, de omgeving en de klantwens. Afhankelijk daarvan adviseren wij de klant één of twee keer per jaar een onderhoudsbeurt. Dit voor-

komt storingen en defecten, omdat bijvoorbeeld slijtage van een onderdeel vroegtijdig wordt ontdekt. Onderhoud kan ook in het weekend, bijvoorbeeld aan productielijnen die alleen dan stilgelegd kunnen worden." Van Norden vult aan: "Wij hebben ook nog een eigen technische dienst voor kleine ingrepen als dat nodig is. Deze collega's zijn door Multivac geïnstrueerd en in staat de voortgang in het proces te bewaken."

HELPDESK

Komt het toch tot een verstoring, dan is de machineleverancier 24 uur per dag, 365 dagen per jaar bereikbaar én zijn er altijd monteurs die ingezet kunnen worden. Schalkwijk: "Tijdens reguliere uren is altijd een heel team beschikbaar; verdeeld over heel Nederland. Daarnaast heeft elke monteur een paar keer per jaar een week storingsdienst, 24 uur per dag. In die week zetten wij hem niet voor regulier werk in."

De monteur gaat na een melding niet direct op pad. Hij analyseert de verstoring en probeert deze altijd eerst telefonisch op te lossen. "Het zijn vaak relatief kleine verstoringen, zoals een verandering in de instellingen," legt Schalkwijk uit. "Telefonisch oplossen gaat dan voor de klant het snelst. Zeker 60 tot 80 procent van de gevallen kan telefonisch opgelost worden. Lukt het niet, dan komt er zo snel mogelijk een monteur." Zelf houdt Schalkwijk ook contact met zijn klanten. "Bij Heijs ben ik het afgelopen jaar veel geweest. Dat is normaal bij de aanschaf van een nieuwe machine. Samen bepalen we de juiste plek voor de machine, afgestemd op de productieomgeving. Medewerkers, maar ook leidinggevendenden moeten de machine leren kennen. Er is een inwerkperiode en die begeleiden wij. Dat hoort erbij."

 www.multivac.nl
www.heijsgroep.nl

KANSRIJKE BEZOEKAFSPRAKEN MAKEN

‘DIT HADDEN WE NOOIT ZELF KUNNEN REALISEREN’

Vind jij koude acquisitie (cold-calling) ook zo lastig? Dan ben je niet de enige; het behoort tot één van de minst geliefde activiteiten van organisaties. Laten we er geen doekjes om winden: veel mensen vinden volledig nieuwe klanten benaderen eng. Toch is het noodzakelijk. Wat te doen?



Hoe kom je met je product of dienst binnen bij klanten die je nog nooit eerder gezien of gesproken hebt? Ondanks goede voornemens ('Ik ga nu écht bellen!') ligt constant uitstellen op de loer: 'hm, vandaag is iedereen vast in vergadering, ik doe het morgen wel'; 'ik moet nu eerst even deze klus afmaken'; 'ach wat jammer, nu is het al te laat om te bellen'. En van uitstel komt afstel. Herkenbaar?

TECHNEUTEN

Wel voor Bert Smid van Van Lente Systeemin-
tegratie: "Wij bieden klanten in de industrie,
machinebouw en utiliteit innovatieve totaalop-
lossingen en diensten voor het gehele produc-
tieproces: van technische automatisering en
installaties, tot technisch beheer. We nemen de
verantwoordelijkheid op ons voor het ontwerp,
de realisatie, de service en het onderhoud van
hun automatiseringsoplossingen en de elek-
trotechnische installaties. Wij zijn technenuten;
onze meerwaarde zit in het vervolg, we zijn geen
experts in het leggen van het eerste telefonisch
contact." Het grootste deel van de omzet van Van
Lente wordt gegenereerd uit vaste klanten. "Wij
zijn specialist in food en feed, utiliteit, zorg en
hoogwaardige professionele machinebouw, en
willen nu ook graag voet aan de grond krijgen in
andere sectoren. Alle potentiële bedrijven zijn in
theorie echter voorzien; dat maakt het lastig om
ergens binnen te komen."

