



**'AMBACHT IS  
FEITELIJK HET  
UITHANGBORD  
VAN DE BRANCHE'**

NVB-directeur Kannegieter noteert 37e lid en verlaagt contributie

# Zelf het speelveld beïnvloeden'

Wim Kannegieter is een man van de feiten en de dialoog. Waar bestuursvoorzitters doorgaans het gezicht van de organisatie zijn, neemt Kannegieter die rol als NVB-directeur actief op zich. Als het bestuur mij moet gaan vertellen wat de nieuwste trend is, heb ik iets niet goed gedaan.' Een gesprek met de charismatische voorman van een organisatie die in 2018 het 37e lid mocht inschrijven en 2019 tegemoet treedt met een herijkte visie.

VOOR ANNE MIEKE RAVENSHORST

**O**m maar met het jongste wapenfeit te beginnen: de inschrijving van het 37e lid van de Nederlandse Vereniging voor de Bakkerij (NVB), eind 2018, is reden om actief naar buiten te treden voor Wim Kannegieter, directeur van de NVB. Het gaat om Mexma Food bv uit Kerkrade, producent van wraps en taco's voor de Nederlandse en Europese markt. Ook dit type bedrijven is lid van de NVB, waar de norm voor het draaivolume ligt bij een minimaal draaivolume van 2600 ton meel per jaar.

Dat laatste betekent dat middelgrote bakkerijen ook lid zouden kunnen zijn. De vraag is of de NVB hun belangen voldoende kan behartigen, omdat de vereniging er vooral is voor de business-to-businessmarkt. Mkb-bakkerijen hebben meer belang bij een vertegenwoordiging in de business-to-consumermarkt. 'Dat is aan die ondernemers', zegt Kannegieter, die in het totale speelveld van de bakkerijsector de dialoog zoekt en ook strategie uitstippelt op de raakvlakken tussen groot- en kleinbedrijf. 'Onze opdracht is: hoe kan de NVB ervoor zorgen dat we een zo goed mogelijk speelveld inrichten voor de leden.

We hebben nu ook mkb-bedrijven die lid zijn, we kunnen van elkaar leren. Ambacht en mkb hebben een belangrijke rol, ze zijn feitelijk het uithangbord van de branche. Er komen ook veel innovaties vandaan.'

## Hart NL-broodkennis

Het op peil houden van het broodvolume in Nederland is z'n gemeenschappelijk belang, waarbij het grootbedrijf voorop loopt met een marktaandeel in brood van bijna 85 procent. Om dat volume op peil te houden, is het imago van brood essentieel, net als een uniforme ingrediëntendeclaratie voor de broodsoorten, vastgelegd in de Warenwet. 'Ik ben een groot voorstander van het in de benen houden van het Nederlands Bakkerij Centrum', zegt Kannegieter nadrukkelijk over de organisatie die in hetzelfde pand in Wageningen is gevestigd. 'Het NBC is het hart van de Nederlandse broodkennis. Alle bakkers vinden hun weg ernaartoe, groot en klein. En de communicatie naar de consumenten toe kan het NBC neutraal verwoorden, onder meer met Brood.net. Die is essentieel voor de totale bakkerij.'

## De Verwenbakker

Terug naar het aantal NVB-leden: Mexma Food had eigenlijk het 38e lid moeten zijn. Doordat De Verwenbakker eind 2018 failliet

## Korte levensloop

Wim Kannegieter (58) is geboren in Schiedam, gehuwd en vader van een dochter en een zoon. Hij studeerde in 1987 af aan de Erasmus Universiteit te Rotterdam, faculteit Maatschappijgeschiedenis, afstudeervariant 'Beleid en Bestuur'.

Kannegieter is sinds september 2012 directeur van de Nederlandse Vereniging voor de Bakkerij en daarmee eindverantwoordelijk voor deze brancheorganisatie en de belangenbehartiging van de aangesloten leden. Ervaring deed hij onder meer op in onderstaande functies:

2012-heden: Bestuurslid Sociaal Fonds Bakkersbedrijf (namens NVB).  
2005-2012: Verkoopdirecteur franchise-organisatie United Retail.  
2003-2005: Algemeen directeur franchise-organisatie Combi Nederland.  
1998-2003: Areamanager Kruidvat Nederland.  
1994-1998: Districtmanager Edah supermarkten.  
1989-1994: Bedrijfsleider Gebr. De Jong SuperVersmarkten.

