

Uitgave Ambachtelijk Korenmolenaarsgilde, Postbus 3086, 3101 EB Schiedam
FEBRUARI 1992 - Nummer 104 - Verschijnt tweemaandelijks



Molenaars moeten het hebben van bakkers die in het molenproduct geloven. Ook Eko-brood vraagt 'gelooft' bij zijn producenten. De mooiste combinatie: 'gelovige' bakkers die ecologisch meel van de ambachtelijke molenaar betrekken!

Rijp voor het idee

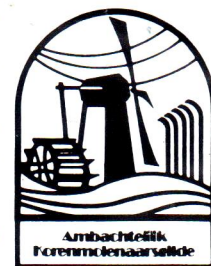
Zoals het milieu niet langer de hobby is van een groepje verwaasde idealisten gekleed in houtje-touwtje-knoopjesjassen en geitewollen sokken, zo is het ecologisch brood niet meer louter voedsel voor wereldverbeteraars. Een paar jaar geleden is het Eko-brood 'ontdekt' door de gangbare consumptiemaatschappij. Daarmee loopt Nederland een beetje voorop, zoals in ons land ook duidelijk een grotere belangstelling voor het milieuvraagstuk bestaat dan over de grenzen.

Optimisten geloven, dat de markt voor het ecologisch/biologisch brood zich voorspoedig gaat ontwikkelen. Er zijn er die denken, dat rond 2000 vijf- tot tienmaal zoveel mensen overgaan op het kopen van zulk brood. (Er zijn er ook die daarvan geen fluit geloven!)

Gewone bakkers, die sinds een paar jaar worden rijp gemaakt

voor het idee ook zulk brood te bakken, lopen er in de eerste plaats niet verschrikkelijk warm voor en als zij tot actie overgaan komt dat vooral door commerciële overwegingen. Het is voor hen vooral een uitbreiding van de sortering en het ideële motief telt niet zo erg. Overigens is er ook al weer een flinke groep die het geprobeerd heeft, maar inmiddels is afgehaakt omdat de vraag te gering bleef.

Al met al is Eko-brood (en daarmee de markt voor ecologische tarwe voor de wind- en waterkorenmolenaar) een voldoende interessant onderwerp om er eens wat dieper op in te gaan. Dit hele nummer is er zo'n beetje aan gewijd. Dat moet dan resulteren in meer inzicht in het Eko-merk, in de biologische teelt en derzelve vooruitzichten, en in de ervaringen die anderen hebben met deze markt.



Eén controleur voor biologische producten

Er komt met ingang van 1992 één controle-organisatie in Nederland voor de biologische en biologisch-dynamische productie-methoden. Deze organisatie heet SKAL en zij geeft als keurmerk —als bewijs, dat het om gecontroleerde en gegarandeerde biologische of biol. dynamische producten gaat— het EKO-merk uit. Met deze ontwikkeling is een einde gekomen aan het nu al jaren durende getouwtrek tussen SKAL, SEC en BD-vereniging, wie zich nu de controlerende instantie mag noemen op het gebied van de alternatieve landbouw.

Met de hete adem van de EEG-verordening inzake de biologische productie-methode in de nek heeft men de onderlinge geschillen bijgelegd. Het ziet er nu naar uit, dat Nederland zich naadloos kan voegen in de door Brussel uitgedachte regelingen, die voor de gehele EEG zullen gaan gelden. Door deze regelingen krijgt de biologische productie-methode een officieel erkende status.

Overigens komt de EEG-verordening als geroepen, want de keur aan organisaties, die in bijna elk EEG-land werkzaam is op het gebied van de bevordering van en de controle op de biologische landbouw —m.n. in een land als Frankrijk met al zijn regionale clubs— bevorderde de overzichtelijkheid geenszins. Elke zichzelf respecterende organisatie controleerde ieder andere, vóórdat men tot erkenning wilde overgaan, wat tot een nodeloze verspilling van geld en menskracht leidde.



De EEG-verordening wijst binnen een land één controle-organisatie aan, waarbij alle in dat land werkzame organisaties zich dienen aan te sluiten. De controle-organisatie controleert of de aangesloten organisaties voldoen aan de door de EEG opgestelde normen t.a.v. productie en verwerking van biologische levensmiddelen. De verschillende organisaties (in Nederland de

SEC en de BD-vereniging) controleren op hun beurt of de bij hen aangesloten bedrijven werken volgens de richtlijnen van deze organisaties.

