

**4** In algemene zin verwacht ik dat bakkers de komende jaren meer omzet halen uit minder brood. De trend dat er minder brood wordt gekocht zet nog wel even door, maar dat is niet erg, want het gaat om de omzet en de winst.

Onze samenleving is een hele andere dan die van - pak hem beet - veertig jaar geleden. Mensen deden veelal noeste handenarbeid en hadden veel meer energie nodig. Daarom namen ze een broodtrommel vol brood mee naar het werk. Nu zijn we een dienstensamenleving geworden, waarbij veel mensen de hele dag achter de computer zitten. Die hebben die gevulde broodtrommel niet meer nodig, maar doen het op een sandwich uit de bedrijfskantine.

Wat wel kwalijk is, is de gedachte dat brood ongezond zou zijn. Het is onzin dat je van brood dik wordt, en dus moeten we er hard aan werken om dit negatieve imago tegen te gaan. Als NVB hebben we daarom in 2015 opdracht gegeven voor de grootscheepse campagne 'Brood wat zit daar in?' op de sociale media. Ook een programma als BROOD van Robèrt van Beckhoven helpt heel goed om anders tegen brood aan te kijken. Maar we hebben 17 miljoen Nederlanders, terwijl dit programma nog geen miljoen kijkers trekt, dus blijft er nog wel wat werk te verzetten.

Duurzaamheid en gezondheid blijven belangrijke items in de food-industrie en de bakkerij. De consument leeft veel bewuster en daar moet je je als bakker bij aansluiten. Zorg daarnaast voor transparantie. Op het etiket staat wat er in een brood zit, maar de consument wil ook graag weten hoe dit brood gebakken wordt. Laat dit zien! Hier valt nog veel winst te behalen naar mijn idee.

Ook in de komende jaren zal het aantal bakkerijen afnemen. Als je de krantenberichten over de bakkerij erbij pakt uit 1930, 1960 of 2017, dan is het steeds hetzelfde soort bericht: het aantal bakkerijen zal verder afnemen. Is dat erg? Nee, bakkerijen die op tijd innoveren, zullen blijven bestaan. De bedrijven die dit niet kunnen, vallen af. Zolang je nog steeds een nieuwe bakkerij kunt beginnen en deze succesvol kunt maken, is er toekomst voor de bakker. Over hoe je succesvol kunt worden doe ik geen uitspraken. Dat is zo afhankelijk van waar je zit en wat je doelgroep is. Een bakker in het Groningse Uithuizermeeden richt zich op een heel ander publiek dan een bakker in de multiculturele Utrechtse wijk Lombok. En voor de industriële bakker maakt het nogal wat uit of je bakt voor de Aldi of de Albert Heijn.

Als NVB moeten wij zorgen dat voor elke bakker hetzelfde *level playing field* bestaat. Gelijke omstandigheden wat betreft voedsel en voedselveiligheid, zoals onze activiteiten en afspraken met het ambacht in het zouttraject, arbeid en arbeidsomstandigheden, de cao RI&E Industriële Bakkerijen en de Arbocatalogus Industriële Bakkerijen. Deze rol hebben we en zullen we ook in de toekomst houden. Daar ben ik 100 procent van overtuigd.

## 'Onzin dat je van brood dik wordt'

**Wim Kannegieter,**  
Directeur Nederlandse  
Vereniging voor de Bakkerij (NVB)

