

Wie de jeugd heeft, heeft de toekomst

De uitspraak 'Wie de jeugd heeft, heeft de toekomst', zou wat mij betreft het beste motto kunnen zijn voor wervingsactiviteiten in de bakkerijbranche. We kennen een aantal momenten die hierbij van belang zijn. Als eerste springt dan het Nationaal Schoolontbijt eruit, dat begin november voor de 17e keer door het NBC is georganiseerd. Ook dit jaar is het, dankzij medewerking van de Aldi-bakkers (Bakker Schat uit Soest, Braas Brood en Banket uit Obdam en Faber uit Hoozeveld/Oldenzaal) en een groot aantal ambachtelijke bakkerijen, weer gelukt om maar liefst 500.000 basisschoolleerlingen een gezond ontbijt te geven. En daar kan volkorenbrood natuurlijk niet bij ontbreken. Chapeau dus voor de bakkers die hun aandeel hebben geleverd aan dit grootse evenement.

Voor de bakkerij als geheel zou dit Nationaal Schoolontbijt het grote communicatiemoment moeten zijn naar de 17,4 miljoen Nederlanders. Alhoewel de broodconsumptie inmiddels weer aan het toenemen is, zijn er nog vele mogelijkheden om brood in een nog breder en beter daglicht te stellen. Denk bijvoorbeeld eens aan het versterken van het gezonde ontbijt en het nemen van voldoende tijd voor het ontbijt. Niet voor niets was het thema van het Nationaal Schoolontbijt 'Neem de tijd voor je ontbijt!'. In veel actualiteitenrubrieken was de kickoff in het Congresgebouw in Amsterdam een item op tv.

Ook in een ander opzicht wordt gewerkt aan het enthousiasmeren van brood en de broodconsumptie. In het Nederlands Bakkerijmuseum in Hattem worden elke openingsdag voorstellingen over broodbakken gegeven voor jeugdige museumbezoekers. Deze cabaretachtige presentaties zorgen voor een brede glimlach bij zowel de jongere als de oudere bezoekers. Jaarlijks worden op deze wijze meer dan 60.000 bezoekers op een positieve manier meegenomen in de liefde voor brood. Het museum kan zich via social media inmiddels in een grote schare fans verheugen.

Ten slotte zijn er steeds meer bakkerijen die hun deuren openzetten om te laten zien hoe fantastisch en divers werken in onze branche is. Dat leidde recentelijk tot files voor bakkerijen in bijvoorbeeld Den Helder en Hoozeveld. Of het nu bij industriële of ambachtelijke bakkers is, dat maakt niet uit. De geur van versgebakken brood wekt altijd positieve associaties op. Laten we als gehele branche hier heel actief mee aan de slag gaan. Of het nu het Nationaal Schoolontbijt, het Nationaal Bakkerijmuseum of open bakkerijdagen zijn. Samen zijn we toch in staat om de bakkerijbranche een positief imago te geven?

WIM KANNEGIETER, DIRECTEUR NEDERLANDSE VERENIGING VOOR DE BAKKERIJ



nvbinfo@nedverbak.nl



[wimkannegieter](https://www.linkedin.com/in/wimkannegieter)



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