In de praktijk zal er voor de bakkers weinig veranderen. Tenminste wanneer men enkel meel met EKO-merk verwerkte. Staat zo'n keurmerk niet op de zak, dan mag de bakker zijn brood niet meer biologisch noemen. De term "biologisch" wordt een wettelijk beschermde aanduiding, die niet zo maar door Jan en Alleman op zijn producten geplakt mag worden. Reden te meer om te kiezen voor bij SKAL aangesloten leveranciers.

Peter Sturkenboom



Marketing. Dat is een eng woord. Niet voor doorgewinterde handelaars, maar wel voor een gewone wind- of watermolenaar die met meelmalen de kost wil verdienen. Enge dingen worden minder angstwekkend als je er kennis van neemt. Dat geldt ook voor marketing, het dure woord voor verkoopbevordering. En je verkoop bevorderen is zelfs voor een molenaar een opdracht.

Wie wil verkopen heeft klanten nodig. Klanten moet je 1) maken en 2) vasthouden. Bij marketing staan de klanten en zijn behoeften in het middelpunt. De klant heeft de machtspositie en heeft het voor het zeggen.

Wie is de klant van de molenaar? De afnemer van zijn producten. Dat is de bakker. Maar eigenlijk ook de klanten

MARKT

van de bakker. En zeker ook de mensen die in de molenwinkel om een zakje zus en een pondje zo komen.

Die hele club heeft eigen behoeften. En die zijn ook nog eens in beweging en in ontwikkeling. Daar kun je horendol van worden. Niet doen, maar gewoon de ontwikkeling volgen.

Marketing is een techniek om behoeften van de klant te vertalen in een product dat hem/haar aanspreekt. Alle

mensen te vriend houden gaat niet. Je moet kiezen. Je moet kiezen voor je sterke kant, dus weten wie je bent en wat je te bieden hebt. En je moet een groep kiezen waarop je je richt - de doelgroep. Die hou je steeds in de peiling.

*Alle activiteiten waarmee je je bedrijf profileert zitten in de zogenaamde marketing mix. Het zijn de vier beroemde P's van **Plaats, Prijs, Product en Promotie**. De **plaats** is het vestigingspunt, daar waar de molen maalt; de **prijs** je het prijsniveau dat je hanteert; het **product** is wat uit je handen komt (maar ook de kwaliteit ervan); **promotie** omvat de reclame, de aankleding, de manier van omgaan met de klant.*

Volgende keer verder.

J.H.

Molenaars vanaf begin geïnteresseerd in biologisch graan

Ons land kent sinds 1928 biologische landbouw. Toen werd op Walcheren het eerst biologisch-dynamische landbouwbedrijf gesticht. Eind jaren zestig is daar de ecologische landbouw nog bijgekomen. In de biologische teelt (= ecologische teelt) wordt geen gebruik gemaakt van pesticiden en kunstmest. Belangrijker nog is de zorgvuldigheid waarmee wordt gewerkt aan het beperken van ziekten en plagen en een bodemgebruik dat duurzame landbouw tot gevolg heeft.

Evenwichtige bemesting met dierlijke mest en groenbemesting levert vaak een iets minder hoog stikstofgehalte in het product, maar tegelijk een betere omzetting van stikstof in eiwitten. Bij granen is dat duidelijk te merken: de bakkwaliteit van biologische tarwe is bij vrij lage stikstofgehalten vaak goed. Het tegengaan van ziekten en plagen zonder gebruik van bestrijdingsmiddelen levert een product dat vrij is van residuen van die stoffen, zowel in de korrel als in het stro.

Lange tijd was de biologische landbouw een zaak van een beperkte groep boeren. Ook het aantal consumenten was klein. Verschillende bedrijven verwerkten zelf hun graan, omdat er te weinig afzet was voor gespecialiseerde bakkerijen. Maar inmiddels is die afzet flink gegroeid. Het werd de consumenten duidelijk, dat de gangbare landbouw een bron was van milieuvervuiling en brood werd een van de eerste producten waarin het kwaliteitsverschil tussen gangbare en teeltwijze te proeven viel. Dat lag naast de productie ook aan de verwerking van het graan.

