



CIRCULAIRE ECONOMIE DUURZAAM ONDERNEMEN

- JAN JONKER
- JOHMA SALADES
- PRINS & DINGEMANSE
- CHATEAU BRIAND SOEST
- STORTEBOOM FRESH





ALGEMEEN MANAGER

DAADKRACHTIGE, BESLUITVAARDIGE EN HANDS-ON LEIDER

UTRECHT

Rundvlees & Co is een sterk groeiende organisatie gericht op de productie en verkoop van een breed assortiment aan rundvlees. Het bedrijf levert aan slagers, supermarkten, horecagroothandels en vleesverwerkende bedrijven in binnen- en buitenland. Ter ondersteuning van de Algemeen Directeur zoeken wij een daadkrachtige en besluitvaardige Algemeen Manager. In deze functie ben je verantwoordelijk voor het optimaliseren, implementeren en evalueren van het gehele beleid. Daarnaast ben je een sparringpartner en adviseur op het gebied van organisatie en commercie met als doel structurele verbeteringen aan te brengen binnen de verschillende processen.

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



SUPPLY CHAIN MANAGER

PROFESSIONAL DIE VANUIT EEN BREDE KIJK ZORGT VOOR EEN OPTIMALE INTERNE KETEN

BLEIJSWIJK

Konings-Zuivel B.V., opgericht in 1986, is uitgegroeid tot specialist in de zuivelwereld en heeft een groot logistiek netwerk opgebouwd. Het gehele transportproces wordt door Konings-Zuivel uitbesteed. Konings-Zuivel importeert zuivelproducten uit verschillende Europese landen en vermarkt deze naar verschillende klanten binnen Nederland en daarbuiten. Het gaat hierbij om koelverse zuivelproducten met een korte houdbaarheid voor retail, foodservice en industrie. Daarnaast coördineert zij de complete logistiek van de gekoelde producten. Er zijn ongeveer 24 medewerkers werkzaam. De bedrijfscultuur is informeel en open, met een no-nonsense mentaliteit en een platte organisatiestructuur. Groei is belangrijk, maar passie voor producten staat centraal. Ter verdere professionalisering van het bedrijf zoeken wij een hands-on en actiegerichte Supply Chain Manager die vanuit een brede kijk zorgt voor een optimale interne keten.

Consultant: Janneke van der Logt, telefoon 0317-468686 of 06-23637490.



PRODUCTIEMANAGER

INITIATOR EN MOTIVATOR MET IMPACT OP DE GEHELE ORGANISATIE

APELDOORN

Vion is een internationale vleesproducent van varkens- en rundvlees met productielocaties in Nederland en Duitsland en verkoopondersteunende kantoren in 13 landen wereldwijd. De 3 divisies Pork, Beef en Food Service leveren vers varkens- en rundvlees voor retail, foodservice en de vleesverwerkende industrie. Vion levert aan klanten in de thuismarkten Nederland en Duitsland, maar ook aan de rest van de wereld. De productielocatie in Apeldoorn slacht en verwerkt varkens op een waardige en diervriendelijke wijze, waarbij dierenwelzijn voorop staat. Voor het aansturen van de uitbeenafdeling zoeken wij een communicatief-vaardige en toekomstgerichte Productiemanager, verantwoordelijk voor het aansturen van de productieafdeling, om doelstellingen op gebied van kwaliteit, efficiëntie, kosten, Arbo en leverbetrouwbaarheid te verwezenlijken.

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



(SR.) PRODUCT DEVELOPER POWDER NUTRITION

PASSIONATE SPECIALIST WITHIN A DYNAMIC AND INTERNATIONAL TEAM

DUNSANDEL – NZ

Synlait is a New Zealand dairy company that combines expert farming with state-of-the-art processing, to produce a range of nutritional milk products that provide benefits for health and wellbeing, like Infant and Lifestyle Nutrition. Their entrepreneurial spirit runs deep and they see everything as an opportunity, striving to make the most from milk. Synlait employs of over 700 people who are the driving force behind the success. Synlait wants to change things up, to never settle and always looking to improve. That's what enables Synlait to become the most innovative and trusted dairy company in the world. For this ambitious and globally active player we are looking for an equally ambitious (Sr.) Product Developer Powder Nutrition. You need to have several years of relevant experience in a processing and new technology environment, especially experience in powder processing is required.

Consultant: Dirk-Jan van Veldhuizen, telephone: +31(0)317-468686 or +31(0)6-53137885.



PRODUCTIEMANAGER

COACHENDE LEIDER DIE HANDS-ON IS EN OP KORTE EN LANGE TERMIJN HANDELT

GELDERMALSEN

Coroos is sinds 1957 een familiebedrijf en één van 's lands grootste conservenproducent. In totaal werken er ruim 420 medewerkers op de productielocaties Kapelle en Geldermalsen. Groente en fruit worden vers van het land verwerkt. Het verder professionaliseren van de organisatie is een belangrijk speerpunt geworden voor de komende jaren. Om dit in kaart te brengen en verder uit te voeren, zijn we op zoek naar een organisatorische en gestructureerde Productiemanager voor de locatie Geldermalsen. Als Productiemanager ben je verantwoordelijk voor het optimaal laten functioneren en het professionaliseren van het productieproces, evenals de werkcultuur.

Consultant: Anneke Witjes, telefoon 0317-468686 of 06-23296010.

WEGWIMPELEN IS ER NIET MEER BIJ

Begin een gesprek over duurzaamheid, en je wéét dat je beet hebt: een vette discussie! Het gaat al snel over wat 'blijkbaar allemaal niet meer mag'. Dagelijks vlees eten, vliegen naar verre bestemmingen, de openhaard aansteken. Over zonnepanelen en van het gas af. Over de lusten en de lasten. Hoewel, vooral over de lasten. Want wie gaat het betalen? Het antwoord is meestal: een ander. Iemand, een land of onderneming die veel vervuilerend bezig zijn dan jij, dan wij.

Iedereen heeft een mening, maar niemand hét antwoord. Vraag je aan een consument: heb je liever een shirt mét of zonder kinderarbeid, zal niemand kiezen voor de eerste optie. Of zeggen: "Extra luchtvervuiling, voedselverspilling, de rivieren vol afvalstoffen en de zee vol plastic? Nou graag!" Wat iedereen wél wil, is zo min mogelijk betalen voor producten en diensten. Niet vreemd dus dat fabrikanten en producenten zoeken naar de goedkoopste oplossingen. De vraag is wel hoe lang je je kunt blijven verschuilen achter het statement 'Maar de consument wil het zo!' Het zou normaal moeten zijn om een eerlijke prijs te betalen, en om een reële prijs te vragen voor de producten en diensten die je maakt en levert. Dat vereist wel transparantie: doe je wat je zegt te doen?

Het onderwerp wegwimpelen als onbelangrijk is er hoe dan ook niet meer bij. De klimaatverandering staat anno 2019 met stip op één als het gaat om grootste zorgen voor de economie. Niet een handelsoorlog tussen de VS en China, de migratieproblematiek of terrorismedreiging dus; maar het klimaat. Dat blijkt uit het Global Risks Report 2019, een rapport dat ieder jaar vlak voor het World Economic Forum (WEF) in Davos verschijnt.

De zorgen van de politieke elite en de top van het internationale bedrijfsleven over het klimaat, gaan op de eerste plaats over de manier waarop de wereld het probleem (niet) aanpakt. "Dat komt doordat internationale samenwerking steeds moeizamer verloopt, terwijl de aanpak van klimaatverandering juist een ongekend niveau van samenwerking vraagt," zei Jan Willem Velthuisen, hoogleraar economie aan de universiteit van Groningen en hoofd-econoom van de zakelijke dienstverlener PwC onlangs in nrc-next.

Dat men nationaal steeds vaker wél samenwerkt, blijkt uit de diverse verhalen over circulair en duurzaam ondernemen in deze editie. Als iedereen begint bij zichzelf, doen we het uiteindelijk samen.

Judith Witte

judith@b2bcommunications.nl

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



Inhoud

THEMA: CIRCULAIR ONDERNEMEN



TRENDS EN ONTWIKKELINGEN DE CIRCULAIRE ECONOMIE

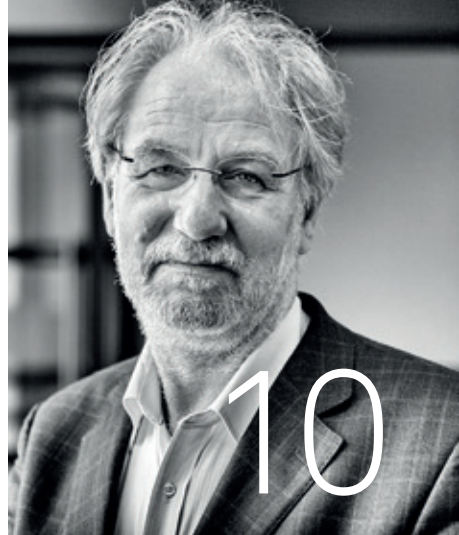
Wat eten we in 2050? Kan de productie van ons voedsel duurzamer? Wie gaat de transitie naar een circulaire economie betalen, waar ligt de verantwoordelijkheid? De politiek buitelt over elkaar en de discussie

EN VERDER...

OSV netwerk	6
Column Pieter Vos	9
Recht toe recht aan	22
Johma Salades	24
Marketcall	27
Column Bessels	33
VersTrade	34
Duurzame rijstteelt	36
Samen tegen voedselverspilling	38
Nieuws	40
FoodIndustrie Experts	42

INTERVIEW CIRCULAIR ONDERNEMEN KAN EN LEVERT GELD OP

Het vormgeven van een circulair businessmodel blijkt in de praktijk lastig. Hoe kunnen bedrijven circulariteit nu écht opnemen in hun strategie en bedrijfsvoering? Jan Jonker, Ivo Kothman, Niels Faber en Naomi Montenegro schreven er een praktisch werkboek over.



BEDRIJFSREPORTAGE MOSSEL- EN OESTERKWEKER PRINS & DINGEMANSE

Over hoe je een generatie bereikt die eerder aan sushi dan schelpdieren denkt, en hoe je blijft bouwen aan naamsbekendheid. Prins & Dingemanse concurreert niet op prijs, maar onderscheidt zich liever op basis van een sterk merk.

INHOUD KATERN VLEESINDUSTRIE

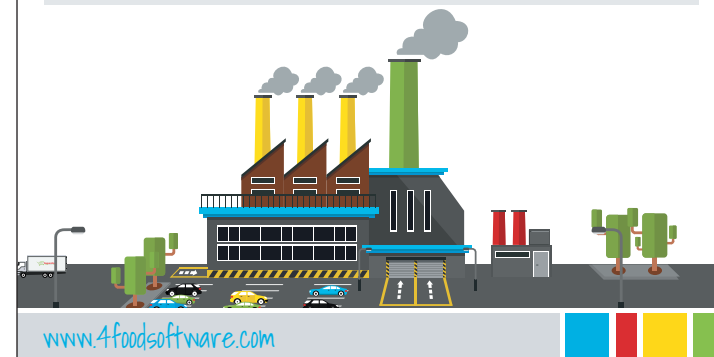
Effectieve desinfectiemethode	48
Folderverbod vlees	51
IFFA 2019 'Meet the Best'	51
Storteboom Fresh	52



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 groeimogelijkheden.



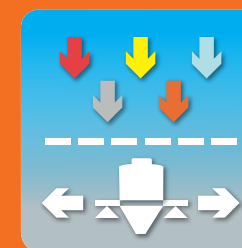
Samen met Scharff
komen wij pas op stoom

Riny Engels - Marel



STERK IN STOOM
THUIS IN THERMISCHE OLIE

WWW.SCHARFFTECHNIEK.NL
WIJ LEVEREN OOK GASLOZE STOOMKETELS



Automatische
batch
voorbereiding

AZO COMPONENTER®

Flexibel automatiseren
van kleincomponenten

- betrouwbaar
- nauwkeurig
- traceerbaar



AZO.
www.azo.com

Vakblad voor ondernemers en managers van foodproducerende bedrijven: **VOEDINGSINDUSTRIE**. Voedingsindustrie verschijnt acht maal per jaar in print en 12 maal per jaar tweetalig online. Het vakblad informeert ondernemers en managers van foodproducerende bedrijven met trends & ontwikkelingen, duurzaam ondernemen, innovaties, verpakken, hygiëne en voedselveiligheid, processing, procestechnologie en wetenschap. Meer info: www.vakbladvoedingsindustrie.nl Optage: 3000. Vakblad VOEDINGSINDUSTRIE is een officieel orgaan van de Ondernemers Sociëteit Voedingsindustrie (OSV). Voorpaginafoto: ©PopTika/Shutterstock.com Aan deze uitgave werkten mee: Feike Klomp, Huibert de Leede, Esther van der Lelie, Mathilde Lentjes, Dick Leseman, Douwe Meuldijk, Sanne Stroosnijder, Babette Tierie, Theo Verkleij Vormgeving: After Five BV, Varsseveld Drukwerk: JP Offset, Duiven. Vakblad VOEDINGSINDUSTRIE is een uitgave van b2b Communications BV. Hoofredactie: Judith Witte. Uitgever: Saskia Stender. Traffic: Kiki Stender. Sales: sales@b2bcommunications.nl. Redactie en administratie: b2b Communications BV, Arnhemsestraatweg 19, Postbus 50, 6880 AB Velp. KvK 59203455. Telefoon +31(0) 26 3700027, info@b2bcommunications.nl, www.b2bcommunications.nl. Abonnementen: Voor opgave abonnement +31(0) 26 3700027, info@b2bcommunications.nl. Prijs per jaar € 80,00 (excl. btw); per los nummer € 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 RAB0 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 2019: b2b Communications BV. Auteursrecht: Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden veelevoudigd, 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.



BEDRIJFSBEZOEK PRINS & DINGEMANSE

We gaan terug naar waar het allemaal mee begon, terug naar 1880. In dat jaar begon onze over-overgrootvader Jacob Prins met oesterteelt en -handel aan de havendijk in Yerseke. Dit deed hij met veel liefde en passie. Dit, en zijn opgedane kennis en kunde, gaf hij door aan zijn kinderen, die dit op hun beurt ook weer deden. Nu, 138 jaar en 5 generaties later, nemen wij u graag mee in de wereld van de Zeeuwse Zaligheden. Wist u dat een Oester tot wel 6 keer verzaaid wordt en tot wel 5 jaar oud, voordat deze consumptierijp is? Of dat een Zeeuwse mossel geboren wordt op de Waddenzee en tot wasdom komt in de Oosterschelde in onze 'Natte' pakhuizen? Of hoe u een Oester open moet steken?

7 Februari aanstaande nemen wij u graag mee in deze Masterclass & Proeverij van onze Zeeuwse zilte zaligheden!

**De Familie Prins
Koninklijke Prins & Dingemanse**

Meld je aan via www.OSVnetwerk.com

Ken je ons netwerk nog niet en wil je eens kennis komen maken? Dan is dit dé gelegenheid.

OSV WINTERBARBECUE

Op 23 januari jl. hebben we in winterse sferen met 175 deelnemers de start van het nieuwe jaar gevierd. Met dikke truien aan naar buiten, waar de Smokey Joe al de hele dag zat te broeden op de ribeyes, maar ook de bavette, de entrecotes en de dikke lende van sponsor Rundvlees & Co vonden gretig aftrek. Unaniem was men het over eens dat het vlees van zeer hoge kwaliteit was.

Het was een zinderende bijeenkomst met een fijne mix van leden, hun gasten en de door de organisatie uitgenodigde foodproducenten.

Meer foto's vind je in het foto-archief op www.OSVnetwerk.com



WELKOM NIEUWE DEELNEMERS OSV

Bedrijvenpark Laarakker – Leopold Hermans
Smart Ice Group – Romeo Geerlings
Wild van Wild – Klaas Evenhuis
De Bakkende Brabander – Bart van Gaalen
G. van Dalens Vleescentrale – Dick Wever
IMD BV – Niels Kok
Haccp live – Henk Jelt Hoving



OVERMACHT

Ik volgde het nieuws over de sneeuwval in Oostenrijk en was blij dat ik daar niet middenin zat. Dat hebben we in ons kikkerlandje niet, die ellende... ik hoor het me nog denken. Een paar dagen later: 5 cm sneeuw en heel Nederland staat vast.

Dinsdag 22 januari, ik zal het niet gauw vergeten. 2.300 km file. Wat was ik blij dat dát niet de dag was van de Winterbarbecue... dan was ons feestje helemaal in het water gevallen. Gelukkig waren de wegen op woensdag weer vrijwel schoon en was de opkomst super. Niemand liet zich afschrikken door een beetje sneeuw en de waarschuwing voor gladde wegen.

Maar het zet je wel weer aan het denken, je hebt niet alles in de hand. Je kunt je nog zo goed voorbereiden en je op alle fronten indekken, dan nog kan het fout gaan. Als je uitvalt in het najaar vanwege een ongeval tijdens een bedrijfsuitje, of de pech hebt dat je 4 maanden met de nasleep van een gebroken been wordt geconfronteerd, loop je ineens flink achter de feiten aan. Dan start je in januari met een lege agenda, terwijl die normaal gezien volgepland staat met leads.

Daar kun je je over opwinden, maar je verandert er niets mee. Het is alleen maar negatieve energie. Als ik de Winterbarbecue had moeten annuleren, had dat pijn gedaan, zeker. Misschien minder dan 4 maanden missen en niets kunnen inplannen. Maar wel pijn. Kortom, probeer bij tegenslag zo snel mogelijk de draad weer op te pakken, zet nieuwe lijnen uit. Vooruitkijken.

Je kunt niet alles plannen, laat het los. Soms is het gewoon overmacht.

