



EVA JANSEN
EIGENAAR VAN INCUBAKER

DE MARKT SCHREEUWT OM TRANS- PARANTIE

Dagelijks worden er in Nederland 400.000 broden weggegooid. Als je mij vraagt hoe dit komt, zeg ik: omdat ons brood te weinig gewaardeerd wordt. Niet persé de prijs, maar de waarde van brood moet omhoog, zodat de consument bereid is om een overeenkomstige prijs te betalen.

Het helpt als bakkers weten wat er in de keten gebeurt, zodat ze beter én anders kunnen sturen op de kwaliteit van hun brood. Want als je weet waar jouw graan vandaan komt, onder welke omstandigheden het geteeld is en hoe warm het gemalen is, kun je nóg meer uit het graan halen. En als de bakker vervolgens weet wat werkt, kan hij bij zijn ketenpartners aangeven wat hij nodig heeft voor het beste product. Hij neemt dan de regie in handen en is bovendien in staat om zijn kennis en bevoegdheid over te brengen op de klanten. Zo vertaalt transparantie zich in een beter product én meer waardering voor het brood. Ik vraag me weleens af of alle bakkers beseffen wat voor goud ze in handen hebben. Vergelijk het eens met wijn. Vraag iemand naar zijn favoriete wijn en je krijgt een opsomming van landen en druivenrassen. Vrijwel niemand kan een graanras noemen. Kennelijk leeft de wereld van wijn méér dan de wereld van brood. Willen we dezelfde beleving creëren, dan moeten we ons meer verdiepen in wat er 'terug in de keten' gebeurt.

Onlangs werkte ik aan het innovatieplatform 'Kop boven het graanveld' van het Nederlands Bakkerij Centrum. Dit platform ging half oktober 'live' en stimuleert duurzame innovatie in de branche. Negen koplopers vertellen hier over hun initiatieven; waarom ze hun kop boven het graanveld uitsteken en waar ze tegenaan lopen. Voor één van de opnames spreek ik een bakker die met Nederlands graan werkt. Hij houdt wekelijks een spreekuur in zijn bakkerij, om te vertellen over het ontstaan van zijn brood. Zo geeft hij meerwaarde aan het product, met als doel om aan het einde van de dag meer te verdienen en minder weg te gooien.



THIS IS HOT

Het verhaal van
De Veldkeuken
pag. 4/5



pag. 8/9

CHOC ART

Uit respect voor
bron en boon

pag. 10

STERK IN SOCIAL MEDIA

Mercedes Roggen
(BAKKIT)



pag. 12/13

BAKING BUSINESS

De meesters van morgen



pag. 14

DE KRACHT VAN DE KETEN

Eva Jansen (Incubaker)

pag. 16/17

CHOCOLADE COMPLEET

Tijd voor de Chocktail!

pag. 20/21

TAKE-AWAY MET BELEVING

Meinardi verpakt en verleidt



TRADITIE UIT TILBURG

Het succes van
de Nieuwjaarskoek

pag. 24/25



VAN POMPOEN TOT PIT

Smaakmaker uit de streek

pag. 26/28



Het geheim
van Gail's
Inspiratie
uit Londen

pag. 32/33

HEERLIJK DUURZAAM

De bewuste keuzes van Bbrood



pag. 30/31

INNOVATIEOVEN

De kunst van het wegen

pag. 35

VOORUITGANG

Eva Jansen is oprichter van Incubaker en werkt samen met boeren, molenaars en bakkers aan duurzame initiatieven. Duurzaam voor de wereld én het bestaansrecht van de ondernemer.

‘DE TOEKOMST LIGT TERUG IN DE KETEN’

‘ALS
BAKKER STA
JE DICHT
BIJ DE
CONSUMENT’

TENMINSTE TWEE KETENSPELERS

Incubaker is ook betrokken bij Het Graanschap, een Nederlands collectief van boer, molenaar en bakker, met totale controle over een lokale biograanketen. “Bij elk project zijn tenminste twee ketenspelers betrokken”, zegt Eva. “Dat is een randvoorwaarde voor keteninnovatie. Bij Het Graanschap ondernemen we met gedeelde belangen en een gezamenlijk verdienmodel. Duurzaam voor de keten en het bestaansrecht van de ondernemers. Hierbij staat ‘delen met elkaar’ centraal; dit zorgt voor transparantie en betrokkenheid. De aangesloten bakkers doorleven zelf wat het effect is van een duurzame graanketen en ontdekken zo nieuwe manieren van brood maken. Die betrokkenheid én bevlogenheid van de ambachtsman, is precies waar consumenten enthousiast van worden. Als bakker sta je dicht bij de consument; wat dat betreft heeft het ambacht goud in handen. Door ‘terug de keten in te gaan’, kun je als bakker waardevoller brood maken voor je klant, nu en in de toekomst.”

“De branche is in beweging”, zegt Eva. “Veel maatschappelijke thema’s raken het werk van de bakkers. Denk aan de schaarste van grondstoffen, het personeelstekort en het energievraagstuk.” Het verklaart waarom bakkers de hulp inroepen van Incubaker. Maar niet alleen bakkers; Eva richt zich op de hele keten, waaronder ook boeren en molenaars. Met innovatiebureau Incubaker ontwikkelt ze duurzame concepten voor bedrijven die in baking business zijn. Waarom duurzaam? “Omdat de wereld kostbaar is”, zegt ze. “Daar moeten we slim mee omgaan. Hier liggen kansen, want de toekomstige generatie wil dat hun eten anders geproduceerd wordt. Die verwacht dat

bakkers smaakvol brood en banket maken mét respect voor mens en milieu. Daarnaast versta ik onder ‘duurzaamheid’ ook het bestaansrecht van de ondernemer. Dat kunnen we veel beter waarborgen door anders samen te werken in de keten: op een transparante manier die geld oplevert voor iedereen.”

KRITISCHE VRAGEN STELLEN

Voor een duurzame wereld én een duurzaam verdienmodel is innovatie nodig. “Innovatie is geen rocket science en gaat in eerste instantie over bewustwording”, zegt Eva. “Het begint met betrokkenheid en het stellen van kritische vragen, zoals: waarom doe ik wat ik doe en is dat wel zo logisch? Sommige bakkers komen

RISE!

JRG 5 | # 4 | NOV 2023

DE LEKKERSTE INSPIRATIE

Van Elfstedenkoek tot Eclair



Chocktail time!

Chocolade voor volwassenen



DE SMAAK VAN DE STREEK

Pompoenpitten uit Nederland



BAKKERS, PATISSIERS, CHOCOLATIERS & IJSBEREIDERS TO THE NEXT LEVEL