



# Samen sterker, slimmer, beter

Duurzaamheidsverslag 2021



# Voorwoord

Beste lezer,

Kortgeleden was ik bij de première van *Beyond Zero*, een film over de ontwikkeling van het bedrijf Interface; een Amerikaanse producent van tapijttegels. Al in 1994 sprak oprichter en eigenaar Ray Anderson de ambitie uit om de eerste echt duurzame onderneming ter wereld te worden. 27 jaar later is Interface klimaatpositief én een voorbeeld voor veel organisaties.

Toen ik in 2015 startte bij de Kennemervis Groep hebben we 'duurzame kwaliteit' het fundament gemaakt van ons nieuwe strategiehuis. We willen voorop lopen in het bedenken van voedseloplossingen voor consumenten van vandaag, maar ook van morgen. Waar Mayonna, FishPartners, Werner Larsson en Bobeldijk Food Group ieder binnen zijn eigen mogelijkheden al mooie stappen zetten naar een duurzamere bedrijfsvoering, was 2021 het jaar om te versnellen.

Om te versnellen moet je durven vertragen. Dit eerste duurzaamheidsverslag van de Kennemervis Groep vroeg ons om te bepalen waar we staan. Een balansoefening tussen aandacht voor de lopende activiteiten van de bestaande operatie en het ontwikkelen van een nieuw perspectief op een toekomstbestendige manier van ondernemen. Een zoektocht naar de juiste cijfers en inzichten. Met meer aandacht voor belangrijke dilemma's.

Al meer dan 90 jaar handelen en verwerken wij dieren die wild leven in zee of die gekweekt zijn. Dierlijke proteïnen die voor velen gezonde en lekkere voeding betekenen. Het is onze verantwoordelijkheid om hier met alle zorg en verantwoordelijkheid mee om te gaan. Dat betekent dat we als KVG inzetten op gecertificeerde vis-, schaal en schelpdieren en transparante ketens. Daarvoor moeten we continu blijven veranderen.

Steeds een stapje beter. En altijd vanuit het perspectief van de consument en onze klanten. En dat geeft ook andere kansen. Zoals bijvoorbeeld de groeiende vraag naar vlees- en visvervangers.

De Kennemervis Groep kan alleen vooraan blijven lopen wanneer we werken aan voedseloplossingen die verantwoord zijn. Door samen met onze klanten, leveranciers én belangrijkste stakeholders het gesprek aan te gaan over duurzame ontwikkeling. Door duidelijk te weten waar we staan en waar we naartoe willen.

Het verhaal van Interface is voor mij een lichtend voorbeeld. Het doet me beseffen dat de Kennemervis Groep misschien eerder met duurzaamheid had moeten beginnen. Maar dat we bezig zijn en versnellen maakt me trots. Trots op het ontstaan van het Samen Duurzaam Team en hun inspanningen. Trots op de ambities die we samen hebben geformuleerd. Trots op de bereidwilligheid van onze mensen en de nieuwe kansen die daaruit voort zullen komen.

Vanaf vandaag zal de Kennemervis Groep blijven rapporteren over haar impact op mens, dier en milieu en er alles aan doen om volledig duurzaam te opereren.

Samen sterker, slimmer, beter én duurzamer.

Eugène Scholten



# Inhoudsopgave

3	<b>Voorwoord</b>	
4	<b>Inhoudsopgave</b>	
6	<b>Kerncijfers</b>	
7	<b>RvC aan het woord</b>	
9	<b>Hoofdstuk 1</b>	<b>Dit is de Kennemervis Groep</b>
15	<b>Hoofdstuk 2</b>	<b>DuurSamen</b>
18	<b>Hoofdstuk 3</b>	<b>Kennemervis Groep in 2025 en verder</b>
21	<b>Hoofdstuk 4</b>	<b>Duurzame kwaliteit in de praktijk</b>
22	Focusgebied 1	Operatie, verpakkingen en reststromen
26	Focusgebied 2	Duurzame vis, duurzame grondstoffen en transparante ketens
30	Focusgebied 3	Inzetbaarheid, vitale medewerkers en een veilige werkomgeving
34	Focusgebied 4	Gezonde en veilige producten



# Kerncijfers 2021

## Onze organisatie



**336**

Vaste medewerkers

## Veiligheid

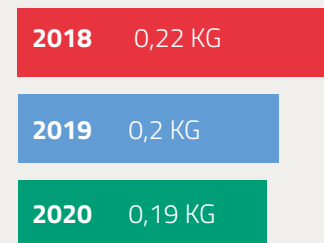
Overzicht ongevallen



<b>2019</b>	13
<b>2020</b>	4
<b>2021</b>	6

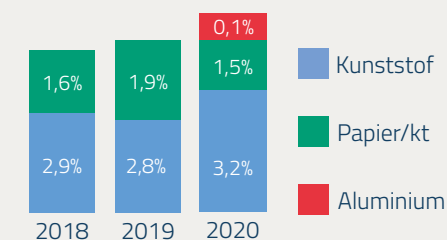
## CO<sub>2</sub>-footprint

Per KG



## Verpakkingsmateriaal

In % per KG



## Verdeling man-vrouw

**68,2%** man

**31,8%** vrouw



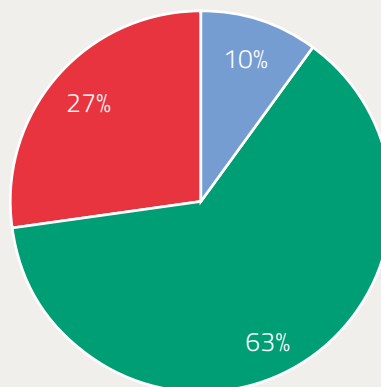
## Inzetbaarheid\*



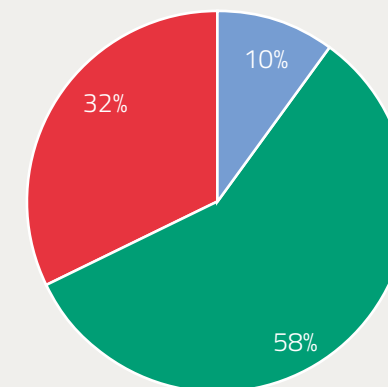
**93,8%**

## Verdeling MSC/ASC en niet gecertificeerde vis

2019/2020



2020/2021



ASC  
MSC  
Non-cert

\* In deze cijfers is het ziekteverzuim bij Werner Larsson niet meegenomen

# RvC aan het woord

De Raad van Commissarissen (RvC) van de Kennemervis Groep heeft een toezichthoudende en adviserende rol naar de directie ten aanzien van alle aspecten van de bedrijfsvoering. Duurzaamheid valt daar vanzelfsprekend ook onder en is wat ons betreft essentieel voor het voortbestaan van het familiebedrijf.

