

# Ambacht en industrie hebben elkaar nodig

**D**e marktaandeelen in de bakkerijbranche van Nederland zijn helder. De supermarkten verkopen ongeveer 85 procent van het Nederlandse brood dat in-home wordt gegeten. Het ambacht komt over het eerste halfjaar uit op bijna 13 procent, de overige 2-3 procent wordt via markten en warenhuizen verkocht. Die percentages zijn de afgelopen jaren sterk verschoven ten gunste van de supermarkten, maar lijken nu op een soort natuurlijk evenwichtsniveau te komen.

Vanuit de industriële bakkers gezien is dat, hoe gek het wellicht mag klinken, een goede ontwikkeling. Want de gehele branche is gebaat bij een goed functionerend en florerend ambachtssegment. Een behoorlijk aantal jaren was dat minder het geval. Ambachtelijke winkels vielen om of wisten het hoofd nauwelijks boven water te houden. Dat gekoppeld aan een steeds innovatievere industriële bakkerijsector leverde de huidige marktverhoudingen op.

Voor Europese begrippen is Nederland daarin qua ontwikkeling een van de koplopers. Bijna nergens in de EU beslaat de supermarktverkoop z'n groot gedeelte van de broodverkoop. Enkele jaren geleden hebben ambachtelijke broodorganisaties gelukkig de handen ineen geslagen en werd, in allerlei tv-programma's en met diverse imagocampagnes, het imago van brood in een ander daglicht gesteld. Daarbij kwam ook dat steeds vaker nieuwe, jonge bakker-ondernemers een ambachtswinkel(groep) overnamen en daar nieuw leven inbleezen door zaken op een geheel andere (verkoop- en productie-)wijze aan te pakken.

Deze ontwikkelingen versterken het ambachtelijke segment van de branche en leggen daardoor automatisch meer focus op innovatieve producten en productieontwikkelingen. Succesvolle trajecten zijn vanuit het ambacht inmiddels in veel supermarkten gepopulariseerd. Dat werkt voor beide segmenten in het voordeel. Immers, hierdoor worden innovaties in gepopulariseerde vorm bij een zo groot mogelijk publiek bekendgemaakt en blijft het product 'hot' bij de consument. Zo heeft elk bakkerijsegment zijn eigen rol en functie.

Dit werkt overigens niet alleen op het product- en productiegebied. Als beide segmenten ook op andere vlakken met elkaar gaan samenwerken, wordt de bakkerijbranche als geheel nog verder versterkt.

Dat zal positief werken voor zowel de mensen en bedrijven in het ambacht als in de industrie.

Zo'n intensieve samenwerking komt de gehele bakkerijkolom ten goede.

WIM KANNEGIETER, DIRECTEUR NEDERLANDSE VERENIGING VOOR DE BAKKERIJ



[nvbinfo@nedverbak.nl](mailto:nvbinfo@nedverbak.nl)



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



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

