

## Informatiecentrum Grondstofallergie naar NBC

Informatiecentrum Grondstofallergie is met ingang van 1 januari 2014 ondergebracht bij het Nederlands Bakkerij Centrum (NBC). Het Informatiecentrum wordt gefinancierd vanuit het Sociaal Fonds dat wordt bestuurd door sociale partners. Werkgevers- en werknemersorganisaties vinden het voorkomen van grondstofallergie belangrijk. Zij werken sinds 2003 onder het motto 'Blij met stofvrij!' samen om de blootstelling aan meelstof terug te dringen en astma te voorkomen.



**Blij met stofvrij!**

**Werkgevers en werknemers werken samen onder het motto 'Blij met stofvrij!'.**

## Van Maanen neemt Brood & Banket Service over

Bakery Service Holland, een dochteronderneming van Meesterbakker van Maanen in Katwijk, neemt het failliete Brood & Banket Service (BBS) in Ouderkerk aan de Amstel over. Van Maanen ziet de overname als een aanvulling op de activiteiten, waarin het kwaliteitsproducten vanuit het ambacht wil leveren aan de foodservicemarkt.

## Konvi RVS Products breidt commercieel team uit

Gert Nijlant en Gerard van Hamersveld zijn sinds januari de nieuwe commerciële gezichten van Konvi RVS Products in Staphorst. Konvi levert complete rvs-inrichtingen voor brood- en banketbakkerijen en is specialist in het ontwikkelen en produceren van moderne winkel- en interieurconcepten.

## Littlejohn en De Brabander presentatoren Bake my Day

Vicky Littlejohn, directeur van Bakery Insitute, en Hidde de Brabander, eigenaar van Dreams of Magnolia, presenteren en jureren in het culinaire Net5-televisieprogramma Bake my Day. Voor het nieuwe bakprogramma was de producent op zoek naar twee juryleden die de kandidaten gaan beoordelen. Bake my Day wordt vanaf 7 april dagelijks rond 20.00 uur uitgezonden op Net5.

## Gastcolumn

# Lekker, gezond en onbesproken

Alhoewel het jaar al weer een maand oud is, wil de Nederlandse Vereniging voor de Bakkerij (NVB) alle mensen die actief in de gehele broodbranche werkzaam zijn, alle goeds en veel gezondheid toewensen voor het nieuwe jaar. Zowel in privé als zakelijk opzicht.

Dat 'alle goeds' en 'veel gezondheid' staat en valt met het eten van lekker en voldoende brood, zal bij een ieder van ons duidelijk zijn. In de laatste maanden van 2013 kwam manifest naar voren dat dit besef niet bij alle bijna 17 miljoen Nederlanders aanwezig is. Daarbovenop kwam begin dit jaar nog eens de problematiek van de asbestovens. Feit is dus dat het product brood in de schijnwerpers staat op een manier die niemand van ons zou moeten willen. Er is dus een hoop (communicatie)werk aan de winkel.

Alle publiciteit over de ovens in de bakkerij staat optimale en positieve communicatie over het imago van brood als lekker en gezond product in de weg. Echter, feitelijk is de problematiek van asbest in ovens natuurlijk een lastige kwestie. Door de lange periode tussen blootstelling aan asbest en het optreden van de ziekte kan op dit moment geen oorzakelijk verband worden gevonden tussen het blootstellingsmoment en het optreden van asbestkanker. Er kunnen immers in de loop van decennia vele blootstellingsmomenten zijn geweest. In veel verschillende situaties. Zowel in het ambacht als in de industrie. Asbest is namelijk zeer frequent en grootschalig gebruikt en toegepast. En dus ook op zeer veel plaatsen nog aanwezig. Desondanks heeft elke bakker-ondernemer een grote verantwoordelijkheid naar het personeel in dat zijn of haar bakkerij(en) werkzaam is en naar het product brood aan zich.

Hoe kunt u als bakker-ondernemer deze verantwoordelijkheid oppakken? Enerzijds door het inbrengen van checks en controles in uw arbo-systeem en RI&E en het regelmatig uit laten voeren van controles door gecertificeerde inspectiebureaus. Hierdoor minimaliseert u de risico's. Anderzijds, en nog beter, door ernaartoe te werken dat op een zo kort mogelijke termijn alle asbest uit uw bakoven(s) verdwijnt. Neem dus uw verantwoordelijkheid als werkgever. Als elke

bakker-ondernemer de instelling heeft om dit risico volledig uit te sluiten, dan gaat Nederland weer snel over brood als een lekker, gezond en onbesproken product spreken.

Daarnaast dient er goede generieke communicatie plaats te vinden. Daarom heeft de NVB bij het NBC de nadrukkelijke wens neergelegd om nog actiever aan de slag te gaan met de voorlichting van de consument. Zowel direct als via de wetenschap. Algemene productcommunicatie en wetenschappelijke communicatie dienen hierin hand in hand te gaan. Dus zowel communiceren over het lekkere en de smaak van brood als over het gezonde en verantwoorde element van brood.

Maar dat alles is niet voldoende. Los van de centrale activiteiten die vanuit Wageningen gecoördineerd (gaan) worden en de individuele ondernemers activi-

teiten rond asbestmonitoring en asbestverwijdering, roept de NVB alle personeelsleden van supermarkt broodafdelingen en bakkerswinkels van Nederland op om gezamenlijk (ambacht en industrie, NBOV en NBV en alle andere brancheorganisaties) één boodschap naar buiten te blijven zenden. Brood is gewoon heel erg lekker én gezond. En ja, er zijn mensen die bepaalde intoleranties hebben en

niet tegen brood kunnen, maar dat is een absolute en kleine minderheid. En voor hen zijn er speciale broden. Het leeuwendeel van Nederland is gewoon gebaat bij dagelijkse consumptie van brood (denk maar eens aan vezels, B-vitamines en mineralen).

Laten we dat vooral vaak en continu blijven benadrukken, bij elke mogelijkheid die we hiervoor hebben/krijgen gedurende de komende tijd. Zowel in supermarkten en winkels als in één-op-ééngesprekken en tijdschriften en op radio en televisie.

Overigens: een handig hulpmiddel bij deze gesprekken is het 10-vragenoverzicht van het Voorlichtingsbureau Brood. Zie ook de website Brood.net/gezondheid.

**Wim Kannegieter**  
Directeur Nederlandse Vereniging voor de  
Bakkerij (NVB)



**Wim Kannegieter: 'Het leeuwendeel is gewoon gebaat bij dagelijkse consumptie van brood.'**