

***De extra
retailomzet
vangt het
gemis van de
foodservice
niet op, maar
we gaan niet
in een hoekje
huilen: zo
zitten wij niet
in elkaar!***



*Bart Snijders, directeur/eigenaar
van bakkerij De Maro*

“Wij timmeren goed aan de weg”, zegt directeur en eigenaar Bart Snijders (46) van de Noord-Brabantse gespecialiseerde bakkerij-onderneming De Maro. Vorig jaar is de deegmakerij volledig geautomatiseerd en verdubbeld in capaciteit. Onlangs nam het bedrijf de productgroep Bake-off eierkoekenbeslag van Van der Pol over. Een interview met Bart Snijders.

Wat is de invloed van corona op de omzetontwikkeling bij de Maro?

“De verkoop aan de foodservice - in ons geval de groothandels - zakte vanwege de pandemie vrijwel in, maar gelukkig is er een plus binnen de retailomzet en export, ook dankzij de uitbreiding van accounts. Bij export moet je denken aan producten zoals koekdeeg in diversen verpakkingsvormen. Overigens namen wij in januari 2020 - vlak voor de corona-uitbraak - Niek Kwantes aan als salesmanager Foodservice. Een paar maanden later brak de pandemie uit. Niek heeft dus een beroerd jaar achter de rug, vandaar dat we 'm laatst in het zonnetje hebben gezet. Over het stopzetten van de arbeidsovereenkomst heb ik trouwens geen seconde nagedacht. Maak ik een keuze, dan ga ik daar vol voor, hoe moeilijk de weg uiteindelijk ook mag zijn. Bovendien trekt de foodservice uiteindelijk weer aan en dan zijn wij en Niek er helemaal klaar voor om de out-of-home kanalen te gaan bedienen.”

Daar ga jij minder energie aan besteden?

“Dat is de bedoeling. Tot de komst van Niek investeerde ik veel tijd en energie aan de foodservice. Echter, De Maro groeit, de organisatie wordt groter en we gaan verder met de modernisering waardoor ik minder tijd krijg voor mijn verkooptaken. Vandaar dat ik iemand moest aannemen. Met Niek is er een specialist in huis die de taal van de afnemers spreekt en kennis van zaken heeft.”

Waarom zijn die achtergrond & ervaring belangrijk?

“In de foodservice dan wel out-of-home markt moet je vaak iets uitleggen ofwel een product toelichten. Dit speelt weliswaar eveneens bij de retail, maar op het hoofdkantoor van een supermarktorganisatie is het minder van belang om een product af te bakken. Het product laten zien en proeven is de eerste stap, de rest volgt later. Bedrijven binnen de foodservice hebben echter proefkeukens dan wel experience centers waar je een product dient te demonstreren en toe te lichten. Dan helpt 't enorm wanneer je als verkoper de taal van de afnemers spreekt en weet hoe je de producten moet bereiden.”

Naast 't aantrekken van medewerkers, investeer je ook in productietechnologie?

“Absoluut, want vorig jaar is de deegmakerij volledig geautomatiseerd en verdubbeld in capaciteit.”

En daarbij kies je voor A-merken, de premium machine brands. Waarom?

“Een professionele timmerman werkt niet met een Praxis-hamer. Anders gezegd: goed gereedschap is het halve werk. Daarnaast ben ik vrij merkvast, de keuzes staan gewoonlijk vast. In de deegmakerij is dat Diosna, bij silo's is dat Silowacht en bij het afvullen van producten zijn dat Verbufa en Handtmann.

En bij het verpakken?

“Daarbij kiezen we steevast voor Fuji flowpackers waarbij Greymans Paktech voor de toevoersystemen en uitlijnbanden zorgt.”

De Maro telt inmiddels een kleine vijftig medewerkers: van een bakker met meel aan de broek ben je veranderd in een ondernemer. Bevalt de persoonlijke ontwikkeling?

“Het ondernemerschap is een mooie aanvulling en vervolg op het pure bakkersvak, hoewel ik natuurlijk nauw betrokken ben en blijf met de productie. Vanochtend was ik bijvoorbeeld aanwezig bij de installatie en lijntest van een nieuwe doseermachine om op een tweede lijn eierkoeken te maken.”

Hoeveel lijnen zijn er?

