



Eva Jansen

Eva Jansen, oprichter van Incubaker, een innovatieburo voor de bakkerijsector. Zij helpt bedrijven in de bakkerijketen – zoals boeren, molenaars en bakkers – om hun ondernemingen te verduurzamen door middel van innovatie.

BAKKERIJBEURS: NOSTALGIE EN INEFFICIËNT

Er zijn van die momenten waarop je je afvraagt of we met z'n allen niet gewoon meedoen aan iets omdat het nou eenmaal zo hoort. Als er weer een uitnodiging binnenkomt voor een bakkerijbeurs, bijvoorbeeld. Je kent het wel: hallen vol stands met brood, gebak, glazuur en deegknaders. En ergens in een hoekje een lezing over de eiwittransitie of een podcastopname die boven het lawaai probeert uit te komen. Inspirerend? Tsja.

Want als we heel eerlijk zijn, voelt zo'n beurs toch enigszins als analoge televisie. Je schuifelt van stand naar stand, van demo naar demo, zonder echt grip te hebben op wat je wilt zien, laat staan wanneer. Alles is live. Alles is nu. Geen pauzeknop, geen replay, geen algoritme dat je suggesties geeft op basis van je interesses. Je bent overgeleverd aan het moment. Nostalgie? Misschien. Efficiënt? Niet echt.

We gaan vooral ook voor het netwerken, gezellig is het er altijd. En dat is niet alleen waardevol, maar ook gemakkelijk. Direct met een onbekende contact leggen is in het digitale tijdperk steeds ongebruikelijker en dan is de beursvloer een veilig terrein waar praten met onbekenden even heel normaal is. Wachtend in de stand met een cappuccino in kartonnen bekertje, moet er dan wel net iemand langslopen die zin heeft in een praatje én oprecht geïnteresseerd is in het verhaal achter al het lekkers waarmee mensen de stand ingelokt worden.

Zelden hoor je dat iemand van een beurs terugkomt met een hoofd vol ideeën. De vraag dringt zich op: zouden bedrijven hun geld niet beter kunnen steken in maatwerkpresentaties, interactieve demo's of hypergerichte online sessies die de kijker precies laten zien wat voor hen relevant is? Kijkers waarvan je weet dat het serieuze leads zijn omdat ze vooraf gescout zijn door AI. Technologie maakt het mogelijk, het is een kwestie van die omarmen. Als we binnen de branche vernieuwing willen brengen -bijvoorbeeld met een aanbod dat past in de levensstijl van toekomstige generaties - verdient dat een toekomstgericht podium. We leven in een tijd van maatwerk, personalisatie, slimme tech en digitaal gemak. Waarom dan nog vasthouden aan het oude recept?

Misschien is het tijd om het beursmodel opnieuw te kneden. Minder massaal, meer relevant. Minder statisch, meer on demand. Anders blijft een bakkerijbeurs toch vooral wat het klinkt: een hoop lawaai om een lekker broodje en een tasje met folders te scoren.

Eva Jansen
Incubaker