Rob Kamphuis van Labaz Hygiene Concepts her-
kent dat laatste goed. "Wij zijn gespecialiseerd
in de ontwikkeling en levering van professionele
hygiëne op basis van HACCP richtlijnen. Ieder
voedingsbedrijf heeft als het goed is een leveran-
cier voor reinigingsmiddelen en de meeste zijn
loyaal en trouw aan het merk dat ze gebruiken.
Die loyaliteit werkt ook in ons voordeel, maar het
maakt de markt star. Zie er maar eens tussen te
komen!"

‘ZE SPREKEN DE TAAL VAN DE KLANT’

"Koude acquisitie is een vak apart," concludeert
Rob. "Cold calling kost mij veel tijd en energie. Ik
ben er niet goed in, dat geef ik ronduit toe. Vaak



Rob Kamphuis (www.labaz.com)

word je afgewezen of zelfs afgesnauwd, dus ik
schuif het bellen steeds voor me uit. Dat werkt
niet, want ik wil wél nieuwe business aanboren!
Daarom hebben we besloten hiervoor een gespe-
cialiseerd bureau in te schakelen." Helaas pakte
de eerste ervaring niet heel goed uit. "De terug-
koppeling van dat eerste callcenter, waarvan ik
de naam niet zal noemen, was niet goed. Het was
totaal niet inzichtelijk wat ze voor ons deden."
Bert vervolgt: "Ik vind het belangrijk dat de tele-
fonistes de taal van onze potentiële klanten
spreken. Daarom hebben we ook goed gekeken
naar de referenties van MarketCall. Ondanks hun
ervaring in gelijksoortige branches, was ik in het
begin sceptisch. Ik dacht: 'om succesvol te zijn,
is technische kennis van het product absoluut
noodzakelijk. Daar zijn we op teruggekomen; een
juiste woordkeuze en intonatie blijken voor het
maken van die eerste afspraak belangrijker dan
inhoudelijke kennis. De dames benaderen onze
relaties en prospects professioneel, correct en
doelgericht. Na een gedegen briefing is de basis-
kennis ruim voldoende gebleken om voor ons
succesvol te zijn."

GEDREVEN EN DESKUNDIG

"Wat MarketCall voor ons doet? Bezoekafspa-
ken maken; precies waarvoor we ze inhuren!"
lacht Rob Kamphuis. "Ze verdiepen zich grondig
in de organisaties en hun activiteiten waarvoor
ze aan de slag gaan, ook in het onze. Nadat de



Bert Smid (www.vanlente.nl)

doelgroep helder was, hebben ze gezorgd voor
een bruikbaar adressenbestand. Het bescrypt
is door MarketCall opgesteld op basis van onze
input en daarna door beide partijen gefinetuned.
De dames die bellen zijn gedreven en deskundig.
Ze vertellen niet veel over wat we doen, maar
dat is ook niet nodig; dat komt wel tijdens mijn
bezoekafpraak."

1400 adressen nabellen heeft Labaz 188 afspra-
ken opgeleverd. "Ik vind dat veel," zegt Rob. "Boven-
dien hebben we een mooie database dankzij de
gedetailleerde rapportages die ze ons toesturen.
We weten welke bedrijven ze hebben gebeld, wie ze
hebben gesproken, beslissingsbevoegd is en wat
er is afgesproken. Je moet realistisch blijven; het
traject van koude acquisitie is nu eenmaal een stuk
langer dan van warme acquisitie."

Bert beaamt dat. "1472 adressen afhandelen
in 11 maanden tijd, dat was óns nooit gelukt. Er
zijn 138 bezoekafspraken met potentieel nieuwe
klanten gemaakt. Daaruit zijn 10 offerte-aan-
vragen gerold en 23 op langere termijn. We hopen
natuurlijk dat tenminste een paar daarvan resul-
teren in concrete opdrachten. Los daarvan heeft
het in ieder geval naamsbekendheid gegenereerd.
En we hebben een concrete aanleiding om terug
te bellen; een stuk minder koud dan hiervoor."

 www.marketcall.nl

BLOWN PACK SPOILAGE

BEDERF VAN VACUÛM VERPAKT VERS VLEES

Met vacuüm verpakken bescherm je vers vlees tegen verontreiniging tijdens vervoer en opslag, en het vertraagt microbiologisch bederf. Door bovendien de temperatuur tijdens transport steeds verder omlaag te brengen, is het vlees microbiologisch langer houdbaar. Maar soms gaat het mis. Dan vermeederen micro-organismen zich toch en veroorzaken ze bederf; ondanks het vacuüm en ondanks een lage temperatuur.