Saskia Stender





REINIGING EN DESINFECTIE VEILIG EN SCHOON

In de voedingsmiddelenindustrie zijn hygiëne, voedselveiligheid en documentatie van essentieel belang. Veelal worden producten vervoerd in laadbakken van vrachtwagens maar voor transporteurs is laadbakreiniging vaak bijzaak. De buitenkant van vrachtwagens wordt gereinigd in wasstraten waarbij de binnenkant slechts uitgespoten wordt. De buitenkant wordt immers gezien door de (potentiële) klant. Hierdoor worden onnodig risico's genomen ten aanzien van hygiëne en voedselveiligheid.

RMM Mobile Truck Cleaning Service is het enige reinigingsbedrijf in Nederland die voor deze werkzaamheden ISO22000 gecertificeerd is. Wij reinigen de binnenkant wél en zorgen daarbij voor het uitvoeren van metingen en presenteren op basis van vastgestelde criteria onderbouwing vanuit een digitaal klantenportaal.

www.cleanplaza.nl

EMPACK 2019 DUURZAAMHEID OVERKOEPELEND THEMA

Alle drie hoofdthema's die Empack-organisator Easyfairs in 2019 doorvoert, hebben een link met duurzaamheid: Plastics Recycling, Ketensamenwerking en E-packaging. Het recycelen van plastic is een hot topic in de Nederlandse verpakingsindustrie. Grote A-merkfabrikanten zoeken nieuwe samenwerkingen met innovators om het gebruik van wegwerpplastic te reduceren. In samenwerking met NRK, onder leiding van Kris Callaert, is er de miniconferentie: 'Gerecycled plastic voor voedsel-contactmaterialen'. Vier experts delen de laatste ontwikkelingen op



het gebied van recycleerbare materialen die ingezet kunnen worden voor verpakkingen in de voedsel-industrie. Empack vindt plaats op woensdag 3 en donderdag 4 april in de Brabant-hallen in 's-Hertogenbosch.

www.empack.nl

DUURZAAM RECYCLEBARE VERPAKKINGSMATERIALEN

Nestlé kondigde onlangs diverse specifieke acties aan om haar doelstellingen van april 2018 na te komen: 100% van hun verpakkingen moet in 2025 recyclebaar of herbruikbaar zijn. In december 2018 kondigde Nestlé de oprichting van het Institute of Packaging Sciences aan. Hier worden verschillende duurzame verpakingsmaterialen ontwikkeld en getest. Samen met industriële partners werkt het bedrijf aan de ontwikkeling van nieuwe verpakingsmaterialen. Tussen 2020 en 2025 zal Nestlé al het gebruik van plastic verpakingsmateriaal dat niet of moeilijk te recycelen is, wereldwijd geleidelijk afbouwen.

www.nestle.nl

DUURZAAMHEIDSSTRATEGIE HERGEBRUIK VAN BIJPRODUCTEN



Aardappelverwerkend bedrijf Lamb Weston / Meijer heeft afgelopen 10 jaar 30% minder CO₂ uitgestoten en 24% minder energie verbruikt per ton product. Het waterverbruik per ton eindpro-

duct is verminderd met 3,8%. Wat betreft circulariteit zorgt Lamb Weston / Meijer dat 97,3% van de bijproducten en afvalstromen worden hergebruikt, gerecycled of teruggewonnen. Het gebruik van gezonde plantaardige olie is verhoogd tot 86% van alle verkochte voorgebakken producten. In de laatste 10 jaar werd 30% minder zout toegevoegd aan premium frites. Aldus enkele high-lights uit het Duurzaamheidsverslag van het bedrijf.

www.lambweston.eu



De getekende fusiedocumenten worden overhandigd. (vlnr) Rob van Lint (NVWA), Louise O. Fresco (WUR) & Rens Buchwaldt (WUR).

VOEDSELVEILIGHEID NIEUW INSTITUUT

Vanaf 1 juni 2019 vormen RIKILT Wageningen University & Research en het Laboratorium voor Voeder- Voedselveiligheid van de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) een nieuw instituut: Wageningen Food Safety Research (WFSR).

Het RIKILT (230 medewerkers) en het Laboratorium voor Voeder- Voedselveiligheid (130 medewerkers) zitten al geruime tijd in hetzelfde gebouw op de Wageningen Campus en werken al nauw samen. Door het samenvoegen van beide organisaties ontstaat een unieke kennisinstelling voor de voedsel- en voederveiligheid in Nederland. Het nieuwe instituut kan de laboratoriumondersteuning voor de NVWA en de rijksoverheid effectiever en kennisintensiever uitvoeren. WFSR functioneert tevens als nationaal en Europees referentielaboratorium.

www.wur.nl

DE MOED OM TE KIEZEN

De btw op voedingsmiddelen is verhoogd van 6 naar 9%. De producten in de supermarkt zijn daardoor vrijwel overal 3 % duurder geworden. Maar er zijn meer kosten die oplopen. Denk aan de personeelskosten, als je de salarissen met minimaal de inflatie aanpast. Je bent ondernemer, dus je moet keuzes maken: bereken je alle oplopende kosten door in de eindprijs?

Doel is om ondanks alles hetzelfde rendement te behouden, liefst méér. Je kunt natuurlijk goedkopere grondstoffen zoeken (helaas van mindere kwaliteit), of andere toeleveranciers kiezen. Misschien nog éven wachten met investeren in duurzamere productiemethoden, of groene energie.

Het spanningsveld dat door de focus op de prijs ontstaat, is tekenend voor deze tijd. Duurzaam ondernemerschap komt erdoor onder druk te staan. "Wij vinden aspecten als kwaliteit, betrouwbaarheid en duurzaam ondernemen heel belangrijk!" klinkt het om me heen. Om uiteindelijk bij een tender toch vooral te kiezen voor het laagste bedrag onderaan de streep. Als ondernemer maak je continu keuzes. Te vaak lijken beslissingen echter gedreven te zijn door angst. 'Wat als mijn prijs stijgt en men daarom voor de goedkopere concurrent kiest?'

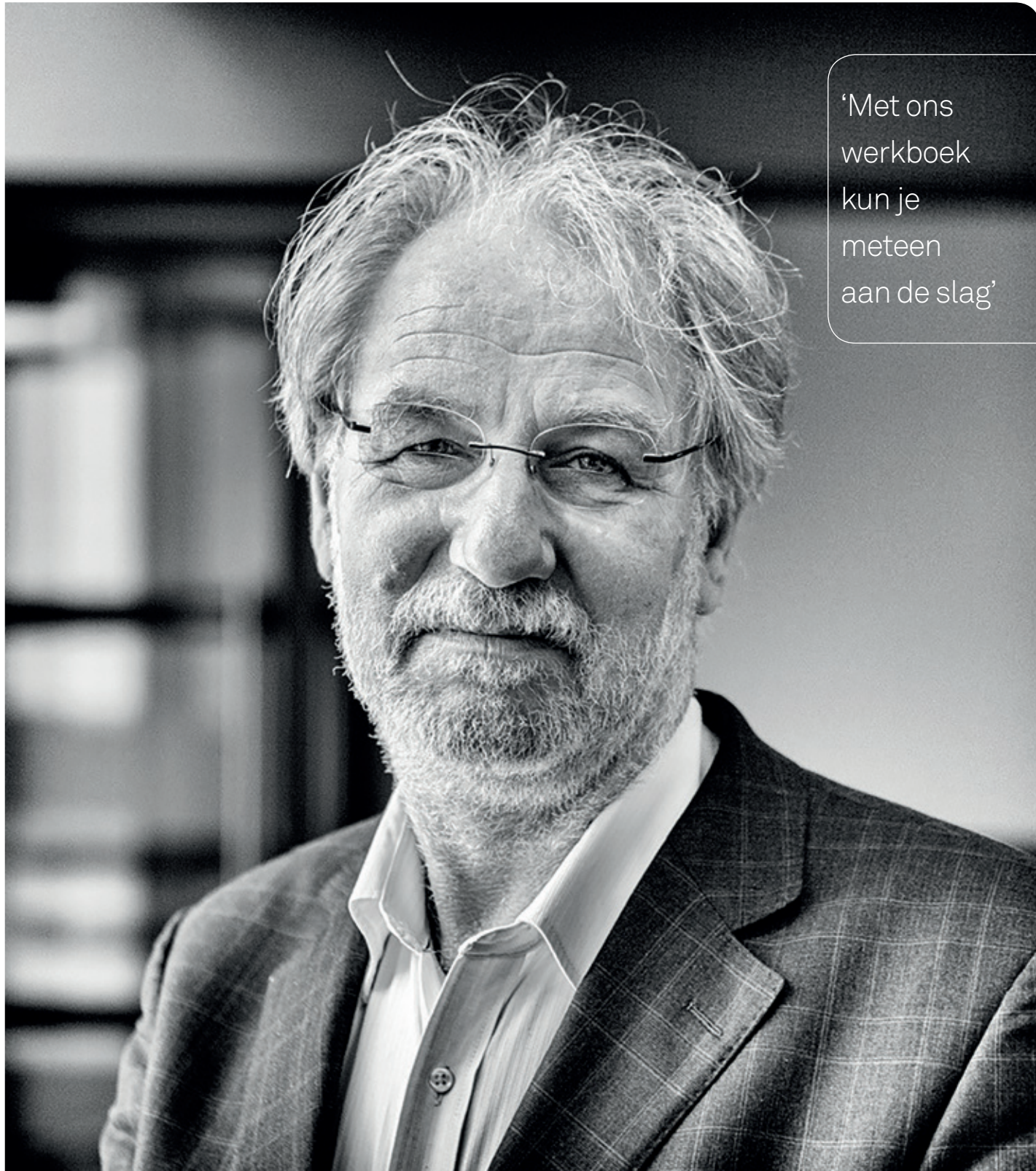
Ondernemen is voor mij méér dan de goedkoopste willen zijn. Het is je niet te laten leiden door angst, maar de moed hebben om te kiezen: voor de waarde van duurzame relaties, het leveren van kwaliteit, voor betrouwbare grondstoffen en leveranciers. Ondernemen is vertrouwen hebben, ook in een duurzame toekomst. En daar hangt nu eenmaal een prijskaartje aan.

Pieter Vos
Directeur Nutrilab



Enzymatische reinigungsoplossingen & biofilmvrij programma voor optimale hygiëne en houdbaarheid

www.qleantec.com



‘Met ons
werkboek
kun je
meteen
aan de slag’

JAN JONKER:

“CIRCULAIR ONDERNEMEN KAN ÉN LEVERT GELD OP”

“Na de eerste groeifase wordt het tijd dat de circulaire economie volwassen wordt en schaal gaat krijgen”, zegt hoogleraar duurzaam ondernemen Jan Jonker. “We zitten in een trein, maar moeten nog veel doen om die op snelheid te krijgen. De circulaire economie is geen kwestie van ‘aan een paar knoppen draaien’, we hebben het hier over een transitie.”

Er zijn al heel veel bedrijven bezig met het vormgeven van een circulair businessmodel, maar in de praktijk blijkt het enorm lastig te zijn. Hoe kunnen die bedrijven circulariteit nu écht opnemen in hun strategie en bedrijfsvoering? Daarvoor hebben Jan Jonker, Ivo Kothman, Niels Faber en Naomi Montenegro een werkboek geschreven voor het ontwikkelen van een circulair businessmodel.

CIRCULARITEIT DOET ERTOE

Organisaties kunnen aan de hand van het stappenplan in het werkboek concreet aan de slag om een eigen circulair businessmodel te creëren. “Want circulariteit doet ertoe”, zegt Prof. dr. Jan Jonker, hoogleraar duurzaam ondernemen aan de Radboud Universiteit Nijmegen, en initiatiefnemer van het werkboek. “De circulaire economie is een samenleving waarin kringlopen op basis van (mono)materialen zoveel

mogelijk gesloten worden, waarin producten zo lang en zo intensief mogelijk gebruikt worden en waar in het ontwerp en fabricageproces wordt uitgegaan van het zo min mogelijk gebruiken van niet-hernieuwbare grondstoffen. Als we het echt voor elkaar krijgen zo circulair mogelijk met grondstoffen, producten en half-fabricaten om te gaan, kunnen we nog steeds een welvarende economie hebben.”

COMPLEXE VRAAGSTUKKEN

Ivo Kothman is als onderzoeker en programmamanager al ruim twee jaar verbonden aan het onderzoeksproject Businessmodellen voor de CE vanuit de Radboud Universiteit. Als geen ander beseft hij dat de omslag naar een nieuw, circulair businessmodel heel erg ingewikkeld is. “Elke bouwsteen an sich is goed te begrijpen, maar om ze allemaal samen te combineren, is een hele opgave. Ook voor ons

als goed ingevoerde onderzoekers was het een hele klus om alle elementen van de circulaire economie te combineren. Juist in de combinatie ligt de uitdaging. Je moet het vraagstuk niet van links of van rechts benaderen, maar daadwerkelijk van alle kanten tegelijk.”

TOEGANKELIJK WERKBOEK

Het was voor de makers vooral de bedoeling om een werkbaar boek te maken, zegt Niels Faber, onderzoeker aan de Radboud Universiteit Nijmegen en docent aan de Hanzehogeschool Groningen. Zijn onderzoek concentreert zich op de organisatorische aspecten van duurzame ontwikkeling. “Het eerste deel van het handboek is vrij theoretisch, het schetst de achtergronden van de circulaire economie. Als je aan de slag gaat met de circulaire economie, dan is dit de basis die je moet weten. Het tweede deel is nóg toegankelijker geschreven >>



Van de nr. 1 in Europa: complete oplossingen voor meer efficiëntie

- Energie-efficiënte oplossingen voor industrieduren en dockequipment
- Individuele concepten voor laden en lossen voor snelle en veilige bedrijfsprocessen
- 24-uursservice: dag en nacht bereikbaar

HÖRMANN
Deuren voor woning en industrie

tba

transportbandaandrijving.nl

voor elke band de juiste aandrijving

wij hebben ze voor u

Door ons one-stop-shopping concept heeft u met één telefoontje (mailen mag natuurlijk ook) keuze uit meerdere merken trommelmotoren. Op basis van onze jarenlange ervaring hebben wij de beste alvast voor u uitgekozen. Graag laten wij u hiermee kennismaken.

transportbandaandrijving.nl

Industrieweg 5-Y t 0031 (0)38 333 88 04
8263 AA Kampen e info@transportbandaandrijving.nl



Naomi Montenegro



Ivo Kothman



Niels Faber

en bevat een handig stappenplan. In een paar grote stappen nemen we je door het verhaal mee. Dat wil niet zeggen dat we er met zeven-mijlslaarzen doorheen gaan. Maar we geven aan: onderzoek eerst dit, denk dan daarover na, kijk nu nog eens terug daarnaar, et cetera.”

CONCEPTUELE BASIS NOG NIET INGEBED
Volgens Naomi Montenegro Navarro is de conceptuele basis van de circulaire economie nog onvoldoende uitgewerkt. “Veel mensen kunnen wel een basisdefinitie geven van de circulaire economie, ze bedoelen in brede zin ongeveer hetzelfde, maar de praktijk blijkt toch veel ingewikkelder te zijn. Er bestaat nog nauwelijks eenduidigheid over het concept en de begrippen. In het werkboek zoomen we in op businessmodellen in de circulaire economie, terwijl we nog aan het sleutelen zijn aan het conceptuele denkraam. Er is nog veel onderzoek nodig om de circulaire economie verder uit te bouwen en werkelijkheid te maken.”

ZET DE EERSTE STAP

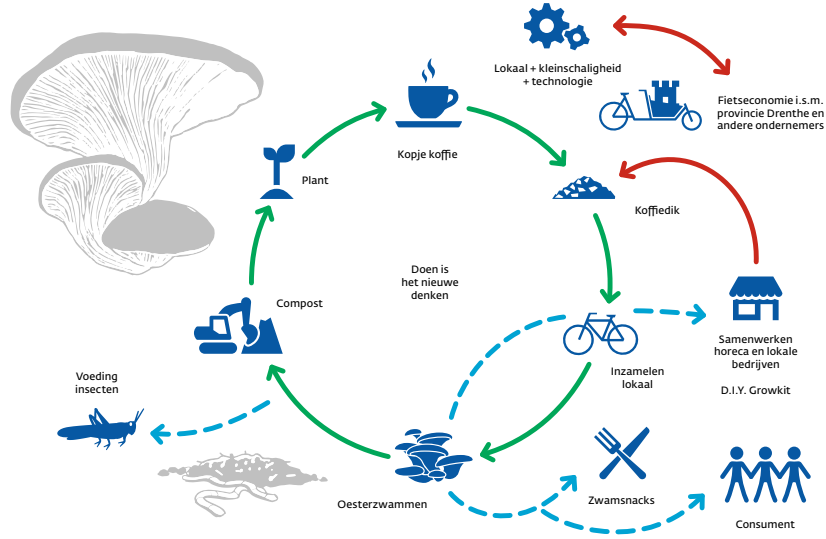
Het is de eerste keer dat er zo'n praktische methodiek wordt gepubliceerd. Wat er niet in zit zijn handvatten om te meten waar je staat, voegt Niels Faber toe. “Het is een eerste schets van een architectuur van een circulair businessmodel. We gaan bijvoorbeeld niet in op hoe je daar een managementstructuur of een planning- en controlcyclus voor opzet.”

“Maar laat je niet afschrikken door de complexiteit”, waarschuwt Ivo Kothman: “Het hoeft niet in een keer perfect. Pak er een element uit en begin gewoon, neem de tijd. Zet een klein stapje en bouw van daaruit verder. Als je vanuit de juiste intenties werkt, dan ben je goed op weg.”
Naomi Montenegro beaamt dit: “Doordat het concept nog niet helemaal is ingebed, weten ondernemers niet zo goed waar te beginnen. Het werkboek geeft een zetje in de goede richting. Hopelijk neemt het de drempel weg

om eraan te beginnen. Als bijzonderheid kent dit werkboek een verzameling infographics van kringlopen. Met deze infographics willen we in beeld brengen hoe partijen met elkaar een bepaalde kringloop hebben gesloten. Het grootste deel van de infographics geeft inzicht in hoe een kringloop daadwerkelijk georganiseerd is en biedt daardoor een uniek ‘kijkje in de keuken’ bij allerlei partijen.”

