



- NICOLE KLEUSKENS
- VLEESHANDEL WILLEMS
- VOEDSEL VAN DE TOEKOMST
- BINNENKIJKEN BIJ YAKULT
- EIWITFUNCTIONALITEIT





QESH MANAGER

DOORTASTENDE MANAGER DIE QESH OP EEN HOGER EN INTERNATIONAAL PLAN TILT

BUNSCHOTEN

De Graaf Bakeries is uitgegroeid tot de grootste speler op de Nederlandse markt. Met ruim 250 medewerkers worden er zoete en hartige snacks gemaakt op de productielocaties in Bunschoten-Spakenburg en Hoogeveen. Alle producten worden nationaal en internationaal geleverd aan retailers, het out-of-home kanaal en ambachtskanaal. Steeds meer klanten in Europa ontdekken hun grote assortiment lekkere producten. Mede door de sterke groei in het buitenland is het bedrijf volop in ontwikkeling. Dit betekent ook veel voor de QESH-afdeling! Om mee te bouwen aan de verdere professionalisering zoeken wij een overtuigende QESH Manager. Deze zelfstandige senior zorgt voor het opstellen, implementeren en bewaken van het kwaliteitsbeleid voor de 2 productielocaties en geeft leiding aan 5 medewerkers. Consultant: Annemarie van den Bos, telefoon 0317-468686 of 06-53310126.



KAM MANAGER

DIE MET WOORD EN DAAD TOEGEVOEGDE WAARDE BIEDT

BEUNINGEN

La Venezia IJs is al ruim 80 jaar een ambachtelijke ijsbereider. Dit familiebedrijf laat al 3 generaties consumenten genieten van heerlijk ijs van hoogwaardige kwaliteit. Vanuit de moderne vestiging in Beuningen levert La Venezia zo'n 250 topproducten aan klanten in de Benelux, en ver daarbuiten. Bij de 30 betrokken medewerkers speelt het ijsmakersambacht en de kennis en kunde een grote rol. Het plezier in het werk en de passie voor ijs kan je proeven. De fabriek wordt op dit moment grondig uitgebouwd en gemoderniseerd met nieuwe productielijnen. Als KAM Manager ben je verantwoordelijk voor het verder uitbouwen van de bestaande managementsystemen. Daarnaast ontwikkel je werkprocessen en ben je betrokken bij het implementeren en borgen van de nieuwe productielijnen. Consultant: Dirk-Jan van Veldhuizen, telefoon 0317-468686 of 06-5313788



PLANT MANAGER

DIE PRESTEERT OP DE KORTE TERMIJN EN BOUWT AAN DE LANGE TERMIJN

BODEGRAVEN

Vergeer Holland is een internationaal opererend familiebedrijf, gespecialiseerd in het rijpen, versnijden en verpakken van kaas. Het is een ambitieuze, ontwikkelingsgerichte organisatie, die retail, out-of-home, industrie, groothandel en kaasspecialzaak van hoogwaardige producten voorziet onder eigen merk en private label. Productie vindt plaats in Reeuwijk (tevens hoofdkantoor) en Woerden; in Bodegraven staat een DC en rijperij. In totaal werken er ruim 550 mensen. Voor de in aanbouw zijnde nieuwe plant in Bodegraven zullen hoogwaardige techniek en automatisering een cruciale positie innemen. Voor deze locatie, waar je tijdens het bouw- en inrichtingstraject al zult instromen, zoeken wij een energieke en integere Plant Manager die verantwoordelijk is voor het optimaal laten functioneren van de gehele plant. Consultant: Erik van Bommel, telefoon 0317-468686 of 06-44897165.



HOOFD BEDRIJFSBUREAU

DIE HET HOOFD KOEL HOUDT IN DIT GROEIENDE EN DYNAMISCHE BEDRIJF

DRONTEN

Fresh Care Convenience is onderdeel van Staay Food Group, een internationale organisatie in verse groente en fruit met eigen teelt en verwerking, die met name levert aan retail en foodservice. Staay Food Group heeft 11 vestigingen, waarvan 7 in Nederland. Bij Fresh Care Convenience in Dronten worden dagverse groenten en fruit verwerkt tot gewassen en gesneden groenten en samengestelde (maaltijd)salades. De hypermoderne fabriek is operationeel sinds 2017. Honderden ingrediënten worden verwerkt tot miljoenen zakken en bakken kant-en-klaar gesneden verse producten. Het Bedrijfsbureau en Expeditie, bestaande uit 16 medewerkers, leiden dit complexe en uitdagende proces van inkoop, productie en transport in goede banen. Om leiding te geven aan dit team, zoeken wij een ervaren Hoofd Bedrijfsbureau. Consultant: Erik van Bommel, telefoon 0317-468686 of 06-44897165.



SHEQ COÖRDINATOR

DIE GAAT DOORGROEIEN NAAR EEN EINDVERANTWOORDELIJKE NATIONALE ROL

EDE

Greif is de wereldleider in industriële verpakkingsproducten en -diensten. Met meer dan 200 operationele locaties in meer dan 50 landen, is Greif gepositioneerd om zowel internationale als regionale klanten van dienst te zijn. In Nederland produceert Greif verpakkingsmaterialen zoals IBC's, vaten en big bags, die veel gebruikt worden in de foodindustrie. Er werken totaal ± 500 medewerkers in de 4 fabrieken en 3 (verkoop)kantoren in Nederland. Op de locatie in Ede worden zowel nieuwe IBC's geproduceerd als gebruikte IBC's gereconditioneerd. Als SHEQ Coördinator ben je in eerste instantie verantwoordelijk voor het verder uitbouwen en structureren van alle SHE gerelateerde processen voor de locatie Ede. Vervolgens implementeer en borg je alle SHEQ aangelegenheden in alle fabrieken en kantoren in Nederland. Consultant: Annemarie van den Bos, telefoon 0317-468686 of 06-53310126.

ALTERNATIEF

Soms moet het even: weg uit de ratrace van agenda's, de dictatuur van de klok, de waan van de dag. Mijn basis-ingrediënten voor een fijne vakantie zijn simpel: een tent, een slaapzak, een matje. Weg van de luxe van bed en badkamer, van het gemak van een keuken met twee ovens, vijf kookpitten, een magnetron, waterkoker, keukenmachine en staafmixer. Gewoon, even terug naar de basis: tijd hebben voor elkaar. En nieuwe dingen ontdekken.

De boodschappen doen we bij voorkeur bij lokale winkeltjes. Maar niet altijd. Want ga maar eens met drie pubers op stap, verstoken van wifi. Om de sfeer ontspannen te houden, maken we geregeld een uitstap naar de bewoonde wereld. Bij de ingang van een mega-supermarkt loggen ze opgelucht in om eindelijk hun snaps en insta en weet-ik-wat te kunnen bijwerken. Wij gaan tussen eindeloze gangen en volgepakte schappen op jacht naar een maaltijd voor die avond. Het blijkt een walhalla voor de nieuwsgierige smaaknomade. Er zijn nieuwe producten, andere ingrediënten, aantrekkelijke verpakkingen, er is eindeloos veel keus.

Maar de kleine koelbox dwingt ons goed na te denken over onze inkopen. Vooral niet teveel, want verse etenswaren en dranken zijn nauwelijks langer dan een dag te bewaren zonder de voedselveiligheid in gevaar te brengen. We hebben één pit om op te koken, en een barbecuetje. We grillen groenten, vis, vlees en af en toe per abuis een insect. Jakkies, een geroosterde sprinkhaan! roepen mijn pubers, duidelijk nog niet toe aan deze alternatieve eiwitbron. En zij zijn echt niet de enige.

Ons landgebruik, en onze voedings- en leefgewoonten moeten flink op de schop. Het IPCC stelt dat 'als we zo doorgaan met het intensieve landgebruik en voedselverspilling, de voedselproductie in 2050 ernstig in gevaar komt'. Maar wie begint? Drie weken een beetje afzien op een camping gaat prima. Maar de luxe waar we zo aan gewend zijn geraakt, helemaal opgeven? Dat is wel even andere koek!

De ingrediënten van die koek zijn niet simpel.

Productontwikkelaars en voedingstechnologen staan voor een enorme uitdaging. Ze zijn op zoek naar nieuwe ingrediënten en alternatieve eiwitten als basis voor producten die én gezond én lekker én duurzaam zijn. De vakantie is voorbij. Nieuwe dingen ontdekken gelukkig niet!

Judith Witte

judith@b2bcommunications.nl



DUPP RECRUITMENT
EXECUTIVE SEARCH
INTERIM MANAGEMENT

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

Inhoud

THEMA: INGREDIËNTEN



TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

INGREDIËNTEN OP DE SCHOP

Minder suiker, zout en vet - méér natuurlijke producten en ingrediënten. Minder vlees en andere dierlijke eiwitten - méér plantaardige alternatieven. Minder bestrijdingsmiddelen en CO₂-uitstoot - méér aandacht voor de natuur en het klimaat. Gelukkig zijn er oplossingen voor dit schaakspel met ingrediënten.

EN VERDER...

OSV netwerk	6
Column Pieter Vos	9
Willems Vleeshandel	22
Column Herman Bessels	25
Voedsel van de toekomst bij Lidl	26
Tentoonstelling NEMO	31
Binnenkijken bij Yakult	38

INTERVIEW

'PRODUCTINFORMATIE IS TRANSPARANTER GEWORDEN'

Nicole Kleuskens, directeur PS in foodservice: "We bestaan nu 10 jaar. In die tijd is het programma steeds verder uitgebouwd. Iedereen wil steeds méér informatie: over gebruikte ingrediënten, herkomst, CO₂ footprint en recepten ter inspiratie. Foodservice loopt in het vastleggen van data voorop. Er worden in de sector grote stappen genomen."



BEDRIJFSREPORTAGE

JONGE GARDE GARANDEERT CONTINUÏTEIT

Bessels architecten & ingenieurs bestaat in oktober 40 jaar. "Mijn ambitie is om nog jaren door te gaan", zegt oprichter en eigenaar Herman Bessels. Maar dat doet hij niet alleen: per 1 september 2019 staan participatiepartners Cordy Volkers en Elko Bootsma zij aan zij naast Herman aan het roer.

WETENSCHAP

PRODUCTONTWIKKELING: EIWITTEN

De aandacht voor duurzaamheid, de zorg om het klimaat en de eigen gezondheid zijn aanjagers voor de ontwikkeling van allerlei nieuwe plantaardige producten. Maar dierlijke eiwitten zijn en gedragen zich niet hetzelfde als plantaardige. Productontwikkelaars bijten zich vast in de zoektocht naar de juiste bite.



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, proces technologie en wetenschap. Meer info: www.vakbladvoedingsindustrie.nl Oplage: 3000. Vakblad **VOEDINGSINDUSTRIE** is een officieel orgaan van de Ondernemers Sociëteit Voedingsindustrie (OSV). **Voorpaginafoto:** ©Yakult **Aan deze uitgave werkten mee:** Mathilde Lentjes, Janneke Vermeulen, Harry van Brandenburg, Maaikie Nieuwland, Theo Verkleij en Anke Janssen. **Vormgeving:** Roy Kempers **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. Prijs per jaar € 80,00 (excl. btw); per los nummer € 15,-. Opzeggen van het abonnement kan alleen schriftelijk en uiterlijk twee maanden voor de eerstvolgende betaaldatum. Abonnementsgeld dient vooruit te worden betaald t.n.v. b2b Communications BV op NL52 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 vervoelvuldigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch of door fotokopieën, opname of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Uitgever en redacteuren verklaren dat deze uitgave op zorgvuldige wijze en naar beste weten is samengesteld, evenwel kunnen zij op geen enkele wijze instaan voor de juistheid of volledigheid van de informatie; zij aanvaarden dan ook geen enkele aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die het gevolg is van handelingen en/of beslissingen die gebaseerd zijn op bedoelde informatie ISSN: 2213-5758.

Mix and match...



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



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



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!



TWEEDE KANS OP EEN **BEZOEK** AAN **DANONE NUTRICIA**

Als je op de A73 rijdt kun je er niet omheen: daar zie je de nieuwste locatie van Danone Nutricia. Ik wilde daar graag eens binnenkijken. Dankzij ons OSV-lid Leopold Hermans van Bedrijvenpark Laarakker, werd die wens afgelopen juni werkelijkheid.

Alle 70 aanwezigen, voornamelijk beslis-sers van foodproducerende bedrijven, waren onder de indruk van de prachtige fabriek in Cuijk. Aan alles is gedacht; de beveiliging is

superscherp, de kans op fouten tot een mini-mum gereduceerd. De automatisering staat op een bijzonder hoog niveau, ook dankzij de inzet van AVG's.

Onze deelnemers vertegenwoordigen uiteenlopende disciplines; van bouw en machine-bouw tot foodproducent en zelfs telers. Zij zijn nieuwsgierig en zaten vol vragen. De begeleiders van de tour genoten van de vaktechnische vragen uit al die verschillende

hoeken, en beantwoordden ze zo goed en volledig mogelijk.

Er was veel animo voor dit bezoek, helaas kon niet iedereen mee. Maar, niet getreurd, we gaan nog een keer!

Wil je mee? Stuur nu alvast een mail naar info@vakbladvoedingsindustrie.nl. Zodra de datum bekend is, nemen we contact met je op.

24 SEPTEMBER BEDRIJFSBEZOEK YAKULT

In 1935 bracht de wetenschapper dr. Minoru Shirota de eerste flesjes Yakult in Japan op de markt. In 1994 werd Yakult voor het eerst in Europa geproduceerd, in Almere. Dat Yakult 25 jaar geleden Almere als Europese productielocatie koos, heeft onder andere te maken met de vereiste kwaliteit van het water. Dit ingrediënt moet zo zuiver mogelijk zijn, mag geen chloor bevatten en de juiste mineralensamenstelling hebben.

Almere is de productielocatie voor de hele Europese markt. Wereldwijd drinken 40 miljoen mensen het gefermenteerde zuivel drankje Yakult. Ruim een miljoen flesjes Yakult rollen dagelijks van de band. Het productieproces start met een klein buisje bacteriën van het moederbedrijf uit Japan.

Ga mee en beleef het verhaal van Yakult; het kleine flesje met een groot verhaal.

LEZING IJSBRAND VELZEBOER

Om dit bezoek nog interessanter te maken, hebben we IJsbrand Velzeboer, levensmiddelentechnoloog en directeur van Scienta nova, uitgenodigd om een lezing te geven. Hij staat stil bij onder andere de volgende onderwerpen: het nut van een gezond microbioom, de reden voor het hoge suikergehalte van Yakult, gezond leven en de behandeling van eetlustremmers en eetlustopwekkers en de voordelen en risico's van combinatievoedsel.

Hier wil jij toch ook bij zijn?

Reageer snel want van de 60 plaatsen zijn er nog slechts 10 beschikbaar!