“In totaal tellen wij vier productielijnen waarvan eentje geheel is gericht op eierkoeken. De tweede lijn is een zogeheten universele lijn waar we flexibel verschillende mogelijkheden hebben om diversen producten te maken. De derde productielijn is bedoeld voor bake-off. Denk aan het afvullen van deeg in allerlei soorten en maten in potjes en emmertjes voor de nationale- en internationale consumentenmarkt, maar ook voor de retail en foodservice. De vierde lijn ten slotte - de lijn waarin we vorig jaar in investeerde - kan volautomatisch cupjes vullen, plaatcakes en brownies maken en er is de mogelijkheid om koekdeegrollen te vullen. De consument

"Het ondernemerschap is een mooie aanvulling en vervolg op het pure bakkersvak, hoewel ik natuurlijk nauw betrokken ben en blijf met de productie."



kan zo'n koekdeegrol thuis in plakken snijden en een plakje vervolgens in de oven afbakken met als resultaat om er een vers koekje van te bakken: een voorbeeld van de gemakstrend. Consumenten willen koekjes bakken, maar dan zonder bloem op het aanrecht en allerlei andere rondslingerende ingrediënten. Met de koekdeegrol spelen we hierop in. Twee jaar geleden introduceerden we deze oplossing en inmiddels is 't deegproduct bij vrij veel retailorganisaties te koop. Succesvol in de export is 't direct eetbaar WOW Cookie Dough; een deeg dat we in zes smaken in een cupje aanbieden."

Eierkoeken blijven echter belangrijk?

"Zeker, dagverse eierkoeken vormen de kernbusiness. In totaal zijn er zes productgroepen, maar iedere groep kunnen wij vrij breed maken. Eierkoeken bijvoorbeeld



Verantwoordelijk voor de retailverkoop en export bij De Maro is Bennie van der Rest. "Landen waar we nu voornamelijk aan leveren - naast Nederland natuurlijk -, zijn België en Duitsland. Daarnaast investeren we tijd en moeite in Frankrijk waar we eveneens actief willen zijn met onze producten."

→

“
Succesvol in de export
is 't direct eetbaar **WOW**
Cookie Dough; een deeg
dat we in zes smaken in
een cupje aanbieden

zijn te maken in allerlei soorten smaken en maten: van een red velvet tot een kokos/mango voor de zomer, naast talloze verpakkingsoorten. Iedere klant kan bij ons tailor-made een product laten maken en verpakken.”

Vanaf 1 maart nam je de Bake-off eierkoekbeslag activiteiten van Van der Pol over. Wat is de toegevoegde waarde?

“De Bake-off eierkoekbeslag producten van Van der Pol zijn bedoeld voor de groothandels, een kanaal waar wij met de gebakken eierkoeken aanwezig zijn. Nu kunnen we zowel het beslag én de eierkoeken leveren. Van der Pol wilde met de productgroep stoppen waarna ik interesse toonde voor de overname. We kwamen snel tot een overeenkomst. Voor mij is het de eerste acquisitie sinds ik volledig eigenaar ben van De Maro. Of er meer volgen..., wie weet? Het moet wel passen natuurlijk.”

In hoeverre is duurzaamheid een thema binnen de organisatie?

“Duurzaamheid is een belangrijk thema binnen onze organisatie. Zo kopen wij gecertificeerde grondstoffen in zoals RSPO, UTZ en hebben wij de mogelijkheid om afbreekbaar plastic toe te passen. Vanuit deze gedachte kopen wij ook biologische ingrediënten voor onze biologische eierkoeken in.”

Waarmee verras je de markt op het moment dat de horeca de deuren opent?

“Dat zullen wij gaan doen met ons nieuwe concept Baked Bites. Dat zijn hartige wafels en hartige muffins voor de foodservice en/of retail; een vervolg op de groentevariant onder de naam Baked Greenz: een kant-en-klaar beslag waarmee de chef-kok in een handomdraai wafels en muffins maakt met daarin zestig procent verwerkte groenten van A-merk Bonduelle. Tot de daadwerkelijke grootscheepse horeca-start onderhouden we met onze partners uit de foodservice goede contacten. Hierdoor zijn we helemaal klaar voor ‘t moment dat de horeca weer gasten mag ontvangen.”

De Maro

Hoewel De Maro is gevestigd in Berkel-Enschot, liggen de wortels van de in 1937 door Marinus Roodklif opgerichte bakkerij in Tilburg. De bedrijfsnaam is op de voor- en achternaam gebaseerd: MARinus ROodklif. In de jaren zestig van de vorige eeuw nam zijn zoon Gerard de zaak over en maakt hij de witte eierkoeken van De Maro tot een begrip in Tilburg en omstreken. De onderneming groeit en verhuist in 1975 naar een grotere locatie in Tilburg. Jaren later stopt De Maro met de verkoop aan particulieren en richt zich volledig op de horeca, retail en andere grootverbruikers. In 1995 wordt Bart Sniijders, tegenwoordig eigenaar van De Maro, de rechterhand van Gerard en hun zakelijke samenwerking wordt vier jaar later officieel beklonken. In 2000 is er opnieuw een verhuizing en verhuist De Maro Tilburg voor het industrieterrein in Waalwijk. Wanneer Sniijders in 2006 het bedrijf overneemt, komt de focus meer te liggen op het verbeteren van het ontwikkelings- en productieproces. Zo groeit het uit tot een meer specialistische banketbakkerij. In 2011 vindt de verhuizing naar Berkel-Enschot plaats.

