

Kwaliteit in broodjes en sandwiches belangrijker dan prijs

# Bakery in out-of-home dealt goed met recessie

ACHTERGROND Martine Bruynooghe

**NIEUWVEEN** - Broodjes en sandwiches: het zijn producten die in de verschillende out-of-homekanalen totaal verschillende ontwikkelingen doormaken. Is het in de tankshops belangrijk dat het vooral lekker en vullend is, in catering gaan consumenten steeds meer voor gezond en verantwoord. **Out.of.Home Shops** belicht de belangrijkste trends.

Nederland is een broodland, dat weet iedereen. Toch was het aanbod broodjes en sandwiches in out-of-home pakweg tien jaar geleden nog een saate boel. Het voorverpakte kadetje kaas, een wit broodje met een verse kroket of een saucijs; daarmee had je het grofweg wel gehad.

Maar kijk nu eens. Wie een gemiddeld bedrijfsrestaurant binnenloopt komt om in het aanbod broodjes en boterhammen en een beetje tankstation kent zowel een counter als een flink schap voorverpakte broodjes. Logisch is het dat diezelfde consument op verschillende on the go-locaties verschillende behoeftes heeft. "Iemand die gaat lunchen in de kantine van zijn bedrijf heeft behoefte aan biologisch en gezond. Maar is dezelfde persoon onderweg, dan koopt hij in het tankstation iets wat vooral lekker is", lacht Maurits Mars, sales manager bij Bakery Stars. "Wat wel in het algemeen geldt, is dat mensen



Vandaag de dag kan haast geen enkel tankstation zonder een aanbod voorverpakte sandwiches. De consument weet de afdeling steeds beter te vinden.

willen betalen voor lekkere en gezonde broodjes met een goede prijs-kwaliteitverhouding. Daar draait het om."

## Rol van de recessie

De spelers die Out.of.Home Shops voor deze special benaderde zijn dat allemaal met elkaar eens. Kwaliteit en een passend prijskaartje is belangrijk. Of, zoals Pastridor Bread & Bakery Solutions het verwoordt:

"Op het juiste moment het juiste product aanbieden gaat ver voor het prijsbewustzijn." Ondernemers die dat goed doen, merken dat Nederlanders ook tijdens de recessie best wat over hebben voor een sandwich. Prijs is voor de consument vaak minder belangrijk dan vaak gedacht, weet Jorgo van Ginneken van CSM. "Men gaat in tijden van crisis eerder snoeien in het aantal keer dat hij buitenshuis consumeert dan op het

aankoopbedrag. Wat we wel zien is dat men gevoelig is voor 'value for money': bijvoorbeeld door gebruik te maken van combi-deals. Een broodje en een drankje voor een bepaalde prijs, werkt goed." Hoeveel een gemiddeld broodje mag kosten, is afhankelijk van het out-of-homekanaal waarin het wordt verkocht. Arjan de Vin, sales manager Johma Sandwiches: "De prijselasticiteit bij consumenten op the move (o.a.

tankshops, treinstations, red.) is tamelijk gering. Een plafond is er natuurlijk wel. In Nederland zit die inmiddels rond de € 3,50 voor een luxe sandwich. In catering echter ligt de factor prijs veel gevoeliger."

## Catering

Crisis of niet, de prijs is niet het enige waar leveranciers en ondernemers zich vandaag de dag mee bezig houden. In broodjes en sandwiches zijn er namelijk een stuk interessantere ontwikkelingen aan de gang. Zo stemt het velen optimistisch dat de consument in catering meer en meer gaat voor biologisch en maatschappelijk verantwoord.

Gezondheid speelt een belangrijke rol. "Gezond is een trend die zich sterk doorontwikkelt. Met Waldkorn is Molco al jarenlang trendsetter op het gebied van meergranenbrood. Sinds enkele jaren zijn alle Waldkorn-kleinbroodproducten voorzien van het Ik Kies Bewust-logo. We zien dat dit soort labels succes heeft bij de consument en de ondernemer, omdat dit de gezonde keuze stimuleert," vertelt Van Ginneken. "Ook biologisch staat volop in de belangstelling. Niet alleen omdat de overheid het stimuleert, maar ook vanuit de overtuiging van de consument dat duurzame producten beter zijn. Ondernemers worden steeds bewuster van het maatschappelijk belang van dit type producten."

LEES VERDER OP PAG. 29



Schoolkantines en cateringlocaties presenteren zich steeds vaker als aanbieder van verse en gezonde producten.



De Broodzakaak is een broodjesformule van NS-dochter Servex. Treinreizigers worden verrast met onder meer ambachtelijk brood.

## Welke broodjes zijn bij wie populair?

Wie op dit moment een lunchroom, tankstation of cateringlocatie bezoekt zal opvallen dat het aanbod aan broodjes en sandwiches enorm is. Met het assortiment zijn locaties in staat zich te onderscheiden en consumenten te trekken. Daarbij is de consument niet te beroerd om voor die luxe mediterrane panini flink in de buidel te tasten. Ondanks derving en personeelskosten een regelrechte klantentrekker. Maar welke broodjes zijn nu eigenlijk de hardlopers? Een rondgang langs een aantal toonaangevende aanbieders.

### Jorgo van Ginneken (CSM) over Molco:

"Binnen de categorie brood doet vooral het BIO-gamma, het concept Focaccia Panini en Waldkorn® het erg goed. Bij de hartige producten doen binnen de klassiekers het gebakken kaasbroodje en de gebakken saucijs het bijzonder goed."

### Monique Bos (Greencore) over Borgondi:

"Geloof het of niet, maar nog steeds is het bekende broodje Bacon/Ei veruit het meest populair. In onze nieuwe lijn hebben we broodjes met echte plakjes ei, dus dat zal zich vast nog verder ontwikkelen."

### Myrte Cruycq (Lantmännen Unibake Nederland) over Pastridor:

"Stokbrood en croissants in allerlei vormen en maten zijn al jaren populair en zullen dat ook nog wel even blijven. Wit, bruin, meergranen, gevuld, hartig en zoet of natriumarm zijn hierbij de favoriete varianten."

### Lex Burki (Smilde Bakery):

"Saucijenbroodjes, Appelflappen, Beemsterkaas-broodjes zijn bij ons de duidelijke hardlopers."

### Arjan de Vin (Johma Sandwiches):

"De Nederlandse consument is nogal conservatief als het gaat om out-of-home consumptie van broodjes en sandwiches. In het voorverpakte segment zijn de SW Bacon Ei en het Broodje Kaas al sinds jaar en dag de runners. Vanuit de bakery zijn de pistolets Ham/Kaas, Filet Americain en Gehakt het meest populair. Diverse warme (ready-to-heat) Panini groeien momenteel erg hard."

### Maurits Mars (Bakery Stars):

"Onze allernieuwste innovatie breekt alle records! Dat zijn gevulde croissantdeegproducten met vullingen met onder andere Belgische chocolade, lemon, of een combinatie van honingkaramel met pecannoten. Producten hoeven alleen maar ontdooid te worden en kunnen vervolgens ultravers worden geserveerd."

### Mirko Griens, Van Oers Group:

"Binnen het assortiment sandwiches is de bacon-ei nog altijd nummer één. De laatste jaren hebben de sandwich boeregezond en BLT echter een behoorlijke opmars gekend. Noemenswaardig is ook de exclusief bij Van Oers verkrijgbare sandwich Kip Mexico. Deze sandwich volgt qua afzet kort op de hiervoor genoemde smaken. Nederland blijft natuurlijk een kaasland bij uitstek en het klassieke broodje kaas blijft dan ook het best verkochte broodje."