

ALLES BEGINT VANUIT **de graankorrel**

LEDEN VAN MEATTECH TECHNOLOGISCH PLATFORM HEBBEN MEDIO SEPTEMBER EEN BEDRIJFSBEZOEK GEBRACHT AAN KOOPMANS IN LEEUWARDEN. HET FAMILIEBEDRIJF KENT BEHALVE MEEL NOG TWEE BEDRIJFSTAKKEN -INGREDIENTS EN FOODCOATINGS- VOOR DE ONTWIKKELING VAN NIEUWE CONCEPTEN VOOR DE VLEES-, VIS- EN (CONVENIENCE) FOODINDUSTRIE. CEO DIRK LODEWIJK VAN KOOPMANS EN JAN KRIJGSHELD VAN INNOVATIECENTRUM KIEM GAVEN DE LEDEN INZICHT IN DE TOEKOMSTPLANNEN EN BEDRIJFSAANPAK. "KIEM IS DE MOTOR VAN HET BEDRIJF, TEMEER OMDAT ZIJ ALLES ONTWIKKELEN IN SAMENSpraak MET DE KLANT", ALDUS LODEWIJK.



Bij de naam Koopmans gaat de naam -logischerwijs- uit naar graan, bloem en meel. En ja, pannenkoeken. Het familiebedrijf, in 1846 opgericht door Uilke Klazes Koopmans, levert echter al ruim vijftien jaar niet meer (direct) aan consumenten na de verkoop van de consumentendivisie aan Dr. Oetker. Behalve de bakkerijsector vormen tegenwoordig de vlees- en foodindustrie sectoren waarin Koopmans zich via aparte Business Units inmiddels succesvol begeeft. "Toen ik hier begon, bevond Koopmans zich in een lastige situatie. Er was weinig innovatie en er lag een grote noodzaak om te verduurzamen richting de toekomst", kijkt Lodewijk terug. Dit leidde tot een herijking van de strategische doelen. 'Puur vanuit de oorsprong' is sindsdien de bedrijfslogica die staat voor de herkenbaarheid van Koopmans als familiebedrijf. "Ons belangrijkste doel is puur vanuit de oorsprong duurzame waarde uit graan halen. Dit doel bereiken we in de eerste plaats door te blijven wie we zijn: een familiebedrijf met lange termijnaanpak voor food verwerkende bedrijven in ambacht en industrie", vervolgt Lodewijk. "Juist om mee te kunnen veranderen met de tijd zijn we KIEM begonnen. Ons innovatiecentrum is de motor van het bedrijf. Hoe ontwikkel je je als merk met een enorm

hoge bekendheid bij consumenten tot een merk dat juist Business-2-Business (B2B) aansprekend is? Dat proces is eigenlijk nog volop gaande, maar in twee jaar zijn we gegroeid van één werknemer naar inmiddels tien mensen bij KIEM die dagelijks bezig zijn met innovatie. We hadden altijd al heel veel kennis in huis, maar door deze nu ook in te zetten voor de ontwikkeling van foodcoatings en andere ingrediënten zoals clean label bindmiddelen, verbreden we de basis van ons bedrijf."

DUURZAAM

En dat betaalt zich uit. Letterlijk op het fundament van de voormalige consumentenafdeling is KIEM (Koopmans Innovatie Expertise Molenaarschap) gebouwd. "KIEM is onze broedplaats van nieuwe ideeën", benadrukt Lodewijk. Dagelijks houden tien voedingsmiddelentechnologen, proefbakkers en andere onderzoekers zich bezig 'om zoveel mogelijk waarde te halen uit de graankorrel'. "Want alles begint vanuit de graankorrel." De innovatiekracht van Koopmans is inmiddels één van de onderscheidende factoren, weet de CEO. "Vanwege de co-creatie met onze klanten. Wij zijn niet het bedrijf dat de deuren dicht doet en dan een paar jaar later met een nieuwe uitvinding en patent naar buiten komt. We ontwikkelen hier alles samen met de klant."

Koopmans is actief in twintig landen en kent een assortiment van bijna 500 producten. "Wij verwerken op jaarbasis 200.000 ton graan, waarvan inmiddels 40.000 ton uit Nederland. Wij streven naar een transparante keten, met grondstoffen van dichtbij die goed traceerbaar zijn. Consumenten vragen ook meer om transparantie en clean label. Zij willen de afkomst van hun product weten. Veel graan is nu nog afkomstig uit Frankrijk en Duitsland. Wij willen in de toekomst daarom nog meer graan uit Nederland verwerken. Op basis van het marketingprogramma natuurkracht werken wij toe naar het uitbetalen van een meerprijs voor tarwe die speciaal voor ons wordt geteeld."