Voor dit bezoek worden geen kosten in rekening gebracht. Lees ook het artikel op pagina 38 van deze editie.

 www.OSVnetwerk.com



TOEVAL BESTAAT NIET

Heb je dat ook wel eens, dat alle puzzelstukjes in elkaar vallen, zonder dat je überhaupt wist dat je aan het puzzelen was? Dat gebeurt bij mij regelmatig.

Zo kreeg ik in de zomermaanden een mail van de projectleider van het field lab Smart Food Processing. Op 1 oktober a.s. wordt dit officieel geopend, als nieuw onderdeel van Food-Tech Brainport in Helmond. Hij vroeg of we interesse hebben om met de OSV in dit field lab een exclusieve workshop bij te wonen. Onderwerp: de (on)mogelijkheden van collaboratieve robots in de voedselverwerkende industrie.

Daar hoefde ik niet over na te denken. Hoe meer vragen we hierover kunnen beantwoorden en hoe meer taboes we kunnen doorbreken, des te liever het me is. Daar komt bij dat ze de kennismakingssessies en ondersteuning naar implementatie kosteloos aanbieden aan MKB-ers. Zij hebben de faciliteiten en de kennis, wij de contacten in en met de markt.

Wij zijn altijd op zoek naar praktische ondersteuning voor onze leden en lezers, dus dit ligt helemaal in ons straatje. Het volgende puzzelstukje dat op zijn plek valt, is dat het ook prima past in het thema van onze oktober-editie. Je raadt het al... Smart Industry. Daarin stellen we het nieuwe field lab uitgebreid aan jullie voor en geven we de laatste stand van zaken op het gebied van verregaande automatisering, robotisering en digitalisering.

Nog een puzzelstukje dat naadloos past: een nieuw initiatief van ons vakblad met de ING: het CEO-diner, waarin we met een aantal CEO's van foodproducerende bedrijven sparren en ervaringen delen rondom actuele kwesties, deze keer: Smart Industry.

Ik ga lekker verder puzzelen!

Saskia Stender





PROCESOPTIMALISATIE
EÉN MACHINE, GROTE VARIATIE

Vleesbedrijf De Vries uit Veenwouden levert een breed assortiment hoogwaardige vleesproducten aan horeca en groothandel. Eigenaar Mindert de Vries: "Klanten vragen een steeds breder assortiment én grotere flexibiliteit. Daarbij moeten we scherp blijven op productiviteit en efficiency. We gebruiken voor de verscheidenheid aan producten veel verschillende machines. Dat wilde ik anders. Van collega-slaggers had ik goede verhalen gehoord over Simatec uit Almelo. Egbert Roerink heeft samen met ons het productieproces bekeken en ik heb om zijn visie gevraagd." Onlangs leverde en installeerde Simatec een Treif Puma. "Na een duidelijke en prettige instructie door de Simatec-monteur, waren de collega's die met de machine werken, erg enthousiast. We kunnen nu op één machine een grote variatie aan producten maken. Met het touchscreen zijn de programma's voor de verschillende producten eenvoudig op te roepen. Super om te zien dat procesoptimalisatie en ambachtelijkheid elkaar niet in de weg hoeven te staan".

www.simatec.nl

PRODUCTONTWIKKELING
MOVING MOUNTAINS

Plantaardige eiwitten worden steeds populairder en winnen snel marktaandeel. Jan Zandbergen is de exclusieve EU (behalve Groot-Brittannië) distributeur van de plantaardige producten van Moving Mountains Foods. Het ultieme doel van Moving Mountains is het creëren van vleesvervangers die niet alleen populair zijn bij vegetariërs en veganisten, maar die ook door flexitariërs en vleesliefhebbers enorm gewaardeerd worden. Om dit te bereiken ontwikkelt Moving Mountains producten die qua uiterlijk, smaak, geur en bite zo dicht mogelijk in de buurt van dierlijk vlees komen. Momenteel zijn er plant-based burgers en hot dogs beschikbaar. Moving Mountains® is volop bezig



met de ontwikkeling van verschillende andere alternatieve vleesproducten.

www.janzandbergen.nl

CIJFERS & FEITEN
VLEESVERVANGERS IN OPKOMST

Het aantal verkochte vleesvervangers in de supermarkt is sinds 2017 met 51 procent gestegen. Die stijging gaat ten koste van de verkoop van echt vlees. Dat meldt onderzoeksbureau IRI. Bij AH steeg sinds 2016 het aantal vegetarische opties met 33 procent naar 100 verschillende producten en bij Jumbo liggen 200 verschillende producten in de winkel. Afgelopen 52 weken werd er voor 2,6 miljard euro aan vleesproducten uitgegeven, waarvan 123 miljoen aan vleesvervangers. Dat is goed voor 4,5 procent. Marktleider op het gebied van vleesvervangers is Vion. Opkomend is het merk Beyond Meat, dat momenteel een vleesvervangerfabriek bouwt in Nederland. Beyond Meat wordt vanaf halverwege september opgenomen in gerechten van HelloFresh.

www.iriworldwide.com

CONGRES
FOOD FROM FOOD CONGRES



Hoe kunnen we gezamenlijk voedselverspilling tegengaan? Een van die oplossingen zit in het verwaarden van nevenstromen. Tijdens een congres op maandag 23 september bij Food Tech Brainport in Helmond presenteert Food from Food voedingsmiddelen die verkregen zijn uit plantaardige nevenstromen. Verschillende bedrijven presenteren hun ontwikkelde producten, die u uiteraard ook kunt proeven! Na een plenaire sessie zal er een

rondgang plaatsvinden langs een tiental bedrijven die hun project presenteren rondom het tegengaan van voedselverspilling en het opbouwen van nieuwe businesscases. Deze rondgang is opgesplitst in drie thema's: fruitnevenstromen, fermentatie en nieuwe vezelrijke en/of eiwitrijke ingrediënten uit nevenstromen. Het congres wordt afgesloten worden met een netwerkborrel.

www.foodfromfood.eu

PRODUCTONTWIKKELING
VEGANISTISCH WORSTJE MET MEATLESS VEZELS

Het ontwikkelen van een vegan worst is geen gemakkelijke opgave, weet Jos Hugense, CEO bij Meatless. "Een hotdog of rookworst van vlees heeft een specifieke en herkenbare smaak, is sappig, stevig en niet rubberachtig. Die specifieke textuur wilden we nabootsen; met uitsluitend plantaardige ingrediënten." Er werd een paar jaar aan de ontwikkeling van de worst gewerkt, met gebruik van klassieke vleestechnologie. "Het nieuwe worstje is uitsluitend gemaakt van 'whole food' rijst- en veldbonenmeel. Net als voor het maken van een vleesworstje, heb je een cutter en een gehaktmolen nodig, meer niet. Dit proces is gemakkelijk opschaalbaar tot een 300 liter vacuüm cutter of groter." Kijk op de site voor een illustratief filmpje van het proces.

www.meatless.nl

TIJD EN AFSTAND

Vakantie is voor mij de tijd nemen om 'pas op de plaats' te maken. Ergens op zo'n rustig moment waarop ik me niet bezig hou met verleden of toekomst, althans niet verder dan de maaltijd van vanavond, vraagt mijn zoon me: "Waarom komen de boontjes die we eten eigenlijk helemaal uit Marokko?" Ik kijk hem aan en ben stil.

Ik heb zo gauw geen goed antwoord. Wel, net als hij, heel veel vragen. We hebben zelf zoveel groenten hier in Nederland; waarom laten we voedsel zoveel kilometers afleggen voor het bij ons op het bord ligt? Als het graan uit de Oekraïne komt en de specerijen uit India of Zuid-Amerika, loopt de afgelegde afstand van een peperkoek flink op. Sta jij er als ondernemer wel eens bij stil hoe duurzaam de ingrediënten zijn die je gebruikt in je productie? Waar let je op bij de inkoop, wat laat je meewegen? Schema's als IFS, BRC en audits van Risk Plaza houden rekening met voedselveiligheid en fraude-risico's, niet met duurzaamheid. Kostenreductie is vaak belangrijker. Alleen als dat expliciet onderdeel uitmaakt van jouw visie op MVO, zal de afdeling inkoop iets over een CO₂-footprint tegen het licht houden.

Laat je dat wél meewegen, bijvoorbeeld door te kiezen voor grondstoffen uit Europa, dan bouw je ook andere zekerheden in: door Europese richtlijnen is er minder kans op fraude, zijn er minder controles en aanvullende onderzoeken nodig, heb je meer garantie op een constante kwaliteit. En een duurzamer eindproduct.

Overheid, producenten, retailers, consumenten; we zijn allemaal verantwoordelijk. Ik besluit dichtbij te beginnen. Ook als lab ga ik nóg bewuster keuzes maken voor zaken met een lagere CO₂ footprint. Niet alleen voor mezelf en niet uit idealisme. Gewoon: voor mijn zoon, zijn vrienden, hun kinderen. Voor een leefbare wereld, ook als mijn tijd er straks op zit.

Pieter Vos
Directeur Nutrilab





‘Transparantie is nodig, ook om een bepaalde prijs te rechtvaardigen’

NICOLE KLEUSKENS:

‘PRODUCTINFORMATIE IS TRANSPARANTER GEWORDEN’

Voedingsproducten bestaan uit ingrediënten, die gezamenlijk waarde hebben.

Vanzelfsprekend voedingswaarde, maar er is meer. Zoals de gevoelswaarde en CO₂ waarde.

Voor de waarde-creatie, marketing en transparantie is betrouwbare productinformatie essentieel. En daar komt PS in foodservice, dat nu 10 jaar bestaat, om de hoek kijken.

Niet alleen de smaak, kleur, geur en bite van voeding geven producten gevoelswaarde; ook waar de ingrediënten vandaan komen, kan een grote invloed daarop hebben. En wat dacht je van het wéglaten van ingrediënten: minder, of geen, zout, suiker, allergenen en/of conserveringsmiddelen doet een product flink in waarde toenemen. Nieuw is de CO₂-waarde, ofwel footprint van een product. Is deze waarde hoog, dan daalt het product op de ladder van ‘sociaal-wenselijk’. Steeds meer verwerkers en verkopers van voeding willen

hun klanten hierover kunnen informeren. En in sommige gevallen zijn ze dat zelfs verplicht. Nicole Kleuskens, die in 2009 startte met PS in foodservice, weet er alles van.

WAT WAS JOUW DRIVE OM PS IN FOODSERVICE TE STARTEN?

“Foodservice moest veel generieke informatie verwerken, er lag continu een berg papierwerk. Groothandels hanteerden allemaal ongeveer dezelfde formulieren voor hun toeleveranciers. Die moesten al die formulieren handmatig

invullen, waarna de groothandel de data overtikten voor hun eigen database. Niet handig of overzichtelijk. Wij besloten die data centraal te verzamelen en de bronbestanden te digitaliseren. De reacties waren gelijk positief, er was blijkbaar veel behoefte aan. Eind 2014 kreeg PS in foodservice een enorme boost; door nieuwe Europese wetgeving die ondernemers verplichtte om consumenten allergeneninformatie te verstrekken. De info moet direct beschikbaar zijn als een gast of consument daarom vraagt. Daarmee werd

>>



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



Zoekt u een gereviseerde, originele MULTIVAC verpakkingsmachine in plaats van een splinternieuwe?

Kijk dan op:
www.gebruiktemultivac.nl

Naast tweedehands dieptrekverpakkingsmachines, traysealers, vacuüm kamermachines vindt u op www.gebruiktemultivac.nl ook etiketteerapparatuur, portioneer- en slicing machines, handlingsystemen en kwaliteitscontroleapparatuur.

Allemaal gereviseerd met originele MULTIVAC onderdelen.

WWW.GEBRUIKTEMULTIVAC.NL




een actuele, betrouwbare database zelfs een vereiste en wij hadden daarvoor inmiddels een solide basis gelegd. In de loop der jaren is het programma steeds verder uitgebouwd, want er wordt steeds meer informatie gevraagd: denk aan herkomst, certificaten en het verhaal van het product, maar ook het kunnen zien van foto's en recepten, ter inspiratie. Foodservice loopt in het vastleggen van al die data voorop. Er worden in deze sector grote stappen genomen."

'Per maand worden er in PS zo'n 23.000 mutaties verwerkt'

HOE VERKLAAR JE DAT?

"Deels door de PIANOo-richtlijnen. De overheid eist van de foodservice dat ze maatschappelijk verantwoord inkopen. PIANOo, het Expertisecentrum Aanbesteden van het ministerie van Economische Zaken en Klimaat, heeft als taak die inkopen en aanbestedingen bij alle overheden te professionaliseren. Bij aanbestedingen is er in deze branche dus een dwingend kader; waarin scherp wordt gekeken naar wat je als cateraar aanbiedt, hoe gezond en duurzaam je assortiment is en welke acties je neemt om jouw assortiment nóg duurzamer en gezonder te maken. Het is daarmee een onderdeel van hun onderscheidend vermogen. De foodservice eist op zijn beurt weer van hún toeleveranciers dat er voldoende aanvullende informatie beschikbaar is, zodat ze kunnen aantonen aan de PIANOo-eisen te voldoen. Door de productinformatie overzichtelijk aan te bieden, ondersteunen we groothandels en foodservice bij het maken van gezon-

dere keuzes. Op dit moment breiden we ons zoekstelsel uit waardoor kiezen voor hen nog gemakkelijker wordt. Ze kunnen gericht zoeken op producten die hoog in vezels zijn bijvoorbeeld, of laag in zout."

PS IN FOODSERVICE IS NIET DE ENIGE CENTRALE DATABANK VOOR PRODUCTINFORMATIE. GS1 VERZAMELT EN BORGT OOK DATA. WAT ZIJN DE VERSCHILLEN TUSSEN DEZE ORGANISATIES?

"Bij GS1 ligt de focus bij supermarkten. Het is ook de enige organisatie wereldwijd die barcodes mag uitgeven. De doelgroep van PS is van oorsprong de foodservice. Wij geven transparante productinformatie van voeding, drank en non-food voor iedereen in de foodketen. Elke producent, boer of tuinder kan zijn productinformatie borgen bij PS. Wat we wel zien is dat de doelgroepen gaan vervagen, het is allemaal niet meer zo zwart-wit als 10 jaar geleden.

Er zit een verschil in de informatie die wij bieden en GS1 biedt. Wettelijk is vastgesteld wat je moet declareren en hoe, maar ook wat er niet op het etiket mag. Vezels vermelden is bijvoorbeeld optioneel, de hoeveelheid eiwitten is verplicht, maar de verhouding tussen plantaardig en dierlijk eiwit mag je niet vermelden. In GS1 kunnen producenten alleen invoeren wat er verplicht op het etiket moet staan; in PS kun je daarnaast veel meer productinhoudelijke informatie kwijt. Zoals wat er in het product aan vitamines en eiwitten zit, wat het percentage plantaardig en dierlijk eiwit is, of er toegevoegd suiker of zout in zit of er keurmerken zijn, en zelfs recepturen en serveersuggesties. Kortom, ook informatie die je niet in de verplichte ingrediëntendeclaratie kwijt kan."

JE BENT CONTINU BEZIG MET INGREDIËNTEN. WAT ZIJN DE BELANGRIJKSTE TRENDS?