Ondanks alle complexiteit is er ook optimisme. Kothman: “Als we kijken naar alle infographics zie je dat er heel veel goede initiatieven in de praktijk draaien. De circulaire economie gebeurt al, ontzettend gaaf!”
Jan Jonker besluit: “De tijd van alleen maar praten is nu echt voorbij. Dit werkboek is het eerste in zijn soort, er is op dit moment geen ander concreet hulpmiddel voor bedrijven om een circulair businessmodel uit te denken en te ontwikkelen. Er is heel veel kennis en informatie beschikbaar, we moeten nu gaan dóen.” >>

INFOGRAPHIC WERKBOEK 'BUSINESSMODELLEN CIRCULAIRE ECONOMIE', JONKER C.S. (2018)



INFOGRAPHIC 31 Samenwerking i.p.v. concurreren (Bron: WesterZwam)

WAT IS EEN (CIRCULAIR) BUSINESSMODEL?

Een businessmodel is de manier waarop organisaties waarde creëren en is opgebouwd uit drie elementen:

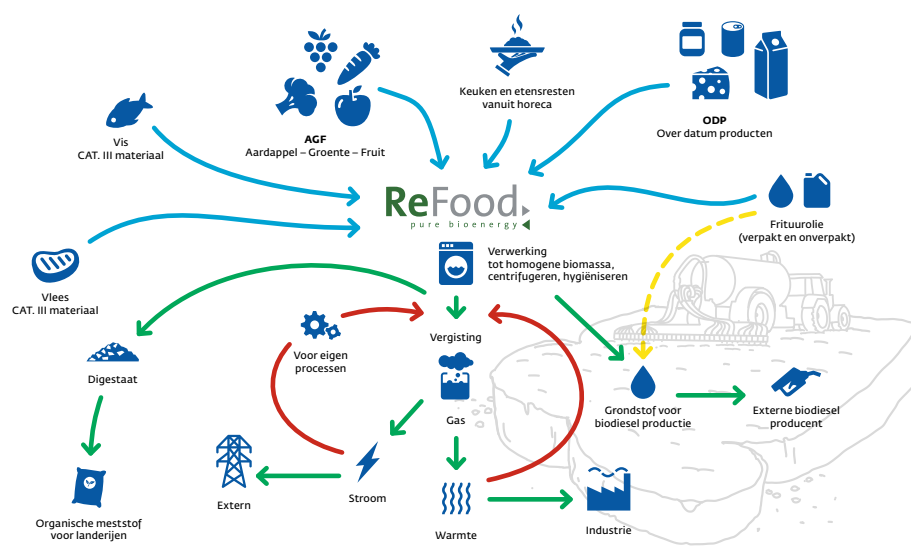
1. De waarde-propositie: welke toegevoegde waarde wordt gecreëerd in financieel, maar eventueel ook in maatschappelijk en sociaal opzicht?
2. De manier waarop deze waarde-propositie georganiseerd is binnen de organisatie of eventueel met andere partijen.
3. Het verdienmodel, waarbij de kosten verbonden aan de organisatie van het businessmodel samenkomen met de opbrengsten die gerealiseerd worden met de waarde-propositie. Meestal omvat een businessmodel slechts één organisatie en is vooral gericht op het voortbrengen van financiële waarden. Waardecreatie wordt zo versmald tot omzet, winst en geld verdienen.

MEERVOUDIGE WAARDECREATIE

In de circulaire economie is het noodzakelijk om dit begrip van een businessmodel te verbreden. Een circulaire economie vraagt om samenwerking tussen bedrijven en andere partijen om een waardecyclus te realiseren. Daarnaast wordt het waardebegrip verbreed.

Naast financiële waarden gaat het ook om het creëren sociale en ecologische waarden. Dit wordt meervoudige waardecreatie genoemd. Zo ontstaat een businessmodel met meerdere organisaties en partijen die in afhankelijkheid ten opzichte van elkaar waarde creëren. Waarde die niet alleen bestaat bij de gratie van het transformeren van nieuwe grondstoffen tot

INFOGRAPHIC WERKBOEK 'BUSINESSMODELLEN CIRCULAIRE ECONOMIE', JONKER C.S. (2018)



INFOGRAPHIC 21 Voeding (Bron: ReFood)

producten, maar juist door dat wat er al is, op meerdere manieren beter te benutten.

VAN STRATEGIE NAAR BUSINESSMODEL

Het gevolg van het samen organiseren van meervoudige waardecreatie is dat er een passende strategie gekozen moet worden én aansluitende business- en verdienmodellen. Want organiseren in kringlopen betekent dat het businessmodel gebaseerd is op het idee om bijvoorbeeld dezelfde grondstof of hetzelfde onderdeel of apparaat meerdere keren te verkopen, door de tijd heen. Dat betekent dat omzet niet op één bepaald moment in één transactie gerealiseerd wordt, maar door de tijd heen op meerdere momenten. Dat vraagt om strategisch denken.

www.circulairebusinessmodellen.nl

BRONVERMELDING
JONKER, J., KOTHMAN, I., FABER, N. EN MONTENEGRO NAVARRO, N. (2018).
CIRCULAIR ORGANISEREN: WERKBOEK VOOR HET ONTWIKKELEN VAN EEN CIRCULAIR BUSINESSMODEL.
DOETINCHEM: STICHTING OCF 2.0.

HET WERKBOEK KWAM TOT STAND DANKZIJ DE STEUN VAN HET KIDV (DEN HAAG), DAR (NIJMEGEN), WECYCLE (ZOETERMEER), SAXION HOGESCHOLEN (DEVENTER), STICHTING VLAKGLASRECYCLING NEDERLAND (ZOETERMEER) EN ENVAQUA (ZOETERMEER), NAAST STEUN VAN DE RADBOUD UNIVERSITEIT EN STICHTING OCF 2.0. HET IS KOSTELOOS TE DOWNLOADEN VIA WWW.CIRCULAIREBUSINESSMODELLEN.NL

VERPAKKEN = MULTIVACCEN

Met de MULTIVAC PaperBoard verpakkingsooplossingen helpen wij u de recyclebaarheid van uw verpakkingen te vergroten alsook het gebruik van kunststof te reduceren. Een ander voordeel van op papiervezels gebaseerd materiaal, is de mogelijkheid dit te bedrukken met een grote variëteit aan gewenste designs. Hiermee onderscheidt u uw producten op het punt van verkoop.

MULTIVAC PaperBoard is verwerkbaar op het uitgebreide assortiment van standaard dieptrekverpakkingmachines en traysealers tot zowel MAP als skinverpakkingen.

Meer info vindt u op:
www.multivac.com/paperboard



MULTIVAC PaperBoard voor verse levensmiddelen

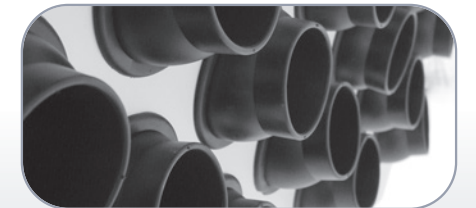


Smitsair-JETsystemen



LUCHTDISTRIBUTIE OP MAAT

- PROJECTMATIGE AANPAK • LUCHTVERDELING OP MAAT • SNELLE INSTALLATIE
- LAAG ENERGIEVERBRUIK • WEINIG TRANSPORTKANALEN NODIG • TOCHTVRIJ EN HOMOGEEN KLIMAAT • HOOGINDUCEREND SYSTEEM • INCLUSIEF INBEDRIJFSTELLING
- ONDERHOUDSVRIJ • GESCHIKT VOOR KOELING, VERWARMING EN VENTILATIE



Toepassingsgebieden JETsystemen;

- fabriekshallen en lashallen,
- magazijnen en distributiecentra,
- voedselverwerkende industrie,
- sporthallen en zwembaden,
- concertzalen, theaters en discotheken,
- multifunctionele evenementenhallen,
- winkels, bouwmarkten,
- atria en binnentuinen,
- kantoorruimten, hotelkamers,
- scholen, klaslokalen.

SMITSAIR-JETsystemen B.V.

Tel. 0297-564455

Fax 0297-569296

e-mail: jetsystemen@smitsair.nl

internet: www.smitsair.nl

TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

DE CIRCULAIRE ECONOMIE

Wat eten we in 2050? Kan de productie van ons voedsel duurzamer? Wie gaat de transitie naar een circulaire economie betalen? Ligt de verantwoordelijkheid bij de overheid, het bedrijfsleven of de consument? De politiek buitelt over elkaar heen. Wie heeft het antwoord?

Sinds de Klimaatop in Polen waaiert de discussie over de klimaatverandering alle kanten op. Niemand ontspringt de dans. Mag je wel of helemaal geen vlees meer eten? Wel of niet het vliegtuig instappen, je dagelijks douchen, de openhaard aan- en vuurwerk afsteken, wel of geen huisdieren bezitten? Op alles wordt een CO₂ stempel geplakt.

En daar ontstaat een bron van discussie. Want niemand weet hoe die footprint precies berekend moet worden. Welke aspecten neem je mee en welke niet? Hoe weeg je de verschillende onderdelen in de totale som? Er is geen absolute wereldwijd erkende standaard, waardoor producten en diensten met elkaar vergelijken onmogelijk is. Het is onduidelijk wat precies de kosten en de baten zijn. Toch impliceren de 'harde cijfers' waarmee bedrijven, instanties en politieke partijen het stichtoneel betreden, een objectief beeld.

'CIJFERS LIEGEN NIET'... OF TOCH WEL?

Ter illustratie: Stichting Agri Facts (STAF) was

boos op het Planbureau voor de Leefomgeving (PBL), omdat ze 'buitengewoon slordig' rapporteerden over de impact van het eten van vlees op het klimaat. STAF zei dat naar aanleiding van berichtgeving door PBL over 'forse klimaatwinst' die halvering van de vleesconsumptie zou opleveren. Aanvankelijk werd de klimaatwinst door het PBL begroot op 25 tot 40 procent minder broeikasgassen. STAF verzocht daarop het PBL zijn foutieve berichtgeving te corrigeren. Dat deed het PBL, maar noemde nog altijd niet het werkelijke klimaatvoordeel van het eten van minder vlees. De werkelijke cijfers waren volgens STAF relatief gemakkelijk af te leiden uit het internationale wetenschappelijke onderzoek waarop het PBL zich zei te baseren, namelijk 2 tot 4 procent minder broeikasgassen, afhankelijk van wat men laat staan: kip, varkensvlees of rundvlees. STAF maakt zich vooral zorgen omdat het PBL binnen de opstelling en uitwerking van het Klimaatakkoord de rollen vervult van zowel leverancier van kennis, als die van rekenmeester voor de Rijksoverheid: "Daar-

bij hoort een transparante en correcte voorstelling van zaken".

DE OVERHEID

Wel heel helder zijn de harde doelstellingen van de overheid voor CO₂ uitstootreductie. Nederland wil in 2050 een volledig circulaire economie zijn; een economie zonder afval. Het kabinet trekt dit jaar 22,5 miljoen euro extra uit voor het steunen van duurzame en circulaire initiatieven. Met het ontwerp-Klimaatakkoord ligt er volgens het kabinet 'een omvangrijk samenhangend pakket waarmee Nederland in 2030 de uitstoot van CO₂ met ten minste 49 procent kan terugdringen'. De weg daarnaartoe is helaas nog mistig. Na maanden onderhandelen, werd eind december het Klimaatakkoord gepresenteerd. Dit akkoord moet een belangrijke mijlpaal zijn op de weg naar een nieuw Nederlands klimaatbeleid, dat zich richt op het halveren van de CO₂-uitstoot in 2030. Maar het is nog niet definitief. Het Planbureau voor de Leefomgeving (PBL) en het Centraal Planbureau (CPB) rekenen >>

'De verkoop van voeding met een onafhankelijk gecontroleerd keurmerk voor duurzaamheid stijgt'


GLOBAL FLEXIBLES
Innovatief verpakken!


- Dieptrekfolie voor vacuüm- en gasverpakking
- Skinverpakking glasheldere folie voor optimale presentatie
- Topsealfolie voor gebruik op elke traysealer
- Flowpackfolie voor horizontale en verticale vorm-, vul- en sluitmachines
- Papierlaminaten met of zonder venster
- Vacuümzakken sterk en helder
- Tot 10 kleuren bedrukt plus papertouch-effect

Global Flexibles Europe B.V. T +31 (0) 180 - 55 11 33
 Stormsweg 94, 2921 LZ F +31 (0) 180 - 52 41 31
 Krimpen aan den IJssel E info@globalflexibles.com

www.globalflexibles.com

Flexibele
Verpakkingen

Duurzame
Verpakkingen

Assortiment
Zakken

Voor elk vloerprobleem een passende oplossing



Onze vloeren zijn:

- > HACCP gekeurd
- > Naadloos
- > Leverbaar met antislip en glatte uitvoering
- > Bestand tegen -40 graden tot + 120 graden Celsius
- > Bestand tegen grote temperatuurwisselingen
- > Snelle ingebruikname
- > Bestand tegen meeste oplosmiddelen en chemicaliën
- > Conform de richtlijnen 93/43/EG
- > Zwaar belastbaar

Multipox levert vloer & wandsystemen op basis van:

- > Epoxy: sterk en decoratief
- > Polyurethaan cement gebonden: zwaar belastbaar
- > Acrylaat: beloopbaar na 2 uur
- > Vinyl Esther: zwaar chemisch resistent



Multipox[®]
 Kunststof vloeren b.v.
 Industriële en Decoratieve Kunststofvloeren

ULFCAR[®]
 World leading flooring technology

Met ingang van 14 augustus 2018 is Ulfcar Benelux BV overgenomen door Multipox

Multipox Kunststof Vloeren: Voltastraat 27 A - 8013 PM Zwolle - Nederland - Tel: 0578 - 69 67 55 - info@multipox.nl - www.multipox.nl

Ulfcar Benelux: Voltastraat 27 A - 8013 PM Zwolle - Nederland - Tel: 06 - 250 195 45



de plannen nog door. "Bij alle maatregelen is het uitgangspunt dat de transitie voor iedereen haalbaar en betaalbaar blijft," aldus voorzitter van het Klimaatbeleid Ed Nijpels. Dit verdelingsvraagstuk noemt hij 'bij uitstek een politieke kwestie': "Er zijn heldere en rechtvaardige keuzes nodig in de verdeling van lusten en lasten". En daar zit een belangrijk pijnpunt: het draagvlak onder het Klimaatakkoord blijkt breder te zijn dan de vraag wie de rekening betaalt.

INDUSTRIETAFEL

De Federatie voor de Nederlandse Levensmiddelenindustrie FNLI heeft meegeschreven aan de teksten van de Industrietafel en de tafel Landbouw en Landgebruik. Zij legt het Klimaatakkoord de komende tijd voor aan de FNLI-leden en -achterban voor akkoord. FNLI geeft in een reactie aan dat energiebesparing prioriteit heeft voor de levensmiddelenindustrie. "Middels meerjarenafspraken wordt al jarenlang, en met succes, ingezet op energiebesparing. De levensmiddelenindustrie zal de komende jaren fors blijven investeren in de klimaatdoelstellingen. Het zal het een uitdagend karwei worden

om deze ambities in te vullen, waarbij elektrificatie van processen en voldoende aanbod van betaalbare groene stroom essentieel is."

NIET AMBITIEUS GENOEG

Hoe groot is de kans dat dit Klimaatakkoord door alle partijen ondertekend wordt? Twee coalitiepartijen dreigden half januari al het kabinet te laten vallen als het klimaatbeleid niet wordt uitgevoerd zoals zij dat willen. Greenpeace, Milieudefensie, Natuur & Milieu, MVO Nederland en FNV zeggen dat zij zich er niet achter kunnen scharen. "Wij schoven begin 2018 aan om tot een ambitieus en eerlijk akkoord te komen. Na bijna een jaar onderhandelen blijkt het resultaat dik onvoldoende. De grote vervuilers ontspringen qua kosten weer de dans. Zonder een eerlijke verdeling van lusten en lasten is het akkoord op voorhand vleugellam." Ze zijn vooral teleurgesteld over de tekst voor de Industrietafel. "Daarin wordt niet waterdicht geregeld dat de industrie doet wat ze belooft: 19,4 Mton CO₂ besparen. Voor een toekomstbestendig akkoord moet het kabinet nu kiezen voor structurele oplossingen. Als de fundamentele

punten niet worden opgelost, zetten we geen handtekening onder het uiteindelijke akkoord." De bal ligt nu bij het kabinet; een kabinet dat nogal verdeeld is.

CONSUMENTEN

Er wordt stevig gebakkeleid over de 'lusten en de lasten'. Wie betaalt de rekening? De overheid subsidieert. Ze legt de kaders en richtlijnen vast, die de één te streng noemt, de ander niet ambitieus genoeg vindt. Maar uiteindelijk is het de burger, de consument, die direct of indirect in de buidel moet tasten.

In het marktonderzoek Dossier Duurzaam 2018 concluderen GfK en b-open dat 'De bereidheid van consumenten extra te willen betalen voor duurzame producten stijgt.' Bijna de helft van de respondenten (46%) gaf aan dat ze duurzame of maatschappelijk verantwoordelijke aspecten belangrijk vinden bij de aanschaf van producten en diensten. Voor energie, witgoed en verschillende foodcategorieën bedraagt het zelfs meer dan 60%. "Mensen willen consumeren zonder schuldgevoel. Ook de toegenomen kwaliteit



van duurzame producten speelt een rol”, aldus Annemarie Perquin van GfK. Tegelijkertijd is echter het wantrouwen ten aanzien van duurzaamheidsclaims gestegen: van 39% in 2017 naar 43% in 2018. “De consument is kritischer geworden. Loze beloftes worden niet meer geaccepteerd.”

