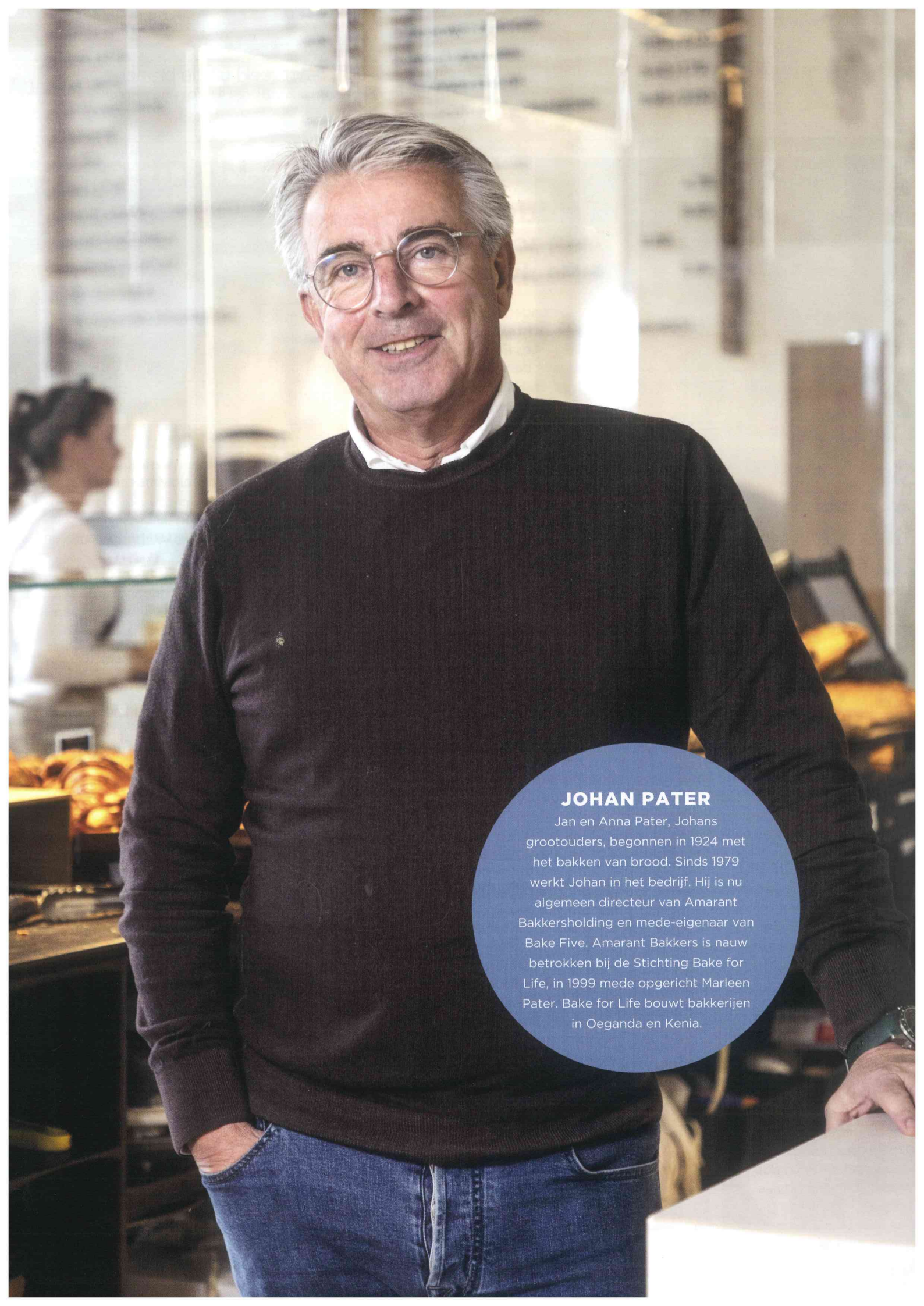




JOHAN PATER

Jan en Anna Pater, Johans grootouders, begonnen in 1924 met het bakken van brood. Sinds 1979 werkt Johan in het bedrijf. Hij is nu algemeen directeur van Amarant Bakkersholding en mede-eigenaar van Bake Five. Amarant Bakkers is nauw betrokken bij de Stichting Bake for Life, in 1999 mede opgericht Marleen Pater. Bake for Life bouwt bakkerijen in Oeganda en Kenia.



