

HET BANKETHUIS HERPOSITIONEERT ZICH ALS SPECIALITEITENBAKKERIJ MET HULP VAN INCUBAKER

Het Bankethuis in Est heeft onlangs een complete herpositionering doorgevoerd. Waar voorheen nog veel dagvers banket geproduceerd werd, ligt tegenwoordig de focus op halffabricaten voor bakkerijen. Een enorme transitie van doelgroepbenadering tot productie. Dat vraagt om een nieuwe bedrijfsstrategie waarin Het Bankethuis ondersteund is door Eva Jansen van Incubaker. Mascha van Mourik van Het Bankethuis kwam vijf jaar geleden al in contact met Eva. "Ik had toen de vraag hoe we een plan konden neerzetten om meerwaarde te creëren voor een retailklant. Inmiddels zijn we door ontwikkelingen in de markt een andere koers gaan varen. We zijn nu een echte specialist in halffabricaten op het gebied van taarten, cake en kapsel."

Om te beginnen een introductie van Incubaker. Bottomline helpen ze spelers in de wereld van brood en banket aan een duurzame toekomst. "Wat wij doen als innovatieburo voor de bakkerijsector, is samen met ketenspelers projecten initiëren en realiseren om de waarde van brood en banket te verhogen", vertelt Eva. Daardoor krijgen ketenspelers meer ruimte om hun aanbod beter en relevanter te maken, hetgeen nodig is om als bedrijf succesvol te zijn in de wereld van nu. Food bedrijven moeten zich steeds drukker maken over extra onderwerpen als transparantie, footprint en gezondheid om in de behoefte van afnemers te voorzien en financieel gezond te blijven. De sweetspot van innovatie zit in het optimaal samenkomen van marktbehoefte, commercieel slim acteren en creativiteit. Dat zorgt ervoor dat een benodigde verandering leidt tot een effectief resultaat, althans dan is de kans van slagen het grootst.



De kunst is om goed helder te krijgen wat er nodig is en hier de juiste handen en voeten aan te geven. Dat vraagt om maatwerk en dus verschilt de output per klant: van een productconcept tot een compleet nieuwe ketensamenwerking. Met Incubaker hebben we één doel voor ogen: bouwen aan een broodwaardige toekomst voor de hele keten, wat voor mij symbool staat voor een toekomstbestendig voedselsysteem."

Strategische plannen

Zoals gezegd werkten Eva en Mascha al langer samen voor het ontwikkelen van nieuwe concepten voor klanten van Het Bankethuis. Mascha: "Waar wij voorheen in de retail een groot afzetkanaal hadden voor onze dagverse producten, is daar de laatste tijd verandering in gekomen. We waren genoodzaakt onze bedrijfsstrategie te herzien en zagen potentie in de halffabricatenmarkt. Samen met Incubaker hebben we gekeken naar de toekomst van gebak en naar wat er speelt binnen bakkerijen. Op basis van marktonderzoek en strategische sessies hebben we hele duidelijke keuzes gemaakt die bij ons passen. Daar zijn vervolgens strategische plannen uit voortgekomen die uitkomst moeten bieden voor vraagstukken van bakkerijen. Hiermee hebben we ons geherpositioneerd als een gespecialiseerde bakkerij in kapsel, cake en taart voor bakkerijen."

Keuzes maken

"Het begint met teruggaan naar wie je bent als bedrijf, waar je goed in bent en energie van krijgt", vult Eva aan. "Je staat in dit geval bekend als specialist in dagvers banket en als dat wegvalt moet je op zoek naar een andere invulling. Misschien wel één die beter past. De conclusie die we samen trokken, na grondig onderzoek, was dat er veel groeimogelijkheden liggen voor Het Bankethuis in het leveren van halffabricaten aan allerlei bakkerijen. De supermarkt zet steeds meer in op vernieuwing van het banketassortiment en dus wordt het voor ambachtelijke bakkers nog belangrijker zich te onderscheiden. Uniek gebak maken met een eigen signatuur vergt echter aandacht en die is er vaak niet door personeelstekort en minder tijd. Dat speelt bij een groot deel van de bakkerijen. Dan moet je keuzes maken en een van die keuzes kan zijn om de basis voor gebak in te kopen. Die moet dan van hoogwaardige kwaliteit zijn en een betaalbare prijs hebben. Een specialiteitenbakkerij als Het Bankethuis is dan een interessante partner. Maar ook grote bakkerijen die leveren aan retail en foodservice gaan hier baat bij hebben: Het Bankethuis is namelijk klein genoeg voor maatwerk en groot genoeg om serieuze volumes tegen een interessante prijs te maken."