Hoe kan het dat een product gedurende de bewaarperiode het vacuüm verliest en dat bij langer bewaren de verpakking zelfs begint op te bollen. Is dit te voorkomen, en zo ja: hoe?

ZWAVELACHTIGE GEUR

We verrichtten onderzoek naar vlees waarvan de verpakking tot een ballon was opgeblazen. Bijzonder was dat met de klassieke microbiologische analyse naar de bederfveroorzakers geen afwijking werd gevonden, ondanks zichtbaar bederf: het opbollen van de folie en een zwavelachtige geur bij openen van ervan. Pas na onderzoek met QPCR (een op DNA-gebaseerde techniek) werd de aanwezigheid van *Clostridium estertheticum*, *Clostridium laramiense* en *Clostridium gasigenes* geconstateerd. Deze bacteriën zijn alle drie in staat om gas te vormen. De gasvorming vindt pas plaats bij een lange bewaarduur en lage temperaturen.

Microbiologisch bederf van vers vlees treedt op door de snelle vermenigvuldiging van verschillende micro-organismen. Of bederf daadwerkelijk optreedt, hangt samen met de intrinsieke eigenschappen van het vlees, en met extrinsieke factoren zoals temperatuur en de samenstelling van het gasvormige milieu (Nychas en Skandamis 2005). Onder aërobe (zuurstof behoevende) omstandigheden zijn voornamelijk de soorten van *Pseudomonas* verantwoordelijk voor bederf (Gill Newton en 1977). In een anaëroob milieu (dus in de afwezigheid van zuurstof) zijn dat melkzuurbacteriën en/of *Clostridia*.

CLOSTRIDIA

In Ierland werd in 2006/2007 in vier slachterijen onderzoek verricht gericht op het aantonen van de aanwezigheid van *Clostridia estertheticum* en *C. gasigenes*. Er werden 1680 monsters verzameld: zowel voor, tijdens als na de slacht. Daarvan waren 218 monsters positief op *C. estertheticum* en 300 op *C. gasigenes* (op *C. laramiense* is niet onderzocht).



- De hoogste verontreiniging met *C. estertheticum* werd gevonden op de huid (31%), gevolgd door de stallen (29%).
 - *C. gasigenes* werd het meest aangetroffen in de ruimte waar de runderen verbloeden en de huid verwijderd werd (37,5%) en in de stallen (35%). In de uitbeenruimte werd geen *C. estertheticum* meer aangetroffen, maar in 1 van de 48 monsters nog wel *C. gasigenes*.
 - De hoogste prevalentie van beide bacteriën was de maand mei. In maart werden de minste *C. estertheticum* aangetroffen, in oktober de minste *C. gasigenes*.
- Aanpalend onderzoek suggereert dat de aanwezigheid van hoge aantallen melkzuurbacteriën, en hun vorming van bacteriociden, een remmende invloed hebben op de *Clostridia*.

BESMETTING EN UITGROEI

Ander onderzoek, uitgevoerd in Nieuw Zeeland, toonde aan dat besmetting van zelfs één *Clostridia*-spore voldoende is om vacuüm verpakt rundvlees met gasvorming te bederven gedurende en bewaarperiode van 43 dagen bij 2°C. Bij een bewaarperiode van -1,5°C was een bewaarperiode van 72 dagen haalbaar, voordat gasvorming zichtbaar wordt. Verder bleek dat specifiek vacuüm verpakt vlees in krimpfolie dat een korte hittebehandeling (3 seconden 90°C) krijgt om de vacuümzak strak om het vlees te krimpen, eerder

en sneller groei vertoont van *Clostridia*. De korte hittebehandeling activeert de sporen van *Clostridia* tot ontkieming.

VOORKOMEN

Clostridia komt wijdverspreid voor bij dieren en daarmee in slachterijen. Hoe kan bederf door *Clostridia* in vacuüm verpakt vlees toch voorkomen worden? Goede hygiënische praktijken bij het slachten en onthuiden is absoluut noodzakelijk om besmetting van vlees te voorkomen. Daarnaast is het van belang om met regelmaat het schone deel van de slachterij te desinfecteren met agentia die sporen afdoden. Desinfectiemiddelen op basis van perazijnzuur, chloor of formaldehyde zijn hiervoor het meest geschikt.