"Per maand worden er in PS zo'n 23.000 mutaties verwerkt, dat is ongeveer 10% van de

producten in de database. We zien vooral dat er ingrediënten uit producten worden geschrapt. Vaak zit het in nuances: het gaat om een beetje minder zout, suiker en/of vet, of dierlijk eiwit wordt vervangen door plantaardig, zodat het vegan mag heten. Door 'herformulering' verdwijnen E-nummers die meestal worden vervangen door een alternatief. Allergenen, voor zover ze voor het product niet noodzakelijk zijn, probeert men vaker te elimineren. Aanvullingen in de database zijn er ook, maar dan gaat het vooral om het toevoegen van achtergrondinformatie. Ook zijn er mutaties omdat producenten de grondstoffen meer uit de regio halen. Dat verlaagt in veel gevallen de CO₂-footprint per product; een cijfer dat steeds waardevoller wordt voor eindgebruikers, producenten en toeleveranciers."

"Opvallend is dat de afgelopen 10 jaar productinformatie veel transparanter is geworden. Producenten zien in dat het hen kan helpen bij het verbeteren van hun concurrentiepositie. Ook zijn ze om die reden opener en eerlijker over hoe hun product is opgebouwd; niet omdat ze dat wettelijk verplicht zijn, maar gestimuleerd vanuit een intrinsieke motivatie. De cateraar redeneert zo: 'Ben je niet transparant? Dan pas je misschien niet bij mij. En als ik te veel moeite moet doen om de voor mij noodzakelijke informatie boven tafel te krijgen, zoek ik wel een ander.' Transparantie is dus nodig, ook om een bepaalde prijs te rechtvaardigen. In de horeca is hierin nog een wereld te winnen."

'Ik vind dat we meer kennis met elkaar moeten delen'

WAAR KAN JIJ JE BOOS OVER MAKEN?

"Gezonde voeding is essentieel om je goed te voelen. Helaas remt de Levensmiddelenwetgeving, ooit ontstaan om eerlijke handel te bedrijven, op dit moment mooie innovaties op het gebied van een gezonder en duurzamer assortiment. Veganistische kaas bijvoorbeeld, mag binnen de Europese Unie na een rechtszaak bij het Hof van Justitie niet meer onder de noemer 'kaas' verkocht worden. Vanwege 'verwarringsgevaar'! Producenten moeten zich vervolgens in allerlei bochten wringen om hun nieuwe product in het winkelassortiment te positioneren. Dan moet het 'broodbeleg met plantaardige olie' heten ofzo. Ik vraag me werkelijk af of de consument het allemaal nog snapt, de verwarring wordt naar mijn idee alleen maar groter."

OVER VERWARRING GESPROKEN: ER IS IN NEDERLAND VEEL TE DOEN OVER HET VOEDSELKEUZELOGO DAT EEN 'GEZONDHEIDSWAARDE' AAN EEN PRODUCT GEEFT. KUNNEN JULLIE KLANTEN IN PS ZIEN OF EEN PRODUCT EEN A OF D KRIJGT IN DE NUTRI-SCORE, OF EEN HARTJE VOLGENS HET FINSE SYSTEEM?

"Welk gezondheidsbevorderend voedselkeuze-logo in Nederland wordt ingevoerd, is een flink punt van discussie. Pas eind van dit jaar maakt het ministerie van VWS bekend welke het wordt: het Britse Verkeerslicht, het Scandinavische Keyhole, het Italiaanse Gaining Health of het Finse Heart Symbol? Geen idee. Het is natuurlijk niet handig dat er zoveel verschillende logo's en afspraken zijn. Zelfs binnen de Benelux is er geen eenheid. Ondertussen willen producenten en supermarkten er niet meer op wachten. Hak en Nestlé zetten tegen de zin van het ministerie de Nutri-Score nu al op hun producten. En Albert Heijn voegde het in juli toe aan alle producten op hun bestelsite. Ook wij zullen, wat het ministerie ook besluit, de producenten zelf, foodservice en cateraars inzicht gaan geven. We gaan proberen meerdere voedselkeuze-

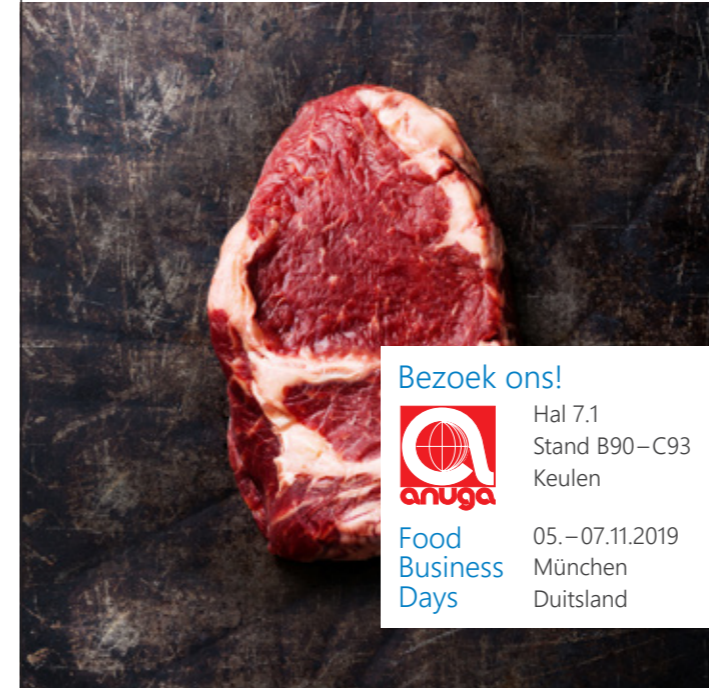


logo's te laten zien; de algoritmes daarvoor zijn we nu aan het toevoegen. Ons doel is om deze eind dit jaar te kunnen tonen. Dan bestaan we 10 jaar; een mooi cadeautje voor producenten."

WAT ZIJN DE TOEKOMSTPLANNEN VOOR PS IN FOODSERVICE?

"Ik vind dat we meer kennis met elkaar moeten delen. In de markt zijn veel deskundigen, ook in ons eigen netwerk, alleen bereikt die kennis de producenten vaak niet. Daarom gaan we komend jaar meer organiseren om ze met elkaar in contact te brengen. Nu al geven we workshops voor producenten, want het is best een klus om de juiste info in te voeren én te onderhouden. We leren ze wat het nut en de noodzaak is van het borgen van productinformatie in PS, en hoe je dat helpt bij het positioneren van je product. Maar we bieden ze ook een platform waar ze elkaar kunnen ontmoeten: om van elkaar en elkaars ervaringen te kunnen leren."

www.psinfoodservice.com



Bezoek ons!

 Hal 7.1
 Stand B90-C93
 Keulen
Food Business Days 05.-07.11.2019
 München
 Duitsland

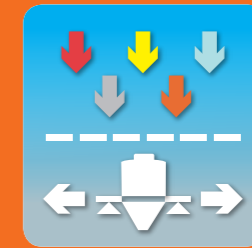
Hoeveel begrijpt uw software van vlees?

Die van ons een heleboel.

Branche specifieke processen, integratie van machines en fabrieken, monitoring en reporting, traceerbaarheid, receptueroptimalisatie, kwaliteitsmanagement en veel meer. Het CSB-System is de ondernemingssoftware voor de vleesbranche. Het dekt als totaal oplossing ERP, FACTORY ERP en het MES af. En daarbij zijn Best Practice Standards al behaald.

Wilt u precies weten waarom brancheleiders op CSB inzetten?

www.csb.com



Automatische batch voorbereiding

AZO COMPONENTER®

Flexibel automatiseren van kleincomponenten

- betrouwbaar
- nauwkeurig
- traceerbaar



AZO®
www.azo.com

TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

ZOEKEN NAAR DE BALANS

Minder suiker, zout en vet - meer natuurlijke producten en ingrediënten. Minder vlees en andere dierlijke eiwitten - meer plantaardige alternatieven. Minder bestrijdingsmiddelen en CO₂-uitstoot - meer aandacht voor de natuur en het klimaat. Al met al bezorgt dit schaakspel met ingrediënten en 'herformuleren' de branche heel wat hoofdbreken.

In 2009 kreeg de clean label trend een enorme boost in West-Europa. Het aantal nieuwe productontwikkelingen steeg van 6.000 naar 10.000 (Bron: Innova Market Insights). Wereldwijd steeg het aandeel van producten met een 'organic claim' van 6,3% in het eerst halfjaar van 2013 naar 9,5% in het eerste halfjaar van 2015. Alternatieve conserveringsmiddelen stonden op nummer 4 in de top 5 van de belangrijkste trends voor 2016. Nog steeds zijn dit hoofdthema's in 2019. Gunstig daarbij is dat 'de avontuurlijke consument' op 1 staat. We zijn in voor nieuwe smaken, voor frisse sensaties en vernieuwende producten. De consument staat dus wel open voor de innovaties waarmee de producenten hen willen verrassen. Maar vleesvariëaties zijn daarbij minder welkom: wereldwijd zijn merken hun assortiment aan het 'vergroenen' met plantaardige opties. Voor alles is al wel een alternatief op de markt: er zijn alternatieve melkproducten, alternatieve eiwitbronnen, alternatieve zoetstoffen. Producenten zijn nog lang niet

uitontwikkeld, de consument nog lang niet verzadigd in zijn honger naar 'anders'. Zo blijft de industrie zoeken naar goede alternatieven voor suiker. Nestlé ontwierp een zogenaamd 'hol' suikermolecuul - wel de zoete smaak, maar met minder calorieën. Bij Unilever hopen ze in de nabije toekomst nog meer uit stevia te kunnen halen.

BACK TO BASIC

Het concept 'clean label' is overigens niet zo eenduidig als de term 'clean' doet vermoeden. Het kan verwijzen naar de eliminatie van chemisch klinkende of kunstmatige ingrediënten uit de ingrediëntendeclaratie, maar ook naar het gebruik van makkelijkere woorden voor de ingrediënten, zodat ze natuurlijker klinken en ook voor een leek te begrijpen zijn. Een derde invulling is dat er steeds vaker op een etiket staat wat er vooral niet in het product zit: vrij van/ free from. Kortom: de consument zegt 'Back to basic' te willen, bij voorkeur met een hoge mate van

authenticiteit en natuurlijkheid. Het vereenvoudigen van recepturen en meer aandacht voor lokale grondstoffen zijn manieren om als voedingsproducent in te spelen op deze trend. Een algemene reductie van het aantal te gebruiken ingrediënten heeft de plaats ingenomen van het (louter) wegwerken van het aantal E-nummers. De clean labelling trend is te zien als een wake-up call voor voedingsmiddelenproducenten: zij moeten ingrediënten opnieuw onderzoeken, hun producten aanpassen. Dat is minder eenvoudig dan veel consumenten denken, want de invloed van een enkel additief op smaak, bite, kleur, houdbaarheid en voedselveiligheid kan groot zijn.

PRODUCTINNOVATIE

Honig, onderdeel van KraftHeinz, startte vijf jaar geleden met een uitgebreid traject van productverbetering om hun maaltijdmixen aan te passen. Het begon met een consumentenonderzoek om te achterhalen welk beeld er bestaat van natuurlijkheid en gezondheid >>

NUTRI-SCORE



SISMATEC

process & packaging solutions



BEREIDEN MET SISMATEC

MENGEN, CUTTEREN EN VERWARMEN



Stephan
food processing machinery

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

in relatie tot hun producten, en in welke mate clean label toegevoegde waarde kan opleveren. Respondenten bleken gezondheid, natuurlijkheid en voedingswaarde steeds belangrijker te vinden. Honig nam 35 verschillende producten, vooral maaltijdmixen en instantsoepen, onder de loep en verving waar mogelijk E-nummers door natuurlijke stoffen. De smaak mocht uiteraard door de nieuwe samenstelling niet veranderen. Het duurde dan ook twee jaar voordat de vernieuwde recepten op de markt kwamen.

INGREDIËNTENCHECKER

Niet alleen commerciële bedrijven spelen in op de toenemende aandacht voor ingrediënten. Ir. Wieke van der Vossen is expert voedselveiligheid & etikettering en projectleider van de ingrediëntenchecker van het Voedingencentrum. "Op verzoek van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport hebben wij de 'Kies ik gezond?' -app' ontwikkeld. Bij de

introductie werd vanuit verschillende partijen duidelijk dat er behoefte bestaat aan informatie over ingrediënten. Om daaraan tegemoet te komen hebben wij binnen de app de ingrediëntenchecker gebouwd, bestemd voor iedereen die op een ingrediënt moet of wil letten. Gebruikers kunnen kiezen uit honderden verschillende ingrediënten en allergenen. In een oogopslag zie je of een bepaald product een ingrediënt bevat. De checker maakt de relatief moeilijke zoektocht eenvoudig. Neem bijvoorbeeld suiker: op het etiket kan dit vermeld staan als maltose, trehalose, melasse of agaveconcentraat. Wil je bij de aankoop van producten letten op toegevoegd suiker, dan filtert de app dit er allemaal uit, en is suiker voortaan makkelijk te herkennen."

Correcte data en heldere communicatie zijn van groot belang volgens de deskundige. "Via een datasysteem krijgen wij bij het Voedingencentrum elke dag nieuwe informatie binnen

vanuit de voedingsmiddelenindustrie over de ingrediënten die zij gebruiken. Wij gebruiken die data in ons werk. Wat mij opvalt, is dat de data niet altijd correct is. Mijn tip aan de industrie is dan ook om voldoende aandacht te besteden aan de online etiketinformatie. Ook die informatie moet kloppen, want deze komt net zo goed rechtstreeks bij de consument terecht."

NUTRI-SCORE SCOORT

Sinds het groene - lees lastig te interpreteren - vinkje na tien jaar roemloos ten onder ging, is nog steeds niet bekend welk label in Nederland daarvoor in de plaats komt. De Consumentenbond maakt zich hard voor de Nutri-Score, een in Frankrijk ontwikkeld voedselkeuzelogo. Het geeft met de verkeerslichtkleuren groen, rood en oranje en de letters A tot en met E aan hoe gezond dan wel ongezond een product is. Het totaaloordeel wordt bepaald door de hoeveelheid calorieën, suiker, zout, vet, eiwitten, vezels, fruit, groente, noten en peulvruchten in het product. Producten krijgen punten op basis van de voedingswaarde en gebruikte ingrediënten: negatieve punten voor ongezonde en positieve punten voor gezonde voedingsstoffen. Op basis van de totaalscore volgt een A, B, C, D of E. Handig, pleit de Consumentenbond, want dan zijn producten uit eenzelfde categorie onderling makkelijker te vergelijken en hoef je daarvoor niet de kleine letters en onduidelijke termen te bestuderen. Zo'n logo maakt ook gelijk helder of bepaalde marketingtermen op de voorkant van verpakkingen al dan niet misleidend zijn.

WORDT VERVOLGD...

