



Dirk Lodewijk | Koopmans Koninklijke Meelfabrieken

Uniek familie- bedrijf Koopmans: duurzaam waarde creëren uit graan

Het verhaal van zelfstandig familiebedrijf Koopmans Koninklijke Meelfabrieken in Leeuwarden, biedt een boeiende blik op de transformatie van lokale molen en meelfabriek uit 1846 naar Europees bedrijf van duurzame ingrediënten voor levensmiddelen. Kennis, vakmanschap en innovatie in de Friese hoofdstad. Dirk Lodewijk en Evelyn Bot over meerwaarde van de graankorrel.

“Koopmans symboliseert de transformatie van de agrarische provincie Friesland; wie zijn we, waar komen we vandaan en hoe zorgen we dat we over honderd jaar nog bestaan? Zes jaar geleden waren we te klein, versnipperd en kwetsbaar om te overleven. We hebben een groeistrategie ingezet van goede, kleine Nederlandse leverancier van meel en bloem aan bakkers en de bakkersketen naar Europese leverancier van duurzame ingrediënten. Gezonde producten met zo weinig mogelijk toevoegingen, geproduceerd in een duurzame, transparante graanketen met de graankorrel als uitgangspunt. Door de keuze voor kwaliteit en innovatie, slagen we er steeds beter in om meer waarde uit een korrel te halen.”

Innovaties in de proeftuin

“Meel is niet meer het enige belangrijke product. Net als in andere agrarische ketens heeft omdenken ons geleerd hoe we in plaats van basisproducten, ingrediënten uit graan kunnen winnen zoals natuurlijke vezels, plantaardig eiwit en andere tarwe-rassen. Gebruik maken van de natuurlijke kracht om onze klanten in staat te stellen kwaliteitsproducten te maken met zo weinig mogelijk e-nummers en toevoegingen. Dat vergt bezieling, vakmanschap en toepassingskennis die we delen met klanten; onze leveranciers hebben we daarbij hard nodig om de juiste grondstoffen te leveren: wij zijn de brug tussen agro en food”, vertelt algemeen directeur Dirk Lodewijk. De traditionele meelfabriek is veranderd in de drie sterke businessunits Meel, Foodcoatings en Ingrediënts onder herkenbaar Koopmans-label: vertrouwd vakmanschap, een professioneel bedrijf met goede service en rijke kennis van product, proces en verbetering. Brandmanager Evelyn Bot: “Het hart is KIEM, Koopmans Innovatie Expertise

Molenaarschap, proeftuin voor technologie en ontwikkeling. Met klanten en professionals uit de keten ontwikkelen we hier producten en oplossingen door workshops, testen en opleiding. Naast ambachtelijke bakkersproducten zijn dat nieuwe concepten voor onze klanten uit de voedingsmiddelenindustrie op het gebied van biologisch, clean label, vezelverrijking, ovenbereiding en meer. Dit stelt hen in staat bestaande recepturen om te zetten naar gezondere, duurzame alternatieven en zo betere consumentenproducten te maken.”

Je ervaart, ziet en proeft het

“Met de businessunit Meel voegen we naast het produceren en leveren van kwaliteitsbloem en meel, steeds meer specifieke kennis voor duurzame

“Het feit dat we relatief klein zijn met zo’n 120 mensen, betekent dat we goed kunnen meebewegen met onze klanten, duurzame producten kunnen ontwikkelen, trends herkennen en daarop inspelen”

producten toe, zoals het assortiment “Natuurkracht”. Waarbij we producten aanbieden die Non-GMO, E-nummervrij, biologisch, met transparante herkomst en lokaal zijn. Met leveranciers zoeken we continu naar de beste, meest duurzame grondstoffen om tegemoet te komen aan wensen en eisen van consument en afnemers. We zijn geen consumentenbedrijf meer, maar kijken wel sterk naar marktontwikkelingen.”