Duidelijk onderscheid

Vanaf het begin waren molenaars geïnteresseerd in biologisch geteeld graan. Het op de wind gemalen meel onderscheidt zich heel duidelijk van het meel uit de meelfabriek.

In de biologische akkerbouw is de tarweteelt de belangrijkste teelt en de vruchtwisseling wordt dan ook meestal afgestemd op de teelt van tarwe met een goede bakkwaliteit.

Sinds 1970 is de ontwikkeling versneld. Het duurde geen tien jaar of succesvolle boeren gingen op zoek naar grotere bedrijven, bijvoorbeeld in Flevoland. Ook grotere bedrijven gingen zich



omschakelen. De gemiddelde bedrijfs-grootte zit nu boven het landelijk gemiddelde. Ook in het buitenland is een soortgelijke ontwikkeling waar te nemen. De EG gaat nu de verdere ontwikkeling van de biologische landbouw steunen, evenals een aantal lidstaten.

Dat zal een toename van het areaal tot gevolg hebben, misschien wel tot 10% van het landbouwoppervlak.

(Peter v.d. Werff, Landbouwniversiteit Wageningen, in Informatiebulletin van Windkracht Vier.)

Het gaat langzamer dan iedereen had gedacht

De molenaars van 'Windkracht Vier' hadden het medio 1990 allemaal prachtig voor elkaar. Met een chique brochure presenteerde het viertal zich op de markt. Voor dat visitekaartje krijgen ze nu nog altijd lof toegezwaaid. 'Maar', zeggen Hans Dobbe en Peter Sturkenboom, 'de belangstelling voor ons biologisch meel was heel wat minder. Eigenlijk moeten we concluderen, dat onze verwachtingen te hoog waren gespannen.'

De vier windmolenbedrijven, die samen gingen doen in een aparte firma voor biologische maalproducten, deden dat met overtuiging. Kort voor hun start hadden ze op de bakkersvakbeurs Nebato nog eens de bevestiging gezien van hun aanname, dat de doorbraak van het biologisch/ecologisch brood op handen was. Want op de beurs paktten de meelfabrieken uit met nieuwe ecologische broodsoorten en met nieuwe melen. Vooral Wessanen —met het Veldbrood— en Morlach zaten er bovenop. 'Wij meenden', zegt Peter, 'dat we beslist de boot zouden missen als we niet mee zouden gaan.'

Het is anders gelopen. Ofwel de markt-onderzoeken zijn niet goed gedaan, of helemaal niet gedaan, of het publiek heeft tegen de enquêteurs gejoekt, maar in elk geval is er geen doorbraak gekomen. Bij Windkracht Vier heeft men de indruk, dat men is vergeten een grote publiekscampagne te voeren. Daardoor is ook het Veldbrood niet de knaller geworden waarop Wessanen had gehoopt.

Langere termijn

Hans: 'Wij meenden dat we na een jaar een goede score zouden hebben. Maar er moet ook nú nog zeer veel energie in. Het is een zaak voor veel langere termijn. De mensen hebben wel de mond vol van het milieu, maar ze passen er hun gedrag nauwelijks bij aan. Kijk naar het auto rijden. Het gaat ook niet om beter en gezonder brood. Het moet voor de klanten alleen lekker zijn.'

Peter: 'Toen we een keer roggemeel aan dat koekbedrijf van Wiecher-Ketel-lapper hadden geleverd zeiden ze daar: meneer, ik proef het biologische niet!

Dan zeg je, dat dat niet te proeven valt en dat het om de ideologie gaat. Toen hoefde het niet meer.'

De molenaars van Windkracht Vier zijn geen wereldverbeteraars. Dus verkopen ze hun meel met de nadruk op de bijzondere smakelijkheid en mikken ze op een goed volume. Dat is wat de bakkers willen. Voor de bakkers is het biologische brood een bijproduct en zal dat voorlopig nog wel blijven. Hans: 'Ik denk dat de supers het 't eerst goed op gaan pakken. Bij de Konmar in Den Haag hebben ze nu een hele Groene Lijn opgezet, met ecologisch vlees en er komt een gloednieuwe ekobakkerij. Als zulke grote bedrijven dat doen, volgen

de andere. En dan komt er een veel groter publiek mee in aanraking'. Teleurgesteld? Beslist niet. En Peter en Hans zijn er zeker van dat het gaat komen. Alleen allemaal wat langzamer. Bovendien zeggen ze, —een heel ander aspect—, dat ze de gezamenlijke onderneming alleen al vanwege de bijzonder stimulerende samenwerking voor geen goud zouden willen missen.