Bij velen van ons groeit het besef dat we maatschappelijk betrokken willen zijn, impact willen maken en toekomstige generaties een veilige, gezonde en schone samenleving willen nalaten.

Om te voorkomen dat we de aarde en ook onszelf uitputten is het noodzakelijk dat we als Kennemervis Groep en als individu, verantwoorde keuzes maken. Over een breed scala aan onderwerpen kan hieraan invulling worden gegeven. Denk aan het in stand houden van visbestanden, gezonde vis- en plantaardige producten produceren, energiezuinig werken en het fit blijven van onze mensen.

De Kennemervis Groep is met een aantal zaken al heel goed op weg. Zo wordt er veel aandacht gegeven aan de gezondheid en het welzijn van de medewerker. De RvC en de familie vinden dit heel belangrijk. De mensen die bij ons werken vormen immers de basis voor het succes van de onderneming. Ik vind het hier op zijn plaats om iedereen die bij de Kennemervis Groep werkt nog eens te bedanken voor de enorme inzet en betrokkenheid, zeker in de afgelopen twee jaar waarin COVID-19 ons leven beheerste. Opnieuw of misschien nog steeds waart het virus rond, en worden we dagelijks met de gevolgen geconfronteerd. De RvC is er trots op dat jullie met een grote mate van betrokkenheid en solidariteit het steeds voor elkaar krijgen om aan onze klanten op tijd en volledig te leveren.

De RvC hecht veel waarde aan duurzaamheidsinitiatieven die jullie zelf initiëren. Wij benadrukken het belang van het Samen Duurzaam Team waarbij medewerkers met elkaar invulling geven aan duurzaamheid en daartoe concrete doelen stellen. Op de inspirerende interne bijeenkomst op 5 oktober jongstleden, waarbij het team ambassadeurs zich voorstelde, konden wij zien dat duurzaamheid leeft bij vele medewerkers.

Zoals gezegd zijn bepaalde stappen binnen de Kennemervis Groep al gezet. Denk daarbij aan de zonnepanelen op de daken, de keuze voor vis met MSC- en ASC-keurmerken, de productie van plantaardige producten, de milieuvriendelijkere verpakkingen en het gebruik van een warmtepomp (in plaats van gas) in het nieuwe pand van de fileerderij. De RvC juicht deze innovaties zeer toe.

We realiseren ons ook dat het niet altijd makkelijk is om verder te verduurzamen. Het dagelijkse werk zorgt al voor voldoende uitdagingen. Toch is er geen andere weg mogelijk. Stap voor stap zullen we verder invulling moeten geven aan het verduurzamen van de Kennemervis Groep.

Het betekent dat we keuzes moeten blijven maken. Keuzes die op termijn tot nieuwe uitdagingen leiden, extra inspanningen opleveren en geld kosten. Wij zijn ervan overtuigd dat het niet alleen nodig is voor de toekomstige generaties, maar ook voor ons eigen belang. Bedrijven die de boot missen zullen vroeg of laat geen bestaansrecht meer hebben. Als RvC zullen we ervoor waken en op toezien dat jullie de juiste keuzes zullen maken. We hebben hier alle vertrouwen in

Namens de RvC,  
Caroline Hoogwegt







HOOFDSTUK 1

# Dit is de Kennemervis groep

Wij geloven in het mooie van de zee én van het land. Dat is wat ons binnen de Kennemervis Groep met elkaar verbindt. Ooit zijn we begonnen als vissers in Katwijk, maar vandaag de dag is de Kennemervis Groep een veelzijdig bedrijf dat bestaat uit verschillende vestigingen in Nederland en Denemarken. Samen leveren we diverse soorten vis en een breed assortiment aan visproducten, plantaardige producten en (gemaks)oplossingen.





**Velen van ons zijn met de visserij opgegroeid. Niet gek dat wij al generaties lang trots zijn op onze mooie, gezonde en lekkere producten. En op ons vak. Bij ons proef je het enthousiasme in alles wat we doen. Dat gaat soms met wat lawaai, maar altijd met de juiste intentie. We kijken met een open vizier naar de toekomst en werken dagelijks aan innovatieve, duurzame en veilige voedseloplossingen voor vis én plantaardig.**

### **Hoe het ooit begon...**

De Kennemervis Groep (hierna KVG) is ontstaan uit de nv Visserij maatschappij Kennemerland, opgericht in 1929 in Katwijk voor de haringvangst op de Noordzee. Lange tijd was visserij de hoofdactiviteit van de onderneming. Door de jaren heen kreeg de handel in, en de verwerking van, vis een steeds grotere rol. Het langer houdbaar maken van onze vis werd daarnaast steeds belangrijker; eerst door kaken en zouten en later door de vangst in te vriezen. Zowel aan boord van de schepen als aan wal.

De geschiedenis van KVG kent een aantal belangrijke koerswijzigingen. Soms gingen die gepaard met moeilijke keuzes, maar altijd in het belang van het voortbestaan van ons bedrijf. In 1970 maakten we als eerste Nederlandse bedrijf een start met het vissen in verre wateren, zoals rond de Falklands. In 1988 begonnen we met de import van vis, en in 1990 besloten we om onze eigen vaart af te bouwen.

### **Naast vis, ook plantaardig**

Met de overname van Bobeldijk Food Group staat KVG niet langer alleen voor vis. Sinds juni 2020 leveren wij ook plantaardige producten om onze klanten met een breder scala aan duurzame oplossingen te kunnen bedienen. Hierdoor is onze blik op voedselproductie verder verbreed en kunnen we ons blijven ontwikkelen als speler in het voedselsysteem.

