

Peter van den Berg over de nieuwe hypermoderne bake-offlijn Pandriks:

‘We willen de beste bakkerij van Europa zijn’

Pandriks heeft 35 miljoen euro geïnvesteerd in de meest moderne en duurzaamste bake-offlijn van Europa en wellicht zelfs van de wereld. Met de hogere productiecapaciteit wil de snelgroeiende bakkerij kunnen voldoen aan de toenemende vraag uit binnen- en buitenland. ‘We willen de beste bake-offbakkerij van Europa zijn én blijven’, zegt CEO Peter van den Berg.

DOOR WENDY NOORDIJ

Pandriks, dat in 2012 in Meppel is gestart, combineert recepturen uit de negentiende eeuw met vooruitstrevende technieken van de 21e eeuw. Het resultaat is desembrood met een ongeëvenaarde smaak, aldus Peter van den Berg. Het bedrijf heeft volgens hem drie belangrijke pijlers: kwaliteit, duurzaamheid en een ultramodern machinepark.

Het geheim van de uitstekende kwaliteit van Pandriks' desembrood zit volgens hem in het lange bereidingsproces en het gebruik van de beste, natuurlijke ingrediënten. ‘Lekker brood heeft in onze ogen een mooie, open, luchtige en spek-

kige structuur, en een dunne korst die lang krokant blijft. Dankzij ons unieke proces zijn E-nummers en andere kunstmatige toevoegingen, zoals broodverbetermiddelen, overbodig. Ons enige broodverbetermiddel is water. We houden bij de bereiding het vochtpercentage zo hoog mogelijk. Door de toevoeging van veel water creëren we een zo slap mogelijk deeg. Hiermee onderscheiden ons sterk van onze collega's in de markt.’

Lange rijstijden

Ook de lange rijstijden dragen bij aan de onderscheidende kwaliteit. ‘De totale bereidingstijd komt bij ons op 30 uur. Dat is heel bijzonder voor een bedrijf met een grote productiecapaciteit. We hebben echt

gekozen voor rust in het proces. Onze machines roteren heel langzaam. Dat levert een rustige luchtcirculatie op. Dat zorgt samen met het goede klimaat voor een ultieme korst.’ Ook de oven draagt daaraan bij. ‘Wij hebben een oven van 45 meter lang, die *tailormade* voor ons is gebouwd. Dit is de grootste stenen-vloeroven ter wereld.’

De desembroodjes worden door Pandriks op kleur afgebakken. ‘Ze hoeven niet meer afgebakken te worden in de winkels, maar alleen nog even te worden “opgepiept”. Als je desembroodjes twee keer bakt, dan worden ze droog en dat willen wij voorkomen.’

Na het bakken op de stenen-vloeroven gaan ze direct de shockvriezer in. Wij geloven namelijk dat het verouderingsproces al begint op het moment dat het product uit de oven komt.’

Duurzaam

Pandriks wil de duurzaamste bakkerij van Europa zijn. Van den Berg: ‘Duurzaamheid is in onze hele onderneming doorgevoerd. Niet alleen door zonnepanelen op ons dak te plaatsen, maar ook door ons vooral op biologisch desembrood te richten. Daar geloven we heel sterk in. Biologisch desembrood is niet alleen erg lekker, maar heeft ook een lagere CO₂-footprint, doordat er geen kunstmest en geen gewasbeschermingsmiddelen worden gebruikt. De productie van kunstmest

en gewasbeschermingsmiddelen heeft namelijk veel impact op het CO₂-gebruik.’ Ook de sourcing-strategie sluit aan bij deze duurzaamheidsgedachten. ‘Wij proberen een optimale balans te creëren tussen kwaliteit, prijs en CO₂-impact.’

Bovendien is biologisch brood gezonder voor mens en milieu, benadrukt de CEO. ‘Doordat er geen kunstmest wordt gebruikt, ontstaat er meer diversiteit in de bodem. Daarnaast worden er geen gewasbeschermingsmiddelen gebruikt bij de teelt van de biologische grondstoffen. We produceren zeker ook ‘gangbaar’ zuurdesembrood, maar daar waar mogelijk nemen we onze partners mee in onze missie. Wij willen bewijzen dat biologisch desembrood nog beter smaakt dan andere broodsoorten.’

Van den Berg verwacht dat de biologische markt de komende jaren sterke groeikansen heeft. ‘We geloven dat consumenten steeds meer behoefte hebben aan gezonde, duurzame en kwalitatieve producten. In Duitsland is het aandeel biologisch 10,5 procent en in Nederland 3,2 procent. Wij zien het als een enorme kans om het biologische aandeel in Nederland te verhogen.’

Modern machinepark

De derde pijler van Pandriks is het supermoderne machinepark. Inmiddels is de derde - ultramoderne - lijn net klaar. Deze uitbreiding was volgens Van den Berg hard



CEO Peter van den Berg gelooft niet in megagrote bakkerijen, maar juist in decentrale vestigingen.

Foto's: Pandriks

nodig. 'Toen ik vier jaar geleden CEO van Pandriks werd, hadden we alleen een fabriek in Meppel en was er in Duitsland een bakkerij gekocht, die 100 procent biologisch zou gaan produceren. Deze was compleet nieuw en had nog nul omzet.'