Voedingsmiddelenproducent Nestlé heeft al bevestigd dat ze in zoveel mogelijk landen de Nutri-Score gaan invoeren. In Nederland is daar vooralsnog geen sprake van, want het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport houdt de invoering tegen. Staatssecretaris Paul Blokhuis dreigt de invoering af te



ProDoor
PREMIUM INDUSTRIËLE DEUROPLLOSSINGEN

Wij creëren en realiseren samen met u doorgangen met industriële deuren in geconditioneerde productie- en logistieke ruimten in de voedingsindustrie. Laat ons meedenken met uw bouwteam.

Nieuwbouw en Service

één aanspreekpunt voor al uw industriële deuren in de voedingsindustrie



LUCHTDEUREN SNELLOOPDEUREN KOEL- EN VRIESDEUREN BRANDDEUREN SECTIONAALDEUREN DOCK EQUIPMENT

Kernwaarden



Betrokken



Bekwaam



Betrouwbaar



Betaalbaar



Klanttevredenheid

Prodoor Benelux BV - Schumanpark 127 - 7336 AS Apeldoorn - 055-5767515 - info@prodoor.nl - www.prodoor.nl



© TADA IMAGES/SHUTTERSTOCK.COM

Thema: ingrediënten

schaffen 'als een niet toegelaten claim'. Hij laat momenteel onderzoeken hoe verschillende logosystemen, waaronder Nutri-Score, aansluiten bij de Nederlandse voedingsrichtlijnen en dus een goed systeem zijn voor Nederlandse consumenten om gezonder te kiezen. Blokhuis vindt het 'geen slimme zet van bedrijven om op de zaken vooruit te lopen.' Groentefabrikant HAK trekt zich daar niets van aan: vanaf 1 september voert het bedrijf het Nutri-Scorelogo in op al haar producten in Nederland. Wordt vervolgd. Eind 2019 geeft de staatssecretaris uitsluitel over de beslissing.

Met het oog op klimaatverandering en het verminderen van de vleesconsumptie is er ook steeds meer aandacht en vraag naar insecten als hoogwaardige nieuwe grondstof; voor humane consumptie, en zeker voor diervoeder. Op dit moment is het in de Europese Unie toegestaan om insectenmeel te gebruiken in de voeding van kweekvis en huisdieren. Het is nog niet toegestaan om insectenmeel aan varkens, kippen of rundvee te voeren. Hiervoor moet de EU wetgeving aangepast worden. Het voeren van insectenolie en levende insecten is wel toegestaan bij kippen, varkens en koeien. Het International Platform of Insects for Food and Feed (IPIFF) is een non-profit organisatie die de belangen behartigt van insectenproducten. In een recent visierapport beschrijven ze de kansen en uitdagingen voor de commerciële insectenkweek in Europa tussen nu en 2030. Half augustus verscheen er een update over de wetten en bepalingen die relevant zijn voor insectenkweek voor humane voeding. Ze verwachten dat de eerste autorisaties voor toelating van insecten als novel food in de Europese Unie al in 2020 gegeven worden. Momenteel (1 augustus 2019) zijn er twintig aanvragen ingediend voor toelating van insecten als traditionele levensmiddelen uit derde landen. Het gaat onder andere om meelwormen, krekels, de trek-sprinkhaan en



honingbij-poppen (samenvattingen zijn gepubliceerd op het webportaal van de Europese Commissie (EC) [www.ec.europa.eu] onder de rubriek novel food).

PLANTAARDIGE INGREDIËNTEN

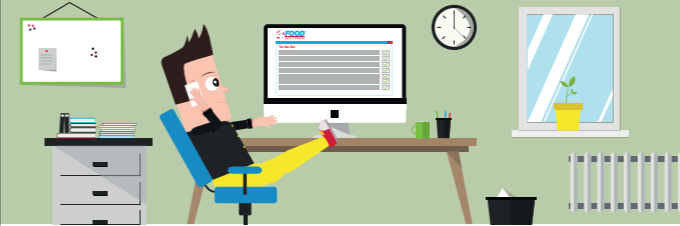
Terugkomend op die belangrijke trend: de 'vergroening' van de assortimenten. Plantaardig wordt niet alleen gezien als 'gezonder', maar ook als duurzamer. Biologisch loopt daarbij voorop, de consumentenvraag naar producten en ingrediënten met de claim 'biologisch' stijgt. Maar het is maar de vraag of 'groen' en biologisch werkelijk het juiste antwoord is op het tegengaan van de klimaatverandering. Direct na verschijnen van het IPCC-rapport stelden diverse kranten dat de koe een ernstig klimaatgevaar vormt, vooral vanwege de uitstoot van methaangas. De Duitse wetenschapper Frank Mitloehner verbonden aan de UC Davis universiteit haalde in De Telegraaf (16-08-2019) flink uit naar de verslaggeving rondom het rapport: "Echt flauwekul!", reageert hij vanuit Californië. „Dit IPCC-rapport gaat over landgebruik en hoe we verstandig om moeten gaan met vruchtbare grond. Slechts een klein zijpaadje betreft voeding. Maar nergens geeft de VN het advies om van vlees af te stappen. Nergens staat: let's go vegan! Dat zou compleet onverantwoord zijn." Ook Martin Scholten,

directeur Animal Sciences aan de Wageningen Universiteit, vertelde in de krant dat vrijwel alle collega's onthutst reageerden op de vega-draai die journalisten aan het IPCC-rapport gaven. „Ik begrijp dat de slogan lekker bekt: minder vlees, minder emissie en dus geen klimaatprobleem. Maar het klopt niet. Als je de wereld alleen plantaardig zou willen voeden, heb je nog vele malen méér landbouwgrond nodig.” Rudy Rabbinge (emeritus universiteitshoogleraar Duurzame Ontwikkeling en Voedselzekerheid - WUR) betogde onlangs in NRC (15-08-2019) "dat biologische landbouw dan wel mag bijdragen aan een maatschappelijke behoefte die we ons in Nederland kunnen permitteren, maar voor wereldwijde voedselzekerheid en voor milieu en klimaat is het niet acceptabel als dogmatiek het denken vervangt. Al met al is de voedselzekerheid in de wereld niet gebaat bij een manier van landbouw die weinig productief is", stelt hij. "Het milieu wordt er niet mee gediend, noch het vermogen in te spelen op de dreiging van klimaatverandering." (...) Ook voor dit thema geldt: we zijn nog lang niet uitgepraat. Wordt vervolgd...

[BRON INSECTEN]
HTTP://IPIFF.ORG/13TH-AUGUST-2019-IPIFF-RELEASES-THE-UPDATED-BRIEFING-PAPER-ON-THE-PROVISIONS-RELEVANT-TO-THE-COMMERCIALISATION-OF-INSECT-BASED-PRODUCTS-INTENDED-FOR-HUMAN-CONSUMPTION-IN-THE-EU/

FOOD
SOFTWARE

VRAAG EEN GRATIS DEMO AAN VIA WWW.4FOODSOFTWARE.COM



Ervaar het gemak van software

4FOOD software biedt dé juiste oplossing voor voedselproducerende bedrijven. Het resultaat: méér controle, méér efficiency, méér rust en méér groeimogelijkheden.

- Inkoop en orders
- Recepturen
- Scanning
- Voorraadbeheer
- Contracten
- Planning
- Relatiebeheer
- Traceability
- EDI

www.4foodsoftware.com

Nieuw en nu te bestellen! Slachtvisite



Bestel uw boek nu online met vroegboekorting op www.slachtvisite.nl

- 144 pagina's informatie over de geschiedenis van de huisslachting en ons slagersvak
- In totaal hebben 33 slagers meegewerkt
- Je kunt het boek tot 16 september bestellen met vroegboekorting
- Neem een kijkje op de site voor meer informatie en een sneak preview

Gerhard Kwak:
'Een boek voor en door slagers'



www.slachtvisite.nl

GO Consulting
ADVIES IN KOELTECHNIEK

Onafhankelijk advies bij

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

GO Consulting
Postbus 925
7400 AX Deventer (NL)

T +31 (0)6 832 349 02
E info@goconsulting.nl
I www.goconsulting.nl



VLEESHANDEL WILLEMS DRUTEN:

DRIE GENERATIES PASSIE VOOR EERLIJK VLEES

Mark Willems was pas 18 jaar toen hij in de maatschap van zijn vader toetrad en de kans kreeg om daarbinnen een vleesverwerkend bedrijf op te starten. De derde generatie van een familie met passie voor eerlijk vlees.

Mark's opa Piet Willems ging tijdens de Tweede Wereldoorlog als huisslachter in het Gelderse Ewijk boerderijen in de buurt langs om ter plekke vee te slachten. Hij had oog voor kwaliteit en hanteerde hoge standaarden in zijn bedrijf. Dat viel op en werd gewaardeerd: de klantenkring groeide binnen no-time. In 1959 richtte hij in Ewijk de dorpslagerij op.

EIGEN SLACHTERIJ

Een eigen slachterij, waar zijn klanten hun dieren naartoe konden brengen, was de volgende stap. Piets zoon Peter nam het bedrijf met alle liefde over en bouwde het stap voor stap verder uit. Ook voor kleinzoon Mark Willems was het zo klaar als een klontje: na zijn opleiding aan de slagersvakschool in Arnhem, trad hij als derde generatie toe in het bedrijf. Ook onder zijn leiding floreerde het familiebedrijf. "We groeiden uit ons jasje", vertelt Mark. "In Ewijk waren er geen uitbreidingsmogelijkheden voor ons, Druten bood wel nieuwe kansen. Het was even wennen, omdat wij onze roots in Ewijk hebben, maar nu is het oké. De gemeente Druten was en is een prettige partij om mee samen te werken. Samen met de handhavers van de oude locatie, de gemeente en een adviesbureau hebben we een nieuw plan opgesteld voor een gloednieuwe slachterij. Toen ook de milieuvergunningen aangevraagd en toegewezen waren, konden we daadwerkelijk bezig met onze toekomst. Het was geen makkelijk traject", blikt Markt terug, "maar het is ons gelukt." Ondanks alle vernieuwing en veranderingen bleven de standaardwaarden van opa Piet ook op de nieuwe locatie overeind: "Kwaliteit en betrouwbaarheid, nog steeds de belangrijkste pijlers van ons bedrijf."

KWALITEIT VAN LEVEN

Hij werkt nauw samen met veehouders en veehandelaren uit de directe omgeving: het Land van Maas en Waal, het Rijk van Nijmegen, en De Betuwe. "Door de afstanden

'Beter presteren door goed traceren'

tussen onze toeleveranciers en ons bedrijf zo kort mogelijk te houden, zijn de dieren niet lang onderweg. Daarmee reduceren wij de transportstress", legt Mark uit. "De samenwerking is gebaseerd op wederzijds vertrouwen. Er is altijd goed overleg en wij houden scherp in de gaten wanneer de dieren slachtrijp zijn. De intensieve samenwerking resulteert in een exclusief stukje vlees: vol van smaak en van een excellente kwaliteit", vertelt Mark. "Daarnaast slachten we ook schapen voor derden."

De dagelijkse voeding van de runderen en de varkens bestaat uit een uitgebalanceerd menu, samengesteld in nauw overleg tussen de voedingsleverancier en de veehouders. In de voeding zijn geen dierlijke vetten verwerkt. De stallen zijn ruim, van stro voorzien en hebben ramen voor een natuurlijk dag-nachtritme. Ook krijgen de dieren volop bewegingsruimte. Zo blijven de biggen langer bij hun moeder dan gebruikelijk is. Mark: "Al onze inspanningen zijn gericht op het welzijn van de dieren. Eenmaal bij ons bedrijf aangekomen, gaan zowel de runderen als de varkens daarom bijvoorbeeld ook een nacht op stal om tot rust te komen en stress te reduceren. Dat doen wij uit liefde voor het vee én om de best mogelijke kwaliteit van het vlees te krijgen."

DUIDELIJKE HERKOMST

Er is een één-op-één relatie met een dierenarts. "Alle dieren worden bij aankomst door de dierenarts gecontroleerd op hun gezondheidsstatus. Na de slachting volgt de geslachte keuring. Alle gegevens over deze processen worden opgenomen in de Voed-


sel Keten Informatie. 'Beter presteren door goed traceren', noemen wij dat. Het biedt onze afnemers 100 procent zekerheid over de kwaliteit, de malsheid en de textuur van het rund- en varkensvlees."

DUURZAAMHEID

Mark vindt bovendien dat we zuinig moeten zijn op deze wereld: "Daarom voert ook duurzaamheid als een rode draad door ons bedrijf. Ik kies heel bewust voor duurzame kwaliteitsproducten, we hebben ledverlichting en doen aan warmteterugwinning. De energie die vrijkomt tijdens het koelen, verwarmt het water dat we gebruiken om te reinigen. Het water uit onze eigen waterbron wordt ontijzerd en onthard en heeft dan de status drinkwaterkwaliteit. We vullen er de drinkbakken in de stallen mee, en maken er onze vrachtwagens mee schoon."

TOEKOMST

Mark ziet de toekomst rooskleurig tegemoet. "Wij merken dat zowel consumenten als de partijen waar wij mee samenwerken, bewuster kiezen voor kwaliteit. Voor ons is dat vanzelfsprekend. Misstanden zoals die de laatste jaren in het nieuws komen, zijn bij ons een ver-van-mijn-bed-show. Dat willen we ook graag zo houden! Wij zijn geen massaproductiebedrijf en zullen dat nooit worden. Kwaliteit gaat bij ons boven kwantiteit. We staan bekend als vooraanstaand leverancier van varkens- en rundvlees. Dat is inmiddels door drie generaties met passie voor het vak bevestigd en bewezen."

 www.vleeshandelwillems.nl



In mijn warme keuken gebruik ik gasloze stoomketels

Johan van Marle - Uitgekookt



S SCHARFF
TECHNIEK BV

STERK IN STOOM
THUIS IN THERMISCHE OLIE

WWW.SCHARFFTECHNIEK.NL

WIJ LEVEREN OOK GASLOZE STOOMKETELS



Snelloopdeuren voor de voedingsindustrie

- Deurtype V 4015 Iso L: dé energiebesparende geïsoleerde binnendeur. De juiste keuze voor koelhuizen
- Deurtype V 2515 Food L: volledig roestvrij stalen constructie én wikkelas, eenvoudig schoon te maken
- Deurtype Iso Speed Cold 100: voor koel- en vriescellen

www.hormann.nl

HÖRMANN
Deuren voor woning en industrie

HEROÏNE OF SAFFRAAN: WIE WINT?

De prijs van heroïne is soms lager dan die van zuiver saffraan. Kostprijs 20 -25.000 euro/kg. De schaarste en prijs maken saffraan zeer interessant om mee te frauderen. Het is voor het criminele circuit bij uitstek geschikt om mee te rommelen. En: iedereen mag gewoon een kg saffraan in zijn kofferbak meenemen zonder dat iemand er iets aan kan doen. Bij heroïne ligt dit iets anders. Vier jaar kost en inwoning bij de Nederlandse overheid heb je zo te pakken.