### **Duurzame kwaliteit**

Wij willen met alle passie en kennis die we hebben onze vis- en plantaardige producten nog toegankelijker maken voor een grotere groep consumenten en klanten. Samen met onze ketenpartners en onze bedrijven werken daarom aan innovatieve en competitieve voedseloplossingen. Zo bieden we gezonde en duurzame vis- en plantaardige producten voor de consument van vandaag én morgen.

Een goede relatie met onze leveranciers en klanten staat hierin centraal. Het vormt een onmisbare basis voor een stabiele aanvoer en afzet. Dankzij deze goede relaties hebben we altijd kunnen inspelen op de wensen, eisen en behoeften van onze klanten. En waar consument en maatschappij in beweging zijn, veranderen wij mee.

KVG bestaat uit vier bedrijven, onze strategie geeft ieder bedrijf binnen onze organisatie richting en focus. Sinds 2015 is duurzame kwaliteit daarbij ons uitgangspunt. Als voedselproducent is het onze verantwoordelijkheid om niet alleen vandaag, maar ook in de toekomst bij te dragen aan voldoende en duurzaam geproduceerd voedsel. Alleen door onze hoge kwaliteit te verbinden aan verantwoorde productie met oog voor mens, dier en milieu kunnen we aan deze verwachting voldoen. Zo werken we aan een gezonde en duurzame toekomst voor KVG.

### **Samen sterker, slimmer beter**

Onze thuisbasis ligt in het voormalig vissersdorp Spakenburg, met vier grote bedrijfsactiviteiten verspreid over meerdere vestigingen in Nederland en Denemarken. Binnen KVG werken we samen met meer dan 400 mensen (zowel vast als flex). Elk bedrijf heeft een specialistische focus en kennis en ervaring in de marktsegmenten waarin ze al jaren actief is. Steeds meer worden stappen gezet om de onderlinge samenwerking te intensiveren daar waar het zinvol is en het meerwaarde biedt voor onze klanten. Samen zijn we sterker, slimmer én beter.

Vanuit Spakenburg en Enschede levert FishPartners een gevarieerd assortiment van verse vis en visproducten aan de ambulante handel en visspecialzaken in Nederland en Duitsland. Inkopers kopen dagelijks verse vis op de afslagen van Nederland en Europa. Diepgevroren vis importeert FishPartners vanuit de hele wereld. En naast het assortiment aan vis, levert ze ook alles wat een professionele vishandel vandaag de dag nodig heeft.



*“Vanuit FishPartners zitten wij vaak zelf aan tafel met onze vissers en leveranciers die onze vis vangen of kweken. Partijen waar we al jarenlang mee samenwerken en met wie we veel hebben meegemaakt – mooie tijden, maar ook uitdagende. Het is tijd dat FishPartners en haar leveranciers meer vertellen en laten zien over de oorsprong van de vis. Omdat consumenten steeds meer willen weten, maar ook zodat we binnen onze ketens de krachten nog meer kunnen bundelen om zaken te verbeteren.”*

**– Peter Frans Koelewijn,  
algemeen directeur FishPartners**

Vanuit Deventer bedient Bobeldijk de Nederlandse en internationale markt met plantaardige, vegetarische en biologische producten voor retail en foodservice. Zowel privatelabelproducten als eigen producten onder het merk Vegafit. Op de afdeling productontwikkeling wordt gewerkt aan productinnovaties en nieuwe -concepten. Hiervoor werkt Bobeldijk samen met partners, zowel klanten als leveranciers, die een gedeelde passie hebben voor plantaardige producten. Ook ondersteunt Bobeldijk startups met het verder ontwikkelen van een receptuur, een eerste proefproductie, de marktintroductie en de productie van nieuwe plantaardige producten.



*“Alle bedrijven binnen de Kennemervis Groep zijn bezig met de transitie naar een duurzame bedrijfsvoering. Ook bij Bobeldijk Food Group hebben we dagelijks te maken met duurzame keuzes en de afwegingen die hierbij horen. De lessen die we als bedrijf leren delen we actief zodat ze van waarde zijn voor de hele groep. Denk hierbij aan de keuze voor de afkomst en certificering van grondstoffen en de samenstelling van verpakkingen. Maar ook kosten zijn een belangrijk graadmeter.”*

**– Remko Vogelenzang,  
directeur Bobeldijk Food**



In de koude en schone wateren rond Denemarken zwemt vis van topkwaliteit. Vanuit Skagen, het noordelijkste puntje van Denemarken, verwerkt Werner Larsson Fiskeeksport voornamelijk verse haring en makreel. Het bedrijf levert al jaren alle maatjesharing voor KVG. Daarnaast bevoorraadt het familiebedrijf ook andere Europese klanten.



*“Ik denk dat het belangrijk is dat we als Kennemervis Groep een duidelijke stem hebben in het politieke en maatschappelijke debat rondom visquotering en -certificering. Onze inzichten, onze ervaring met nieuwe technologieën en onderzoek van externe wetenschappers is van waarde voor het politieke debat rondom duurzame visserij.”*

**– Mads Larsson,  
directeur Werner Larsson Fiskeeksport**



# MAYONNA BV

PREMIUM FISH CONCEPTS

Mayonna verwerkt en levert kwalitatieve en hoogwaardige vis- en visproducten voor de retailmarkt en onlineplatforms in binnen- en buitenland. Het bedrijf uit Spakenburg werkt uitsluitend met duurzame vis. Dit geldt voor de wildvangen vis met MSC-keurmerk, maar ook voor de groeiende vraag naar gekweekte vis met ASC-keurmerk.