"In het voortraject hebben we veel gesprekken gehad met potentiële klanten om te zien waar hun behoeftes liggen en die gesprekken waren mede aanleiding om ons op bakkerijen te richten", vertelt Mascha. "Door de basis in te kopen bij een specialiteitenbakkerij, besparen bakkerijen tijd en kosten omdat hier heel efficiënt geproduceerd wordt."

Ready to Make, Ready to Decorate en Ready to Eat

Het Bankethuis speelt in op verschillende behoeftes binnen bakkerijen. Mascha: "We hebben drie categorieën: Ready to Make, Ready to Decorate en Ready to Eat. Binnen iedere categorie bieden we producten aan in diverse vormen, maten en smaken. In ons Ready to Make-assortiment vind je alle 'bouwstenen' om eigen kapsels, cakes en taarten te maken. In het Ready to Decorate-aanbod zitten gevulde taarten en schnitten die je als bakker alleen nog hoeft af te werken en te decoreren. Tot slot zijn er de Ready to Eat-producten: kant en klare eindproducten die zo in het schap kunnen. Denk daarbij aan een carrotcake of appeltaart. Op onze nieuwe website is precies te zien welke productoplossingen we binnen iedere categorie aanbieden."

Veranderend consumentengedrag

Eva is ervan overtuigd dat de gebaksdoelgroep het meest gaat veranderen de komende decennia. "Als je nu kijkt naar wie er gebak consumeert, is dat een relatief oude doelgroep. De definitie van gebak zal gaan veranderen en ook het moment en de manier waarop we het eten. We hechten steeds meer waarde aan wat we eten en waar ons eten vandaan komt. Dat geldt net zo goed voor gebak. Productkenmerken als 'minder suiker' en 'met fruit van Nederlandse bodem' gaan ook hier een rol spelen in de koopmotivatie. Op genietmomenten moet



Eva Jansen en Mascha van Mourik

het gebak meer dan ooit écht goed zijn, dan mag het meer geld gaan kosten. Dat zit bovenal in smaak maar dus ook steeds meer in andere componenten die vaak ook weer bijdragen aan kwaliteit." Mascha: "Dit nemen we ook mee in productinnovatie, we willen namelijk meebouwen aan de toekomst van onze klanten en gezamenlijk producten ontwikkelen waar ze aansprekende assortimenten mee kunnen voeren."

Toekomstbestendig

De rol van Eva in dit hele proces moet niet onderschat worden, zegt Mascha. "Waar Eva's kracht ligt, is dat ze met een open blik meekijkt naar je organisatie. Ik werk al vijftien jaar hier en dan ga je je wat blindstaren op bepaalde zaken. Eva dwingt je na te denken over wat je doet, wat je belangrijk vindt, waar je goed in bent en waar je toekomst ligt. Je moet keuzes maken en de spiegel die dan voorgehouden wordt van iemand van buitenaf, is heel waardevol. Eva maakt het simpel. Als je kijkt naar de uitdaging die er voor ons lag, heeft ze die aan de hand van een analyse en goed doordachte strategie platgeslagen tot een plan. Hierdoor konden wij gemakkelijker keuzes maken. Ondernemen is ook risico's nemen, maar het liefst wel op basis van goede plannen. Afwachten past niet bij ons, dan kun je maar beter de regie zelf in handen nemen. Eva heeft ons daarin heel goed begeleid en daarmee denken we weer toekomstbestendig te zijn. We richten ons nu op de lange termijn en kijken uit naar mooie samenwerkingen met bakkerijen die voort gaan komen uit deze stap."

Meer informatie: www.incubaker.nl | www.hetbankethuis.nl