Voor een kg saffraan heb je 150.000 bloemetjes van een bepaald soort krokus nodig, goed voor een landoppervlakte van 2.000 m². De kleine saffraankrokus wordt na het plukken ontdaan van de nog veel kleinere stampers en meeldraden, die handmatig worden gesorteerd en gedroogd. Dit alles is zeer arbeidsintensief. Geverfd maisdraad, ofwel saffloer, kost 10 euro/kg met bijna 0 euro productiekosten; een veelgebruikt alternatief of versnijdingsmiddel.

Zodra een product schaars én gewild is, nemen de risico's toe. In Nederland staat een fabriek die haar bestaan mede dankt aan de Chinees die maar één soort babyvoeding wil: die met een stempel 'Made in Holland' op de verpakking. Naar hetzelfde product gemaakt op een locatie in China, is de vraag substantieel minder. Waarom? Omdat dat stempel - Made in Holland - voor veiligheid en betrouwbaarheid staat. Alleen al het woord 'melamine' in China uitspreken, bezorgt ouders nachtmerries. Kinderen zijn waardevol, hen veiligheid bieden is een universeel gevoel.

Dus Nederlandse voedselproducenten: ga vol aan de slag met het motto: 'Nederland gidsland op het gebied van voedselveiligheid'. Er blijft een wereld te winnen.

 www.bessels.com

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



www.penko.nl



▶ PROCESSING
▶ WEGEN
▶ DOSEREN
▶ METEN

PENKO Engineering B.V.
Schutterweg 35
6718 XC Ede
+31(0)318 525 630
info@penko.com

De voedingsmiddelenindustrie staat voor de uitdaging uit natuurlijke grondstoffen, dus met een wisselende samenstelling, hygiënisch een constant product te bereiden. De controle op en regeling van het gewicht vormt daarbij een waardevol stuk gereedschap. Bij PENKO begrijpen we uw behoefte aan flexibele procescontrole om het rendement van uw bedrijf te maximaliseren. Maak gebruik van onze kennis en ervaring om uw proces te optimaliseren.

Some call it process automation – we call it PENKO

LIDL PAKT DOOR OP DUURZAAMHEID

SCHAPRUIMTE VOOR VOEDSEL VAN DE TOEKOMST

Burgers van tomaatoverschotten, bitterballen van circulair geteelde oesterzwammen en muesli van geredde pinda's. Deze en andere duurzame producten, afkomstig van start-ups, lagen afgelopen zomer in de schappen bij Lidl. Een volgende stap in het duurzame beleid van de discounter.

"Het zit in ons DNA," zegt Erik van den Hoogen, senior manager inkoop bij Lidl Nederland, over de duurzame keuzes die het bedrijf maakt. Zo stond de retailer aan de wieg van de ontwikkeling van het MSC-keurmerk, heeft Lidl het meest duurzame distributiecentrum van Nederland en worden sinds 2012 jaarlijks tien filialen voorzien van zonnepanelen. Van den Hoogen vult aan: "Als discounter zijn we

bovendien groot tegenstander van verspilling. De themaweek Future Goods, afgelopen zomer, was een volgende stap waarbij we dat principe ook hebben doorgevoerd in ons assortiment."

VEGANISTISCH IJS EN EETBARE INSECTEN

Een jaar eerder, in de zomer van 2018, deed Lidl een oproep aan start-ups om het voedsel

van de toekomst te pitchen. Meer dan 200 partijen meldden zich aan, waarna twee selectierondes plaatsvonden. In totaal werden twaalf producenten uitgekozen die vanaf 27 juni 2019 een week lang schapruimte kregen in alle 426 filialen van Lidl. Naast duurzaamheid waren smaaksensatie, mate van innovatie en gezondheid belangrijke criteria waarop de selectie was gebaseerd. Ook werden de producenten beoordeeld op of ze het gevraagde volume aan konden, hoe de producten verpakt werden en of het internationale IFC-certificaat (veiligheid en kwaliteit) behaald was. De uiteindelijke selectie varieerde van sokken van biokatoen en gerecyclede, oude visnetten (Star Sock) tot veganistisch ijs (Gigi Gelato) en eetbare insecten (Little Hero).

VOEDSELREDDERS

De themaweek werd opgezet in samenwerking met StartLife, een organisatie verbonden aan de WUR die food en agri start-ups helpt zich te ontwikkelen tot toonaangevende bedrijven. Lidl en StartLife hebben de uitgekozen leveranciers tijdens het voortraject begeleid. Geen overbodige luxe, meent Van den Hoogen, >>

DEELNEMENDE START-UPS AAN DE FUTURE GOODS WEEK EN HUN DUURZAME PRODUCTEN:

Zzinga:	duurzaam en licht alcoholisch drankje, een nieuwe variant op honingwijn die de bescherming van bijen ondersteunt
Gigi Gelato:	100% vegan ijs gemaakt van fruit en groente
KRUSLI:	muesli gemaakt van reststromenvoedsel
Seamore:	wraps gemaakt van zeewier
Little Hero:	producten van eetbare insecten
Farmer&Foodie:	wortel- en tomatenburgers van geredde groenten
Bijt:	kweeksets om thuis biologische kiemgroenten te kweken
Arenshof:	aardappelbrood uit Limburg
Gro:	bitterballen en kroketten van circulair geteelde oesterzwammen
Food2smile:	suikervrije snacks en snoepjes
Banabar:	biologische fruit- en notenreep op basis van gedroogde banaan
Star Sock:	sokken van biokatoen en gerecyclede oude visnetten



Tomatenburger van
Botanic Garden

“want het maakt nogal verschil of je honderd of een paar duizend artikelen moet produceren.” Daar kan Heidi Alemans van KRUSLI over meepraten. “De opschaling bleek een enorme uitdaging. Pas drie kwartier voordat de levering werd opgehaald, waren we klaar,” vertelt ze. Haar bedrijfje maakt krokante muesli van eten dat anders naar diervoeding gaat, in de vergister verdwijnt of weggegooid wordt. Alemans: “We zijn echte voedselredders. Van bijvoorbeeld bierbostel, gebroken of te kleine noten en pindakaas die bij het wisselen van de receptuur overblijft, maken we gezonde ontbijtproducten.” Om de leveranciers over de streep te trekken, is vaak wel wat overredingskracht nodig, verklaart ze: “Fabrikanten ontkennen aanvankelijk meestal dat ze reststromen hebben. Maar vaak kunnen we ze overtuigen van de win-win situatie. Wij betalen namelijk

voor de grondstoffen en het extra werk dat ze hebben – ze moeten bijvoorbeeld extra streepjescodes en specificaties ontwikkelen. En zij hebben een goed verhaal voor de buitenwereld. Een leverancier van groentechips verwoordde het zo: “Er zijn 99 redenen om het niet te doen, en maar één goede om het wél te doen. Daar geloven we in.”

SPEEDDATES

De begeleiding tijdens de voorbereiding van de Future Goods week bestond uit een aantal workshops. Zo kwamen bij workshops op het hoofdkantoor voedselveiligheid en marketing uitgebreid aan bod. Ook stond er een bezoek aan het distributiecentrum op de planning. “Erg leerzaam,” herinnert Doreen Westphal van

Jan Willem Bosman Jansen: “De circulair geteelde oesterzwammen en de producten die we ermee maken zijn een goede manier om mensen minder vlees te laten eten”



©HANNE VERHOEVEN



©KRUSLI

Farmer & Foodie zich. “De receptontwikkeling, marketing en verkoop doen we zelf; de productie, verpakking en distributie besteden we doorgaans uit. Dat was voor deze week zeer wenselijk, want we moesten het volume aanleveren wat we normaal voor één jaar produceren. Toch was het ook voor ons nuttig om te zien hoe het reilt en zeilt op het distributiecentrum van Lidl. We leerden daar bijvoorbeeld hoe belangrijk het is dat de producten en pallets goed gelabeld zijn, wat er op de pakbonnen moet staan en dat de dozen niet mogen worden dichtgemaakt met tape want dat is onhandig voor in de winkels.” De producten van Farmer & Foodie komen soms tot stand middels speeddates tussen boeren met reststromen en creatievelingen in de foodsector. Bij Lidl lag de producent in de schappen met een tomatenwortelburger, het product van een samenwerking met tomatentelers en een wortelboer uit Flevoland. Westphal licht toe: “Als de zon flink op de kassen schijnt, gaat de groei harder en zijn er snel overschotten. Daarvan wordt veel pulp gemaakt, die wij deels verwaarden door er burgers van te maken. De wortelen die we gebruiken zijn afgekeurd voor de verkoop omdat ze plekje bevatten. Die snijden wij weg, waarna we de wortels goed kunnen verwerken in de burgers.”

KINDERTEHUIS IN ZIMBABWE

GRO, de producent van oesterzwambitterballen –en kroketten, maakt ook gebruik van een restproduct. Grondlegger Jan Willem Bosman Jansen: “Van onder meer cateraars, onderwijsinstellingen, banken en ministeries nemen wij koffiedik af. Dat vermengen we met stro en daarop telen we oesterzwammen. Dat is de basis van onze producten. We maken nu onder andere de hybride blended burger, vegetarische oesterzwamburger, -ragoutbroodjes en -ovensnacks.” Aan het bedrijf ligt een bijzondere verhaal ten grondslag: “Tien jaar geleden runden mijn vrouw en ik een kindertehuis in Zimbabwe. Daar leerden we de kinderen samen met een lokale paddenstoelenteelster oesterzwammen te kweken op de reststromen van een nabijgelegen koffieplantage. De paddenstoelen waren een welkome en voedzame afwisseling op hun eenzijdige dieet van maïspap. Dat idee heb ik meegenomen naar Nederland. Hier zijn de circulair geteelde oesterzwammen en de producten die we ermee maken een goede manier om mensen minder vlees te laten eten. Zo verkleinen we de impact op de planeet op twee manieren: minder dierlijke eiwitten én verlagen van de afvalberg.” Gezien de grote professionalise-

eringslag die GRO de afgelopen jaren al doormaakte, was de ondersteuning op het gebied van marketing en logistiek voor de Future Goods week minder relevant. Wel is Bosman Jansen erg te spreken over de begeleiding: “Het was supergoed geregeld.”

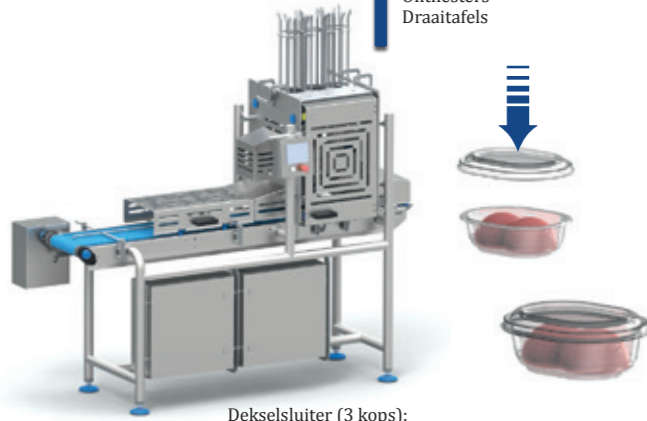
POSITIEVE AANDACHT

Ook de verkoop van de ovenbitterballen en –kroketten is volgens Bosman Jansen succesvol verlopen: “We hebben 10.000 units per product aangeleverd, die zijn bij mijn weten allemaal verkocht.” Erik van den Hoogen van Lidl bevestigt dat de oesterzwamsnacks hardlopers waren in de themaweek. “Net als de tomatenwortelburgers en het vegan ijs. En niet te vergeten de insecten. Dat was voor veel journalisten ook echt een catcher.” Hoewel de uitgebreide evaluatie nog moet plaatsvinden, is Van den Hoogen tevreden over de verloop van de week: “Ook de andere producten zijn goed verkocht. Bovendien is er veel positieve aandacht geweest voor de themaweek, zowel in de media als onder consumenten op onze social mediakanalen. Goed om te merken dat onze klanten graag verrast worden!”

 www.lidl.nl



Hamburgvormmachines
Stavenvormmachines
Ballenvormmachines
Verpakingslijnen
Dekselsluiters
Vulmachines
Ontnesters
Draaitafels



Dekselsluiters (3 kops):
- Geschikt om verschillende schalen te dekselen.
- Zowel de koppen als de cassettes zijn uitwisselbaar, waardoor meerdere variaties van schalen mogelijk zijn.
- Extra opties mogelijk: zoals het verdraaien of in lijn plaatsen van schalen.
- Hygiënisch ontwerp.

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

info@tapmachinebouw.nl
www.tapmachinebouw.nl



Industrial Auctions BV

Professionals in online veilingen voor de voedings- en drankenindustrie

Online veiling machines voor de voedingsindustrie
In Benschop

Kijkdag: 19 september | Sluiting veiling: 24 september



Registreer gratis Zoek & bied Win Betalen & ophalen

www.Industrial-Auctions.com



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



Tentoonstelling
foto's ©Foto-DigiDaan

VOEDSEL VAN MORGEN

PILLEN, POEDERS EN PLOFINSECTEN

Heb je nog tanden nodig als al je eten in één pil zit? Eten we in 2050 plofinsecten in plaats van plofkippen? Proef de toekomst in de tentoonstelling 'Voedsel van morgen', waarin NEMO in samenwerking met Next Nature Network, bezoekers meeneemt op voedselreis.

Aan de hand van dierlijke, plantaardige en functionele voedselconcepten ontdekken bezoekers wat er in 2050 op hun bord kan liggen. De tentoonstelling is te zien in De Studio, de nieuwe locatie van NEMO Science Museum op Marineterrein Amsterdam. De opzet van De Studio past goed bij het experimentele karakter van Marineterrein Amsterdam, waar organisaties en onderzoekers samen oplossingen bedenken voor maatschappelijke uitdagingen en een duurzame leefomgeving. Voedsel van morgen richt zich, anders dan de tentoonstellingen in het naastgelegen familiemuseum, op een volwassen publiek.

Elke woensdagavond wordt de tentoonstelling extra aangekleed met lezingen, documentaires, workshops én proeverijen. Volgens de Next Nature Network-filosofie zijn mens, technologie en natuur geen tegenstellingen, maar groeit technologie om de mens heen en evolueren we als geheel naar een nieuwe natuur. Next Nature Network is een toekomstgerichte, internationale natuurbeweging die zich nestelt tussen traditionele spelers als WNF en Greenpeace. Met prikkelende designprojecten zwengelt de organisatie de discussie aan over de relatie tussen natuur en technologie. Zie: www.nextnature.net.



Voedsel van morgen is nog t/m 6 oktober 2019 te bezoeken: woensdag van 10.00-21.30 uur, donderdag t/m zondag 10.00-17.30 uur (maandag en dinsdag gesloten).
Locatie: De Studio van NEMO Science Museum, Marineterrein Amsterdam,
Prijs: € 7,50. Gratis toegang op dezelfde dag met entreeticket NEMO Science Museum.

FOODINDUSTRY-EXPERTS

RETAIL MEETS FOODINDUSTRIE!