Het verpakken van vers vlees in vacuümfolie geniet de voorkeur boven krimpfolie; de hittebehandeling die nodig is voor het krimpen van de folie activeert de ontkieming van de *Clostridia*-sporen. Kiest men voor krimpfolie, dan zijn lagere temperaturen en kortere verhittingen minder risicovol. Vertraging van de groei is ook mogelijk door de bewaarperiode van het vacuüm verpakte verse vlees zo laag mogelijk houden (-1,5 tot -1,7°C).

 theo.verkleij@tno.nl

INNOVATIELOKET SPORT, VOEDING EN GEZONDHEID

ONDERSTEUNING BIJ ONDERZOEK EN INNOVATIE

Topcentrum Eat2Move opende 28 oktober het innovatieloket voor voeding en bewegen, dat zich richt op bedrijven die producten of diensten ontwikkelen voor specifieke doelgroepen, zoals sporters en patiënten.

“Nieuwe kennis is belangrijk om vragen uit de sport- en zorgpraktijk te vertalen naar innovatieve oplossingen. Voor bedrijven in deze sector biedt het loket tal van mogelijkheden voor ondersteuning,” aldus prof. Frans Kok, voorzitter van de

stuurgroep Eat2Move. “Naast hulp bij projectdefinitie en -uitvoering, wordt toegang geboden tot de nieuwste kennis en faciliteiten van de partners in Eat2Move. Denk hierbij aan geavanceerde meetapparatuur, assessmentmethoden

of contact met experts.” Het loket is verbonden aan de afdeling Humane Voeding van Wageningen University & Research. De verbinding op sport, voeding en gezondheid en de open toegang hiertoe, maakt het loket uniek in Nederland.

EXPERTISE EN NETWERKEN BUNDELEN

Eat2Move bundelt de expertise en netwerken van belangrijke organisaties op het gebied van voeding, (top)sport en zorg. Kennis over optimale voeding voor topsporters kan breed ingezet worden voor gezondheidsbevordering en de zorg. De Wageningen Campus ligt midden in een toonaangevende regio als het om voeding en gezondheid gaat, en Eat2Move verbindt kennis aan de praktijk. De faciliteiten en expertise van Sportcentrum Papendal en Ziekenhuis Gelderse Vallei vormen proeftuinen voor respectievelijk sport en zorg. Met NOC*NSF is een directe afstemming met de sporters en sportbegeleiding. Michiel Scheffer: “Gelderland is de internationale proeftuin voor innovaties in voeding, sport en gezondheid van de Provincie Gelderland. Zowel multinationals, MKB'ers als startup bedrijven zijn welkom bij het innovatieloket voor samenwerking. Zo maken we samen werk van innovatie in Gelderland.”

©STOK/SHUTTERSTOCK

 www.eat2move.nl



Communicatiespecialisten in food

Bij het opzetten van een marketingcampagne komt veel kijken. Het huidige medialandschap kenmerkt zich door beweging en dynamiek. Er zijn de afgelopen 10 jaar steeds meer mediakanalen bijgekomen. Om klanten te bereiken is het essentieel om deze crossmediaal in te zetten. De klanten zijn kritisch, stellen vragen en gaan ook zelf op zoek naar eerlijke informatie. Social media zijn een wezenlijk onderdeel van hun dagelijks leven. Hun winkelgedrag en het betalingsverkeer speelt zich meer en meer online af. Tegelijkertijd is er behoefte aan écht contact. Face-to-face, eerlijk en open, persoonlijk.

Wij kennen de dynamiek van het medialandschap anno nu als geen ander. Met de netwerken Ondernemers Sociëteit Voedingsindustrie (OSV) en Young Food Management (YFM), de vakbladen Voedingsindustrie en Vers-inspiratie en de sites www.FoodInBusiness.com en www.BigDataInFood.com zetten wij uw bedrijf op de kaart.

Samen met de Wallbrink Crossmedia Groep zetten we onze expertise en netwerken in om zo een totaalpakket aan communicatiemiddelen te bieden. Eén aanspreekpunt voor de complete marketing.

FOR YOUR NEXT CAREER MOVE IN FOOD

Wij bedanken onze relaties voor de prettige samenwerking in 2016!