*“Duurzaamheid betekent voor mij goed zorgen voor onze omgeving, zodat we voor komende generaties een leefbare wereld in stand houden. En deze het liefst een beetje beter achterlaten dan we haar aantreffen. Ik zie het als mijn opdracht die gedachte te verweven in de dagelijkse werkzaamheden bij Mayonna en onze klanten.”*

**– Peter Koelewijn,  
directeur Sales & Supplychain  
Kennemervis groep**

*“Binnen de Kennemervis Groep vind ik het een uitdaging om duurzaamheid te laten leven op de werkvloer. Het is belangrijk om aan onze mensen uit te leggen waarom we bepaalde keuzes maken en wat het belang hierachter is. Ook tussen de bedrijven onderling zie ik de waarde van discussie. Zo leren we van elkaar en verduurzamen we als groep. Dat draagt bovendien bij aan een duurzaam verdienmodel. Want als wij niet duurzaam zijn, dan kiezen onze klanten ook niet voor ons.”*

**– Henry Zwieters,  
operationeel directeur Kennemervis Groep**



# Onze partnerbedrijven



## Bracamonte Convenient Kitchen

is ontstaan vanuit hun passie voor eten, drive voor innovatie en missie om dit voor zoveel mogelijk mensen bereikbaar te maken. Vooral op plekken waar dit niet vanzelfsprekend is, bijvoorbeeld onderweg in de trein of met de auto, op het werk of in het vliegtuig.



## Sushi Ran

levert al twintig jaar lang Aziatische lekkernijen aan supermarkten en out-of-home retailers. Sushi Ran innoveert in sushi en convenienceproducten maar blijft hierbij trouw aan haar Japanse oorsprong.



## StarCuisine

kookt op ambachtelijke wijze maaltijden en maaltijdcomponenten voor retail en foodservice. StarCuisine is trots op de vele eetculturen die onder haar dak bij elkaar komen.



## HOOFDSTUK 2

# DuurSAMEN

2021 was het jaar waarin KVG versnelde op het thema duurzaamheid. En verduurzamen doe je niet alleen. Dat kennisuitwisseling een belangrijke sleutel tot versnelling is, hebben wij dit jaar gemerkt. Veel van onze stakeholders waren bereid om hun leerpunten en successen met ons te delen. Ontzettend waardevol. Want alleen door van elkaar te leren en nauw samen te werken, kunnen we de uitdagingen op duurzaamheid het hoofd bieden.

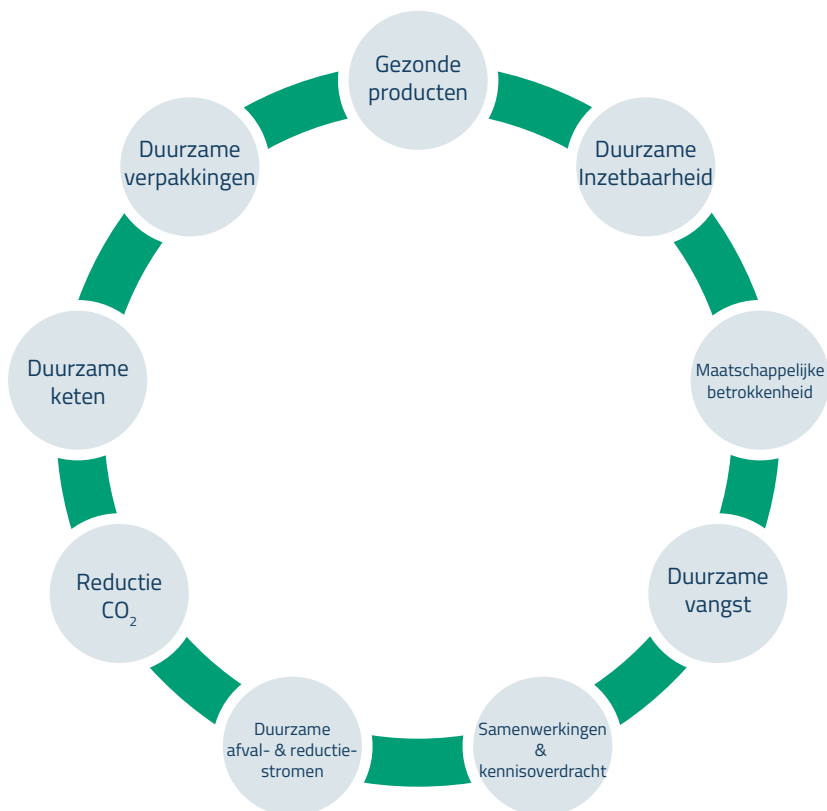
Ondanks dat COVID-19 fysieke bezoeken bemoeilijkte, organiseerden we een aantal bijzondere samenkomsten met externe stakeholders die leidde tot inspiratie en kennisdeling op onze focusgebieden. Uiteraard keurig volgens de voorschriften van het RIVM.



## Verkenningrapport duurzaamheid

december 2020

Een eerste verkenning op het onderwerp duurzaamheid is in het tweede deel van 2020 uitgevoerd door adviseur Sanne Steggerda. Zij kwam tot interessante inzichten en bruikbare resultaten. Omdat duurzaamheid dusdanig veel betekenissen en onderwerpen bevat hebben we er bewust voor gekozen om ons te richten op de onderwerpen waar we impact op kunnen maken: de zogeheten materiële onderwerpen. De basis voor onze vier focusgebieden (zie hoofdstuk 4) is mede door haar werk tot stand gekomen.



## Samen Duurzaam Team trapt af

mei 2021

Tien medewerkers van Mayonna, FishPartners, Bobeldijk en KVG en coördinator duurzaamheid Jurje Zwinkels, hebben samen als belangrijkste taak om het onderwerp duurzaamheid meer onder de aandacht te brengen van de organisatie. Sinds deze kick-off komt het 'Samen Duurzaam Team' iedere maand een middag samen om te werken aan de totstandkoming van dit eerste duurzaamheidsrapport.