“Met Foodcoatings voegen we een laagje toe aan een breed productscaal van onze klanten, aan vleesproducten, snacks, vleesvervangers, visproducten en groenteproducten. Dat gaat van een

krokante korst om bitterballen, de ontwikkeling van krokante snacks uit de oven en vleesvervangers tot groente- en aardappelproducten. Het product aan de binnenkant is van onze klanten, wij voegen er een zo duurzaam, mooi, smakelijk en krokant mogelijk jasje aan toe, want is het eerste wat de consument ervaart, ziet en proeft. Dat doen we met de grondstof graan en moderne bloemtechnologie met zo min mogelijk toevoeging: de consument wil herkenbare en duurzame producten zonder modificaties.”

“Dat geldt ook voor onze derde nieuwe businessunit Ingrediënts die producten gaat verkopen voor onder meer natuurlijke binding in soepen, sauzen en vleesvervangers, met gebruikmaking van bestaande en nieuwe technologie. We kijken anders naar verwaarding van onze grondstoffen en reststromen met vezels en plantaardige eiwitten, die feitelijk hoogwaardige producten zijn. Vezels gingen naar de diervoedingsindustrie. Nu verrijken onze klanten er consumentenproducten mee, omdat het belang van natuurlijke plantaardige vezels met hoge voedingswaarde sterk toeneemt. Dat geldt ook voor plantaardige eiwitten, die meer waarde krijgen omdat de perceptie over dierlijke eiwitten is veranderd.”

Trots op uitwerking strategie

De koers van het familiebedrijf wordt gesteund door de aandeelhouders van Koopmans Koninklijke Meelfabrieken. “Onze aandeelhouders zijn 160 over de wereld verspreide familieleden, die een sterke band hebben met het bedrijf en de ingeslagen weg onderschrijven. We investeren sterk in de relatie, we delen kennis en laten zien dat we een aansprekend bedrijf zijn met een goed toekomstperspectief. Niet voor niets houden we de aandeelhoudersvergaderingen in Leeuwarden, de plek waar we zitten en blijven. Zij steunen ons in de

keuze niet langer op prijs te concurreren in een verdringende markt met grote spelers, maar om uit te gaan van eigen kracht, oude waarden en grondige kennis van grondstoffen die we steeds meer betrekken van Nederlandse leveranciers en de regio, ons vakmanschap en innovatieve kracht. We hebben zware investeringen gedaan in het innovatiecentrum, nieuwe productielijn en een nieuwe business unit. Vertrouwen van onze stakeholders en dat waarmaken is cruciaal.”

Dirk Lodewijk: “We zijn super trots dat onze strategie werkt. Het is meer dan een strategie bedenken en deze elke dag heel goed met z’n allen uitvoeren. Het feit dat we relatief klein zijn met zo’n 120 mensen, betekent dat we goed kunnen meebewegen met onze klanten, duurzame producten kunnen ontwikkelen, trends herkennen en daarop inspelen. Wat goed was hebben we intact gelaten, zoals een deel van de oude bijzondere machines; daarnaast hebben we voor Foodcoatings een compleet nieuwe productielijn gebouwd en in alle lagen van het bedrijf de nieuwe koers doorgevoerd. Een complex en mooi proces waarin de bezieling van het vertrouwde bedrijf en de waarde van onze mensen, kwaliteit en receptuur blijft.”

World of Taste

“Juist in dit Culturele Hoofdstadjaar”, voegt Evelyn Bot toe, “dragen we onze nalatenschap verder uit door onze internationale klanten en leveranciers uit te nodigen en te laten kennismaken met wat we doen. In KIEM laten we onder de naam World of Taste vakmensen internationale kennis en recepturen uitwisselen om zo te leren van elkaars broodcultuur en de kennis en liefde daarvoor te delen. We vinden elkaar in de herkenning van een wederzijdse cultuur van inspiratie en vakmanschap. Ook dat is Koopmans, persoonlijk, dichtbij en heel internationaal.”