JH

Het kan gebeuren dat een potentiële afnemer opmerkt dat hij het biologische van het geleverde roggemeel niet proeft. Probeer die dan maar eens over de streep te trekken!, zeggen de mannen van Windkracht Vier.





Een gouden toekomst of toch tien jaar te vroeg?

De meningen zijn verdeeld. Dat is niet verwonderlijk als je het hebt over een product, dat uit de marge (waar het een heel bepaald aureool had) naar het centrum van de consumentenbelangstelling moet worden gehaald. Maar wie had tien jaar geleden kunnen voorspellen, dat Het Milieu anno 1992 nummer één zou zijn op het lijstje van Nationale Zorgen en tegelijk nummer één in de beleving van de Nederlanders? In die zin is het niet ondenkbaar, dat ook het brood van ecologisch geteelde grondstoffen nu aan een glorieuze opmars begint, vooral wanneer dat brood in het oog van de klanten een beetje de zorg om het milieu belichaamt.

Bij Wessanen Meel zit een product-manager, drs. P.H.M. Douwes, die volledig op deze toer gaat. In 'Bakkerij', een bakkersblad dat medio vorig jaar een heel nummer wijdde aan het fenomeen Eko-brood, noemt hij de milieuzorg onder het publiek de kernfactor in de marktgroei. Hij heeft een soort visioen: het huidige beperkte koperspubliek groeit de komende tien jaar uit tot een groot en geïnteresseerd publiek. De verkrijgbaarheid van het Eko-brood loopt van de 500 winkels op dit moment naar rond de 15.000 verkooppunten en dat betekent een vrijwel volledige dekking van de markt. Het relatief hoge prijsniveau van het ogenblik daalt geleidelijk. De dogmatische groep die ermee is begonnen zal gaandeweg praktischer van inslag worden en de

brede laag van de mensen zal steeds meer besef krijgen dat milieuzorg geen luxe is maar bittere noodzaak. Daarom gaat Eko-brood ook niet concurreren met andere broodsoorten op het vlak van 'gezondheid'. Nee, wie dat brood eet levert een bijdrage aan de instandhouding van de leefomgeving. Voor goed begrip moet worden vermeld, dat Douwe's bedrijf bekendheid geniet vanwege het Veldbrood dat het heeft geïntroduceerd. Wie daarin flink investeert moet natuurlijk wel een optimistisch geluid laten horen.

Te weinig bekend

Want... niet alle meelfabrieken zien het zo rooskleurig. Bij Koopmans, die er wel een beetje in doet, vindt men dat het marktaandeel niet hard genoeg groeit. Dat komt doordat het merk te weinig bekend is, waardoor de klanten ook niet bereid zijn er wat meer voor neer te tellen. Het Eko-brood is ook moeilijk te verkopen: het milieu-argument, zegt Koopmans, leeft helemaal niet zo bij de klanten.

Meneba Meel gelooft niet, dat het publiek erin zal gaan geloven. Daarnaast is biologisch meel erg fraudegevoelig. Met certificaten kan worden gerommeld en als zulke certificaten geld waard zijn, zal dat ook zeker gebeuren. Het aandeel van biologisch meel is voor Meneba te klein om er iets mee te doen.

Ook meelfabriek Kruij in Ameide heeft het niet in huis. Moorlach in Uithuizermeeden wel, maar dat is dan ook een

van de allereersten geweest die met biologisch meel begonnen. Maar, zegt de marketing-manager, de ervaringen vallen tegen. De praktijk blijft sterk achter bij de resultaten van het marktonderzoek. Misschien, zeggen ze bij Moorlach, zijn we te vroeg geweest. Over tien jaar is er wellicht een bredere voedingsbodempool voor Eko-brood, omdat het milieubewustzijn toch toeneemt. Ander punt is dat de klant, volgens Moorlach, het product niet verwacht bij de ambachtelijke bakker.