**Linda Klock**  
Product manager  
Bobeldijk Food Group



**Roland de Haan**  
NPD manager  
Kennemervis Groep



**Albert Zwaan**  
Purchasing manager  
Kennemervis Groep



**Sanne Agterberg**  
HR manager  
Kennemervis Groep



**Henk Korenberg**  
Manager Maintenance & Engineering  
Kennemervis Groep



**Patrick Velthof**  
Locatiemanager  
Fishpartners Enschede



**Jelly Veltman**  
Sr. Productmanager & Retailexpert  
Kennemervis Groep



**Sietze van der Meulen**  
QA manager  
Bobeldijk Food Group



**Johan van den Dikkenberg**  
QA manager  
Fishpartners



**Eugène Scholten**  
CEO  
Kennemervis Groep



**Jurje Zwinkels**  
Coördinator Duurzaamheid & communicatie  
Kennemervis Groep



## **World Clean-up day** september 2021

Negen medewerkers van Bobeldijk staken in Deventer de handen uit de mouwen om zwerfafval op te ruimen. Ambassadeur en initiatiefnemer Linda Klock: "In een schone omgeving gooien mensen minder makkelijk afval op straat. Op deze manier wil Bobeldijk Food Group een bijdrage te leveren aan een schonere stad." Het resultaat? Tien goedgevulde vuilniszakken zwerfafval én de ambitie om volgend jaar met de hele KVG opnieuw een bijdrage te leveren aan World Clean-up Day.

## **Bedrijfsexpeditie: De Verspillingsfabriek** september 2021

Bij de Verspillingsfabriek in Veghel, onderdeel van cateraar Hutten, ging het Samen Duurzaam Team op zoek naar inspiratie voor de verduurzaming van haar operatie, verpakkingen en reststromen. Het team leerde over de waarde van reststromen en kansen voor nieuwe business cases. Paul van Laarhoven van Multivac en onze eigen Tom Peter Nieuwenhuizen namen het team mee in de laatste ontwikkelingen en grootste uitdagingen op het gebied van duurzame bedrijfsoperatie en verpakkingsmaterialen.

## **Bedrijfsexpeditie: Verstegen Spices and Sauces** oktober 2021

In Rotterdam ging het Samen Duurzaam Team langs bij Verstegen Spices and Sauces, een van onze vaste marinadeleveranciers. Met duurzaamheidsmanager Marianne van Keep en inkoper Chuck van Andel zoomden we in op transparante ketens, een thema waarop Verstegen grote stappen heeft gezet voor de talloze specerijen die zij van over de hele wereld betreft. Hiervoor werkt het bedrijf nauw samen met Fairfood in een pilotproject om de gehele nootmuskaatketen via blockchain inzichtelijk te krijgen. Ook Lonneke Craemers van Fairfood was er om de kansen die technologie biedt om ketens transparant te maken te bespreken.

## **Duurzaamheidsbijeenkomst Kennemervis Groep** oktober 2021

In Buitenplaats Doornburgh te Maarssen kwamen zo'n zestig medewerkers samen om met elkaar in gesprek te gaan over de betekenis van duurzaamheid voor KVG. Ook Anne-Corine Vlaardingebroek (duurzaamheidsmanager van Jumbo), Bart Van Olphen (CEO van Fish Tales) en Jeroen Willemsen (Food Valley NL) waren erbij om samen met ons te kijken naar de uitdagingen. Centraal stonden de thema's klantrelatie, duurzame visserij en de eiwittransitie. Het was een levendige middag waarbij kritische vragen, waardevolle discussies en inspirerende verhalen elkaar afwisselden.

HOOFDSTUK 3

# Kennemervis Groep in 2025 en verder

Met onze bedrijfsvoering en met onze producten hebben wij een impact op de wereld om ons heen. Maar dat geldt ook andersom. Trends en ontwikkelingen zijn van invloed op de manier waarop wij ons werk doen. Het is daarom belangrijk dat we weten wat er in de wereld om ons heen gebeurt. Zodat we risico's minimaliseren en kansen kunnen verzilveren.





### Wij denken dat in 2025 de consument...

- in toenemende mate flexitariër is: op het menu staat minder vlees, meer vis en nog meer plantaardig;
- verwacht en steeds meer eist dat voedsel duurzaam geproduceerd is;
- het eerlijke verhaal achter vis en plantaardige producten wil kennen;
- steeds meer belang hecht aan lokaal geproduceerd voedsel;
- gezondheid nog belangrijker vindt, en meer let op de balans tussen gezond en lekker eten;
- nog meer behoefte heeft aan gemakoplossingen voor ieder moment van de dag.

### Wij denken dat in 2025 de klant...

- in toenemende mate behoefte heeft om door middel van samenwerking, tot innovatieve en duurzame (voedsel)oplossingen te komen om de consument beter te kunnen bedienen;
- diverser wordt en verder uiteenlopende behoeftes heeft. Dit geldt zowel voor onze huidige klantenbase als nieuwe klanten & kanalen;
- door de druk op inkooprijzen nog competitiever moeten opereren;
- eist dat leveranciers taken kunnen overnemen en gebruikmaken van state-of-the-art ICT-oplossingen binnen de keten.

### Wij denken dat in 2025 de markt...

- een nog grotere vraag heeft naar plantaardige eiwitten die door middel van technische innovaties en ketensamenwerking zijn geproduceerd;
- in toenemende mate te maken krijgt met wet- en regelgeving op het gebied van voedselveiligheid en -kwaliteit;
- steeds meer aandacht krijgt van ngo's en de publieke opinie, in het belang van duurzaamheid en transparantie in de gehele keten;
- meer geconsolideerd is en dus zowel aan aanbod- als afnamezijde steeds meer bedrijven samen gaan.









## HOOFDSTUK 4

# Duurzame kwaliteit in de praktijk

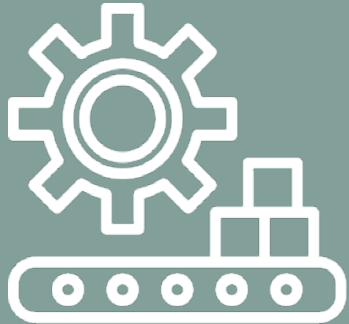
De veelvormigheid van de term duurzaamheid vraagt om context. KVG heeft vier focusgebieden bepaald die ons en onze klanten helpen om de impact op mens, dier en milieu inzichtelijk en meetbaar te maken.

