

## Handgemaaktbrood en Patisserie Robèrt slaan handen ineen

Handgemaaktbrood en Patisserie Robèrt hebben besloten een samenwerking aan te gaan voor de verkoop en distributie van hun bakkerijproducten. In de webshop van Handgemaaktbrood worden daardoor vanaf 1 maart negen van de meest verkochte producten van Patisserie Robèrt aangeboden. Het initiatief voor deze samenwerking kwam van de enige vakman in Nederland met zowel de titel Meester Patisserie als Meester Boulanger. Al snel kwamen Patrick Boon (Handgemaaktbrood) en Robèrt van Beckhoven en Pirjo de Winkel (Patisserie Robèrt) erachter dat er synergie zit in de beoogde kwaliteit en de originaliteit van de producten van beide bedrijven.



Robèrt van Beckhoven. Foto: Henk Riswick

## Bakkerij Pots plaatst zich voor regiofinale Leukste Bakker

Bakkerij Pots, met winkels in Rolde, Assen en Annen, is door naar de volgende ronde voor de verkiezing Leukste Bakker van Drenthe. De bakker stimuleert klanten opnieuw te stemmen in de finaleronde voor de regio Drenthe door de verkiezing onder meer te koppelen aan een goed doel. Voor elke stem steunt de bakker Bakers Against Cancer met €0,05. Daarnaast kunnen stemmende klanten individueel prijzen winnen.

## Hema sluit bakkerijen in Winschoten en Haarlem

Hema sluit in maart en april de deuren van de bakkerijen in respectievelijk Winschoten en Haarlem. In heel Nederland beschikt Hema nu nog over acht bakkerijen. De medewerkers van de bakkerijen die worden gesloten, worden deels herplaatst bij één van de resterende bakkerijen. Voor het overige personeel volgt ontslag. In totaal schrapt Hema 65 banen bij de bakkerijen, op het hoofdkantoor en bij het distributiecentrum.

## Patisserie Kuyt mag na acht jaar strijd met gemeente Amsterdam tussendeur plaatsen

Ballonnen aan de Utrechtsestraat 109-111 in de hoofdstad. Na een strijd met de gemeente Amsterdam, die maar liefst acht jaar heeft geduurd, mag Patisserie Kuyt eindelijk een deur plaatsen tussen de winkel en de tearoom.

De familie Kuyt wilde in 2006 een doorgang maken van de winkel naar het naastgelegen pand, dat de patisserie had aangekocht voor het openen van een tearoom. De verantwoordelijke afdeling van de Stadsdeelraad Centrum verleende echter geen vergunning voor de doorgang, omdat de deur in strijd zou zijn met het bestemmingsplan.

In eerste instantie legde de patissier zich neer bij het besluit van de gemeente. Het zou de muren van de monumentale panden aantasten. Totdat bleek dat hotels en andere ondernemingen wel toestemming kregen. De familie Kuyt dreigde naar de rechter te stappen, waarna hoofdstedelijke en landelijke media lucht kregen van het conflict en erover berichtten.

Dinsdag 18 februari boog de Stadsdeelraad Centrum zich over de kwestie. Met slechts één tegenstem van een GroenLinks-stadsdeelraads-lid kreeg Patisserie Kuyt alsnog een vergunning voor het plaatsen van de deur.

## Gastcolumn

## Lekker brood bindt ons allen

**N**a de media-aandacht van afgelopen maanden over brood is het goed om als branche het vizier op de toekomst te richten. Want hoe zorgen we er nu gezamenlijk voor om brood weer te laten worden tot een onbesproken product?

Daarvoor hebben vertegenwoordigers van NVB, NBOV en NBC afgelopen maand een aantal keer gezamenlijk het hoofd over gebogen. Naast het nog beter organiseren van de branchecommunicatie stond tijdens die overleggen de wens centraal om het imago van brood op langere termijn te verbeteren. Het NBC zal hieromtrent in de komende tijd voor beide brancheorganisaties voorstellen maken hoe één en ander in te vullen. Op basis van die voorstellen zullen, mogelijkerwijs, verdere acties en activiteiten worden opgezet ter versterking van het imago van brood in Nederland.

Op zich is dit een goede en positieve ontwikkeling. Waarom dan wel? Het allerbelangrijkste element is dat de totale sector hierbij is aangesloten. Dat is noodzakelijk omdat het voor de consument in Nederland niet uitmaakt waar het brood wordt gebakken. Het gaat haar of hem alleen maar om het feit dat er goed en lekker brood wordt gemaakt. Brood dat onbesproken is. Brood dat een goed imago heeft, is daarbij dus de essentie.

Zo'n imagocampagne opent wellicht ook nieuwe deuren. Door slim in te spelen op bredere ontwikkelingen in de markt en allianties te zoeken met sectoren die direct aan broodconsumptie zijn gelieerd, kunnen mogelijkerwijs nieuwe geldbronnen worden aangeboord. Hierdoor kan meer media-exposure worden gegeven aan consumptie van lekker en gezond brood.

Echter, financiering kan niet exclusief vanuit externe bronnen komen. Als branche hebben we hierin bovenal een wederzijdse, gezamenlijke en gedeelde verantwoordelijkheid om brood, in de breedste zin van het woord, bij de consument voor het voetlicht te brengen. Dus zullen we zelf als gehele branche budgetten moeten vrijmaken voor deze activiteiten. Van belang is dan ook dat beide brancheorganisaties de bestuurlijke kracht en durf houden om hier gezamenlijk in op te blijven treden. De NVB is hier een groot voorstander van. Immers, zoals de Engelsen reeds lang zeggen: *'United we stand, divided we fall.'* Ofwel: lekker brood bindt ons allen.



Wim Kannegieter: 'Een imagocampagne opent wellicht ook nieuwe deuren.'

Foto: NVB

Wim Kannegieter, directeur Nederlandse Vereniging voor de Bakkerij  
Twitter: @NVBBakkerijen