## Over de NVB

De NVB is de vereniging van en voor industriële bakkerijen in Nederland. Zij biedt leden een platform voor kennisuitwisseling en bundelt de krachten op het terrein van arbeid/arbeidsomstandigheden en recht, arbeidsmarkt-aangelegenheden, product en recht en procesduurzaamheid.



ging, is dit bedrijf nu het 37e lid. 'Zo gaat het, ook dat is marktwerking', zegt Wim Kannegieter, nuchter en begaan tegelijkertijd.

De meeste medewerkers van De Verwenbakker hebben gelukkig in de regio rond Neer weer werk gevonden, weet hij, terwijl hij een

Op de landkaart op zijn kantoor staan zeventig stippen, de productiebakkerijen van de 37 leden van de NVB. 'We zijn een bloeiende vereniging. Toen ik bij de NVB in 2012 begon, hadden we 27 leden. Toen de vereniging was een slapende reuzen manifesteerde zich onvoldoer

## 'ENERGIETRANSITIE EN ARBEIDSPROBLEMATIEK STAAN HOOG OP DE AGENDA'

cirkel trekt op de landkaart van Nederland die aan de wand van zijn kantoor in Wageningen hangt.

Een deel van de ruim honderd medewerkers van De Verwenbakker is bij Goedhart Borgesius terechtgekomen. 'Bij de krapte op de personeelsmarkt was dit voor sommigen een uitkomst, hoe triest de situatie zelf ook is', aldus Kannegieter.

### Marktwerking

Marktwerking is voor Kannegieter een gegeven. 'Die kun je niet verslaan', zegt de NVB-directeur. 'Het is net als met de maakbaarheid van de samenleving: die kun je ook niet beïnvloeden als bakker. Dat willen we ook niet als NVB. Dat hoort bij onze visie: we weten wat we wél, maar ook wat we níet willen doen. Kwesties die urgent zijn en niet belangrijk, kun je skippen. Urgent én belangrijk, die moet je aanpakken. Wat we willen, is de leden op de hoogte stellen van wat er gaande is, zodat zij daar zo goed mogelijk op kunnen inspelen. Ondernemers informeren zodat ze voorbereid zijn. Dat geldt voor het grootbedrijf en voor het mkb. Feiten, daar baseer ik me op, die zijn onweerlegbaar.'

Kannegieter gelooft dan ook niet in een brancheorganisatie die problemen van individuele leden gaat oplossen. Hij begrijpt wel dat dergelijke initiatieven ontstaan, maar ziet er geen toegevoegde waarde in. 'Een gezond bedrijf wordt echt wel verkocht, of dat nu groot of klein is. De markttrend kun je niet verslaan.'

doordat er een secretariaatsovereenkomst was met de Vereniging voor de Bakkerij- en Zoetwarenindustrie (VBZ). Het NVB-bestuur had de wens om meer zichtbaar worden en weer onafhankelijk te opereren.'

Sindsdien is de NVB uitgegroeit tot een pro-actieve vereniging. 'Het was belangrijk om ons eigen gezicht te laten zien, een visie te bepalen, om nadrukkelijk zelf het speelveld te beïnvloeden. De hebben we gedaan, toen en recentelijk opnieuw. Het bestuur heeft in 2018 een rondje langs de veld gemaakt, geïnventariseerd wat er speelt onder de leden, wat we als partij in de markt betekenen en waarom we hier op aarde zijn. Daaruit is de nieuwe missie en visie gekomen voor 2019 en de komende jaren', aldus Kannegieter.

Zoals gezegd wil de NVB een zo goed mogelijk speelveld inrichten voor alle leden, waarin de vereniging haar eigen gezicht bepaalt én haar eigen koers. Kannegieter: 'Aan de voorkant, richting consument, spelen we geen rol. Maar richting beleidsmakers, brancheorganisaties, koepelorganisaties, vakbonden en de (internationale) politiek.'