Dat het duurzaamheidsbesef onder burgers lijkt toe te nemen, blijkt ook uit cijfers van de Monitor Keurmerken Retail uitgevoerd door onderzoeksbureau IRI: de verkoop in supermarkten van voeding met een onafhankelijk gecontroleerd keurmerk voor duurzaamheid, is vorig jaar opnieuw gestegen. Met een groei van 20% voegen de keurmerken volgens IRI ruim 300 miljoen euro extra toe aan de supermarktmarkt in het eerste half jaar van 2018. Vergeleken met de reguliere supermarktmarkt van 2,6% in dezelfde periode, winnen producten met een keurmerk duidelijk aandeel. De aandelen van producten met een keurmerk zijn met name groot voor vis, vlees en koffie en thee. IRI verwacht dat de groei in 2019 verder een vlucht zal nemen.

Maar er zijn ook andere berichten. Uit een onderzoek van Elbuco onder 1.080 consumenten, blijkt dat consumenten helemaal niet zo

duurzaam ingesteld zijn. Wanneer het gaat om de bezorging van bestelde producten, verkiest meer dan de helft van de ondervraagden snelheid duidelijk boven duurzaamheid. Bijna tweederde zegt bovendien niet bereid te zijn méér te betalen voor duurzamere, energie-neutrale, leveringen. Nu de prijzen door de btw-verhoging sowieso 3 procent zijn gestegen, is het maar de vraag of de consument in de praktijk meer wil betalen.

VOEDSELVERSPILLING

Toch zien veel producenten en retailers duurzaamheid inmiddels als een strategie om meer waarde te creëren voor hun merk of formule. Ze hebben behoefte aan kennis en praktische inzichten op het gebied van voedselkeuzegedrag van consumenten. Om te kunnen bijdragen aan een gezonder en duurzamer aankoop- en eetpatroon, hebben Wageningen Economic Research, het Louis Bolk Instituut en Greendish samen een publiek-private samenwerking (PPS) opgezet: Food Value Impact (FVI). Doel is om de milieu-impact en/of voedselverspilling te verlagen en tegelijkertijd de gezondheid en tevredenheid van gasten positief te beïnvloeden. Een van de conclusies uit een eerste studie is dat consumenten gemakkelijk voor duurzamer

eten met minder vlees kiezen als die keuzes slim en aantrekkelijk gepresenteerd worden. Om voedselverspilling aan te pakken, zijn er inmiddels talloze initiatieven: denk aan apps als ‘togo2togo’ en NoFoodWasted en de WhatsApp Kitchen Assistant van het Voedingscentrum. Ook is recent de stichting ‘Samen Tegen Voedselverspilling’ opgericht. De stichting bestaat uit een steeds groter wordende groep van multinationals, mkb'ers en start-ups. Ze worden ondersteund door de Wageningen Food & Biobased Research, Food Tech Brainport, de Verspillingsfabriek in Veghel en de Rabobank.

AANBEVELINGEN

Het is wel duidelijk: wereldwijd staan de zorg om het klimaat, de energievoorziening en een duurzamere voedselproductie hoog op de agenda. Er zijn grote structurele veranderingen nodig om tot een circulaire economie te komen. Maar circulaire ideeën blijken lastig in de praktijk te brengen. Zeker zolang vervuilen en verspillen vaak goedkoper is dan circulair produceren. Er wordt gediscussieerd, gewikt en gewogen, afgewacht en naar de concurrentie gekeken. Maar waar het op neerkomt, is dit: begin gewoon. Ergens. Met iets. Samen. Alle beetjes helpen.

Industrial Auctions BV

Professionals in online veilingen voor de voedings- en drankenindustrie

Online veiling machines voor de voedingsindustrie, bakkerij en horeca apparatuur in Eindhoven (NL)
Kijkdag: 7 februari | Sluiting veiling: 12 februari

Online veiling machines voor de voedingsindustrie in Brokstedt (DE)
Kijkdag: 12 februari | Sluiting veiling: 14 februari

Online veiling machines voor de voedingsindustrie vanwege sluiting Phoenix Pet Foods Ltd in Summerhill (IE)
Kijkdag: 12 februari | Sluiting veiling: 19 februari

Online veiling machines en inventaris Königsbauer - KÖPA-Fleischwaren GmbH in Passau (DE)
Kijkdagen: 13 & 14 februari | Sluiting veiling: 20 februari

Blinde veiling hassia vorm-, vul-, seal-, verpakkings- en palletiseerlijn voor sachets i.o.v. FrieslandCampina (NL)

IFFA Hal 9.1 | Stand #A67
04 - 09.05.2019
Messe Frankfurt, Duitsland

Registreer gratis Zoek & bied Win Betalen & ophalen

www.Industrial-Auctions.com

IFFA

4 t/m 9.5.2019
Frankfurt am Main

Meet the Best

IFFA. Eén wereldvakbeurs, één focus: het levensmiddel vlees. Van vakbedrijf tot hightech industrie toont dit innovatief platform de trends voor de komende drie jaar. Hier ontmoeten deskundigen uit de industrie, de handel en het ambacht elkaar – nu voor het eerste keer in de nieuwe hal 12.

www.iffa.com

info@netherlands.messefrankfurt.com

BEZINT EER GE BEGINT!



Steeds meer mensen zeggen dat ze het belangrijk vinden dat producten duurzaam, diervriendelijk en goed zijn voor het milieu. Bedrijven en fabrikanten willen met een keurmerk aan hun klanten laten zien dat ze aan die wens tegemoet komen. Maar wat mag je als fabrikant met betrekking tot duurzaamheid eigenlijk op de verpakking van je product zetten, of via een reclamespot verkondigen?

Veruit de meeste keurmerken zijn niet onderhevig aan wet- en regelgeving. Deze keurmerken zijn vaak op eigen initiatief ontstaan en dus een vorm van zelfregulering door de industrie. Dat neemt niet weg dat een keurmerk op een verpakking of in een reclamespot onderwerp van discussie kan zijn bij de Reclame Code Commissie. Personen of bedrijven kunnen bij deze instantie op het gebied van zelfregulering van reclame klagen als zij van mening zijn dat de (reclame)uiting in samenhang met het keurmerk onjuist is en/of misleidend voor de consument. Via die weg bestaat er dus wel een vorm van controle.

'OPTIMAAL VERDUURZAAMD'

Een voorbeeld is een zaak waarbij supermarkten Deen betrokken was. In een reclame-campagne werd verteld dat haar varkens- en kipassortiment optimaal verduurzaamd is. Stichting Wakker Dier klaagde bij Reclame Code Commissie dat deze uiting niet juist is.



Met succes. Naar het oordeel van de Commissie heeft Deen haar duurzaamheidsclaim niet nader uitgelegd en dat is wel vereist. Om die reden is de claim onjuist en misleidend. Een ander voorbeeld, waar het overigens wel goed ging, betreft een reclame-uiting van Albert Heijn. Tijdens de "Doe Maar Lekker Duurzaam" campagne werd de consument opgeroepen om vaker een duurzaam product te kopen, want "duurzamer eten is beter voor mens, dier en milieu." Dit leidde tot een klacht. Ditmaal zonder succes. De toelichting van Albert Heijn bij de reclame-uiting gaf daarbij de doorslag. Zo lichtte Albert Heijn toe dat de verwijzing naar 'duurzaamheid' zit op producten die voorzien zijn van een keurmerk. En voorts welk keurmerk het betreft. Met deze uitleg is het voor de consument voldoende duidelijk gemaakt wat de verwijzing naar duurzaamheid precies inhoudt.

BIOLOGISCH

Het Europese keurmerk 'biologisch' is wel

onderhevig aan wet- en regelgeving. Een landbouwproduct of voedingsmiddel mag alleen biologisch heten als het productieproces aan bepaalde wettelijke voorschriften voldoet en het bedrijf hiervoor door de Stichting Skal is gecertificeerd. Skal is een onafhankelijke instantie die in Nederland verantwoordelijk is voor – onder meer – de naleving ten aanzien van biologische productiemethoden. Toezicht door Skal kan leiden tot vervelende consequenties, getuige een recente uitspraak van de hoogste bestuursrechter het College van Beroep voor het bedrijfsleven. In deze uitspraak is te lezen dat Skal naar aanleiding van een inspectie heeft vastgesteld dat een pluimveehouderij eieren met biologische aanduiding heeft verkocht terwijl zij hiervoor niet door de Skal was gecertificeerd en voorts niet gebleken was dat de eieren waren geproduceerd conform de wettelijke voorschriften. Dit leverde de pluimveehouderij een boete op van € 7.500.

NIET MISLEIDEN

"Bezint eer ge begint!" lijkt hét credo te zijn met betrekking tot het gebruik van keurmerken. Doe het alleen als je zeker weet dat de uiting juist is en de consument niet wordt misleid. Voor je het weet heb je het aan de stok met een stichting zoals Wakker Dier, een NGO of zelfs een concurrent en loop je het risico dat je als bedrijf door de Reclame Code Commissie op de vingers wordt getikt. Dat levert veel negatieve publiciteit op en tast je geloofwaardigheid aan. Pas helemaal op als je producten maakt en verkoopt met aanduiding 'biologisch' (los van de discussie of wat biologisch is, ook altijd duurzaam is). De term biologisch is onderworpen aan stringente wet- en regelgeving.

 www.dvan.nl

* NINO BRUGGERS WERKT BIJ DVAN ADVOCATEN EN IS GESPECIALISEERD IN O.A. DE SECTOR LEVENSMIDDELEN

JOHMA INNOVEERT MET NANOTECHNOLOGIE

59% MINDER WASTE

110 RVS-trechters en 50 normwagens van saladespecialist Johma 'oet Twente', zijn voorzien van RSS Ceramic Nano-coating. Door deze coatinglaag is de waste van salades in trechters gereduceerd met 59%. Johma en RSS NanoCoatings vertellen over de aanpak van dit innovatieproject en het behaalde rendement.

In het Twentse Losser is de fabriek van Johma salades voor de consumententak gevestigd. Hier worden circa 300 salade-

recepturen geproduceerd door op hoogtij-dagen 250 eigen medewerkers en flexwerkers. We treffen Daniël van der Woude Project

Engineer in de meest rustige periode van het jaar. "De eerste drie maanden van het jaar zijn voor ons relatief stil, per 1 april barst de druk-

te weer los, dan starten de supermarkten met het zomerassortiment. Willen we verbouwen of ontwikkelingen doorvoeren, dan doen we dat in het eerste kwartaal. Dit jaar verbouwen we ons magazijn vanwege de groei van ons bedrijf, in 2018 waren we druk met ons innovatieproject voor waste-reductie."

ZOEKTOCHT

Binnen Johma leefde de wens om rest-materiaal van salades in de RVS-trechters en normwagens te verminderen. Er bleef na het legen van de trechters te veel salade plakken aan het RVS. De wens hield niet alleen meer productiviteit, maar ook minder schoonmaak en gebruik van reinigingsmiddel in. Daniël vertelt over de start van het project: "In 2017 startte mijn online zoektocht naar een bedrijf dat onze wens werkelijkheid kon laten worden. Geen gemakkelijke weg, want wat op internet veelbelovend leek, was in werkelijkheid vaak minder rooskleurig. Totdat ik via de website in contact kwam met RSS NanoCoatings uit Almere." Het bedrijf had ervaring in de food-branche en het klikte tussen Daniël en eigenaren Sabine en Rafael Schijff. Sabine neemt enthousiast het gesprek over: "We hadden gelijke ideeën over samenwerken, waren eerlijk naar elkaar toe en besloten voor een test te gaan. Het proces van salades in combinatie met Nano-coating was nieuw voor ons. Ieder product heeft andere eigenschappen en kan anders op de coating reageren. Daarom is een test zo belangrijk. Ook wil een opdrachtgever zien wat er gebeurt. Nanotechnologie is nog redelijk onbekend, je wilt er eerst gevoel bij krijgen voordat je definitief 'ja' zegt." Rafael voegt toe dat Nano-coating verschillende gradaties en toepassingen kent. Welke is het meest geschikt voor Johma? Dat bleek de industriële RSS Ceramic te zijn, een iets dikere coating met sterke anti-hechting-eigenschappen waardoor de salade makkelijker uit de trechter glijdt en bestendig tegen dagelijkse productie met belasting van stoffen en zuren.



v.l.n.r. Rafael en Sabine Schijff, Daniël van der Woude

CERTIFICERING

Nadat Johma de keuze voor partner en product had gemaakt, begon het meest langdurige onderdeel van het project: het verkrijgen van de vereiste Foodsafe-verklaring voor toegestane toepassing van de RSS Ceramic coating in food. Onderdeel van het proces was een migratietest, om aan te tonen dat deze coatinglaag en food niet migreren. "Bij de korte basistest worden normaliter geen zure waren getest. Dit hebben we bij de basis-migratietest van Johma wel meegenomen", vertelt Sabine. "We hebben zelfs een tweede test van 10 dagen gedaan. Zo lang staat een salade nooit in een trechter, maar we wilden toch weten wat er met de coating gebeurt, als dit wel zou voorkomen. De uitkomst was goed, na zes maanden was de Foodsafe verklaring een feit. We konden echt aan de slag!"

UITVOERING

Het aanbrengen van de Nano-coating werd uitgevoerd door een applicateur in Rhenen, partner van RSS NanoCoatings. "Dit is zeer secuur werk", legt Sabine uit. "Het RVS aan de binnenzijde van een trechter dient overal van een gelijke laag te worden voorzien. Dit kan niet iedere applicateur." In totaal moesten 110 trechters en 50 normwagens van 200 liter, voor applicatie heen en weer naar Rhenen vervoerd worden, in clusters van 10 + 10. Daniël gaat met een lach op zijn gezicht verder: "Na installatie van de laatste trechters, konden we eindelijk de meting doen om het rendement te bepalen. Voorheen bleef er drie kilogram

waste in een trechter achter, in de nieuwe situatie hebben we deze met 59% kunnen reduceren. Dat kan je echt eer van je werk noemen! Maar we zijn eigenwijs, ook de overige 41% blijven we 'afkrabben', net zoals voorheen. Het project hoefde niet 100% rendabel te zijn, we zijn blij met dit resultaat. We gooien nu minder salade weg, de productiviteit is gestegen, onze robots (ook een innovatieproject) hoeven minder schoon te maken en er is minder belasting op de afvalwaterzuivering."

TERUGBLIK

Rafael benadrukt dat het een mooi leertraject was, aan beide kanten. Daniël stemt in: "We hebben ons niet laten afschrikken, het Johma management vindt dit soort innovatietrajecten leuk om te doen. RSS NanoCoatings heeft zijn meegedacht en oplossingen aangedragen." Het project heeft van start tot realisatie zo'n 9 maanden geduurd. Volgens Daniël is de investering na één jaar terugverdiend. Iedere drie jaar zal de coatinglaag opnieuw moeten worden aangebracht, afhankelijk van gebruik, mechanische belasting en slijtage. Daniël kijkt positief terug op het innovatietraject en het behaalde rendement: "Johma groeit en innoveert, we vinden iedere keer opnieuw een betere manier om te werken. We lopen voorop in efficiënt en slimmer werken, dat blijkt ook uit dit project."

www.johma.nl
www.rss-nanocoatings.nl



Wegen en productinspectie

Ons uitgebreide assortiment voor de voedingsmiddelenindustrie



On-site
service



German Quality

Wij zijn al meer dan 150 jaar dé specialist voor wegen en productinspectie

Industriële weegschalen, Metaaldetectoren, Checkweighers, X-Ray detectoren, Tankweging en On-site service

Minebea
intec
The true measure

Neem contact met ons: +31.30.602.50.30 of info.nl@minebea-intec.com

www.minebea-intec.com

MARKETCALL BETAALT ZICH UIT

Je herkent het vast. Als bedrijf wil je jouw product of dienst bij potentiële opdrachtgevers onder de aandacht brengen, maar de tijd of de juiste tools ontbreken daarvoor. Bovendien bepaalt de waan van de dag jouw agenda. Koude acquisitie is gewoon lastig en tijdrovend.


Ook bij Hörmann Nederland, toonaangevend fabrikant van bedrijfs- en garagedeuren, kozijnen, aandrijvingen en toegangstechniek, speelt dit probleem. “Daarom werken we tot volle tevredenheid samen met MarketCall. Een specialist in het maken van effectieve en hoogwaardige afspraken voor onze vertegenwoordigers”, benadrukt Gert-Jan Teunissen, Verkoop leider Woningbouw & Industrie bij Hörmann.

Hörmann is actief in de woningbouw en utiliteitsbouw in de breedste zin des woords. “Van particuliere woningen, bedrijven in de vleesverwerkende industrie, distributiecentra tot bedrijfsverzamelgebouwen. Onze kracht: zorgen voor praktische en innovatieve toegangsopties. Wij weten alles van deuren. Daar zijn we goed in.”

Maar het team van Hörmann merkt ook dat daar een valkuil in zit. Want hoe schuif je na een succesvol afgerond project weer aan bij een volgende opdracht? “We merkten dat er in koude acquisitie (cold-calling) veel tijd ging zitten. Onze mensen hadden best veel moeite om serieus bij ‘eindbeslissers’ aan tafel te komen. We besloten het over een andere boeg te gooien en kwamen in contact met telemarketing specialist MarketCall uit Apeldoorn.” Dat bleek een schot in de roos.