Ben je ondernemer van een foodproducerend bedrijf? Wil je weten hoe je ervoor zorgt dat je relevant blijft als bedrijf in een veranderende keten? Laat je 7 november inspireren door sprekers uit de retail en kom netwerken met collega- DGA's/beslissers van foodproducerende bedrijven. Locatie: De Markies in Woerden.

Met Gerrit Grievink, directeur focusplaza over 'not business as usual'. Met Jack Peters en Joop Geelen van Alibaba Group over 'waar we staan op het gebied van de e-commerce en de fysieke retail'. En wil je meer weten over de 'nieuwe' logistiek? Dat vertelt Rutger van den Bout, Commercieel directeur Hoogvliet BV.



Het congres wordt georganiseerd door Foodindustrie Experts; vijf gedreven spelers binnen de foodbranche. 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.

Er is een beperkt aantal plaatsen beschikbaar. Schrijf je nu in op de site!

www.foodindustrieexperts.nl

INGREDIËNTEN
BASIS VOOR DUURZAAM, GEZOND EN SMAAKVOL

High Fibe vormt een schakel tussen leveranciers van duurzame ingrediënten en producenten die de voedingswaarden van hun producten willen verbeteren. In Nederland wordt gestart met de verkoop van geëxtrudeerde ingrediënten van 'ORFI food ingredients'. Dit bedrijf heeft producten met unieke eigenschappen ontwikkeld, onder andere uit groenten en reststromen van de peulvruchtenindustrie, Vega-Crumbs met krokante beet, minder olieopname en lange 'holding time' en Vega-Flour met instant vochtbinding en kleuring in brooddeeg en (vlees)massa. De producten zijn vegan, 'clean label' en bevatten ca. 12% eiwit en 11% vezels.

www.highfibe.nl

PLANTAARDIGE EIWITTEN
FONDS VOOR START-UPS

Dier- en visvoederspecialist Nutreco heeft een fonds van €20 miljoen in het leven geroepen voor start-ups die plantaardige eiwitten op de markt willen brengen. Het fonds is bedoeld voor investeringen nodig voor de ontwikkeling van plantaardige eiwitten, fermentatie en biotechnologie met gist, bacteriën of schimmels, en 'cellulaire landbouw': vlees, melk, ei en vis gemaakt uit stamcellen. Laurent Genet, Chief Strategy Officer bij Nutreco: "We kunnen niet doen alsof de voedingsmiddelenindustrie op de goede weg is met de productie van genoeg goed voedsel voor tien miljard mensen. Over duurzaamheid valt niet te onderhandelen." Nutreco blijft in de kern een diervoederbedrijf, maar "uiteindelijk is het doel om mensen te voeden", benadrukt Genet.

www.nutreco.com



INGREDIËNTEN
NIEUWE AFZETMARKTEN

Het Nederlandse familiebedrijf Schouten Europe gaat na Europa, Noord-Amerika, Azië en het Midden-Oosten, ook vegetarische producten leveren in Australië. Volgens commercieel directeur Arjaan van der Giessen een logische stap: "De markt van producten op basis van plantaardige eiwitten groeit wereldwijd fors. Met de toevoeging van Australië leveren we in meer dan 50 landen." Andere nieuwe afzetmarkten van het Brabantse bedrijf zijn Japan, Rusland, Aruba en Kenia, waar Schouten Europe BV plantaardige producten levert aan meerdere fastfoodketens. De producten worden verder onder het eigen merk GoodBite of onder huismerk verkocht in supermarkten in binnen- en buitenland.

www.schoutenfood.com



OVERNAME
MÉRIEUX NUTRISCIENCES NEEMT KTBA COMPLIANCE GROUP OVER

Mérieux NutriSciences, een mondiale speler met meer dan 100 laboratoria, heeft met ingang van 1 juli 2019 alle aandelen van de KTBA Compliance Group overgenomen. KTBA is sinds 2005 uitgegroeid tot een toonaangevend bedrijf in voedselveiligheid en kwaliteit met meer dan 180 medewerkers in Nederland en België. Door de overname versterkt Mérieux haar aanbod met hoogwaardige consultancy, trainingen en software.

www.merieuxnutrisciences.com/nl/



INGREDIËNTEN
HAK ZET TEELTPROEF KIKKERERWTEN VOORT

Na een succesvolle eerste proef in 2018 laat groente- en peulvruchtenfabrikant HAK dit jaar opnieuw kikkererwt telen in Zeeuws-Vlaanderen. Omdat de fabrikant uit Giessen ernaar streeft een zo groot mogelijk deel van haar groenten en peulvruchten lokaal te betrekken, is het doel van de vervolgprouf om nog meer kennis te vergaren over de

condities waaronder grootschalige teelt van kikkererwt in ons land mogelijk zou kunnen zijn. In 2017 en 2018 bleek HAK met z'n telers ook al succesvol te zijn met proeven om kidneybonen te laten groeien in Nederland.

www.hak.nl

VLEES EN VLEESWAREN
SPAANSE INCARLOPSA IN BENELUX

De producten van de Spaanse vlees- en vleeswarenproducent Incarlopsa, in eigen land hofleverancier van Spanje's grootste retailer Mercadona, zijn sinds kort beschikbaar voor retail en foodservice in de Benelux. De onderneming heeft productiebedrijven op zeven verschillende locaties in Spanje en telt zo'n 3.500 medewerkers. „Onze passie is om op basis van een zorgvuldige selectie van grondstoffen en ingrediënten kwaliteitsproducten te maken volgens een eeuwenoude traditie, maar wel met behulp van eigentijdse technieken en technologieën,” zegt Moisés Lorient. „Vanaf nu kunnen we ook klanten in de Nederlandse en Belgische retail, foodservice en horeca de mogelijkheid bieden te kiezen voor producten waarmee zij zich in hun markten kunnen onderscheiden. Voor elk wat wils, met een hoge basiskwaliteit.”

www.incarlopsa.es



MANAGEMENTUITBREIDING BIJ
BESSELS ARCHITEKTEN & INGENIEURS

JONGE GARDE GARANDEERT CONTINUÏTEIT

Bessels architecten & ingenieurs bestaat in oktober 40 jaar. “Mijn ambitie is om nog jaren door te gaan”, zegt oprichter en eigenaar Herman Bessels, binnenkort 70 jaar. Maar dat doet hij niet alleen: per 1 september 2019 staan participatiepartners Cordy Volkers en Elko Bootsma zij aan zij naast Herman aan het roer.

In het kantoor in Twello, waar we op een mooie zomermiddag bij elkaar zitten, heerst een positieve sfeer. Alle drie de mannen stralen een vurig enthousiasme uit, ondanks hun nuchterheid; met beide benen op de grond. Herman is blij dat de participatie goed geregeld is. “Eenvoudig was het niet,” blikt hij terug. “Voor een huwelijk met 2 mensen is het al lastig om alle zaken goed te regelen, met 3 is het nog complexer. Het liefst wilde ik een eenvoudig document van enkele regels, waarvan de belangrijkste luidt ‘afsprake is afspraak’. Maar

ja, zo werkt het niet. Alles moet worden uitgeschreven en juridisch dichtgetimmerd.”

EIGEN TEAM

Het belangrijkste vindt Herman dat er een blind vertrouwen is dat je het altijd samen oplost. “Dat je van elkaar weet: wát er ook gebeurt, we zullen het samen vlottrekken.” Het is dan ook niet vreemd dat de participatiepartners uit het eigen, hechte, team komen: Cordy en Elko zijn bekende gezichten bij Bessels architecten en al respectievelijk 20 en 5 jaar in dienst. “Wie

hier werkt, gaat niet alleen voor het salaris, maar omdat dit werk wat toevoegt aan wie je bent en wil zijn”, verklaart Cordy. “Bij sollicitaties kijken we niet alleen naar opleiding en ervaring, maar ook altijd naar ‘past hij of zij in het nest?’ Zo nee, dan wordt het nooit wat. Zo ja, dan komt de rest vanzelf.”

INSPIRATOR

Bessels architecten is, zo zeggen de drie, ‘een no-nonsense club’, maar wél een ambitieuze: trendsettend en met vooruitstrevende oplos-

singen. Daarvan getuigen diverse recente grote projecten, zoals het vrieshuis van Aviko in Steenderen, Zandbergen in Haarlem en de oplevering van de nieuwe productielocatie van Euroma in Zwolle; “We zijn inderdaad vol op stoom”, lacht Herman bij het horen van de opsomming, met de nadruk op ‘we’. Want het feit dat Cordy en Elko hun handtekening hebben gezet onder het juridisch participatieboekwerk, betekent beslist niet dat Herman nu buiten beeld is, integendeel. “Ik blijf betrokken, vooral als inspirator”, legt hij uit. “Doordat

ik straks flink wat organisatorische zaken kwijt ben, ontstaat er voor mij weer ruimte voor het ontwikkelen van vernuft. Wij willen namelijk gebouwen ontwerpen met een score 10, vanuit de gedachte dat een 9 een 10 is waarbij je een heel punt verprutst hebt.”

Cordy, die als projectmanager afgelopen jaren een groot netwerk heeft opgebouwd, gaat zich meer bezighouden met acquisitie. “Grote bedrijven hebben een gedwongen winkelnering. Dat levert niet altijd de beste oplossing op. Wij heb-

ben 40 jaar kennis en kunde in huis, kennen de valkuilen bij het ontwerpen en bouwen van een foodfabriek, we weten waar de knelpunten liggen. We zijn goed in het samenstellen van het beste kennismanagementteam voor iedere specifieke opdrachtgever.”

Herman vult aan: “Simpel problemen moet je simpel oplossen. Wordt het razend ingewikkeld, dan zoeken we, voor de beste oplossing: een specifieke adviseur met de juiste kennis. We hebben een groot netwerk. Zo blijven we flexibel.”





QESH MANAGER

ENTHOUSIASMERENDE EN ENERGIEKE MANAGER MET VISIE

REEUWIJK

Vergeer Holland is een internationaal opererend familiebedrijf, gespecialiseerd in het rippen, versnijden en verpakken van kaas. Het is een ambitieuze, ontwikkelingsgerichte organisatie, die retail, out-of-home, industrie, groothandel en kaasspecialzaak van hoogwaardige producten voorziet. Zij levert, onder eigen merk en private label, aan klanten in Europa, Canada, het Midden-Oosten, Zuidelijk Afrika en Azië. Het onderscheidend vermogen van Vergée Holland is meedenken met de klant en snel inspelen op wensen en behoeften. De productie vindt plaats in Reeuwijk en Woerden; in Bodegraven staat een DC en rijperij. In totaal werken er ruim 550 mensen. Voor de hoofdlocatie in Reeuwijk zoeken wij een toekomstgerichte QESH Manager, die met energie en visie leiding gaat geven aan de afdeling QESH. Consultant: Janneke van der Logt, telefoon 0317-468686 of 06-23637490.



PLANT MANAGER

MET OOG VOOR MENS, PROCES EN MACHINE

VELDDRIEL

Prochamp is als trots familiebedrijf producent van champignonconserven. Zij heeft de totale productieketen in eigen handen van compost tot conserven. Prochamp gelooft in ondernemingsgeest, proactief handelen, servicegerichtheid en korte, heldere communicatielijnen. Op de onlangs vernieuwde productielocatie in Veldriël zijn in totaal 90 medewerkers actief. Als Plant Manager ben je verantwoordelijk voor het optimaal laten functioneren van de locatie en katrekker in de ontwikkeling van de organisatie m.b.t. productie en productiecapaciteit, mensen en materieel, op basis van de bedrijfsstrategie. Hiervoor stuur je direct 5 teamleiders voor QA/QC, Productie, Technical Support, Planning en Projectmanagement/Engineering aan. Consultant: Michiel Dekkers, telefoon 0317-468686 of 06-86805669.



SALES MANAGER EUROPA

DIE COMMERCIËLE SUCCESSEN BEHAALT MET TECHNOLOGISCHE KENNIS

WIJK EN AALBURG

Royal VIV Buisman behoort tot de **DTI Groep**, een Nederlands familiebedrijf, actief in de zuivel- en bakkerijsector. Zij is gespecialiseerd in boter- en melkvetproducten en belevt klanten in de levensmiddelenindustrie, foodservice en retail in Nederland, Europa en daarbuiten. De producten voor met name industriële toepassingen wordt geproduceerd in de moderne fabriek in Zelhem. De ompakfabriek voor foodservice- en consumentenproducten bevindt zich in Wijk en Aalburg. Voor deze locatie zoeken wij een Sales Manager die verantwoordelijk is voor het ontwikkelen van de business in termen van toegevoegde waarde binnen de Europese B2B ingrediëntenmarkt. Daarnaast ga je de dienstverlening verder optimaliseren door een constructieve en duurzame samenwerking met relaties te ontwikkelen en te onderhouden. Consultant: Dirk-Jan van Veldhuizen, telefoon 0317-468686 of 06-53137885.



OPERATIONS MANAGER

BOUWER DIE DE GROEI IN GOEDE BANEN LEIDT

KATWIJK

Haasnoot Food Family is een modern Nederlands familiebedrijf met vestigingen in Katwijk, Scheveningen, Enschede en Almelo. De oorsprong ligt in de handel en verwerking van haring, maar inmiddels worden er in Katwijk tapas geproduceerd. De producten worden verkocht binnen alle kanalen wat een divers assortiment oplevert. Om aan de voortdurende groei te kunnen blijven voldoen wordt er veel geïnvesteerd en uitgebreid. Voor de locatie Katwijk zoeken wij een Operations Manager die in staat is te bouwen en eindverantwoordelijk wil zijn voor het aansturen van 50 tot 80 medewerkers op de afdelingen Productie, Expeditie & Transport. Daarnaast stel je richtlijnen, werkwijzen en voorschriften op om de gestelde doelstellingen binnen Productie en Logistiek te behalen. Consultant: Michiel Dekkers, telefoon 0317-468686 of 06-86805669.



PRODUCTIEMANAGER

PEOPLE MANAGER DIE KAN MOTIVEREN, COACHEN EN INSPIREREN

OSPEL

Egga Food is één van de grootste eierspecialisten van Nederland en levert verse eieren, maar ook gekookt, gepeld en gekleurd. Egga Food beschikt over de grootste professionele eierversnij en één van de meest moderne en efficiënte kokerij-pellerijbedrijven van West-Europa. Op een reguliere dag worden er ongeveer 6 miljoen eieren verwerkt; dit kan in het seizoen oplopen tot wel 12 miljoen eieren! De producten worden afgezet in Retail, maar gaan ook in diverse verpakkingen naar de (salade)industrie, sandwichproducenten, groothandels en cateraars in binnen en buitenland. Voor haar pakstation en kokerij/ververij zoeken wij een daadkrachtige en gedreven Productiemanager, met natuurlijk overwicht die zich thuis voelt in een no nonsense en klantgerichte productieomgeving. Consultant: Dirk-Jan van Veldhuizen, telefoon 0317-468686 of 06-53137885.