### **Wij omschrijven de volgende focusgebieden:**

1. Operatie, verpakkingen en reststromen
2. Duurzame vis, duurzame grondstoffen en transparante ketens
3. Inzetbaarheid, vitale medewerkers en een veilige werkomgeving
4. Gezonde en veilige producten

Per focusgebied hebben we een aantal prestatie-indicatoren geformuleerd. Denk bijv. aan de CO<sub>2</sub>-voetafdruk van onze operatie, het percentage (MSC/ASC) gecertificeerde vis, maar ook de tevredenheid van onze medewerkers. Door te weten waar we staan, kunnen we ambities formuleren over waar we naartoe willen. Zo krijgt duurzame kwaliteit handen en voeten.





## FOCUSGEBIED 1

# Operatie, verpakkingen en reststromen

Van verpakkingen tot operatie: de noodzaak tot verduurzaming raakt alle aspecten van onze bedrijfsvoering. Waar we kunnen, doen we slimme aanpassingen om onze milieu-impact verspilling te verminderen. Maar we moeten ook altijd rekening blijven houden met onze business case.

*“Bij elke nieuwe techniek, ingreep of machine stellen we de vraag: hoe kunnen we qua duurzaamheid verbeteren? Dat is steeds vaker de begingedachte.”*

- Henk Korenberg

### **Operatie**

Binnen alle processen die ons product doorloopt, heeft verduurzaming onze aandacht; van het gas- en energieverbruik in onze kantoren tot de CO<sub>2</sub>-uitstoot in onze productielocaties. Deze bepalen samen de CO<sub>2</sub>-voetafdruk van onze eindproducten. Daarom kijken we bij de aanschaf van nieuwe koelinstallaties naar energiezuinige alternatieven, verbeteren we de isolatie van onze werkruimten, en maken we onze verpakkinglijn steeds efficiënter. Waar we kunnen, zetten we nieuwe technieken in om dit te versnellen. Ook de ingebruikname van een nieuw ERP-systeem in 2022 zal ons hierbij verder helpen.

### **Verpakkingen**

Voor ons als voedselproducent zijn verpakkingen essentieel. Deze moeten de veiligheid en houdbaarheid van onze producten garanderen – van onze productielocaties tot aan de consument. Bovendien dragen verpakkingen bij aan de ervaring van de eindgebruiker. Wereldwijd wordt steeds kritischer gekeken naar de hoeveelheid verpakkingsmateriaal die op de markt wordt gebracht en hoe goed deze te recyclen is. Met name plastic. Consumenten zien dit graag zo min

mogelijk, en ook wijzelf willen niet meer gebruiken dan nodig is. De uitdaging is om te kijken waar we de hoeveelheid plastic kunnen terugschroeven, zonder dat het de kwaliteit en veiligheid van onze producten aantast. Voor ieder product zoeken we naar de beste oplossing. We doen dit zelf, maar ook samen met onze klanten. Kan het minder, dan gaan we voor minder. Tegelijkertijd werken we toe naar verpakkingen gemaakt van één soort plastic zodat ook de recyclebaarheid ervan wordt vergroot.

### Reststromen

De vis waarmee wij werken is ons grootste goed. We zien het daarom als onze verantwoordelijkheid om deze zo duurzaam mogelijk te verwerken. Dat betekent dat we verspilling aan de lijn, zoals tijdens de verwerking op de fileerafdeling, zoveel mogelijk voorkomen en beperken wanneer het niet anders kan. Voor de reststromen die overblijven zoeken we een andere bestemming. Denk bijvoorbeeld aan de verwerking van graten, schubben, vellen en koppen tot visolie voor humane consumptie. Maar ook tot vissenvoer, waardoor we ons product teruggeven aan de kringloop.

*“De verduurzaming van verpakkingsmaterialen brengt een dilemma met zich mee. Minder is namelijk niet persé beter. Het gaat ook over de hernieuwbaarheid van de materialen die we gebruiken.”*

- Roland de Haan



## Doelstellingen en ambities

- In 2030 heeft KVG haar CO<sub>2</sub>-voetafdruk gehalveerd ten op zichte van 2018.
- KVG zorgt dat het verpakkingsmateriaal per kilo afneemt óf het percentage recyclebaar plastic per kilo toeneemt.

# Voorbeelden uit de praktijk

## Efficiëntie in warmte en kou

*"In onze productielocaties werken we op koele temperaturen. Veel van onze koelinstallaties gebruiken nog freon, een chemisch koudemiddel. Vanaf 2028 moeten volgens wetgeving alle nieuw te bouwen installaties over op een natuurlijk koudemiddel. Daar willen we het liefst op vooruit lopen. Als we zien dat koelingen toe zijn aan vervanging, kijken we of we de slag naar een natuurlijk koudemiddel al kunnen maken.*

*Dat is geen eenvoudige opdracht. De productielocaties van Mayonna en FishPartners zijn bijvoorbeeld steeds met ons bedrijf meegegroeid: bij elke uitbreiding is er een nieuwe kleine koelinstallatie bij gekomen, om het nieuwe gedeelte te koelen. Als we de overgang naar een natuurlijk koudemiddel maken, willen we dat het liefst in één centraal systeem doen. Dan kun je de restwarmte die vrijkomt namelijk veel beter benutten en kunnen we nog duurzamer te werk gaan. Op dit moment gaat van onze losse koelsystemen een groot deel van de restwarmte de buitenlucht in. Eigenlijk hartstikke zonde.*

*Gelukkig hebben we al stappen in de goede richting kunnen maken. De vriesinstallatie van Bobeldijk bijvoorbeeld, waarbij de restwarmte wordt gebruikt om het schoonmaakwater te verwarmen. En ook in ons hoofdkantoor staat een nieuwe koelinstallatie met een natuurlijk koudemiddel, waarvan we de restwarmte gebruiken voor het verwarmen van de vloeren."*

– Henk Korenberg

## Circulaire regenboogforel uit Twente

*"Het optimale voer voor kweekvis bevat plantaardige en dierlijke eiwitten. In Nederland is het toegestaan om hier ook reststromen uit de dierlijke eiwitketen voor te gebruiken. Voor ons een mooie kans om de graten, schubben, vellen en koppen die tijdens de verwerking bij onze productielocaties overblijven, verder te benutten. Deze restproducten zijn namelijk een waardevolle bron van viseiwit.*