INNOVATIE

Koopmans verkoopt inmiddels onder dit Natuurkracht label diverse producten die voor 100% uit Nederlandse tarwe bestaan. Daarvoor heeft het bedrijf veel bestaande recepturen omgebouwd. Later zijn daar nieuwe, innovatieve producten bijgekomen. Koopmans Foodcoatings houdt zich bezig met paneermeel en batter-systemen voor de voedingsindustrie. Koopmans Ingredients ontwikkelt met nieuwe ingrediënten allerlei concepten, bijvoorbeeld voor het binden van groenten, vis en vlees. Of bij het verrijken van de nutritionele eigenschappen “Wij hebben hier een bijzonder hoge kennis van de graankorrel”, verduidelijkt Jan Krijgsheld van KIEM. “Wij houden ons hier bezig met hoe wij de eiwitkwaliteit van de graankorrel positief kunnen beïnvloeden en duurzamer kunnen bewerken. Koopmans heeft een speciaal productieproces dat ertoe bijdraagt dat de graankorrel maximaal wordt gebruikt. Wij gebruiken graankorrels met een eiwitpercentage van tien tot 14 procent. Dat is hoog! Dankzij onze kennis van grondstoffen en de gebruikte technologie creëren wij een duidelijke meerwaarde voor de klant, die deze kwaliteit inmiddels herkent. Hierdoor kan Koopmans zich onderscheiden van concurrenten.”

BINDSISTEEM

Koopmans Ingredients heeft een bindsysteem ontwikkeld met als basis specifieke clean label tarwe-ingrediënten waarmee groenten, vlees en vis gebonden kan worden. “Het gaat om één type systeem, waarvan de dosering aangepast wordt afhankelijk van het substraat. Ook hebben we een nieuw coating systeem ontwikkeld voor ovenbereiding van bijvoorbeeld snacks en vlees. Met FryLess® wordt het product kort voorgefrituurd maar kan bij de bereiding met een oven of airfryer worden volstaan. Dit zorgt ervoor dat de producten, zoals bijvoorbeeld kroketten en inktvisringen, 35 procent minder vet bevatten. In combinatie met ons brede assortiment aan paneermeel kunnen wij totaaloplossingen bij klanten aanbieden die voldoen aan al hun wensen.”

Lodewijk vult aan dat consumententrends constant in de gaten worden gehouden en het uitgangspunt zijn van alle innovaties. “Spelt, haver kijken we ook naar, maar we zijn er tevens van overtuigd dat er nog meer te halen valt en dus gedaan kan worden met tarwe en rogge.”



ELFSTEDENTOCHT

De toekomst lijkt Koopmans gunstig gezind. Toch loert er elke winter weer een klein (tijdelijk) gevaar voor de productie. “Als het kanaal dichtgevroren is, moet elke vracht vanuit Harlingen per vrachtauto naar hier worden gebracht. Dat zijn per schip zestig vrachtwagens met aanhanger”, verduidelijkt Krijgsheld. Wie nagaat dat alleen al tijdens de drie uur durende bijeenkomst van Meattech twee binnenvaartschepen aanmeren bij Koopmans en de graanmolens 24 uur per dag draaien, kan zich voorstellen dat niet iedereen in Leeuwarden enthousiast wordt van een lange vorstperiode. “Elk jaar weer vreezen wij een Elfstedentocht”, lacht Krijgsheld tot slot.

Meer informatie: Koopmans (KIEM)

Tel. +31 (0)58-2948228 | www.koopmansingredients.com.

Aanvullende informatie over Meattech Technologisch Platform via www.meattech.nl

‘WORST’ SEMINAR IN HOUTEN

Meattech Technologisch Platform houdt op donderdag 8 november een zogeheten ‘Worst’ Seminar. Onder begeleiding van de vaste dagvoorzitter Clyde Don worden allerlei facetten en technologische onderdelen van het worst maken behandeld. Het ‘Worst’ Seminar vindt plaats bij SVO vakopleiding food in Houten. Meer informatie of aanmelden via info@meattech.nl. Niet-leden betalen 108 euro (excl. BTW).