DUPP RECRUITMENT
EXECUTIVE SEARCH
INTERIM MANAGEMENT

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



AANPAKKEN EN DÔEN-MENTALITEIT

Elko: "De manier waarop Herman denkt en werkt, is toch wel afwijkend van wat ik bij andere bureaus heb meegemaakt. Bij Bessels is het: 'Aanpakken. Doen. Niet zeuren maar weten wat ze nodig hebben; daar draait het om. We zitten nooit eindeloos te filosoferen, willen niet de hoogste, mooiste, meest fancy gebouwen ontwerpen. Wat wel? Gewoon goede en voedselveilige gebouwen neerzetten die bovendien jarenlang bruikbaar zijn.' Herman: "Onze ambitie is dat Nederland daarin een naam krijgt zoals Zwitserland met zijn uurwerken. De kwaliteit mag nooit ter discussie staan. En inderdaad, daarin zijn we soms wel wat tegendraads," geeft hij ruiterslijk toe. "We doen niet altijd precies dat wat er door opdrachtgevers gevraagd wordt. Niet klakkeloos in ieder geval. We willen eerst weten: wat is nou hetgeen ze wêrkelijk willen? Het gaat erom het lef te hebben om 'out of the box' te denken, andere ideeën aan te leveren. En ja, uit ervaring weten we dat je dan soms een draai om je oren krijgt, maar dat geeft niet. Door een open discussie te voeren, kun je gezamenlijk tot het beste resultaat komen. Cordy en Elko hebben dat lef." Elko: "Er wordt bijvoorbeeld te vaak alleen gekeken naar de initiële kosten, terwijl een andere oplossing, nu misschien duurder, zich in korte tijd al kan terugverdienen. Een kortere looproute aanleggen bijvoorbeeld van de productie naar de omkleedruimte en kantine: dat scheelt per keer per werknemer misschien anderhalve minuut looptijd. Dat lijkt weinig,

maar reken maar uit wat dat op jaarbasis aan winst oplevert voor een ploeg van 30 man, 6 keer per dag, 7 dagen per week."

TIJDSBESTENDIG

Waar de architect na 40 jaar het meest trots op is? Herman: "Dat we met veel bedrijven een langdurige relatie hebben opgebouwd. Voor Ruitenbergh Ingrediënts bijvoorbeeld de derde fabriek, voor Zandbergen Haarlem de tweede en voor Elburg Foods is het team met de 9e uitbreiding bezig. Vion is al 35 jaar klant en ook met Aviko ligt er een langjarige samenwerking. Dat ze ons dat vertrouwen blijven geven, voelt goed." Ook het feit dat veel van hun projecten na jarenlang gebruik nog steeds goed functioneren, en er nog altijd fantastisch uitzien,

is iets waar de mannen alledrie trots op zijn. "Herbruikbaarheid wordt steeds belangrijker", zegt Cordy. "Euroma is een mooi voorbeeld van het huidige modulair bouwen. Het is zo ontworpen dat ook beleggers er vrolijk van worden. Bij groei is elk onderdeel naadloos modulair te vergroten. En als Euroma een andere functie wil voor zijn gebouwen, dan kunnen de kantoren, logistieke hallen en productiehal, los van elkaar, eenvoudig gesplitst worden. Een foodgebouw dat alléén voor foodproductie te gebruiken is, is niet meer te betalen."

Wat er verandert nu het managementteam is uitgebreid? Voor de klant niet zo veel, denken ze alle drie. Unaniem: "Wij blijven gewoon voedselveilige, herbruikbare, dus tijdsbestendige gebouwen ontwerpen; gebouwen waarmee ook onze klanten klaar zijn voor de toekomst." Cordy en Elko ten slotte, beiden met een brede grijns: "We hebben er zin in, samen gaan we vol gas aan de slag!"

 www.bessels.com



VER DOORGEVOERDE ZELFCONTROLES

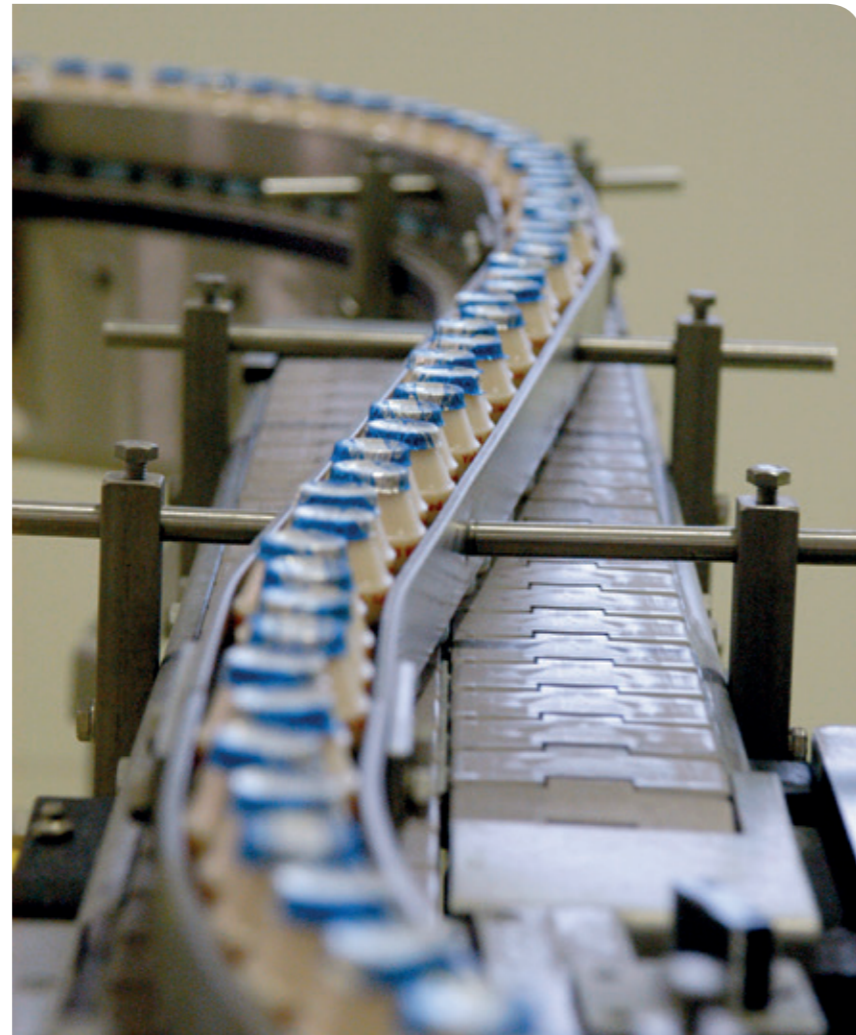
‘WIJ ZIJN EEN BACTERIEBEDRIJF’

Wereldwijd drinken 40 miljoen mensen het gefermenteerde zuivel drankje Yakult. Het productieproces start met een klein buisje bacteriën van ons moederbedrijf uit Japan. “Minimaal 6,5 miljard bacteriën per flesje opkweken in het laboratorium is de eerste uitdaging.”

In Almere vindt de productie voor de Europese markt plaats. Ruim een miljoen flesjes Yakult rollen dagelijks van de band. De basis vormt de in 1930 ontdekte *Lactobacillus casei* Shirota bacterie, door de Japanse wetenschapper en oprichter dr. Minoru Shirota. Het bijzondere is - tevens aangetoond door TNO - dat deze bacteriën levend de darmen bereiken. Nadat dit speciale ingrediënt verwerkt kon worden in een zuivel drank, startte in 1935 de productie in Japan. Jan-Albert Blaauw, Corporate affairs manager: “Al ruim 80 jaar voert Yakult op alle internationale locaties hetzelfde productieproces uit, gebaseerd op fermentatie van ongeveer een week. We werken continu met levende organismen, daarom is controle een uiterst belangrijke activiteit binnen ons bedrijf.”

BALANS DARMFLOORA

Bacteriën zitten overal. In de lucht, op apparaten en ook in voeding en in het lichaam. Veel bacteriesoorten zijn onmisbaar voor de mens. Zo zijn er bacteriën nodig voor het verteren van ons voedsel. Yakult vervulde een voortrekkersrol in de ontwikkeling van probiotica. De meeste bacteriën in het menselijk lichaam leven in de darmen. Daar bevinden zich miljarden goede en slechte bacteriën. Totaal vormen zo'n 1.000 soorten de darmmicrobiota. Het is van belang dat de darmflora in balans blijft. Raakt deze verstoort, dan ontstaan er lichamelijke problemen. De soorten klachten kunnen per individu uiteenlopen.



OVERIGE INGREDIËNTEN

Dat Yakult 25 jaar geleden Almere als Europese productielocatie koos, heeft onder andere te maken met de vereiste kwaliteit van het water. Dit ingrediënt moet zo zuiver mogelijk zijn, mag geen chloor bevatten en moet de juiste mineralen-samenstelling hebben. “We gebruiken in Almere grondwater dat we op de Veluwe oppompen. Dit is goed gefilterd en zeer schoon drinkwater”, benadrukt Blaauw. Andere ingrediënten zijn onder meer suiker, glucose-fructosestroop en melkpoeder. Yakult verwerkt melkpoeder omdat hiermee het productieproces beter te sturen is in tegenstelling tot verse melk. Ingrid de Greeff, Manager QA&QC and Environment issues: “We vragen eerst een monster aan en onderzoeken in ons laboratorium of de Shirota-bacterie erop kan groeien. Is deze proef positief, dan bestellen wij die specifieke batch. Zo weten we zeker dat ieder productieproces slaagt.”

PRODUCTIEPROCES

De eerste fase van het productieproces betreft het mengen en oplossen van de basis-ingrediënten magere melkpoeder, water en glucose-fructosestroop. Na sterilisatie vindt het toevoegen van de *Lactobacillus casei* Shirota bacterie plaats. Vervolgens is het mengsel klaar voor het fermentatieproces dat ongeveer een

week duurt - omzetting van melksuikers in melkzuur - in grote fermentatietanks. De temperatuur moet zo constant mogelijk blijven. Na dit procesdeel wordt de melkoplossing door een homogenisator gepompt. “Onder grote persdruk ontstaat een vloeibaarder homogeen product”, legt De Greeff uit. De laatste productiestap is het op smaak brengen met aroma's en glucosestroop, vervolgens komt er zuiver gesteriliseerd water bij. Dit gehele proces gaat gepaard met strikte hygiëneprocedures en kwaliteitscontroles.

CONTROLE CENTRAAL

De test waarbij de laboranten de bacteriegroei op het monster melkpoeder controleren, duurt zeven dagen. De Greeff: “In feite bootsen we ons echte productieproces op kleine schaal precies na. Daarnaast voeren onze zes laboranten in elk proces dagelijks microbiologische controles uit. Als er andere bacteriën in ons product komen, kunnen we direct ingrijpen in ons productieproces.” Ook voert Yakult gedurende het proces smaakcontroles uit naast meting van de hoeveelheid suikers. De juiste samenstelling dient uiterst nauwkeurig te zijn. Bij benadering is dit

40% melk, en 60% water en overige ingrediënten. “De TA-waarde is tevens een belangrijke graadmeter. Als je het gehalte aan melkzuur meet, kun je ook de hoeveelheid bacteriën berekenen. Een minimum van 6,5 miljard per flesje is onze norm.” De policy van Yakult is zoveel mogelijk controle in eigen beheer houden. De flesjes worden niet alleen razendsnel gevuld, gedopt, geëtiketteerd, verpakt en getransporteerd, ook produceert de Almeerse locatie de recyclebare polystyreen flesjes geheel zelf ter plekke.


TROUWE AFNEMERS

Waar de meeste fabrikanten hun productie tijdens de economische crisis zagen afnemen, bleef die van Yakult stabiel. “Dat is te danken aan de relatief grote groep trouwe gebruikers van Yakult”, verklaart Blaauw. “Wij zijn echt trots op onze productielocatie. Daarom staan wij open voor bezoekers, die zich via onze website kunnen aanmelden.” Yakult biedt constante kwaliteit dankzij geperfectioneerde processen en controles. Toeval hebben ze zo tot een minimum gereduceerd.

 www.yakult.nl



Op 24 september organiseert de OSV een bedrijfsbezoek bij Yakult. Om dit bezoek nog interessanter te maken voor de leden, geeft IJsbrand Velzeboer, directeur van Scientia nova een lezing, onder andere over een gezond microbioom, eetlustremmers en -opwekkers en de voordelen en risico's van combinatievoedsel.

 www.osvnetwerk.com



PRODUCTONTWIKKELING: EIWITTEN

VERBETEREN VAN DE BITE EN STRUCTUUR

De aandacht voor duurzaamheid, de zorg om het klimaat en de eigen gezondheid zijn aanjagers voor het vervangen van dierlijke eiwitten voor plantaardige, en de ontwikkeling van nieuwe producten. Niet zo gemakkelijk, want dierlijke eiwitten gedragen zich anders dan plantaardige. Productontwikkelaars bijten zich vast in de zoektocht naar de juiste bite.

Uit nieuwe cijfers (augustus 2019) van marktonderzoeker IRI Nederland, blijkt dat we in ons boodschappenmandje steeds vaker echt vlees vervangen door producten gemaakt met bijvoorbeeld witte en bruine bonen, soja, kikkererwten, champignons en bloemkool. Sinds 2017 is het aantal verkochte vleesvervangers in de supermarkt met 51 procent toegenomen.

BREKEN OF VERSMEREN?

Bij ieder nieuw foodproduct is consumentenacceptatie een belangrijke voorwaarde

voor succes. We hebben in Nederland nog wat moeite met insecten en insectenmeel, maar zeewier, soja en bonen zijn al beter ingeburgerd. De acceptatie van een nieuw foodproduct staat of valt met smaak en smaakbeleving. Die smaakbeleving hangt weer nauw samen met een juiste 'bite', die weer wordt bepaald door de structuur van het product. Ofwel: breekt het product tijdens consumptie in de mond, of is er eerder sprake van 'versmering' aan het gehemelte? Vergelijk het met het eten van een gekookt ei (met een duidelijke gelstructuur



die breekt bij consumptie), ten opzichte van paté (die versmeert in de mond).

VERSCHILLENDE FUNCTIONALITEITEN

Het zomaar één-op-één vervangen van dierlijke eiwitten door plantaardige varianten is lastig, om de eenvoudige reden dat de functionaliteiten verschillen. Zo vormen veel plantaardige eiwitten een minder sterke gelstructuur dan dierlijke eiwitten, waardoor ze meer versmeren. Het toevoegen van hydrocolloïden, die al veelvuldig gebruikt worden, bijvoorbeeld ter vervanging van gluten in brood, kan helpen

de productkwaliteit van vleesvervangers te verbeteren. Hydrocolloïden kunnen met hun texturerende, water- en vetbindende eigenschappen de structuur en dus bite van een product beïnvloeden.