Johan Pater van Amarant Bakkers:

'DUURZAAMHEID IS DE GROOTSTE UITDAGING'

| TEKST: REDACTIE BAKKERS IN BEDRIJF | FOTO: HERBERT WIGGERMAN (PORTRET), AMARANT BAKKERS

Johan Pater is al 42 jaar een bekende naam in het bakkersvak, onder meer als oprichter en eigenaar van Amarant Bakkers. Dit industriële familiebedrijf heeft zes bakkerijen, verspreid over heel Nederland, waar in totaal 450 mensen werken. Johan is ook een van de initiatiefnemers van Het Graanschap, een Nederlands initiatief om brood te bakken van lokaal geproduceerd graan, geteeld op een manier die meer biodiversiteit stimuleert.

Wat speelt er op dit moment in de industriële bakkerij?

"Er is een tekort aan personeel, de kosten lopen op vanwege stijgende grondstofprijzen en ook het tekort aan staal heeft invloed: van bakblikken tot machines worden levertijden overschreden. Allemaal problemen die we niet gewend waren en waar we nu mee om moeten leren gaan. Daarnaast is er het veranderde consumentengedrag na de hele coronaperiode." Maar aan de andere kant is brood weer een stuk hipper dan het lange tijd is geweest."

Wat is er precies veranderd aan het consumentengedrag?

"De groei uit zacht kleinbrood is weg. Wat je ziet is dat de consument gaat voor luxer, beter. Niet dat dat andere brood slecht is, maar men wil kwalitatief wat meer. Dat zien we vooral aan de groei in onze desembroden. Net als in de groei van onze producten waar meer transparantie in zit. Consumenten willen meer weten, ze zijn veel meer bezig met gezonde voeding. Ze vertrouwen lage prijzen minder; als iets te laag geprijsd is, verliest dat zijn geloofwaardigheid voor de consument. Het feit dat de consument bereid is meer te betalen, is goed. Want laten we wel wezen: brood is nog altijd een van de goedkoopste voedingsmiddelen die er bestaan."

Zijn er nog andere dingen waaraan je merkt dat de consument bewuster is op voedingsgebied?

"Maatschappelijk verantwoord ondernemen is natuurlijk een issue. Denk bijvoorbeeld aan voedselverspilling. Dan gaat het over brood dat je wel gebakken hebt, maar uiteindelijk niet op tijd kunt verkopen. Brood dat bij onze klanten, de supermarkten, overblijft en brood dat de consument weggooit. Wij vinden dat je als producent niet alleen naar het verdienmodel moet kijken, maar ook naar de impact van de productie. Wij zijn daarom heel bewust

bezig met de toekomst van brood, waarbij we focussen op thema's als duurzame landbouw, CO₂-reductie en het tegengaan van verspilling."

Jullie proberen voedselverspilling tegen te gaan, hoe doen jullie dat?

"We werken samen met boeren die ons restafval verwerken. Dat is de makkelijkste stap. En we doen een pilot met diepvriesbrood. Broden die diepgevroren bij de supermarkt aankomen en daar ook vanuit het vriesschap verkocht worden. De consument wil nu altijd dat al het brood tot sluitingstijd voorradig is, maar dat is eigenlijk niet mogelijk als je verspilling wilt beperken. Om de consument niet teleur te stellen, ligt er altijd vers brood in de vriezer."

Het eerste probleem dat je noemde, het tekort aan medewerkers, hoe gaan jullie daarmee om?