MarketCall is sterk in het gestructureerd bellen van potentiële opdrachtgevers om bezoekafspraken voor de vertegenwoordigers van Hörmann te regelen, beklemtoont Gert-Jan. “Zij ontzorgen ons. Het team van MarketCall bereidt zich intensief voor, leest zich eerst goed in en werkt stap voor stap lijsten met mogelijke klanten af. Zij regelen bezoekafspraken en die leiden

weer tot vervolgsessies. Een win-winsituatie bij uitstek. De meerwaarde van MarketCall betaalt zich uit. Een echte professional waar we prima ervaringen mee hebben.”

 www.marketcall.nl
www.hormann.nl



SISMATEC

process & packaging solutions

VERPAK HET MET SISMATEC!

IN ALLE MATEN EN VORMEN!



VERPAKKEN



WEBOMATIC
advanced vacuum packaging systems

Twentepoort Oost 8
7609 RG Almelo, The Netherlands

T +31 (0)546 87 41 11
F +31 (0)546 86 45 46

info@simatec.nl
www.simatec.nl



OP BEZOEK BIJ

MOSSEL- EN OESTERKWEKER PRINS & DINGEMANSE

Hoe bereik je de nieuwe generatie die eerder aan sushi dan schelpdieren denkt? Hoe kun je internationaal nog succesvoller worden, en blijf je bouwen aan naamsbekendheid? In ieder geval niet door te concurreren op prijs. Prins & Dingemanse onderscheidt zich liever op basis van een sterk merk.

Echte mosselmannen wonen niet in Scheveningen (zoals het Oudhollandse kinderliedje ons doet geloven) maar in het Zeeuwse Yerseke. Daar kweken zij mosselen en oesters in de luwte van de Oosterschelde. Ook in het Grevelingenmeer en op de Wadden liggen percelen. Ze zijn verdeeld over verschillende familiebedrijven. Maar vrijwel geen mosselbedrijf weet zich op basis van het merk zo sterk te onderscheiden als Prins & Dingemanse. En dat is mede bepalend voor de stabiele koers die het bedrijf vaart in een woelige omgeving van harde concurrentie, supermarktoorlogen en een nieuwe generatie die de producten niet goed kent. “Veel mosselbedrijven zeggen: een mossel is een mossel en bij ons krijg je de scherpste prijs,” aldus Jan Prins, directeur van Prins & Dingemanse. “In die manier van ondernemen hebben wij nooit geloofd. Aandacht geven aan het merk en de kwaliteit, daar heeft het bij ons altijd om

gedraaid. Meer dan zeventig procent van onze producten verkopen we onder ons eigen merk.”

GOEDE GROND

Hoe komt het dat nergens ter wereld de mosselen en oesters zo goed gedijen als hier in Zeeland? “De gesteldheid van de bodem in de Oosterschelde is zeer goed,” vertelt Jan. “Ook de kwaliteit en saliniteit van het water zijn bepalend. En het feit dat de oesters en mosselen hier gekweekt worden in een delta. Dat zorgt ervoor dat de schelpen bij storm beschut liggen, maar dat ze evengoed profiteren van een rijk voedselaanbod door de stroming in het water. Het Grevelingenmeer is een zoutwatermeer zonder getijde. Ook dat is een ideale plek om oesters te kweken. Als ik een oester proef, weet ik precies op welk perceel hij heeft gelegen. De beste oesterpercelen geven een mooie volle vis, een lekkere structuur en een romige smaak.” Maar met alleen een goede bodem en een rijk voedselaanbod ben je er nog niet. “Wij zijn eigenlijk niets anders dan boeren op zee,” zegt Jan. “Altijd bezig met de verschillende fases van de kweek en afhankelijk van de grillen van de natuur.”

WERELDREIZIGERS

Vanuit het Zeeuwse Yerseke worden mosselen en oesters naar alle uithoeken van de wereld gestuurd. De vangst van de ochtend wordt diezelfde dag nog op het vliegtuig gezet en kan de volgende dag al ergens in Hong Kong of Dubai op tafel staan. De MAP-verpakking die in de jaren negentig werd uitgevonden door de familie Prins heeft bijgedragen aan het verleggen van de grenzen. In de lekvrije plastic bakken wordt met behulp van een speciaal gas de leefomgeving van de mosselen nagebootst en komen ze in een soort slaaptoestand. De houdbaarheid is sinds de MAP-verpakking van enkele dagen naar een week verlengd.

NIEUWE GENERATIE

Sinds een paar maanden gaat Christian

“Bij Prins & Dingemanse kijken we graag verder dan ons eigen bedrijf bij het ontwikkelen van nieuwe producten. Misschien heeft u wel een mooi product dat samen met onze mosselen en oesters een geweldige combinatie vormt. We nodigen u van harte uit om samen met ons te brainstormen over gezamenlijke kansen.”
Jan en Christian

Koeman over Export & New Business bij Prins & Dingemanse. Hij is een geboren en getogen Zeeuw en altijd betrokken geweest bij de mossel- en oesterkweek door zijn rol binnen de gemeentepolitiek en als belangenvertegenwoordiger van de Vereniging Oesterputten. “Dit bedrijf heeft nog zo veel kansen en mogelijkheden, daar wil ik werk van maken.” De grootste uitdaging is het bereiken van de nieuwe generatie. Christian: “Jongeren zijn over het algemeen geen fan van oesters en mosselen. Meestal komt dat doordat ze het nog nooit hebben gegeten. Voor zomaar een oester lopen ze niet zo snel warm, voor mooie concepten en producten met een verhaal of status wel. Het dwingt ons conceptueel te denken en een traditioneel product te verpakken in een ‘Instagramwaardig’ jasje. Twaalf oesters met een flesje gin erbij bijvoorbeeld. Of mosselen presenteren als eiwit- en ijzerrijk krachtvoer voor sporters.” In de conservenfabriek van Prins & Dingemanse wordt al volop geëxperimenteerd met dat conceptuele denken. Neem bijvoorbeeld de potjes gekookte mosselen in balsamico-azijn in verschillende smaken, of gerookte vis in blik. De verpakkingen stralen iets chics uit en de inhoud leent zich goed voor een salade, borrelplank of tapas-tafel.

RONDLEIDINGEN EN PROEVERIJEN

Er is nog een opvallende manier waarop Prins & »



©ARJEN KRODER

Christian Koeman

E-LEARNING IN DE VOEDINGS-INDUSTRIE. EEN UNIEKE AANPAK!



mo **imento**
e-learning tools

Het eerste, volledig personaliseerbare online leerplatform voor de voedingsindustrie

- 🔄 Interactieve en geanimeerde e-learning modules
- 🔄 Volledig aan te passen aan bedrijfsspecifieke regels en procedures
- 🔄 Automatische verwerking van trainingsdocumenten
- 🔄 Zeer gemakkelijke rapportage bij audits
- 🔄 Online platform voor verspreiding van aanvullende bedrijfsinformatie

FEEL SAFE WITH US

QLEAN-TEC  CHRISTEYNS

QLEAN-TEC | CHRISTEYNS Lireweg 12 • NL-2153 PH Nieuw-Vennep • T +31 (0)297 274390 • E food@qleantec.com • WWW.QLEANTEC.COM

& Dingemans de mossel- en oesterkweek promoot. Ze hebben een samenwerkingsverband met de VVV en zetten de deuren van het bedrijf regelmatig open. Er komen tien-duizenden bezoekers per jaar naar Yerseke. Ze worden rondgeleid langs de oesterputten (de natte pakhuizen waar de oesters worden bewaard), kunnen genieten van een oesterproeverij en lekker eten in een van de vele visrestaurants. Jan en Christian laten de grote loods zien waar bassins met water uit de Oosterschelde staat. "Na de vangst komen hier de mosselen eerst tot rust. Dat komt de kwaliteit en houdbaarheid van de mosselen ten goede," legt Jan uit. "Daarna worden ze via de lopende band stap voor stap schoongemaakt." Het valt op hoeveel mensenwerk er komt kijken bij het beoordelen en sorteren van de mosselen. Ze worden grondig gecontroleerd en daarna geco-




deerd, zodat je ze achteraf altijd kunt traceren. Het verpakken van de mosselen gaat per tien, vijf, twee of één kilo. Ook de traditionele jute zakken worden nog steeds gebruikt, die stuk voor stuk met de hand worden dichtgenaaid.

DUURZAAM PROCES

Iedereen die zo duurzaam mogelijk wil eten, kan met een gerust hart mosselen of oesters op het menu zetten. "Elke nieuwe oesterkweek begint met het invangen van oesterbroed. Daarvoor gebruiken we de schelpen die in onze conservenfabriek zijn gescheiden van het visje," legt Jan uit. Hij wijst op de zwarte en witte puntjes aan de binnenkant van de mosselschelpen. "Die zwarte puntjes zijn creuse-broedjes. Uit de witte puntjes ontstaan uiteindelijk de platte oesters. Deze schelpen zou je kunnen zien als afval, maar wij het gebruiken ze als grondstof."

Voor de kweek van mosselen ontwikkelde de vader van Jan samen met TNO in de jaren negentig een methode om op een efficiënte manier mosselzaad in te vangen. Dat groeide uit tot de mosselzaadvanginstallatie (MZI), een drijvende buis met een touwnet, waaraan mossellarfjes zich hechten. Jan: "Als ze groot genoeg zijn, oogsten we ze met een borstelmaschine op het schip. We gaan langs de netten, halen er een laagje mosselzaad af en zetten dat uit op een perceel waar de mosselen een groeispruit kunnen doormaken. Door de MZI's is de mosselproductie veel stabielier dan vroeger. Duurzaam, gezond, gemakkelijk en gezellig. Het eten van Zeeuwse mosselen en oesters is het volgens Jan en Christian allemaal. Als het aan hen ligt, zal de hele wereld dat weten."

 www.prinsendingemans.nl



Op 7 februari brengt de OSV een bezoek aan dit innovatieve bedrijf. Kijk op pagina 6 van deze editie of op de site.

 www.osvnetwerk.com

Jan Prins



©ARJEN KROEDER

Mix and match...

K+G WETTER
Erfolg mit eingebaut

Het Duitse familiebedrijf K+G Wetter staat wereldwijd te boek als één van de meest toonaangevende merken in de sector. Het productgamma van K+G Wetter bestaat uit (vacuüm)cutters en wolven geschikt voor ambacht en industrie. De K+G Wetter machines zijn robuust, gebruiksvriendelijk en gebouwd volgens de laatste hygiëne en energie standaarden.

Meer weten?

Ga naar vanuhm.nl en ontdek ons uitgebreide assortiment.

Machine testen?

Dat kan in onze demoruimte of bij u op locatie!
Bel voor een vrijblijvende afspraak
074 - 266 29 05

vanuhm professionals
in food
processing

De Bieffel 3, Borne
T 074 - 266 29 05
E verkoop@vanuhm.nl

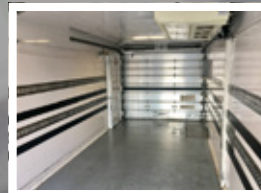
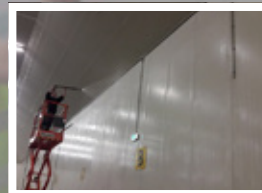
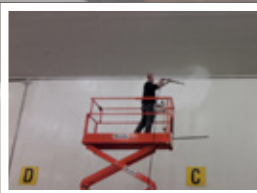
RMM
mobiele truck cleaning service

SCHOON IS VEEL MEER! DAN WATER EN SOP...

ISO 14001
ISO 22000
VCA 2*

Enige bedrijf in de
branche met ISO 22000
certificering

Met een team enthousiaste specialisten zijn wij dagelijks met plezier bezig met waar wij heel goed in zijn - **reinigen met oog voor mens en milieu!**



• **Mobiele wagenpark reiniging** • **Gevelreiniging** • **Koelcel- en koelerreiniging**

Heeft u een bijzondere schoonmaak uitdaging voor ons?

Bel direct: 0252 343 170

Locatie Sassenheim | Edisonstraat 36 | 2171 TV Sassenheim | www.cleanplaza.nl | info@cleanplaza.nl

DUURZAAM MENSBEHOUD

Substainability: een prachtige kreet, maar wat moeten we ermee? Mensen, er is veel meer aan de hand dan wat zeespiegelstijging.

Als we snel 254 miljard uitgeven, zijn we van de verantwoording voor de CO₂-reductie en 2% temperatuurstijging af. Dit financieren we gedeeltelijk uit de btw-verhoging, door foodproducenten opgebracht. Houden we het zeeniveau op peil en de duurzaamheidsdoelstelling is gered. Was het maar zo simpel.

Belangrijker is dit: we gaan genetisch naar de knoppen. Denk aan de Westlandtuinders die door Broom-ontsmetting alleen nog dochters kregen. Ons kindertal loopt mede vanwege verlaagde vruchtbaarheid terug; welke rol speelt voedsel hierbij? Obesitas is een eet-gerelateerde ziekte, vaak erfelijk bepaald. Engeland was nog nooit zo ongezond dik. Het duurt minimaal 4 generaties voor het obesitas-gen is hersteld. Aluminiumzout in deodorant wordt uitgespoeld in zee. Ook nanoplastics komen daar terecht, waardoor vissen afwijkend gedrag vertonen. Via ons voedsel krijgen we ongevraagd veel afval retour.

Het wordt nog anders als het hemd nader komt dan de rok. Ik heb een kleinzoon, 4 jaar. Pienter kereltje. Echter: hij moet zonder handen en voeten het leven handen en voeten geven. Hij heeft ze niet. Dan wordt het wel even anders. In een Frans onderzoek wordt nadrukkelijk gekeken of glycosaat een rol in de afwijking speelt; hier werd in mijn familie veel mee gewerkt.

Die zeespiegelstijging krijgen we wel opgelost: pompje en een meter dijk erbij. Maar al die mensen met een genetische afwijking krijgen we niet gerepareerd. Als de CO₂ footprint duurzaam is, maar de mens niet; wat hebben we dan bereikt?

 www.bessels.com

Herman Bessels is architect BNA bij Bessels architecten & ingenieurs B.V.



FOODSERVICEKANAAL VERSTRADÉ:

FOODPRODUCENTEN EN AFNEMERS RECHTSTREEKS ONLINE CONTACT

VersTrade, de online schakel tussen foodproducenten, van klein ambachtelijke producten tot grote merken, en de horeca- en speciaalzaken, is in twee jaar uitgegroeid tot een succesvol platform.

Muhanad Alsali: "Samen met Leo Nolen ben ik eigenaar van Vers & Fijn Benelux, logistieke dienstverlening in geconditioneerde fijn distributie. Tijdens gesprekken in ons netwerk, kwam vaak aan het licht dat het voor kleine ambachtelijke producenten erg lastig, zo niet onmogelijk, is om hun product bij de groothandels in de schappen te krijgen. Ook voor grote merken is het moeilijk. Zodra zij een product ontwikkelen, zet de groothandel er een private label naast. Wij vroegen ons af wat de meerwaarde is van een groothandel. Al denkend kwamen we op het idee van VersTrade: een online platform waarin het aanbod van uiteenlopende foodproducenten/leveranciers en de vraag van horecabedrijven en speciaalzaken rechtstreeks samenkomen, zonder tussenkomst van een groothandel."

EENVOUDIG BESTELPROCES

"Het werkt heel eenvoudig en in drie stappen: foodproducenten/leveranciers zoals groenten- en fruitkwekers, vlees- en visleveranciers of boeren melden zich online via de pc of onze app aan en presenteren/ beschrijven hun product. Horecabedrijven en speciaalzaken kunnen vervolgens een bestelling plaatsen en

het bezorgmoment aangeven. Wij zorgen voor de logistieke afhandeling. Partijen kunnen ook rechtstreeks contact met elkaar opnemen voor vragen, speciale verzoeken of advies. Onderling worden er prijsafspraken gemaakt, het geheel is transparant. Het assortiment is zowel breed als diep. Ontbreekt er een product? Dan gaan

wij op zoek naar een leverancier. Ontbreekt er een leverancier? Ook dan gaan wij op zoek."

VERBORGEN PARELS

"Met VersTrade is er geen sprake meer van een tussenhandel, dat scheelt veel inkoopkosten. De producenten van ambachtelijke producten



©HAPPTOE



©WILD VAN WILD

– de verborgen parels zoals wij ze noemen – krijgen de kans hun producten landelijk onder de aandacht te brengen, hun 'merk' is altijd zichtbaar. Een ander voordeel is dat afnemers niet gebonden zijn aan een minimale ordergrootte, waarmee voedselverspilling en de kosten die daarmee gepaard gaan, tot het verleden behoren. In de horeca bijvoorbeeld wordt 14 procent van de totale aankopen verspild omdat ze gebonden zijn aan ordergroottes. Daar weigeren wij dus aan mee te doen." Afgelopen jaar was VersTrade genomineerd voor de Digital Transformation Award 2018, een wedstrijd voor de grootste transformers van digitale veranderingsprocessen. "We hebben niet gewonnen, maar zijn wel als finalist geëindigd."

DUURZAAM

"In Amsterdam alleen al rijden er dagelijks 25.000 bestelwagens de binnenstad in, waarvan 20 procent bestemd is voor de horeca. Dit jaar zijn er landelijk 825 miljoen bestelbusritten geweest, de vrachtwagenritten niet meegerekend. Voor volgend jaar zullen dat er landelijk 905 miljoen zijn. Dat loopt de spuigaten uit en is zwaar milieubelastend, om maar te zwijgen over het economische leed dat file heet. Wij pakken

het anders aan: we bundelen bestellingen en rijden vanaf een van onze depots naar de afnemers, zes dagen per week en zelfs in de nacht. Per aflevering vragen wij een bepaald bedrag, dat is ons verdienmodel. Nu nog zitten we alleen in Nieuwegein, maar binnenkort openen we depots in Utrecht, Amsterdam, Venlo en Rotterdam. Leveranciers kunnen hun producten daar aanleveren. Dat scheelt gigantisch veel vervoersbewegingen. Nu distribueren wij nog met 'gewone' bestelwagens, maar we willen in de toekomst met elektrische wagens rijden. Daarover zijn we in gesprek met een aantal gemeentes. Binnen al onze bedrijfsprocessen doen we er alles aan om onder andere de CO₂-uitstoot te verminderen. Duurzaamheid speelt bij ons een belangrijke rol."

