

Het ambachtelijke koekje van Farm Brothers

27-02-2018 12:23



De ambachtseconomie is een miljardenbusiness, maar boette jarenlang in aan populariteit. Inmiddels lijkt vakmanschap op de weg terug. Millennials willen met hun handen aan het werk én zoeken actief naar het stempel ambachtelijk, lokaal of authentiek. Deze week staan we stil bij drie jonge ondernemers die het aloude ambacht herontdekken en in een nieuw jasje steken. Vandaag: Farm Brothers.

Herman Insinger en Teyler Padberg zijn van jongs af aan goede vrienden. Beiden beproeven hun geluk na hun studie in de voedingsindustrie. Insinger gaat werken voor grondstoffenleverancier Cargill, terwijl Padberg zijn eigen cateringbedrijf runt. Als ze elkaar in het weekend spreken, blijken ze een gezamenlijke afkeer van de mainstreamvoedselmarkt te ontwikkelen. Hun antwoord is de oprichting van Farm Brothers, die de biologische sector 'een duwtje in de rug moet geven'. Want ondanks alle berichten over een snelgroeiende sector, is biologisch volgens hen nog altijd een niche. "En dan heb je ook nog het geitenwollensokkenimago. Het mag allemaal wat leuker worden gebracht."

Farm Brothers is een producent van ambachtelijke koekjes met een hoge 'shelf visibility'. Hoewel ze in de

schappen van onder meer Albert Heijn, Marqt en Deen liggen, worden de graansnacks nog met de hand gemaakt. De startup maakt gebruik van een deegrol- en snijmachine, maar daarna gaan ze handmatig de oven in. “Ambachtelijker dan dit kan niet”, zegt Insinger. “Het klinkt misschien cliché, maar als je producten ambachtelijk maakt, zit er meer liefde in. De consument proeft dat.” Het nadeel van deze productiewijze is volgens hem dat er geen gigantische voordelen worden behaald als er wordt opgeschaald. “Meer productie betekent meer manuren, en dat vormt uiteindelijk – met de ingrediënten – de grootste kostenpost.”

‘In onze koekjes zit meer liefde. De consument proeft dat’

Inleveren op de kwaliteit om het product goedkoper te maken, zien de twee niet zitten. “Sommige bedrijven maken die keuze, om het geld in eigen zak te steken of misschien meer aan marketing te doen. Maar wij halen geen palmolie uit verre landen, waarvoor waarschijnlijk regenwouden zijn gekapt, als Nederland de beste roomboter van de wereld maakt.”

Farm Brothers zweert bij hoogwaardige ingrediënten. “We gebruiken alleen spelthaver en rogge. Conventionele tarwe, geraffineerde suiker of palmolie komen er bij ons niet in. Bovendien zit er relatief weinig suiker en zout in. Zo proberen we het product over de hele breedte interessanter te maken voor de consument en voor de supermarkt om ons op het schap te leggen. Bij Marqt en de Belgische keten Bioplanet zijn onze koekjes inmiddels het populairst.”

In het februarinummer van RetailTrends wordt uitgebreid stilgestaan bij ‘de comeback van het ambacht’ en de gevolgen voor de traditionele spelers. Grote merken zijn bang dat hun producten niet in de smaak vallen van de nieuwe generatie. “Ze zien dat consumenten de ambachtelijke variant van hun producten. Ze willen lokale, handgemaakte producten die in kleine oplages worden gemaakt”, zegt socioloog Richard Ocejo, auteur van het boek Masters of Craft: Old Jobs in the New Urban Economy. [Klik hier om het artikel digitaal te lezen](#). Nog geen member? [Kijk dan hier](#) voor meer informatie.

Nick Möller