"Je moet werven, en je moet zorgen dat het aantrekkelijk is om hier te werken. We bieden onze medewerkers kansen met een opleidingstraject binnen het bedrijf. François Brandt, docent bij het Bakery Institute, komt in januari bij ons werken. Hij gaat producten ontwikkelen en onze Amarant Academy versterken voor interne opleidings-trajecten. Daarmee willen we onze medewerkers stimuleren, betrekken en opleiden. Ook moeten we als bedrijf inspelen op de keuzes die mensen maken. Denk aan de trend dat mensen steeds minder 's nachts willen werken of aan jongeren die alleen in het weekend aan de slag willen."

Zie je naast opleiding en aangepaste werktijden nog andere mogelijkheden om mensen in de branche te krijgen en te houden?

"Mijn doel is om mensen net zo gek van brood te maken als

'Wij vinden dat je als producent niet alleen naar het verdienmodel moet kijken, maar ook naar de impact van de productie'



ik zelf ben, maar dat is moeilijk. Kijk, dit is voor veel mensen niet zo'n sexy beroep. Als iemand vraagt wat ik doe en ik zeg dat ik bakker ben, kijken ze me met medelijden aan. 'Dan moet je zeker heel vroeg op?' Daar ligt onze uitdaging: in het aantrekkelijker maken van het vak. Bijvoorbeeld door die opleidingsmogelijkheden. De omvang van ons bedrijf biedt kansen om door te groeien. Dat is ook een voordeel."

Welke trends zie je op het gebied van brood?

"Je ziet dat niet alleen zacht kleinbrood, maar ook busbrood niet meer groeit. Desembrood groeit wel. Ook verwacht ik dat vers verser wordt en houdbaar houdbaar. Wat de gevolgen hiervan zijn voor de industriële bakkerij is nog niet helemaal duidelijk. Ga je bijvoorbeeld in een supermarkt met meel brood maken of ga je dat met deegstukken doen? Dat zijn vragen waar de industrie voor staat. Daarnaast merken we dat de jongere generaties steeds onvoorspelbaarder zijn. De ene keer kopen ze iets bij de allergegoedkoopste zaak, de andere keer gaan ze naar de broodjuwelier en de volgende keer laten ze het door een flitskoerier bezorgen. Die onvoorspelbaarheid maakt het lastig om te anticiperen op het koopgedrag. Juist daarom is een initiatief als het diepvriesbrood zo'n mooie uitkomst, dat maakt ons veel flexibeler."

Hoe zit het met de mate van automatisering bij Amarant Bakkers?

"Wat wij aan industrie hebben, is bijna allemaal geautomatiseerd. Maar als het gaat om een desembrood met een hoog vochtgehalte, is automatiseren ingewikkelder. Dat geldt ook voor onze broden met granen uit de buurt. Dat is lastiger. De groeiemarkten zijn dus nog niet zo geautomatiseerd. En hoever moet je gaan met automatiseren? We willen bij Amarant Bakkers juist weer meer gaan bakken met wat de natuur ons geeft. Graan is niet elk jaar hetzelfde. Dit jaar hebben we een wat mindere zomer gehad en dat heeft invloed. Door automatisering zijn onze processen redelijk in het harnas gestoken, maar misschien moet dat wel vrijer worden, waardoor we meer kunnen inspelen op wat het graan ons brengt."

Dat klinkt dan weer meer ambachtelijk dan industrieel...

"Kijk, de industrie is nu zo ingericht dat een brood dat een halve centimeter te laag is wordt afgekeurd. Over verspilling gesproken... Brood benaderen we zo technisch, die benadering zou veel meer vanuit het product moet komen. Je moet wel weten wat je erin doet, maar het kan best zijn dat het iets langer moet rijzen nu het wat kouder is. Of dat het langer in de oven moet als het vochtiger is. Dat vergt minder automatisering en meer kennis en gevoel. Dat is enorm ambachtelijk. Maar met dat personeelstekort kunnen we heel Nederland uiteindelijk niet met honderdduizend kleine bakkertjes voeden. Daarom ligt bij ons de uitdaging: hoe kunnen wij dat ambachtelijke aspect als industrie opschalen, zodat we impact kunnen maken?" ●



*'Hoever moet je gaan met automatiseren?
We willen juist weer meer gaan bakken
met wat de natuur ons geeft'*