FAIRTRADE

"We zijn nu twee jaar bezig en trots op het resultaat. Onze grootste hobbel was in de trant van de kip en het ei: in het begin hadden we een beperkt assortiment en dat weerhield afnemers om zich aan te sluiten. We hebben niet opgegeven en gaandeweg kwam er een omslag-

punt. Nu zijn er ongeveer 120 producenten, zoals De Bakkende Brabander, Happtoe en Wild van Wild bij ons aangesloten. We willen doorgroeien en nodigen geïnteresseerden van harte uit om contact met ons op te nemen." Naast de voordelen op het gebied van duurzaamheid en mobiliteit, is er bij ons ook een fairtrade-aspect: de producenten bepalen hun eigen prijs, vaak in samenspraak met de uiteindelijke afnemer. "Dat is een stuk eerlijker dan wanneer een prijs van bovenaf door een keten of groothandel wordt opgelegd", stelt Muhanad. "We hebben trouwens iedere week leuke aanbiedingen onder de noemer Weekly Specials. Die worden door de producenten bepaald."

"Hoe wij onze toekomst zien? Nou, in ieder geval positief, want we groeien elke dag. Steeds meer bedrijven zien onze meerwaarde. We hopen dat wij uiteindelijk worden erkend als een belangrijk foodservicekanaal, een stevig alternatief voor de groothandels."

 www.verstrade.nl



©DE BAKKENDE BRABANDER



ROL VOOR NEDERLANDSE RETAILERS

VERDUURZAMEN VAN DE RIJSTTEELT

“Door via Nederlandse retailers rijstboeren te stimuleren om klimaatvriendelijke methoden toe te passen, kan wereldwijd de methaanuitstoot met 70% worden verlaagd”, zegt Chris Brown van de landbouwonderneming Olam, dat wereldwijd meer dan 45 landbouwproducten levert.

In Thailand heeft een groep rijstboeren onlangs een van de beste oogsten ooit binnengehaald. De rijst is groot, compact en sterk – en niet omdat de boeren meer kunstmest of betere zaden hebben gebruikt. De zeer goede oogst is het gevolg van enkele eenvoudige aanpassingen aan hun landbouwmethoden. De Thaise boeren maakten de aanpassingen in het kader van het Sustainable Rice Platform (SRP) van Olam en ontwikkelingsorganisatie GIZ. Chris Brown, internationaal hoofd Milieuzaken bij Olam International: “Hoevel ik trots ben als de boeren vertellen wat deze oogst voor hen betekent, ben ik ook gefrustreerd. Want met deze kennis en een paar aanpassingen in hun methoden hadden ze jaren geleden al zo'n opbrengst kunnen hebben.”

KLIMAATVRIENDELIJKE METHODEN

Chris is er van overtuigd dat de SRP-methoden het beste alternatief zijn om de wereldwijde uitstoot van broeikasgassen in de landbouw te verlagen. Waarom? “Omdat rijst met een jaarproductie van 500 miljoen ton een van de belangrijkste kunstmatige oorzaken is van methaan,


dat in een periode van honderd jaar 34 keer zo veel effect heeft als kooldioxide. Momenteel stoot de rijstteelt zelfs evenveel CO₂ uit als heel Duitsland. Door rijstboeren via SRP-methoden te stimuleren om klimaatvriendelijke methoden toe te passen, zoals het verwijderen van rottend rijststro na de oogst, kunnen we de methaanuitstoot met 70% verlagen.”

SCHAALVERGROTING

Omdat de rijst die in Nederland wordt gegeten voor maar een deel afkomstig is van kleine boeren in Azië, lijkt de verantwoordelijkheid vooral bij de betreffende regeringen en landbouwondernemingen zoals Olam te liggen. “Die verantwoordelijkheid nemen wij ook”, stelt Chris. “Samen met overheidsorganisaties, GIZ en andere organisaties willen we 150.000 boeren in Azië en Afrika bereiken tussen nu en 2023. Schaalvergroting blijft echter noodzakelijk. Met de klimaatafspraken van Katowice in gedachten, is het daarom mijn wens dat Olam, samen met de Nederlandse detailhandel, in actie komt om klimaatverandering aan te pakken.”

SRP ALS INKOOPSTANDAARD

Het gebruiken van SRP als inkoopstandaard onder Nederlandse retailers is volgens Chris Brown een relatief eenvoudige benadering om broeikasgassen in de wereldwijde rijstteelt te verlagen. Zo kunnen Nederlandse retailers tegemoet komen aan de groeiende vraag naar duurzame producten en spelen zij een belangrijke rol om de opwarming van de aarde beneden de grens van 1,5 °C te houden. “Ondanks het feit dat de effecten van de rijstteelt op het milieu niet zo zichtbaar zijn als bij ontbossing, is de rijstteelt van grote invloed op de opwarming van de aarde. Als we rijst in het duurzaamheidsdebat kunnen integreren, zijn we een belangrijke stap dichterbij in het op positieve wijze hervormen van de landbouw. Met SRP ligt een goede manier om de rijstteelt te verduurzamen binnen handbereik,” aldus Chris.

 www.sustainablerice.org
www.olamgroup.com

VERMINDEREN VOEDSELVERSPILLING

OP ZOEK NAAR OPLOSSINGEN

Voedselverspilling. Overal starten initiatieven om het te voorkomen, maar de praktijk is weerbarstig.

Stichting 'Samen Tegen Voedselverspilling' heeft als doel om voedselverspilling in Nederland te halveren en wil het bedrijfsleven ondersteunen om positieve businesscases inzichtelijk te maken en te implementeren.

In Europa wordt ruim 20% van al het voedsel, jaarlijks ca. 89 miljoen ton, in de keten verspild. Verspilling wil zeggen dat voedsel dat voor menselijke consumptie bedoeld is, hier niet voor wordt gebruikt. In de agrarische sector en industriële verwerking samen gaat circa 30% verloren, in de retail, foodservice en horeca 17% en huishoudens 53%. (bron FUSIONS EU report maart 2016). Het probleem van voedselverlies en -verspilling staat op de mondiale agenda. Sustainable Development Goals (SDG's) nummer 12 streeft naar 'zorgen voor duurzame consumptie- en productiepatronen', SDG 12.3 richt zich op halvering van de verspilling van voedsel wereldwijd in 2030. Ook Nederland heeft zich aan het doel van de SDG gecommitteerd.

OP ZOEK NAAR OPLOSSINGEN

De voedselverspilling in Nederland lag in 2016 tussen de 1,7 en 2,5 miljoen ton. Dertig procent daarvan ontstaat bij de consument. De recent opgerichte stichting 'Samen Tegen Voedselverspilling' (STV) bestaat uit een steeds groter wordende groep van multinationals, mkb'ers en start-ups die samen op zoek gaan naar oplos-

singen tegen verspilling. De founding fathers van de stichting zijn Wageningen University & Research, FoodTech Brainport, ThreeSixty in Veghel en de Rabobank, ondersteund door LNV, de Gemeente Meierijstad en de Provincie Noord-Brabant. De agenda van de stichting kent vier actielijnen: het meten van de (reductie van) verspilling; keteninnovatie en oplossingen voor het bedrijfsleven; activatie van de consument om verspilling te verminderen; en het tegengaan van belemmerende wetgeving en veranderen van de spelregels. Denk aan de strikte wetgeving rond verwaarding van dierlijke reststromen en private kwaliteitsnormen voor groenten en fruit. Het voorkomen van voedselverspilling levert niet alleen grote maatschappelijke voordelen op, maar is economisch gezien ook zeer rendabel. Voor bedrijven is dit een unieke win-win situatie, ze dienen het maatschappelijke doel en maken tegelijkertijd een duurzaam rendement.

BUSINESS CASES VOOR HET BEDRIJFSLEVEN

De bedrijven die aangesloten zijn bij STV, brengen - eventueel samen met ketenpartners of branchegenoten - eerst hun voedselverspilling

helder in kaart. Om hoeveel reststromen gaat het binnen het bedrijf en/of de keten, waar treden ze op en waar gaan ze naartoe? Kortom: 'hoe efficiënt ga ik met mijn grondstoffen om?' Vervolgens wordt in een sessie met experts een eerste verkenning gemaakt naar eventuele businesscases om de verliezen te voorkomen of te verminderen, en reststromen te verwaarden. Wanneer nodig zijn er STV-innovatievouchers beschikbaar voor een inhoudelijke verdieping of meer praktijkgerichte tests.

VOORBEELDEN TER INSPIRATIE

Van agrarisch producent tot retailer, van foodservice-organisatie tot en met de consument; in de hele keten wordt verspild. Het is een veelzijdig vraagstuk met veel verschillende factoren die op elkaar ingrijpen. Enkele voorbeelden:

- De consument wil geen 'misvormd' fruit of groente, waardoor deze niet worden afgenomen door de retail. Kromme komkommers of appels met een plekje erop halen de supermarkt vaak niet eens. In 2014 introduceerde een supermarkt de productgroep 'buitenbeentjes',



'Kromme komkommers of appels met een plekje erop halen de supermarkt niet eens'

misvormde producten zijn te koop tegen een gereduceerde prijs. Ook zijn er ondernemers die deze groente gebruiken om nieuwe producten mee te maken, zoals soepen en sausen.

- Een buffet in een hotel moet er overdadig uitzien, een koeltoonbank met verse producten in een supermarkt is tot 's avonds laat gevuld. Door deze eisen wordt aan het eind van de dag veel weggegooid.
- In de aardappelindustrie bestaat bij de productie van patat een grote reststroom van schillen. Vaak gaat deze goederenstroom naar de vee-

voederindustrie. Het is mogelijk deze stroom nog hoger te verwaarden, bijvoorbeeld door de vezels en andere componenten te splitsen en voor andere doeleinden te gebruiken.

- Onverkocht brood uit supermarkten wordt veel verwerkt tot veevoer. Een interessant traject is het opwaarderen van oud brood naar ontbijtkoek en koekjes. Dit levert kwalitatieve goede en smakelijke producten op.
- Protix is koploper in insectenkweek op organische reststromen. Deze insecten dienen als voedsel voor kippen van het Oerei, een

merk dat nu o.a. bij Albert Heijn en DEEN in de schappen ligt. Protix en Albert Heijn zijn STV-stakeholders van het eerste uur.

Onze overtuiging en ervaring is dat er in de meeste gevallen een positieve business case is voor het voorkomen en verminderen van voedselverspilling en het verwaarden van reststromen. In je eentje lukt dit dikwijls niet, samen vaak wel.

Meer weten? Mail naar STV: office@samentegenvoedselverspilling.nl

PLANTAARDIG
MOVING MOUNTAINS EN
JAN ZANDBERGEN MAKEN DE
'BLOODY BURGER'

Moving Mountains®, het Britse bedrijf dat plantaardige burgers maakt, heeft zijn krachten gebundeld met Jan Zandbergen, een van de grootste vleesbedrijven in Europa. Samen maken zij het handelsmerk van Moving Mountains, de 'bloody' burger, zonder vlees, beschikbaar in Europa. De burger is geroemd door o.a. The Sun als 'best ever veg pattie', door The Independent als 'The best vegan burger in the UK' en National Geographic noemt het 'Blameless Burgers'. Jan Zandbergen is de exclusieve leverancier van deze plantaardige burger in Europa (met uitzondering van het Verenigd Koninkrijk).



Elke burger is rijk aan plantaardige eiwitten (de burger van 6 oz, oftewel 170 gram, bevat 25 gram plantaardig eiwit), is vegan en vrij van antibiotica en hormonen. De belangrijkste ingrediënten zijn oesterzwammen, erwten, tarwe, soja-eiwitten en haver. Rodebietensap zorgt ervoor dat de burger echt 'bloedt'. Voor de productie van de burger is beduidend minder land en water nodig, en er ontstaan minder broeikasemissies dan voor de productie van gewoon vlees.

www.janzandbergen.nl
www.movingmountainsfoods.com

VERPAKKEN
CONSUMENT WIL PLASTICVRIJ

Steven IJzerman, kwaliteitsmanager en projectleider Plasticvrij bij Ekoplaza namens de klanten van Ekoplaza een cheque ter waarde van 11.703,57 euro aan Maria Westerbos, de directeur van Plastic Soup Foundation. De statiegeldmachines van Ekoplaza hebben sinds 2017 een extra knop, die klanten de kans geeft om hun statiegeld te doneren aan de Plastic Soup Foundation. Klanten van de 75 supermarkten van Ekoplaza zamelden via deze knop in 2018 11.703,57 euro voor de Foundation. Directeur Ekoplaza, Erik Does: "We streven ernaar om eind 2019 85% van ons huismerk plasticvrij te hebben en om uiterlijk eind van dit jaar 33% van ons totale assortiment plasticvrij aan te kunnen bieden."

VOEDSELVERSPILLING
TOO GOOD TO GO

Jumbo slaat de handen ineen met Too Good To Go: de app tegen voedselverspilling. Vandaag start een pilot in 13 winkels. Klanten kunnen met de app voor een klein bedrag eten bestellen, zodat dit niet wordt verspild, maar in zogenaamde 'Magic Boxen' terecht komt. De inhoud van deze verrassingsboxen verschilt per dag en is afhankelijk van het aanbod in de winkel. De pilot duurt een maand en is de eerste stap op weg naar een mogelijke landelijke uitrol. Jumbo wil zo een positieve bijdrage leveren aan haar ambitie om geen eetbaar voedsel weg te gooien.

www.jumbo.com



11-17 MAART
NATIONALE WEEK
ZONDER VLEES

Begin januari werd bekend gemaakt dat van de tweede editie van de Nationale Week Zonder Vlees zal plaatsvinden in Nederland. Alle 69 partners van de campagne zijn bekend. De partners zijn veelal foodproducenten met vegetarische productinnovaties en groentehandelaren zoals Eosta, Greenery, Looye, Royal ZON, Smeding en Vezet. Daarnaast doen er dit jaar 12 grote retailers mee, die de Nationale Week Zonder Vlees in hun winkels en met acties zichtbaar maken. Ook de Triodos Bank steunt de week, vanuit haar campagne 'Tijd voor echte keuzes'.

www.weekzondervlees.nl

2019 GLOBAL 100
CHR. HANSEN:
DUURZAAMSTE
BEDRIJF WERELDWIJD

Het Deense Biotech-bedrijf Chr. Hansen is op het World Economic Forum in Zwitserland uitgeroepen tot duurzaamste bedrijf ter wereld. De 'Global 100' wordt samengesteld door het Canadese magazine Corporate Knights, dat ieder jaar meer dan 7500 bedrijven onder de loep neemt op basis van een aantal KPI's op het gebied van duurzaamheid. Chr. Hansen is het enige bedrijf uit de foodbranche dat de top 10 haalde. Unilever staat op plaats 65. Het Amerikaanse Campbell Soup Company is de enige grote voedingsmiddelenproducent in de lijst.

www.chr-hansen.com
www.corporateknights.com

CIJFERS & FEITEN

De totale broodconsumptie in Nederland is in 2018 met minder dan 1% gedaald. Dit is significant anders dan de afgelopen jaren, waarin een jaarlijkse daling zagen van circa 3%. Het Nederlands Bakkerij Centrum (NBC) is verheugd met deze positieve trend en komt met een verklaring: "In 2018 zijn er verschillende



vlnr: Lourens van Keulen en Marco de Koster (Tramper) en Emy van Oosten (Heemskerk)

VERPAKKEN
TRAYSEALLIJN BIJ HEEMSKERK FRESH & EASY

Half december 2018 werd een nieuwe trayseallijn, type Tramper S-360 in gebruik genomen bij Heemskerk fresh & easy in Rijnsburg. Een feestelijk moment, want voor Tramper Technology was dit de 100e machine van dit type. Heemskerk fresh & easy produceert gesneden groenten, maaltijd- en fruitsalades, en maaltijd- en soepzakketten. Wekelijks levert dit bedrijf zo'n 3,5 miljoen verpakkingen aan retail- en fastfoodketens in een reeks van landen. Emy van Oosten, projectleider bij Heemskerk: "Wij leggen de lat enorm hoog voor onszelf en verwachten dat ook van de bedrijven waar we mee samenwerken. In Tramper hebben we zo'n partner gevonden

www.heemskerkfresh.com
www.trampertechnology.nl

initiatieven gestart die het verhaal van brood vertellen, waaronder de campagne 'Brood uit Europa. Goed verhaal' dat met steun van diverse brancheorganisaties en de EU is neergezet." De bijna-stabilisatie van het broodvolume wordt voornamelijk gerealiseerd door de groei van de out-of-home markt. In 2018

daalde de thuisconsumptie van brood met 0,9%. Supermarkten verkopen al jaren het meeste brood in Nederland. Van al het brood dat Nederlanders eten, wordt 66% gekocht in supermarkten.

DE MANIER WAAROP WE WINKELLEN **VERANDERT FUNDAMENTEEL**

Een diverse groep mensen, telers en retailers, vlees-, vis- en agf-producenten, heeft zich aangemeld voor het eerste kennisevent van FoodIndustrie Experts, met als thema 'Waar staat de retail over vijf jaar en hoe spring je daarop in?'