Niet alleen de meelfabrikanten lopen op tegen het geringe aandeel. Ook voor bakkers klevan er bezwaren aan het gebruiken van biologische grondstoffen, gezien de geringe omvang van het publiek dat voor Eko-brood 'in' is. Want op het ogenblik neemt ecologisch brood ongeveer 1% van de totale markt in beslag. Voor de grotere bakkerijen is bijvoorbeeld de lage omloopsnelheid een probleem. Een kleine productie is lastig voor een grote bakkerij en bovendien kan het product wel eens te duur worden.

De duurte van Eko-brood is trouwens ook een struikelblok voor kleinere bakkers. Doordat de maalderijen nauwelijks met Nederlandse ecologische tarwes willen werken (vanwege mindere kwaliteit) komt er een melange op de markt waarin Amerikaanse en Canadese tarwes overheersen. En die zijn erg duur. Omdat de doorsnee bakker liefst zo goedkoop mogelijk inkoopst is dat alleen al een psychologische drempel.

Drie procent is vaste klant voor het Eko-brood

Hoe kijkt de Nederlandse broodeter nu aan tegen het Eko-brood? Die vraag intrigeerde ook de BCOB, een van de drie bakkersbonden. Ze liet een enquête houden, waarvoor ca. 1300 mensen werden aangesproken. De cijfers spreken voor zichzelf.

Van de 1300 ondervraagden heeft 3% wel eens gehoord van het Eko-keurmerk. Vergelijk je dat met de keurmerken voor groente en fruit en voor zuivel, dan vallen die cijfers respectievelijk zo uit: 28 en 24%. (Kemakeur en het merk van de Nederlandse Vereniging van Huisvrouwen scoren bijna 100%!). En 13% ziet het belang van een milieukeurmerk voor brood wel in.

Op de 1300 ondervraagden hebben er circa 100 wel eens Eko-brood gegeten; 41 van diezelfde 100 eten dat brood vrijwel dagelijks, oftewel 3% van de geënquêteerden is er vaste klant voor. Van die 41 personen is bijna de helft tot het eten van Eko-brood bekeerd door dat het lekker is. Enkelen méér reageren vooral op het gezondheidsaspect. Maar... 72 van de 100 die het wel eens gegeten hebben vindt keurmerkbrood lekkerder, terwijl slechts 9% vanwege de zorg om het milieu op Eko-brood terecht is gekomen.

Als de mensen van het bestaan van Eko-brood weten, komt dat vooral door de supermarkt en de reformwinkel. Toch zoeken ze dat speciale brood

vooral in de gespecialiseerde bakkerswinkel.

Van de ondervraagden vindt 48% het redelijk, dat er voor het Eko-brood meer moet worden betaald. Willen ze het ook kopen? Daarop antwoordt 21% met 'ja' en 24% vindt een gemiddelde meerprijs van 53 cent acceptabel.

Hieruit komt als profiel van de Eko-brood-consument tevoorschijn: mensen die vooral in de leeftijdscategorie zitten van 40-59 jaar en die behoren tot één of tweepersoonshuishoudens. En Eko-klanten wonen mooi verspreid over het hele land.

't Lukt beter als je erin gelooft

De genoemde BCOB was nóg nieuwsgieriger. Ze wilde ook nog het een en ander weten van de bakkers die het Eko-merk voeren. Dat zijn er overigens nog niet zo heel verschrikkelijk veel. Van hen zegt ongeveer een kwart ermee te zijn begonnen uit milieu-overwegingen: 60% van deze bakkers vond het een aardige uitbreiding van het assortiment en 13% reageerde op vragen van klanten.

De hoeveelheden verkochte Eko-broden variëren sterk. Tien tot 25 broden per week is de 'vangst' van 45% van de bakkers, 35% ziet wekelijks 25-50 broden over de toonbank gaan en ruim

10% haalt tussen 50-100 Eko-broden per week. Nog eens 7,6% komt op een verkoop van 100 tot 300 Eko-broden per week.

De bakkers die vanwege milieuzorg met de productie van Eko-broden zijn begonnen maakten vaker omzetting met de zomaar-bakkers. De conclusie is gewettigd, dat de mate waarin je in een zaak gelooft mede —en in sterke mate— het succes bepaalt. Want je doet er dan meer voor.