Daar kwam snel verandering in. 'Wij richten ons met name op de retailers en zij hebben veel behoefte aan een goede kwaliteit biologische producten met een goede prijs. Wij moesten ons als nieuwkomer natuurlijk eerst bewijzen, en we hebben laten zien dat we betrouwbaar zijn, en goede servicelevels en een uitstekende kwaliteit bieden. De retailers die onze desembroodjes verkochten, zagen hun verkopen stijgen, tot soms wel 40 procent. Daardoor zijn we in korte tijd heel hard gegroeid. Zo hard dat onze twee bedrijven in 2019 beide aan hun maximumcapaciteit zaten. Omdat wij verwachten dat de vraag naar ons product de komende jaren nog veel verder zal stijgen, hebben we besloten om in Meppel een derde, compleet nieuwe, bake-offlijn te realiseren met een stenen-vloeroven van 45 meter lang met een capaciteit van 10 miljoen desembroodjes per week. Hiervoor hebben we onze productieruimte met 13.000 vierkante meter uitgebreid.'

Keuze voor Meppel

De keuze voor Meppel was snel gemaakt. 'Meppel is voor ons gunstig, omdat wij naast onze fabriek grond konden kopen. Bovendien is de locatie heel geschikt. We doen steeds meer zaken met het Verenigd Koninkrijk en Ierland, en Meppel ligt ook redelijk centraal voor het bevoorraden van Nederland, Duitsland en België. Bovendien is ons hoofdmanagement in Meppel gevestigd. Hier is dus de meeste expertise aanwezig en die hebben we ingezet voor het bouwen van de nieuwe, ultramoderne lijn.'

Ook in de nieuwbouw wordt volop rekening gehouden met duurzaamheid. 'Duurzaamheid betekent ook een goede interne logistiek, waardoor zo min mogelijk afstand afgelegd hoeft te worden. Daarom hebben we de bakkerij en



Voor de nieuwe bake-offlijn heeft Pandriks haar productieruimte met 13.000 vierkante meter uitgebreid.

het volautomatische vrieshuis met een brug met elkaar verbonden. De pallets worden automatisch van de bakkerij naar het vrieshuis getransporteerd. Doordat er zo weinig handelingen plaatsvinden, komt dat de CO₂-uitstoot ten goede.'

SlooOW

Met de nieuwe lijn kan het bedrijf een nóg hogere kwaliteit realiseren. 'Onze desembroodjes hebben nu een nog rustieker korst en een hele mooie open structuur. Daardoor zijn ze nóg lekkerder. Dat past uitstekend bij onze missie. We willen mensen enthousiast maken om desembrood te eten.' Dat lijkt goed te lukken. 'We krijgen iedere week een aantal fanmails van tevreden klanten, en ons merk SlooOW is onlangs uitgeroepen tot 'Gekozen product van het jaar' in de categorie brood.' Onder de merknaam SlooOW hebben wij een range ovenheerlijke 100 procent biologische broodjes en baguettes om thuis af te bakken. De missie van SlooOW? Om dit allerbeste en meest duurzaam gebakken brood voor iedereen beschikbaar te maken.'

Dit merk groeit volgens Van den Berg heel hard. 'Door het coronavirus liggen de bezoeken in de winkels iets lager. Daardoor kiezen mensen voor langer houdbare producten met een sublieme kwaliteit. We willen SlooOW uitbreiden en de distributie verder verbreden.' Andere ontwikkelingen zijn high-proteïnebroodjes, broodjes met vullingen en volkorenbroodjes.'

Productontwikkeling

Voor de ontwikkeling van nieuwe producten is er een speciaal new product development team, dat eens per maand bij elkaar komt. 'Ons team bestaat uit drie afdelingen. Sales/marketing heeft veel contacten en ziet veel ontwikkelingen. Onze productontwikkelaars zijn echte broodspecialisten met veel kennis van zowel broodtrends als van het bereidingsproces.' Ook de productie wordt bij het R&D-proces betrokken. 'Van hen horen we welke zaken er in de productie verbeterd kunnen worden.'

Van den Berg is heel blij met zijn ambitieuze team. 'Onze mensen denken in kansen. Dat zorgt voor

een hele fijne bedrijfscultuur. We zijn heel ambitieus, maar blijven daarbij wel met onze voeten in de klei staan. Vandaag zijn we goed, maar morgen moeten we ons opnieuw bewijzen. Dit zit echt in genen van ons bedrijf. We hebben voortdurend de drive om onze producten verder te verbeteren.'

Toekomst

De komende jaren wil Van den Berg de afzetkanalen verbreden. 'Acht jaar geleden zijn we begonnen met de focus op de retailmarkt. Nu willen we ons ook meer gaan focussen op out of home. We zien veel kansen voor onze desembroodjes in de betere horeca- en cateringdrijven.'

De lijn in Meppel is nog maar kort in gebruik, maar inmiddels heeft de directie haar vizier al op Duitsland gericht. 'Daar willen we onze volgende lijn realiseren. In de toekomst willen we ons nog breiden in Europa vestigen. We geloven niet in megagrote bakkerijen, maar juist in decentrale vestigingen. We willen niet de grootse bakkerij van Europa worden, maar wel de beste zijn.'