Ze zijn gekomen om te luisteren naar Gerrit Grievink, inspirator voor retailorganisaties, merkartikelfabrikanten en versleveranciers, en naar scheidsrechter en Jumbo-ondernemer Björn Kuipers, die bekend staat om zijn aanstekelijk enthousiasme. Tussendoor is er tijd om elkaar op te zoeken en met elkaar van gedachten te wisselen tijdens een walking dinner. Ze nemen plaats in de zaal, sommigen leunen wat achterover. Gerrit Grievink belooft dat het een interactief programma wordt. "Vertel het me, dan vergeet ik het. Neem me mee, dan begrijp ik het", is zijn

motto. Tijd om achterover te leunen is er helemaal niet bij. Niet nu, tijdens de presentatie, maar zeker niet daarna, of morgen. Want wat hij te vertellen heeft, is uiterst urgent.

WAT KOMT ER OP U AF?

Grievink heeft 120 dia's om zijn visie in krap een uur over te brengen. Zijn verhaal dendert dan ook in net zo'n sneltreinvaart de zaal in, als de veranderingen (en wat die teweeg brengen) in retailland. "We kijken met zijn allen continu naar de VS: wat doet Trump? Maar de ontwikkelingen in Azië/ China zijn veel belang-

rijker! Vergeet niet te focussen op Duitse politiek. En wat zijn de gevolgen van de Brexit voor Nederlandse ondernemers?" Kortom, er is veel aan de hand. "Maar we blijven genieten van vlees, vis, vers brood, groente en fruit. Het geld blijft wel rollen," belooft Grievink. "...alleen niet automatisch uw kant op." Want hoe de boodschappen en het voedsel bij de consument komen is nu al flink aan het veranderen vergeleken met pakweg 10 jaar geleden. Gelukkig is er ook goed nieuws: "Achter iedere bedreiging zit een kans; als je hem tenminste herkent, én kan ombuigen", verzekert hij. "Wat moeten we

doen, om er morgen en overmorgen ook nog te zijn?"

DIGITALE REVOLUTIE

Big data, blurring, self-service, automatisering, algoritmes, digitale revolutie, co-creatie, blockchain, duurzaam; talloze maatschappelijke en technologische ontwikkelingen zetten de keten op zijn kop. "Online is niet meer weg te denken. Er verdwijnt ontzettend veel geld in, maar wie gaan er de vruchten van plukken?" Hij illustreert het met een voorbeeld. "Vanmorgen reed ik voor een 'pointer' voor deze presentatie

naar het Staples. In de winkel ging ik op zoek naar het artikel, om daarna in de rij aan te sluiten om vervolgens bij de kassa 40 euro neer te tellen. Had ik iets meer tijd gehad, dan had ik dat ding online besteld; voor 8 euro. En was het thuisbezorgd. Steeds meer consumenten vinden deze weg. De impact ervan voor bestaande winkels is enorm."

"Steeds vaker horen we over Blockchain. Dit is een lastig concept waar een vaak onbekende wereld achter schuilgaat. Maar waar ook in de keten: we krijgen er allemaal mee te maken"

voorspelt de inspirator. "De consument verwacht straks totale transparantie over alle kosten die in de hele keten worden gemaakt, wat zal leiden tot 'true pricing'.

"Algoritmes worden slimmer: het zijn systemen die voor ons gaan denken en ons handelen beïnvloeden. Al met al wordt het steeds lastiger om als ondernemer toegevoegde waarde aan je product/ dienst te koppelen. Hoe krijg je die producten straks nog zichtbaar in het schap of op het web voor de consument, als een algoritme de beslissingen neemt?"

>>



'Je móet wel samenwerken.
Maar met wie? En hoe?'

KOP ERAF!

De leegloop winkelbestand in steden en wijken is volgens Grievink een groot onderschat foodfenomeen. Het hangt nauw samen met de invloed van private-equityfirma's, die bedrijven opkopen en zeggenschap bedingen over de strategie en financieringsstructuur. "Zij zetten de winstgevendheid onder druk, investeren in filiaalbedrijven, laten het bedrijf groeien, doen overnames en verkopen slecht renderende onderdelen om vervolgens de efficiënter opererende onderneming met winst door te verkopen; bijvoorbeeld aan een andere private partij. We kennen allemaal de voorbeelden waar het misging en winkels uit het staatsbeeld verdwenen."

Grievink illustreert dit met de 'Red Queen-hypothese'. "Kent u die?" vraagt hij de zaal, waarop direct uit diverse hoeken een luid "Kop eraf!" klinkt. "Het gaat er bij deze hypothese, afkomstig uit Alice in Wonderland, omdat soorten zich voortdurend aanpassen aan nieuwe omstandigheden. Ze gaan er niet op vooruit, maar blijven op dezelfde plek doordat andere soorten een parallelle evolutie doormaken (bijvoorbeeld: prooi gaat sneller lopen; predator eveneens). Retailers van nu zijn, inspelend op alle duurzaamheidseisen en e-commerceontwikkelingen, vooral aan het investeren om te behouden wat ze hebben."

En terwijl er overal winkels verdwijnen, groeit de bezorgmarkt. "Steeds vaker zien we in het

straatbeeld de bezorgbusjes rijden: van supermarkten, maar vooral van Hello Fresh, Picnic en Thuisbezorgd.nl. Zij bepalen nu al waar je producten koopt en wat je ervoor moet betalen. De veranderingen in de ketens leiden tot nieuwe verdienmodellen, de traditionele modellen staan onder druk. Welke producten en services ga je aanbieden om zowel waarde te creëren als geld te verdienen? Wat is straks nog jouw 'licence to deliver'? Je móet wel samenwerken. Maar met wie? En hoe?"

"De nieuwe generatie verdient zijn geld via facebook en instagram. En wat doet de 'gevestigde orde'? Die roept dat ze dat niet eerlijk vinden. Ondertussen lopen ze allemaal achter

elkaar aan, zonder een duidelijke visie op waar het naartoe gaat. Blijf je dat doen, dan loop je als lemmingen netjes, achter je voorganger aan, recht de afgrond in. Zo zijn er afgelopen jaren al heel wat supermarktformules ten onder gegaan. Nieuwe spelers als Amazon, Alibaba en Ali Express hebben hun kans al gegrepen en zetten de wereld op z'n kop. Concerns en bedrijven als Unilever, Bakefive en Friesland leveren ook zonder tussenkomst van de retail rechtstreeks aan de consument."

ALEXA

"Het doodvonnis van de merken heeft een naam," waarschuwt Grievink. "Amazon, nu ook actief in Nederland, heeft met 'Alexa' één van de betere spraakassistenten geconstrueerd." Een spraakassistent, zoals ook Siri er een is, communiceert via een app met producten en diensten in huis. Ze kan de verlichting bedienen, je wakker maken, liedjes opzoeken op



Gerrit Grievink

FOODINDUSTRIE EXPERTS

Foodindustrie Experts is een initiatief van vijf gedreven spelers binnen de foodbranche: Espera, Evo-it, Multivac, RBK en vakblad Voedingsindustrie.

De partners leveren elk een eigen specialisme op het gebied van wegen, bedrijfsnetwerken, verpakken, transport(planning), software, automatisering en communicatie. De gezamenlijke focus ligt op het optimaliseren van bedrijfsprocessen binnen de (vers) foodbranche met als doel een totaaloplossing voor de klant te kunnen bieden.

Eén keer per jaar brengen zij tijdens een kennis-event DGA's/beslissers van foodproducerende bedrijven bij elkaar. Hier wil je volgende keer toch ook bij zijn? Meld je aan voor een reminder en we houden je op de hoogte!

 www.foodindustrieexperts.nl

Spotify, de temperatuur regelen of je robotstofzuiger aan het werk zetten. Maar ze geeft ook antwoord op de vraag hoe je cheesecake maakt, of waar de coca-cola die dag in de aanbieding is. Vergelijkingsites bepalen nu al waar en hoe we kopen, vakanties boeken, naar welke restaurants we gaan. Spraakassistenten zoals Alexa bepalen over enkele jaren wat we eten, waar we het halen, door wie we het laten bezorgen."

BJORN KUIPERS

De presentatie van Björn Kuipers; Jumbo supermarktondernemer en FIFA voetbalscheidsrechter sloot naadloos aan op het verhaal van Grievink. Hij liet talloze fragmenten zien van wedstrijden en beslismomenten en zette met zijn wervelende presentatie de deelnemers aan het denken over interne communicatie en teamverantwoordelijkheid, over leiderschap. De rode draad: "Winnen doe je nooit alleen. Together each achieves more." De

huidige ontwikkelingen raken ook zijn Jumbo. Kuipers en zijn Jumbo-team zijn dan ook flink aan het schakelen om deze trend voor te blijven.

TOT SLOT

Er gaat heel wat veranderen, bedrijven zoeken steeds meer mogelijkheden om de tussenschakels uit de keten te halen. Ook de supermarkt staat hiermee onder druk. Menig deelnemer gaf na afloop aan flink geschrokken te zijn van de veranderende markt, maar vooral van hoe ver die transitie al is. Een publieksreactie: "Mijn uitdaging op dit moment is: hoe kom ik in de Hello Fresh box? De ene week lever ik niks, maar volgende week zit ik in het pakket en is het steendruk. Dat is mijn nieuwe realiteit voor de komende jaren. Wat ik heb gemerkt is dat we elkaar als ondernemers steeds meer nodig hebben. Samenwerkingsverbanden zijn essentieel om te overleven."



ACCOUNTMANAGER RETAIL

ADVISERENDE GESPREKSPARTNER DIE MET EEN CREATIEVE INSLAG SUCCESSEN BEHAALT RIEL

Danvo Bakeries maakt al ruim 25 jaar met liefde voorgebakken diepgevroren broodproducten en voorgerezen deegwaren. Het is een groeiende en dynamische organisatie met ambitieuze toekomstplannen. Zij streeft continu naar het ontwikkelen van innovatieve producten, zodat de klanten steeds verrast worden met echt lekker en gezond brood van de hoogste kwaliteit. Danvo Bakeries noemt zichzelf ook wel de 'Creators of Bread'. Zij maakt broodproducten voor zowel foodservice als retail. Er werken ruim 50 mensen in een prettige werksfeer met elkaar samen. Wekelijks worden er miljoenen broodjes in verschillende smaken en vormen gebakken; allen bestemd voor binnen- en buitenland. Wij zoeken een initiatiefrijke en toekomstgerichte Accountmanager Retail. Deze adviserende gesprekspartner heeft een creatieve inslag en weet zo successen te behalen.
Consultant: Janneke van der Logt, telefoon 0317-468686 of 06-23637490.



QESH MANAGER

FUNCTIE MET RUIMTE VOOR INITIATIEVEN IN EEN AMBITIEUZE ORGANISATIE VENLO

Vitacress Real bestaat sinds 2013 en is een snelgroeiende organisatie gespecialiseerd in verse kruiden, waaronder peterselie, bieslook, munt en tijm. Op de productielocatie in Venlo worden de kruiden verpakt voor de Europese afzetmarkt en de internationale consument. Vitacress Real is een jong, informeel en vernieuwend bedrijf met in totaal ca. 150 medewerkers. Het QESH-beleid staat momenteel in de kinderschoenen, maar de wil, ambitie en vrijheid is er om deze functie verder in te richten en uit te voeren. In een omgeving waar samenwerken voorop staat en waar meegroeien met de organisatie heel belangrijk is, zijn wij op zoek naar een ervaren en enthousiaste QESH Manager. In deze functie ben je verantwoordelijk voor het verder ontwikkelen en onderhouden van het kwaliteitsmanagementsysteem en het opzetten en implementeren van een ESH-beleid.
Consultant: Anneke Witjes, telefoon 0317-468686 of 06-23296010.



(SR.) TECHNOLOGIST FORMULATED BEVERAGES

DEVELOPING PRODUCTS FOR NEW MARKET PROPOSITIONS PALMERSTON NORTH – NZ

Synlait is a dairy company that combines expert farming with state-of-the-art processing, to produce a range of nutritional milk products that provide benefits for health and wellbeing, like Infant and Lifestyle Nutrition. Their entrepreneurial spirit runs deep and they see everything as an opportunity, striving to make the most from milk. She employs over 700 people who are the driving force behind the success. She wants to change things up, to never settle and always looking to improve. That's what enables Synlait to become the most innovative and trusted dairy company in the world. For this globally active player we are looking for an (Sr.) Technologist Formulated Beverages. You need to have extensive relevant experience in a milk processing and new technology environment; you have a strong understanding of liquid product properties and interactions during industrial processing.
Consultant: Dirk-Jan van Veldhuizen, telephone: +31(0)317-468686 or +31(0)6-53137885.



SENIOR ACCOUNT MANAGER SNACKS

WITH A COMMERCIAL/TECHNICAL MARKET APPROACH HERENTALS – BE

Griffith Foods is a privately held company who has always taken a long-term view and focused on doing what's right for customers, employees and the food industry. Since 1919, they've built a reputation for premier quality and dependability. Griffith Foods will continue to be the product development partner for seasonings, coatings, sauces and other functional ingredients. With a European approach Griffith is looking to expand their market presence with a new proactive Senior Account Manager Snacks. As Account Manager you are responsible for the sales of the full Griffith product portfolio for the Savoury Snacks Market in the Benelux and Scandinavia. You will be comprising and executing the sales plan and proactively look for improvements by value engineering and product mix management.
Consultant: Michiel Dekkers, telephone: +31(0)317-468686 or +31(0)6-86805669.



PRODUCTIEMANAGER

DIE MEEGROEIT MET DE AMBITIES DIE CARGILL HEEFT VOOR DE TOEKOMST DEVENTER

Cargill zet zich met 150.000 werknemers in 70 landen onder andere in om de wereld op een verantwoorde manier van voedsel te voorzien. De Global Business Unit Cargill Cocoa & Chocolate ontwikkelt, produceert en verkoopt wereldwijd vanuit 47 vestigingen cacao-massa, poeder en boter, industriële chocolade, coatings en vullingen. Op de groeiende locatie in Deventer worden halffabricaten (vullingen en coatings) geproduceerd die door haar klanten verwerkt worden in consumentenproducten. Voor deze locatie zijn wij op zoek naar een Productiemanager, die verantwoordelijk zal zijn voor de verwerking van alle verpakte en vloeibare producten. Je rapporteert aan de Plant Manager en geeft zelf direct leiding aan 6 medewerkers en indirect aan 45 operators. Samen zijn jullie gericht op het behalen van doelstellingen op het gebied van kwaliteit, kwantiteit, kosten en leverbetrouwbaarheid.
Consultant: Erik van Bommel, telefoon 0317-468686 of 06-44897165



FOR YOUR NEXT CAREER
MOVE IN FOOD

www.dupp.nl | +31 (0)317 - 46 86 86 | info@dupp.nl | Generaal Foulkesweg 66 | 6703 BW Wageningen



DUURZAAM ONDERNEMEN

WEINIG TOEVOEGINGEN IN VLEES VAN CHATEAU BRIAND SOEST

‘VERS IS ONZE LEIDRAAD’

Een jong bedrijf met jarenlange ervaring timmert aan de weg. Chateau Briand Soest doet geen enkele concessie aan kwaliteit. Hun worsten en gehaktballen zijn pure en smakvolle producten als vanouds.



Wim Voskuilen

‘De infectiedruk blijft met het Nocotech-systeem uitzonderlijk laag’

Chateau Briand Soest werd opgericht in 2018. Desondanks kan het moderne bedrijf bogen op decennia ervaring. In hetzelfde pand had Wim Voskuilen met zijn broer 23 jaar geleden een vleeswarenbedrijf. “We hadden een toonaangevend bedrijf in rookworsten, balletjes gehakt en paardenworst”, blikt Wim Voskuilen terug. “Mijn broer besloot het bedrijf zeven jaar geleden te verkopen.” Wim bleef al die jaren actief elders in de vleesverwerking, tot vorig jaar. Toen benaderde eigenaar Sjan van Ettehoven hem om weer zijn vertrouwde gehaktballen en rookworsten te gaan bereiden in zijn oude pand. Wim stripte het volledig en richtte het helemaal opnieuw in met deels vertrouwde apparatuur, met name de rookkasten, en deels hypermoderne productielijnen.

VLEES ZOALS VROEGER

Bij Chateau Briand Soest staat de smaak en kwaliteit voorop. Op ambachtelijke wijze bereiden zij hun rookworsten, grillworsten, gehaktballen en smakelijke snacks. Met passie, zoveel is duidelijk en volgens aloude recepten met zuivere ingrediënten. “Ik maak geen rookworst die drie maanden houdbaar is”, stelt Wim Voskuilen. “Een karbonade heeft tegenwoordig zoveel toevoegingen, dat ie niet meer lekker is. Wij maken vlees zoals vroeger, zonder lactaten en zuren, lekker vers. Dat proef je.” Partner Wolter Snijder vult aan: “Weten waar het vlees vandaan komt, dier- en milieuvriendelijk, een eerlijk, vers bereid product, met nauwelijks toevoegingen. Iedereen roept het, maar weinigen kunnen het.” Ze houden geen enorme voorraden. Het motto van Chateau Briand Soest is ‘nu bestellen is nu produceren’.