Overigens nog een saillant detail: eind 1990 belegde de BCOB een landelijke studiedag voor de Nederlandse bakkers. Onderwerp: Eko-brood. De dag moest worden afgelast bij gebrek aan belangstelling van de bakkers.



Plotseling stond ik voor een dilemma: een lange molentour liep ten einde en ik haastte me naar station Apeldoorn, om daar op een nog enigszins "redelijk" tijdstip de trein naar huis te nemen. Op dat moment zag ik de molen van Wenum draaien. Het hoofd zei: "doorrijden". Het hart sprak: "naar de molen". De keuze bleek toch weer niet zo moeilijk....

Bij de molen ontmoet ik de oude molenaar Vorderman, wiens grootvader hem in 1913 in Baambrugge als poldermolen had gekocht en naar Wenum als korenmolen had laten overplaatsen. Nog steeds worden er in de molen veevoerders gemalen en als het even kan op de wind, een steeds zeldzamer wordende bedrijfstak.

De sympathieke molenaar blijkt een windmolenaar in hart en nieren te zijn.

ROOSE

Kosten noch moeite worden gespaard om zijn molen in onberispelijke staat te houden. Hij wijst mij op de pas vernieuwde fokken: "Voor particuliere moleneigenaars is het vaak moeilijker om subsidies los te krijgen, dan wanneer de gemeente eigenaar is. Neem nu de watermolen hier: Enkele jaren geleden voor veel geld gerestaureerd en draaien doet hij zelden."

In de molen manoeuvreren we ons tussen de zakken graan en meel. Alles ademt de sfeer uit van een klein maar

prachtig, ambachtelijk bedrijf. Ook de geur is er vertrouwd! Op mijn gemak (het is toch al veel te laat) dool ik door het grote, solide achtkant: een mengketel, een elevator, een koekenbreker, één koppel stenen op de motor en één op de wind. "Het liefst maal ik met de wind. Het is een grote, sterke molen en vroeger konden we bij gunstige wind grote hoeveelheden graan per dag malen. Als ik een opvolger had, zou ik best voor bakkers willen gaan malen, maar helaas...."

Voor de Wenumse watermolen restte die dag geen tijd meer. Ik fietste rechtstreeks naar Apeldoorn, even denkend dat het molenaarsvak ten dode opgeschreven was. Gelukkig wist ik beter.

Willem Roose

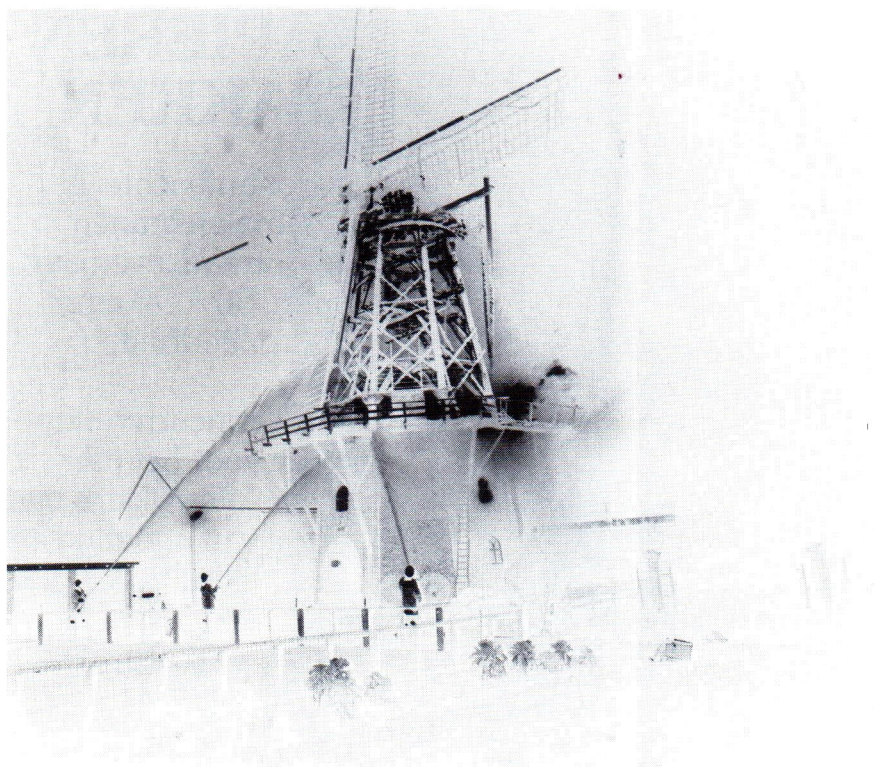


Foto: Leeuwarder Courant

Molen Stiens door brand verwoest

Een felle brand heeft tijdens de jaarwisseling een einde gemaakt aan het nog jonge leven van korenmolen "De Hoop" te Stiens. De brand ontstond

door een vuurpijl die het rietdek in vlam zette.