*Die kans werd ook gezien door onze partner TwenteVis, een jonge, kleine viskwekerij in het oosten van het land. Voor hun visvoer zetten zij volop in op een geheel circulaire en lokale grondstofstroom, met Nederlandse maïs en tarwe voor het plantaardige eiwit en onze reststroom voor het dierlijke gedeelte van het voer. Dat is gelukt! Op dit moment groeien de eerste forellen naar een flink formaat. En die gekweekte vis? Die nemen wij vervolgens weer bij hen af.*

*De capaciteit van TwenteVis is inmiddels zo gegroeid dat ze per 1 januari 2022 al onze reststromen afnemen en verwerken, zodat we de kringloop met hen ook echt kunnen sluiten."*

– Peter Frans Koelewijn





## Dieptrekverpakkingen

*“HelloFresh, een van onze belangrijkste klanten, merkte dat sommige consumenten stopten met bestellen van de maaltijdboxen vanwege de hoeveelheid verpakkingsmateriaal om de losse producten. HelloFresh daagde ons uit hier een oplossing voor te vinden. Zou het ons lukken om onze tray-seal-verpakkingen (de bakjes van hard plastic met een sluitende folie, waar onze vis in zit) te produceren met minder plastic? Zonder daarbij in te leveren op voedselkwaliteit en -veiligheid? Uitdaging aangenomen! Sterker nog, het lukte om onze producten met dezelfde kwaliteit en veiligheid aan te leveren in 30 procent minder verpakkingsmateriaal.*

*Om deze uitdaging te realiseren, hebben we geïnvesteerd in een nieuwe ‘dieptrekverpakkinglijn’. Deze verpakkinglijn werkt met grote rollen folie waarmee de bakjes nog uitgevormd kunnen worden. Hierdoor hebben we meer speling in de dikte van de verpakkingen. We gebruiken zo niet alleen minder grondstoffen, maar kunnen met deze verpakkinglijn ook onze producten vacuüm verpakken.*

*Door deze nieuwe mogelijkheden kunnen we nog beter met onze klanten meedenken.”*

– Roland de Haan



*“Kennisuitwisseling tussen onze bedrijven biedt kansen voor kruisbestuiving.”*

- Patrick Velthof



## FOCUSGEBIED 2

# Duurzame vis, duurzame grondstoffen en transparante ketens

Verantwoorde productie begint met het kiezen voor vis en grondstoffen die op een verantwoorde manier zijn gevangen, geteeld of geproduceerd. Dat kan alleen als we het verhaal door de hele keten kennen. Meer transparantie is een belangrijke voorwaarde. Daarom vragen we steeds meer van onszelf maar ook van onze leveranciers en afnemers.

### **Duurzame grondstoffen**

Het maken van duurzame keuzes vraagt van ons dat we het verhaal achter onze opties kennen. Van de teeltmethode van de tarwe, soja, uien en kikkererwten die we verwerken in onze plantaardige producten, tot de specerijen waar we de marinades voor onze vis mee op smaak brengen. Onze grondstoffen komen echter van over de hele wereld. Dat maakt het best ingewikkeld.

Er gaat al veel goed. Zo zijn al onze plantaardige ingrediënten biologisch gecertificeerd. En onze soja importeren we uit Midden-Europa, waardoor we zeker weten dat er volgens Europese regels wordt gewerkt.

Het is onze ambitie om het aandeel gecertificeerde producten te vergroten. Van onze leveranciers verwachten we dat zij de herkomst van producten kunnen verantwoorden, zodat we steeds betere keuzes kunnen maken.

### **Duurzame vis**

Het leven op het land wordt voor een heel groot deel bepaald door de gezondheid van onze wateren en alles wat daarin leeft. De keuzes die wij maken hebben daar impact op. Het is dan ook geen kwestie óf we hier zorg voor dragen, maar hoé. Gezonde zeeën met een gezond visbestand geven ons bestaansrecht.

Al onze pijlen zijn gericht op duurzaam gevangen en gekweekte vis. Bij Mayonna werken we uitsluitend met ASC/MSC-gecertificeerde vis en ook binnen FishPartners zetten we hier steeds meer op in.

Toch brengt de certificering ook uitdagingen met zich mee. In sommige wateren waar onze MSC-vis gevangen wordt spelen politieke vraagstukken. Door dreigende overbevissing – buiten onze partner-visserijen om – kan ook hun certificaat in het geding komen. Dit zagen we bijvoorbeeld bij makreel in 2019.

*“Hoe korter onze keten, hoe beter we risico's kunnen inschatten.”*

- Sietze van der Meulen

Naast gecertificeerde vis willen we in de toekomst ook meer inzetten op kortere en transparantere ketens. Onze samenwerking met de heekvisserij in Namibië en onze samenwerking met de vissers in Skagen zijn hier mooie voorbeelden zijn.

Certificering en ook ketentransparantie bieden ons een kans om bij de ambulante handel en de visspecialzaken het prachtige verhaal van duurzame vis te vertellen en beter onder de aandacht te brengen van de consument.

*“Onze grondstoffen komen van over de hele wereld. Dat maakt ketentransparantie niet altijd even gemakkelijk.”*

- Albert Zwaan



## Doelstellingen en ambities

- In 2030 is de ingekochte vis 100% MSC/ASC-gecertificeerd of aanwijsbaar duurzaam (transparante ketens).
- KVG stimuleert haar klanten actief te kiezen voor duurzame vis en helpt ze het verhaal achter de vis te vertellen.
- KVG werkt actief aan het verder vergroten van het aandeel lokaal ingekochte grondstoffen met transparante ketens.