DE KLOEKE KIP

Een mooi voorbeeld van wat Wolter Snijder bedoelt, is de samenwerking met het kippenbedrijf van de familie Kuijpers uit Venlo. “Zij zijn de boer, wij zijn de slager. Dat is de hele keten”, benadrukt hij. “Ze zijn op dit moment een compleet nieuw bedrijf aan het bouwen in Horst



met een uniek concept. De kuikens komen uit het ei in de stal. Ze groeien op in de stal en worden geslacht bij de stal. De dieren worden niet meer vervoerd en dat scheelt naast de milieuwinst ook veel stress voor de dieren. Ze geven gegarandeerd geen antibiotica.” Deze samenwerking krijgt vorm onder de noemer De Kloeke Kip. “De afzender is Chateau Briand, maar het merk is de Kloeke Kip”, verduidelijkt Wim. Belangrijk om te vermelden is dat De Kloeke Kip alles van het dier gebruikt en niet alleen de veelgevraagde kipfilet. “Door dit vierkant verwaarden hebben we geen reststromen meer naar Afrika of import uit India. Het slepen met vlees is niet meer nodig”, aldus Wolter Snijder


BORGEN VAN VOEDSELVEILIGHEID

In januari is het bedrijf van Wolter Snijder samengegaan met Chateau Briand. “Mijn bedrijf in Wollega produceerde allerlei kipproducten. Door de groei die we zagen het afgelopen jaar en die we verwachtten voor de toekomst, hebben we sinds januari de activiteiten van beide bedrijven samengevoegd hier in Soest. Nu kunnen we voedselveilig, met efficiency en met borging van goede kwaliteit produceren in hoge volumes en in nieuwe productgroepen.” De samenwerking is niet uit nood geboren, maar een weloverwogen strategie. “Kwaliteit wint altijd, maar heeft soms meer tijd nodig”, zegt Wim. “Zo ziet de toekomst van de vleesindustrie eruit: mooie producten met oog voor milieu en dierwelzijn, inclusief het borgen

van de voedselveiligheid. Wij zoeken daarin partners, geen leveranciers of afnemers. Partners met dezelfde denkwijze als wij. Zoals Wolter met zijn Kloeke Kip. En Sijmpel Desinfecteren, het bedrijf met een unieke desinfectiemethode voor de productieruimtes. Zij denken mee en ondersteunen ons in het borgen van de voedselveiligheid.”

INFECTIEDRUK LAAG

Wim is overtuigd van de werking van het Nocotech-systeem voor de voedingsmiddelenindustrie. “Als je een regulier desinfectiemiddel gebruikt moet je altijd naspoelen. Nocotech van Sijmpel Desinfecteren produceert een droge damp. Deze komt overal in de afgesloten ruimte, tot in de kleinste uithoeken van de machines en zelfs in de luchtbehandeling. Naspoelen is niet meer nodig. Regelmatig meten we de ruimte op aanwezigheid van bacteriën. Sinds we het Nocotech-systeem inzetten naast de gebruikelijke reiniging, is het totaalkeimgetal altijd nul. Zelfs op de vloer bij het putje meten we nul.” Volgens Wim Voskuilen blijft de infectiedruk met Nocotech uitzonderlijk laag. Als het om voedselveiligheid gaat, zijn de heren van Chateau Briand Soest heel stellig: “Je moet het niet zoeken in de toevoegingen die je doet, maar in de omgeving die je creëert.”

 www.simpeldesinfecteren.nl
www.chateaubriandsoest.nl

EMPACK
THE FUTURE OF PACKAGING TECHNOLOGY

REGISTREER NU
MET CODE: 2007
WWW.EMPACK.NL

's-HERTOGENBOSCH
BRABANTHALLEN
3 & 4 APRIL 2019

IDENTIFICATION & SMART LABELLING

RAW PACKAGING MATERIALS

PACKAGING TECHNOLOGY

ACTIVE & INTELLIGENT PACKAGING

Gelijktijdig met:
VERKEERS LOGISTICS & DISTRIBUTION
Automation

@EmpackNL Empack Nederland @EmpackNL

MINISTER ZIET NIETS IN FOLDERVERBOD VLEES

Minister Schouten gaat supermarkten voorlopig niet verplichten niet meer te stunten met vlees. Dat schreef zij aan de Tweede Kamer als antwoord op Kamervragen van D66-lid Tjeerd de Groot. Hij stelde de Kamervragen nadat stichting Wakker Dier een artikel publiceerde in november 2018 dat supermarkten steeds meer stunten met vlees. De Groot wilde weten of het klopt dat het aantal vleesaanbiedingen van supermarkten in Nederland sinds 2015 fors is gestegen. De minister gaf aan dat het aantal vleesaanbiedingen in de Nederlandse supermarkten niet door de overheid wordt bijgehouden en Wakker Dier noemt in haar berichtgeving geen onderliggende cijfers of onderzoek. Daarom is volgens Schouten de stelling niet te verifiëren. Ze benadrukt wel dat stunten met vlees niet bijdraagt aan de bewustwording van de burger over de waarde van voedsel.

www.rijksoverheid.nl



BEURSNIEUWS

IFFA 2019: MEET THE BEST

Op de IFFA 2019 van 4-9 mei in Frankfurt presenteren machinefabrikanten hun oplossingen voor de veelzijdige eisen van de vleesindustrie. Gezondheidstrends, de integratie van vleesloze alternatieven in het dieet, de wens naar nieuwe smaakbelevingen en veelzijdige verpakkingsvormen en -maten hebben een belangrijke invloed op het consumentengedrag. Seizoensproducten en specialiteiten worden belangrijker, de productlevenscycli steeds korter. Bij de investeringen staan daarom vooral oplossingen voor de procesoptimalisatie, verhoging van de rendabiliteit en totale installatie-efficiëntie centraal.

In 2017 steeg de internationale vraag naar vleesverwerkende machines iets boven het hoge niveau van het voorgaande jaar naar bijna 1,9 miljard euro. Een stijging van 30 procent binnen 10 jaar, becijfert machinebouwvereniging VDMA, partner van de IFFA. Fabrikanten uit Nederland leveren 22 procent van het wereldhandelsvolume.

Onder het motto 'Meet the Best' presenteert de IFFA het gehele spectrum van de vleesindustrie; van handwerk tot hightech. Messe Frankfurt rekent op meer dan 1.000 exposanten uit ongeveer 50 landen. Zij presenteren innovatieve technologieën, trends en toekomstgerichte oplossingen voor alle processtappen binnen de vleesverwerking: van het slachten, uitsnijden, verwerken en veredelen tot aan de verpakking en de verkoop.

www.iffa.com

KIM
NEDERLAND

K.I.M. Nederland B.V.
Tweelingenlaan 144
7324 BP Apeldoorn

T. +31 (0)55 368 91 91
info@kim-nederland.nl
www.kim-nederland.nl

KOEL- EN VRIESHUISBOUW ❄️ ISOLATIESYSTEEMBOUW

Bij K.I.M. Nederland profiteert u van een unieke expertise in de koel- en vrieshuisbouw en isolatiesysteembouw. Deze is volledig afgestemd op uw logistieke organisatie en de actuele marktontwikkelingen in uw branche.

Dat zorgt voor een eindproduct dat exact aansluit op uw eisen en wensen!

TAP
MACHINEBOUW BV

Hamburgervormmachines
Stavenvormmachines
Ballenvormmachines
Verpakkingslijnen
Dekselsluiters
Vulmachines
Ontnesters
Draaitafels

Draaitafel:
- Stilstaande rand (30mm)
- Directe motoraandrijving
- Verstelbare dranger
- Hygiënisch ontwerp
- Ca. 3.7 omw./min.

Diverse modellen o.a.:
DT800 -Blad diameter Ø800
DT1000 -Blad diameter Ø1000
DT1250 -Blad diameter Ø1250
DT1500 -Blad diameter Ø1500
DT2000 -Blad diameter Ø2000

Edisonstraat 7
2723 RS Zoetermeer
T +31 (0)79-3416646

info@tapmachinebouw.nl
www.tapmachinebouw.nl

FIT FOR THE FUTURE DIERENWELZIJN EN/OF DUURZAAMHEID*

(*ONDERSTREEP WAT VAN TOEPASSING IS)

Storteboom Fresh in Putten, onderdeel van het Britse 2 Sisters Food Group, is de meest diervriendelijke pluimveeslachterij van Nederland**. Maar zijn ze ook duurzaam? Algemeen Directeur Harm Laros vertelt over keuzes maken en prioriteiten stellen.

Op het kantoor grenzend aan de moderne productielocatie in Putten, zien we aan de muur zes grote platen met foto's en iconen. Ze vertegenwoordigen de kernwaarden die leidend zijn voor het ondernemerschap van Storteboom. "Het zijn onze DNA-profielen", legt Harm Laros uit. "Iedereen die hier werkt, kent ze en werkt ernaar: klantgericht, gedreven, discipline, resultaatgericht, innovatief en integer. De vlees- en de vissector liggen continu onder een vergrootglas. Dat is niet erg, het houdt ons allemaal scherp. Het betekent wel dat open en eerlijk zijn in onze sector cruciaal is. 'Integriteit

gekoppeld aan transparantie', daar draait het om bij ons. We doen wat we zeggen en we zeggen wat we doen," verduidelijkt hij. "We hebben geen geheimen voor onze klanten.

MODERN SYSTEEM

"We nemen onze verantwoordelijkheid; van ei tot consument", vervolgt Harm als we aan tafel zitten met een kop koffie. "In het begin van de keten kiezen we bijvoorbeeld al voor 'early feeding' waarbij de kuikens uitkomen in stro in plaats van een broedkast. Ze hebben snel de beschikking over voer en water. Dat is natuur-

lijker en diervriendelijker. Ja, het kost wat meer. En 'zorg voor dierenwelzijn' staat inderdaad soms haaks op 'goed zijn voor het milieu'. Een kip die langer leeft én meer ruimte krijgt, heeft nu eenmaal een grotere CO₂ footprint. Toch is dierenwelzijn bij ons een belangrijk aspect als we keuzes voor duurzaamheid maken." Ter illustratie neemt hij me mee naar de laad-docks. Vrachtwagens vol levende kippen rijden er achteruit het dock in. Een modern systeem laadt de containers volledig automatisch en schokvrij uit, er komt geen heftruck aan te pas. De dieren worden vervolgens verdoofd

met een uniek 5-fasen gasverdoovingssysteem. "Anders dan bij de meeste kippenslachterijen wordt bij ons bovendien niet levend gekanteld," zegt Harm. "Wij verdooven ze eerst volledig, pas daarna kantelen we de containers en gaan de kippen verder het proces in."

KETENREGISSEUR

Storteboom noemt zichzelf 'ketenregisseur'. Wat houdt dat in? Harm: "Iedereen in de keten focust zich op het eigen specialisme. Wij houden ondertussen de regie, vanuit het idee 'You don't have to own, to control'. We stellen hoge

kwaliteitseisen aan onze leveranciers en om de kwaliteit te borgen, voeren we zelf geregeld audits uit. We produceren voor het topsegment en de wereldwijde export, zowel vers als diepgevroren. Geen van onze afnemers kunnen zich een schandaal veroorloven. Méér nog dan dierenwelzijn en duurzaamheid, is voedselveiligheid daarom essentieel. Om de voedselveiligheid te borgen, voeren we permanent controleprocedures uit en vindt er systematische verslaglegging plaats. We hebben een eigen ISO 17025 geaccrediteerd laboratorium." Het antibioticagebruik is al een aantal jaren fors

gedaald en wordt niet meer preventief ingezet, alleen wanneer dieren echt ziek zijn.

BETER VERWAARDEN

"Duurzamer produceren betekent voor ons actief zoeken naar manieren om de hele kip beter te verwaarden. Bijvoorbeeld door dijvlees te promoten en gehaktproducten te maken. Met een aantal collega pluimveeslachterijen hebben we een autonoom bedrijf opgericht: Noblesse Proteins. Dit bedrijf is gespecialiseerd in de verwerking van de bijproducten van kip. Er worden pluimveevetten gemaakt, en >>





veer-, bloed- en vleesmeel met hoge gehalten aan hoogwaardige eiwitten. Wereldwijd gebruiken producenten deze eiwitten en vetten als fundamentele ingrediënten in onder andere diervoer en meststoffen.”

ENERGIEVERBRUIK VERMINDEREN

Jaren geleden al ondertekende Storteboom de Meerjarenafspraak energie-efficiency (Mja) en het Mja3-convenant; een afspraak tussen overheid, bedrijfsleven en instellingen om de energie-efficiency van producten, diensten en processen te verbeteren en het gebruik van fossiele brandstoffen terug te dringen. “We hebben ons waterverbruik fors verminderd en in Zeewolde werken we aan een collectief waarin bedrijven gezamenlijk daken beschikbaar stellen voor zonnepanelen. Daarnaast zijn al onze bedrijven ISO 14001-gecertificeerd: we hebben maatregelen genomen voor een zo laag mogelijke geur-emissie en geluidsoverlast voor omwonenden.”

Ketenefficiëntie is één van de pijlers om de doelen van Mja3 te bereiken. “De verschillende schakels in de keten hebben gefragmenteerd gereageerd op duurzaamheid en logistieke verbetering,” vertelt Harm. “Sommige bedrijven zijn verder dan andere en de gekozen oplossingen lopen uiteen. Onze uitdaging als ketenregisseur is de schakels zo aan elkaar te knopen dat de hele keten duurzamer wordt. Het kan gaan om kleine verbeteringen, bijvoorbeeld afspraken maken over het aantal transportbewegingen: liever drie keer per week een volle lading dan zes keer per week een halve.”

KLANTGERICHT

Met een breder assortiment en meer concepten haakt Storteboom sneller in op trends. Harm: “Wat wil de klant? Basis- of 1-ster Beter Leven kip? Een ander ras? Wel of geen vrije uitloop? We kunnen het allemaal op klantvraag invullen. Afgelopen zomer introduceerden we op SIAL het Barnfield-brand. Voorheen boden we alleen

natuurproducten aan. Na het overnemen van de boedel uit een failliet bedrijf, gaan we een stap verder en leveren we ook gegaarde producten. De eindconsument wil kleinere porties. Wij spelen natuurlijk in op deze ontwikkeling; zodat er minder wordt weggegooid. De consequentie van kleinere verpakkingen is echter meer verpakkingsmateriaal. Daarom zoeken we naar duurzame en recyclebare materialen en mogelijkheden. Kortom: het blijft lastig om al die belangrijke aspecten; gezond, voedselveilig, dierenwelzijn én duurzaam - waaronder het verminderen van verspilling- optimaal te krijgen. Je moet constant keuzes maken. Basisuitgangspunt is voor ons: hoe kunnen we, met behoud van dierenwelzijn, onze CO₂-footprint verlagen én goed blijven inspelen op klantwensen.

FIT FOR THE FUTURE

Het ‘Fit’ in de slogan van Storteboom duidt op vitaal, maar ook op ‘het moet passen’, ‘aansluiten op’: op de wensen van leveranciers, afnemers, consumenten én het personeel. “Voor een duurzame inzetbaarheid van ons personeel vinden we scholing heel belangrijk. Iedereen volgt verplicht een e-learningmodule over HACCP en voedselveiligheid, maar er zijn ook scholingsdagen over bijvoorbeeld arbo en machineveiligheid. Ja, ook ik zit er geregeld bij. Je bent nooit uitgeleerd.”

“Wat ik bijzonder vind aan dit werk, is dat we midden in de keten zitten, met dagelijks levende aanvoer en verse afname”, besluit Harm. “Geen dag is hetzelfde, het is een dynamische sector. Dáár sturing aan geven, daarin ligt mijn passie. En ja, ik eet thuis meerdere dagen per week kip. Wat ik het lekkerste gerecht vindt?” Harm lacht en denkt even na. “Ik denk dat ik dan ga voor gewokte pittige kipreepjes.”

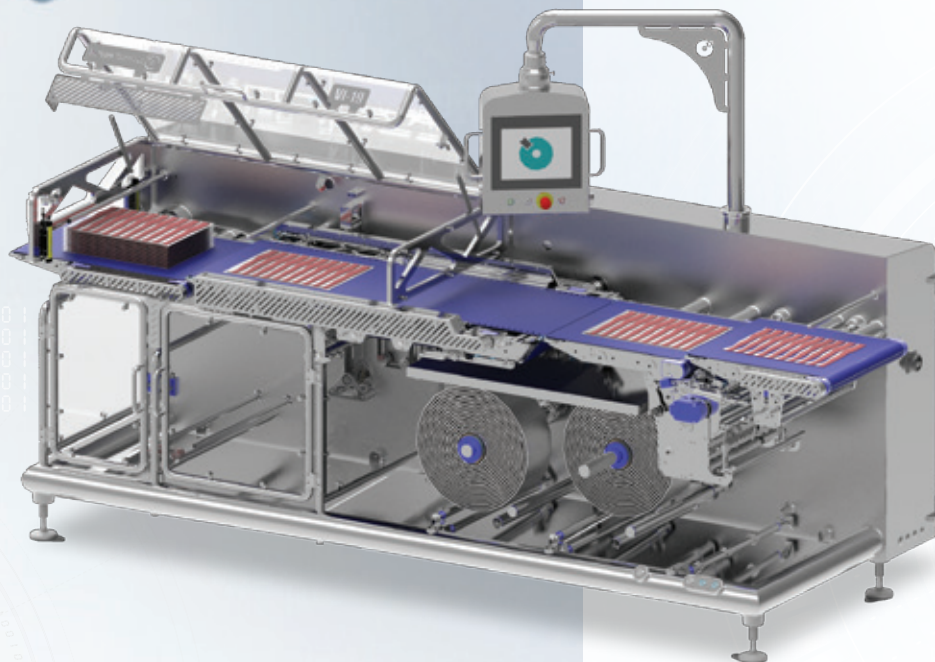
 www.2sistersstorteboom.com

**IN DE NALEEFMONITOR PLUIMVEESLACHTHUIZEN VAN DE NVWA (19-09-2018) SCOORDEN ZE ALS ENIGE OP ALLE VIER DE DIERWELZIJNASPECTEN 100%



*the art of slicing
and interleaving*

Slegers Technique



Slegers Technique presenteert op de IFFA
THE NEXT LEVEL SERIES

VI-19

Underleaver/Stacker
Including Shuttle loader
and intelligent stacker



Wij zien u graag in
hal 11.0 stand C46

IFFA

4. - 9.05.2019
See you in Frankfurt!