Hoewel de brandweer binnen enkele minuten ter plaatse was met een hoogwerker, verliepen de bluswerkzaamheden uiterst moeizaam door het continue vastlopen van de waterpomp. Een klein brandje groeide zo uit tot een felle

Aangemeld

Jos Kors, werkzaam op de molen De Zandhaas in Santpoort heeft zich bij het AKG als lid aangemeld. Hij vraagt balotage als gezelschap. Collega's die gegronde bezwaren hebben tegen zijn lidmaatschap dienen daarvan zo spoedig mogelijk kennis te geven aan het secretariaat in Schiedam.

en reddelose brand, waar zelfs het taaie eikehouten achtkant —dat nog lang dapper stand hield— op den duur niet meer tegen bestand was. Molenaar Gert Kleinstra kon slechts hulpeloos toekijken hoe de hele molen tot slot ineens stortte.

Met de molen ging tevens zo'n 8 ton graan verloren. De productie is inmiddels overgenomen door de collega's Tollenaar in Birdaard en Adrie Peerboom in Wervershoof.

Over herbouw wordt reeds gesproken; de molen zou voor circa f 850.000,— verzekerd zijn. Dat wordt dan de tweede herbouw binnen amper 15 jaar. De korenmolen van Stiens werd immers in 1977/'78 vanaf de stenen onderbouw herbouwd, nadat de bovenbouw in 1922 was afgebroken.

Gert Kleinstra: "De stenen onderbouw staat er nog. We zijn weer terug bij af".

Willem Roose

Kwaliteitszorg, wat zou dat zijn? Een goede zak meel raak je altijd kwijt! Maar ook ambachtelijke korenmolenaars zijn producenten in de voedingssector, maken eten zagezegd. En juist de voedingssector is een (politiek en sociaal) belangrijk deel van de hele consumentenmarkt in de E.G. In de concurrentiestrijd om de EG-ecu (de gulden wordt helaas verzamelobject) is een lange termijn strategie belangrijker dan ooit. Hoe goed beheersen wij ons product? De laatste jaren is het begrip kwaliteitszorg snel doorgebroken — eerst in de technische bedrijfstakken, maar nu wordt ook in de voedingssector de behoefte aan herkenbare normen groter.

Kwaliteitszorg heeft uiteindelijk te maken met certificatie. Daaronder wordt verstaan: het door een daartoe bevoegde instantie verlenen van een certificaat waaruit blijkt dat het bedrijf een in de bedrijfsvoering geïntegreerd kwaliteitsstelsel hanteert. Dat stelsel moet voldoen aan de in NEN-ISO 9000 gestelde eisen. NEN-ISO is dan een serie internationale kwaliteitsnormen.

BEDRIJF

Er zijn drie vormen van certificatie: product-, proces- en kwaliteitssysteemcertificatie. Productcertificatie is gebaseerd op een initiële keuring en nacomtrole van representatieve monsters van het product, eventueel aangevuld met periodieke controles op het productieproces of het kwaliteitssysteem door de certificerende instantie. (Bekend voorbeeld is het KEMA-keur voor elektrische apparaten).

Procescertificatie betekent regelmatige beoordeling van alle maatregelen en voorzieningen om het productieproces te beheersen. Deze vorm wordt toegepast als aan het product zelf niet of te moeilijk is te meten of aan de gestelde eisen is voldaan.

De laatste soort certificatie —die van het kwaliteitssysteem— is voor voeding

de belangrijkste. Door periodieke toetsing van de inhoud en het effect van het kwaliteitssysteem op het product wordt gecontroleerd of aan de normen is voldaan. Deze certificatie is vooral belangrijk wanneer een producent moet aantonen, dat hij in staat is aan de eisen van afnemers te voldoen. Het certificaat vormt de basis voor de samenwerking en is een bron van vertrouwen.