### Energietransitie

Twee actuele, urgente zaken die op de agenda staan, zijn de energietransitie en de arbeidsproblematiek. 'Alle leden krijgen hier de komende jaren mee te maken. De CO<sub>2</sub>-uitstoot is urgent. Bedrijven krijgen

een informatieplicht over hun energieverbruik, dat moet omlaag anders volgen er repercussies van overheidswege. Daarin pakken we onze rol als brancheorganisatie. We hebben alle leden gevraagd wat het energieverbruik is, dat we omslaan naar het meelverbruik. Zo krijg je per vestiging in beeld wat het energieverbruik is per deelproces. Hoe kun je dat verbeteren? Daar gaan we hard mee aan de slag.'

Op het vlak van de arbeidsproblematiek wil de NVB duidelijk het imago van werken in het grootbedrijf oppoetsen. 'De voedingsmiddelenindustrie krijgt de komende jaren problemen met het werven en behouden van mensen. Ook daarin spelen we een actieve rol. Oké: je werkt er in shifts, maar daar krijg je ook goed voor betaald. En we willen duidelijk maken hoe leuk het is om in een groot bedrijf te werken, dat wordt weleens vergeten', zegt hij.

Met de Nationale Bakkerij Academie (NBA) wil de NVB in overleg over het opzetten van opleidingen die gericht zijn op de industrie. Kannegieter: 'Het is belangrijk dat opleiders meer oog krijgen voor de situatie in de industrie.'

De directeur van de NVB is duidelijk een bruggenbouwer. Hij toont eerder zijn zachte kant in

### Contributie omlaag

Mede doordat het ledenaantal van de NVB fors is gestegen, is de contributie in 2018 met 34 procent omlaag gebracht. 'We moeten niet dik worden, dat is maar ongezond', zegt Kannegieter lachend.

De NVB heeft op jaarbasis circa vijf ton nodig voor de bekostiging van de belangenbehartiging en onderzoeken voor de leden en deels voor de branche als geheel (de zoutmonitoring bijvoorbeeld, al betaalt het MKB daaraan niet mee).

De (overhead)kosten zijn lean en mean gehouden. 'We hebben de eerste jaren de exploitatie goed neer kunnen zetten. De contributie was al 21 jaar stabiel. Doordat we in de afgelopen jaren meer leden hebben gekregen, kwam er meer geld binnen en konden de kosten per individueel lid naar beneden. We hielden over, dat was nergens voor nodig. Tenzij het bestuur specifiek had gezegd: dat geld moet daarnaartoe.'

'Dit kantoor is wat we hebben', vervolgt de directeur. De rest gaat vooral naar de onderzoeken zoals de zoutmonitoring, onderzoek naar suiker, acrylamide, de markt cijfers, opleidingen, onderzoek naar energieverbruik en het organiseren van seminars en workshops. Die seminars kosten niet-leden geld.

'Door lid te worden, kun je ze

## 'EEN GEZOND BEDRIJF WORDT ECHT WEL VERKOCHT'

overlegsituaties dan dat hij met de vuist op tafel slaat. 'Juist als het erom gaat vanuit verschillen bij elkaar te komen, is het belangrijk om de zachtheid op te zoeken. De dialoog en de juiste context zijn van belang.'

Een goede dialoog met de leden is voor hem belangrijk, evenals met al die andere partijen in het speelveld van de bakkerij en de levensmiddelenbranche, de vakbonden, de politiek, brancheorganisaties in het midden- en kleinbedrijf, koepelorganisaties, pers, NGO's, Europese organisaties en overheden.

gratis bijwonen en heb je meer voordelen van de vereniging', zegt Kannegieter op de manier zoals hij het ook aan niet-leden uitlegt. Dat zijn er overigens niet zoveel meer: de NVB heeft een dekkingsgraad van 94 procent bij het grootbedrijf in de bakkerij.

Zit zijn taak er dan nu op? 'Nee', lacht hij. 'Er is nog genoeg te doen. De veelzijdigheid van het werk, met mensen bezig zijn, op de bakkerijen komen om met mensen te praten, dat vind ik allemaal heel leuk. Dat de leden maximaal invloed hebben in de club, dat is wat ik wil.' ●



Foto: Hans Prinszen