VOORBEELDEN

Een aantal hydrocolloïden hebben sterke gelvormende eigenschappen en kunnen daarmee producten meer bite geven. Een bekend voorbeeld is agar, ofwel 'veganistische gelatine'. De textuur is brokkeliger dan echte gelatine, waardoor het niet altijd geschikt is als gelatine-

vervanger, maar het kan wel extra textuur geven aan een product. Naast agar worden ook de hydrocolloïden methylcellulose, aardappelzetmeel, maltodextrine en carrageen veel toegepast, evenals algiinaat en verschillende 'gommen', zoals guar gom, xanthaan en Johannesbroodpitmeel (www.innovamarketinsights.com). Elk heeft zijn eigen functionaliteit en is in staat de binding in een plantaardig product te verbeteren.

Methylcellulose heeft bijvoorbeeld goede water- en vetbindende eigenschappen. De gelering van methylcellulose bij verhitting



©FERNANDO SANCHEZ CORTEZ/SHUTTERSTOCK.COM

voorkomt het uit elkaar vallen van het product tijdens de bereiding. De lagere viscositeit na afkoelen kan vervolgens weer zorgen voor een sappiger beleving van het product.

Zetmeel en maltodextrine daarentegen vormen een meer versmeerbare textuur (dus geen gel). In veel producten worden deze twee stoffen dan ook eerder als verdikker gebruikt en niet voor de textuurvorming.

Een ander veelgebruikt hydrocolloïde is carrageen. Carrageen wordt gewonnen uit rood zeewier, en kan gebruikt worden om de stabiliteit van het product voor verhitting te verhogen. Afhankelijk van de gekozen concentratie carrageen, zout en andere stoffen in de voe-

dingsmatrix, kan het geleren voor consumptie, en dus voor bite in het product zorgen. Er zijn drie soorten carrageen, en elk heeft zijn eigen specifieke eigenschappen. Zo lossen Kappa en Iota carrageen op bij hoge temperaturen, om bij lagere temperaturen te geleren. (dit is tegenovergesteld aan methylcellulose). Lambda carrageen lost op in koud water en verhoogt dan de viscositeit. Carrageen rea-

geert ook met calcium tot een gel. Daarmee is het een mooie beginstof voor spherificatie. Druppels van een calciumhoudende vloeistof worden in een carrageen bad geplaatst (of druppels van een carrageenhoudende vloeistof in een calcium bad), wat zorgt voor gel bolletjes, die als creatieve kaviaar kunnen worden gebruikt. Deze reactie kan echter ook in andere applicaties worden toegepast om textuur te verstevigen.

Een minder veel gebruikt hydrocolloïde is alginaat, een hydrofiel polymeer die uit zeewier

wordt gewonnen. Alginaat is opgebouwd uit twee verschillende zuureenheden (D-mannuronzuur en L-guluronzuur), de verhouding tussen deze twee bepaalt de eigenschap van het alginaat. Een hoog gehalte aan L-guluronzuur geeft een hoge gelsterkte, maar is slecht oplosbaar in water. Mannuronzuur is wel goed oplosbaar in water, maar vormt een slechte gel. Als je alginaat mengt met een eenwaardig ion zoals kalium, natrium of ammonium, dan zijn deze alginaten oplosbaar in water. Meng je de alginaten met tweewaardige ionen zoals calcium, dan vormt zich een irreversibel gel. Dit driedimensionaal netwerk kan zich verharden, waardoor er een stevige gel ontstaat.

Echter, als dit netwerk breekt, is de stevige structuur ook verdwenen en komt niet meer terug.

Van de gommen wordt guar gom vaak toegepast als verdikker. Xanthaan is interessant omdat het vloeibaarder wordt tijdens bewerking: het heeft zogeheten shear thinning eigenschappen. Daarmee is het makkelijker te verwerken, terwijl het uiteindelijke product toch een goede stabiliteit heeft. Locust bean gom is een verdikker totdat het gemengd wordt met agar, carrageen of xanthaan. In combinatie vormen deze hydrocolloïden en gel.

UITDAGINGEN

Het werken met moleculen met uiteenlopende functionaliteiten opent een wereld van mogelijkheden voor het maken van nieuwe producten met een beoogde textuur. Het zal geen verrassing zijn dat er legio uitdagingen liggen en nog talloze vragen zijn. Hoe zit het bijvoorbeeld met de interactie die de diverse ingrediënten met elkaar kunnen hebben? Hoe veranderen de geleringseigenschappen van carrageen in een matrix met soja- en erwten-eiwit als je een snuffje zout toevoegt? We weten inmiddels dat de temperatuur waarbij carrageen van gel naar opgeloste stof gaat, toeneemt wanneer zout wordt toegevoegd, terwijl soja- en erwten-eiwit juist slechter oplossen in aanwezigheid van zout. Waarschijnlijk zal zout dus zorgen voor minder opgelost materiaal in een mengsel van soja, erwt en carrageen. Met meer vast materiaal kan je een steviger gel krijgen, maar de vaste stof kan ook neerslaan of voor een brokkeliger textuur zorgen.

Een andere relevante vraag voor productontwikkelaars is: hoe veranderen de geleringseigenschappen als de zuurgraad verandert? Eiwitten lossen slechter op rond hun isoelectrisch punt. Het isoelectrisch punt van soja eiwit en erwten eiwit ligt rond pH 5.5.

Carrageen wordt afgebroken onder deze zure condities, wat leidt tot verlies van functionaliteit. Het samenspel van die factoren, en de invloed van de ingrediënten op elkaar, zorgt voor de functionaliteit van het uiteindelijke product.

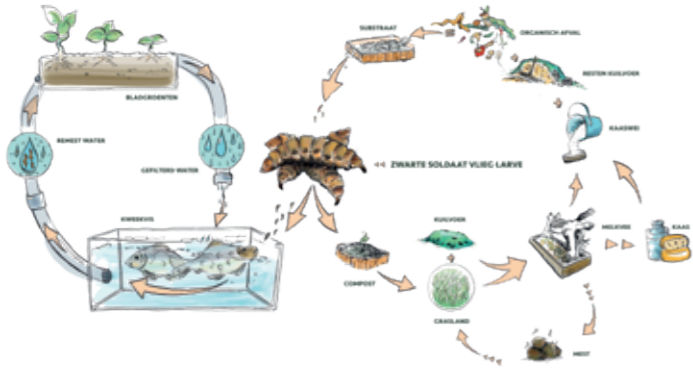
DE GRENZEN OPZOEKEN

Zoveel mogelijkheden maakt kiezen niet makkelijker. De twee uitersten om producten te formuleren zijn: beginnen bij de gewenste functionaliteit en daar de juiste ingrediëntenmix bij zoeken, tegenover beginnen bij het ingrediënt en onderzoeken hoe daar de beste functionaliteit aan gegeven kan worden. De meeste productontwikkelaars beginnen ergens tussen deze twee extreme benaderingen in om snel het optimale resultaat te bereiken. Wij als onderzoekers bij Wageningen Food & Biobased Research zoeken vaak de grenzen op om alle mogelijkheden te verkennen, ten einde hoog kwalitatieve producten te maken van duurzame ingrediënten.

 www.wur.nl

INGREDIËNTEN PROEFTUIN KRINGLOOPLANDBOUW VAN START

InsectoCycle gaat in samenwerking met kaas- en zuivelboerderij Kuiper van start met de proeftuin FeedBackFarm. De bouw is begonnen, de proeftuin opent 28 februari 2020. De insecten worden ingezet om (agrarische) reststromen van kaas- en zuivelboerderij Kuiper en andere (agrarische) reststromen uit de regio, te verwerken tot nieuwe voedselproducten.



De reststromen worden gebruikt om larven van de black soldier fly te voeren. Deze larven kunnen aan vissen, kippen en varkens gevoerd worden; in dit project gaat het om vissen. Het water waarin de vissen zwemmen, wordt gebruikt om planten te bemesten. Deze planten nemen de meststoffen op uit het water, waardoor het water weer schoon wordt en geschikt is voor de vissen. Het inzetten van insecten in de circulaire economie heeft grote potentie. Als er 1% van het Nederlandse vleeskuikenvoer vervangen wordt door insectenmeel, kan er 70.000 ton afgezet worden (ABN Amro, 2016). Door insectenteelt te introduceren in de boerensector wordt er niet alleen bijgedragen aan meer circulariteit, maar ook aan nieuwe economische perspectieven.



WHITE PAPER BRC PACKAGING AND PACKAGING MATERIAL 6

Na 4 jaar heeft BRC besloten om een nieuwe versie van de norm Packaging and Packaging Material (PaP) uit te brengen. Op 1 augustus 2019 is de definitieve versie 6 gepubliceerd. Vanaf 1 februari 2020 wordt volgens de nieuwe versie geauditeerd. Audits die plaatsvinden vóór deze datum verlopen nog volgens versie 5.

Er ligt in vergelijking tot versie 5 in de nieuwe BRC meer nadruk op een gevaaren- en risicogebaseerd kwaliteits- en voedselveiligheidsprogramma. Zo komt de focus meer te liggen op de invoering van Good Manufacturing Practices (GMP) binnen het bedrijf. Hierdoor kunnen de eisen specifiek ingevuld worden voor het product en het proces, welke sterk verschillen per bedrijf. Een andere belangrijke driver in de nieuwe versie is het continue verbeterproces. Meer weten? Download een informatieve whitepaper via de site van N&S Quality.



VERPAKKINGEN GEEN WEGWERPPLASTIC

Sinds 1 september heeft online supermarkt Picnic al het wegwerpplastic uit de digitale schappen gehaald. Het bedrijf onderstreept daarmee zijn duurzame karakter en komt tegemoet aan de wens van veel klanten. Met deze maatregel loopt de online supermarkt vooruit op het besluit van het Europees Parlement dat per 2021 geen plastic wegwerpproducten meer mogen worden verkocht. Picnic vervangt alle plastic rietjes, roerstaafjes, bordjes, bekertjes, schaaltjes, kommen en bestek door duurzame, biologisch afbreekbare alternatieven: bagasse, papier en CPLA. Bagasse is een restmateriaal van suikerriet dat gewoon bij het gft-afval kan. De papieren rietjes, gekleurde bekertjes en bordjes kunnen bij het oud papier. CPLA wordt gemaakt uit natuurlijke materialen en is biologisch afbreekbaar.



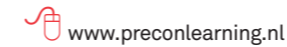
© NORDHE SPERDIJK/KOOLHOVEN & PARTNERS



VEILIG WERKEN ONLINE TRAININGEN

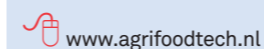
Het aantal bedrijfsongevallen stijgt hard. Ieder jaar zijn er meer dan 200.000 ongevallen en vallen er 60 doden. Daarom bieden KWA Bedrijfsadviseurs en Précon Consulting Group een nieuwe serie online trainingen op het gebied van veiligheid op de werkvloer. De trainingen zijn interactief, goed te begrijpen en aantrekkelijk vormgegeven.

De drie nieuwe trainingen zijn: Veilig werken met gevaarlijke stoffen; Vertel je niet en Veilig aan de slag. Vorig jaar verscheen al de training Explosie-veiligheid (ATEX), waarin productiemedewerkers leren wat het belang is van de ATEX-regelgeving, wat een EVD is en hoe ze de regels hieruit moeten vertalen naar de praktijk.



BEURSNIEUWS AGRIFOODTECH 2019

AgriFoodTech is het platform waar High Tech en ICT innovaties voor efficiënter, effectiever, duurzamer of zelfs anders produceren in de voedingsmiddelenindustrie, de landbouw en (glas)tuinbouw centraal staan. Op 11 en 12 december draait alles in de Brabantallen 's-Hertogenbosch om nieuwe technologie voor de agri- en foodsector. Denk aan sensoren, drones, robots, big data, vision, LED verlichting, systeemontwerp en -integratie, automatisering, verpakkingen, ICT en foodtechnologie. De innovaties binnen de agri- en foodsector volgen elkaar in een rap tempo op met als doel: de wereld blijvend van voedsel voorzien, schaarste aanpakken en inspelen op de veranderende voedselketen.



VERZEKERINGEN VERZUIM-ONTZORG-VERZEKERING

Aegon heeft het keurmerk MKB Verzuim-ontzorg-verzekering ontvangen voor hun MKB Verzuimplan: een nieuwe verzekering inclusief arbodienstverlening, speciaal voor werkgevers uit het midden- en kleinbedrijf. Het keurmerk wordt uitgegeven door MKB-Nederland, VNO-NCW, LTO Nederland en het Verbond van Verzekeraars en is een direct uitvloeisel van het eind vorig jaar afgesloten convenant met minister Koolmees van SZW.

De werkgever komt met dit MKB Verzuimplan niet voor financiële verrassingen te staan. Alle voorgeschreven interventies worden vergoed en het product heeft een stabiele premie, óók bij incidenteel langdurig verzuim. Verder neemt een vaste casemanager de regie bij langdurig verzuim, bijvoorbeeld door het maken van een plan van aanpak en het actief inzetten van interventies voor re-integratie. Bij de dienstverlening werkt Aegon samen met Perspectief, een arbodienstverlener met vestigingen in het hele land.



KOELEN & VRIEZEN VOORKOM UITVAL VAN JE KOELINSTALLATIE

Om te voorkomen dat koudemiddel uit een koelinstallatie ontsnapt, is goed onderhoud noodzakelijk. Bovendien zorgt goed onderhoud ervoor dat je het maximale uit jouw installatie haalt en je producten gekoeld blijven. Het is hierbij van belang om de werkzaamheden aan de installatie door deskundigen te laten uitvoeren volgens de juiste voorschriften.

Volgens de zorgplicht uit de Arboret is de eigenaar of beheerder verplicht om de installatie in goede conditie te houden. Dit vereist een onderhouds- en inspectieplan, zoals een tienjaarlijkse periodieke inwendige inspectie, gecombineerd met een vijfjaarlijkse controle en herstelling van de veiligheidsappendage. Na ingebruikneming dient er periodiek een herkeuring plaats te vinden van installaties die vallen in veiligheidscategorieën III en IV volgens het Warenwetbesluit Drukapparatuur. Kies altijd voor een NVKL erkende installateur om zeker te zijn van kwaliteit, duurzaamheid en professionaliteit. Zij voldoen aan alle verplichte wetgeving en eisen op het gebied van onder andere opleiding, vakken en materiaal.



© CLOUD DAYS/SHUTTERSTOCK.COM



Snijoplossingen voor al uw producten

Urschel voor verschillende verkleiningen van u product.

Urschel werkt met u samen en deelt nieuwe snijtechnologie voor winstgevende oplossingen die passen bij uw eendoelen.

Elke machine is uitgevoerd in roestvrijstaal en gemaakt volgens de kwaliteitsnormen van Urschel. Wij geven ondersteuning en service voor lange levensduur van uw machine.

Bediening met één druk op de knop bespaart tijd en arbeidskosten. De machines zijn ontworpen voor een continue, ononderbroken productie tegen een zo hoog mogelijke capaciteit. Urschel ziet u als partner voor een langdurige samenwerking met toegewijde service en onderdelen wanneer u deze nodig heeft.

Neem contact op met Urschel en ontdek hoe wij u kunnen ondersteunen met de ontwikkeling van u product.



URSCHEL[®]
The Global Leader in Food Cutting Technology

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

URSCHEL B.V. | netherlands@urschel.com | www.urschel.nl