Een kwaliteitssysteemcertificaat zegt niets over de productkwaliteit als zodanig, maar uitsluitend iets over de zorg waarmee dat product wordt gemaakt. Enkele argumenten die kwaliteitszorgsystemen belangrijk maken zijn: de vraag naar duidelijkheid over productieprocessen vanuit consumentenorganisaties; de noodzaak zich te onderscheiden van de concurrentie (ook als bedrijfstak of land); als wapen tegen claims op grond van de Wet op de productaansprakelijkheid; als instrument ter beheersing van de kwaliteit van de eindproducten. Dat laatste is dan een interne reden.

A. Pandsel

Duurder brood

Eko-brood is zo'n 20 procent duurder dan gewoon brood. Dat wordt veroorzaakt door een aantal factoren. De belangrijkste is misschien wel, dat de Nederlandse maalindustrie met louter Nederlands aanbod niet uit te voeten kan en daarom een melange brengt waarin Amerikaanse en Canadese ecologische tarwes sterk zijn vertegenwoordigd. Daarmee zit je aan soorten die 30 tot 70% duurder uitvallen dan de gewone meelsoorten. Daarin speelt dan ook een lagere opbrengst per hectare zijn rol.

Ook de voorzorgsmaatregelen volgens de Eko-normen drijven de prijs op. Vervolgens zijn er de marketing-inspanningen, om het brood aan de man te brengen. Ook in het productieproces zitten kostenverhogende elementen, want vaktechnisch gezien is de beste methode om dit brood zonder toevoegingen te maken de arbeidsintensieve Allinsonmethode. Eventuele hulpgrondstoffen voor het Eko-brood, zoals roomboter en zonnebloemolie, zijn óók nog eens duurder.

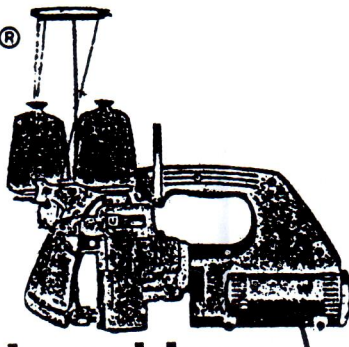


Natuurvriendelijk boeren

Hoe sterk de belangstelling van boeren toeneemt om natuurvriendelijker te gaan werken blijkt uit de groei van het aantal zogenaamde beheersovereenkomsten dat met het ministerie van Landbouw wordt gesloten. In 1990 hebben dat 500 boeren gedaan. Het daarmee gemoeide areaal is 25% van het geheel dat nu op 16.300 hectare zit. De overheid heeft zich ten doel gesteld het gebruik van bestrijdingsmiddelen (20.000 ton per jaar!) over tien jaar te hebben gehalveerd. Daaraan hebben dan deze 500 boeren hun steentje bijgedragen.

Union Special®

Fa. DENA
Postbus 209
8250 AE Dronten
Telefoon 03210 - 187 26
Telefax 03210 - 187 28



**zakkennaaimachines
onderdelen en garens**

Graanhandel „Trigo” B.V.
POSTBUS 1174 - 3300 BD DORDRECHT (HOLLAND)

**Al 20 jaar leverancier
van goede baktarwe.**

Telefoon: 078-174233

PAPIEREN ZAKKEN

voor ambachtelijk
gemalen granen
uit voorraad leverbaar:
afm. 50 × 90 cm.,
onbedrukt.

Sterk concurrerende
prijzen voor het maken
van zakken volgens uw
opgave van afmeting en
druk.



**Handelonder-
neming
M. de Cort B.V.
Beneluxstraat 10
5061 KE
OISTERWIJK
Telefoon:
04242-83125**

**Voor meelzakken
en zakband
naar**

**Van Randeraad's
Zakkenhandel**

Zuidzijde 118 a
2411 RW BODEGRAVEN
Telefoon (01726) 16139
's Avonds na 18.00 uur:
telefoon (03488) 614

Vele soorten hardhout o.a.

**AZIJNHOUT
GROENHART
POKHOUT**

**AMSTERDAMSCH
FIJNHOUTHANDEL
Minervahavenweg 14
1013 AR Amsterdam
tel. 020-828079**