# Voorbeelden uit de praktijk

## Soja uit Europa

*“Lange tijd hebben we bij Bobeldijk uitsluitend op basis van tarwe gewerkt. Nederlandse tarwe was, en is nog steeds, een belangrijke basisgrondstof voor veel van onze producten. Toen we bijna tien jaar geleden ook producten op basis van soja begonnen te maken, wilden we zeker weten dat we een betrouwbare, transparante ketenpartner hadden. Bovendien kozen we ervoor uitsluitend biologisch gecertificeerde soja te gebruiken. Voor deze soja worden namelijk strengere eisen gehanteerd rondom de teeltmethode en productieomstandigheden. Omdat we onze grondstoffen het liefst van zo dichtbij mogelijk halen, kwamen we uit bij een Europese leverancier. Zo voldoet onze soja aan strenge Europese wetgeving en is niet genetisch gemodificeerd. Dit verkleint het risico op ontbossing en zorgt voor een aanzienlijk lager aantal ‘food miles.’*

*Anderhalf jaar geleden wilde Jumbo voor onze reguliere lijn experimenteren met combinatie-producten: producten op basis van tarwe én soja. Onze biologische leverancier is inmiddels een betrouwbare partner, dus vroegen we hen of gangbare soja uit Europa ook leverbaar was. Dat kon. Op deze manier proberen we als producent van private-label-producten alsnog invloed uit te oefenen op het maken van verantwoorde keuzes: in dit geval de keuze voor soja waarvan we weten dat het onder EU-standaarden is geproduceerd.*

*Toch kennen consumenten dit verhaal in veel gevallen niet. Lees je soja, dan gaat men er toch vanuit dat het samen gaat met ontbossing. Ook onze klanten communiceren niet altijd dat onze soja uit Europa komt, omdat ze denken dat het juist voor negatieve aandacht kan zorgen voor andere producten in het schap die soja bevatten van buiten de EU.”*

– Mark Beniers

## Korte ketens: Heek uit Namibië

*“Op 800 meter diepte in de Atlantische Oceaan, ter hoogte van de kust van Namibië, wordt de heek gevangen voor onze lekkerbek; een populair product voor met name onze ambulante handelaren en visspecialisten. Ieder jaar bezoeken we het bedrijf en zien we met eigen ogen waar onze vis vandaan komt en dat de arbeidsomstandigheden daar uitstekend zijn.*

*FishPartners werkt al 15 jaar nauw samen met Hangana. Een visserij gevestigd aan de Walvisbaai. Hangana is eigendom van de Olfitra group en is een grote werkgever in het gebied en goed voor veel lokale werkgelegenheid. Ze zorgt goed voor haar personeel en betaalt eerlijke lonen. Dat is voor ons een heel groot goed, omdat wij met onze onderneming willen bijdragen aan eerlijke werkomstandigheden. Recent is er een nieuwe fabriek geopend waarbij snijmachines vervangen zijn door meer werkplekken. Dit resulteerde in een stijging van 700 naar 1200 fte en versterkt de lokale economie nog meer.*

*Ook op het gebied van verduurzaming van de visserij zet Hangana mooie stappen. Afgelopen mei is het hen gelukt om ook MSC-gecertificeerd te worden. Nu kunnen we de heek ook via Mayonna aanbieden aan andere retailers, voor wie MSC-certificering een randvoorwaarde is.*

*De meeste mensen hebben niet door hoe bijzonder het verhaal achter hun lekkerbek is. Het is aan ons om het verhaal van Hangana en de heek-keten verder te vertellen.”*

– Dirk Peter Koelewijn



## Schapkaarten visspecialzaken

*“Begin dit jaar publiceerden GoodFish Foundation en de Consumentenbond een rapport waarin zij concluderen dat Nederlandse viswinkels en viskramen onvoldoende communiceren over de herkomst van vis. Zonder deze informatie is het voor een consument lastig om een duurzame keuze te maken, zo stelt het rapport. Wij nemen zo’n signaal serieus. Het raakt een belangrijke klantengroep van KVG en daarom wilden hen zo snel en zo goed mogelijk ontzorgen.*

*We schakelden snel en lieten voor onze klanten zogenaamde ‘schapkaarten’ maken met informatie over de meest gangbare soorten vis. De kaarten bevatten informatie over vangst- of productiegebied en de vangstmethode. Om de betrouwbaarheid van deze informatie te controleren is deze geverifieerd bij het Nederlands Visbureau en de Visfederatie. Er was grote interesse in de kaartjes. Binnen afzienbare tijd hebben we honderden pakketten met kaartjes naar onze klanten verstuurd.*

*Steeds vaker weet de consument zelf dit soort informatie te vinden. Hoe meer ze lezen, hoe meer vragen er komen. Het is een kans voor de Kennemervis Groep om deze vragen voor te zijn. We moeten onze klanten helpen om consumenten inzicht laten krijgen in waar de vis vandaan komt en welke weg door de keten hij aflegt.”*

**– Ruth van de Groep**



### FOCUSGEBIED 3

# Inzetbaarheid, vitale medewerkers, veilige werkomgeving

Onze mensen zijn ons grootste goed. Zonder collega's, geen producten. We willen dat zij zo lang mogelijk en zo gezond mogelijk bij ons kunnen blijven werken. Maar ook voor nieuwe collega's willen wij te boek staan als een goede en betrokken werkgever, die oog heeft voor de wereld om ons heen.

*“In synergie liggen ontzettend veel kansen. Synergie tussen mens en techniek, maar ook tussen onze bedrijven onderling. En tussen de medewerkers in de productie en van kantoor.”*

- Henk Korenberg

#### **Veilige werkomgeving**

Als productiebedrijf zijn we afhankelijk van onze medewerkers, zowel onze vaste collega's als de flexkrachten tijdens piekmomenten in het jaar. We zien het als absolute randvoorwaarde dat zij hun werk elke dag veilig kunnen uitvoeren. Mocht een onveilige situatie zich voordoen, stellen we altijd eerst onze medewerkers veilig, ongeacht de productieverliezen die daarmee gepaard gaan.

Het afgelopen jaar kreeg veiligheid tijdens de coronacrisis een nieuwe dimensie. Als vitaal bedrijf bleven we draaien, wat gepaard ging met een strikt en duidelijk beleid om ervoor te zorgen dat iedereen veilig kon blijven werken. We zijn ontzettend trots op onze mensen en hun inzet in deze periode.

#### **Duurzame inzetbaarheid**

Op onze productielocaties vindt veel fysiek zwaar werk plaats. Aan de fileerlijn, bij het verwerken van ingepakte producten en ook in het distributiecentrum. Veel werk is handmatig en repetitief, dat voor fysieke belasting zorgt. Daarnaast zien we dat binnen deze productieprocessen het moeilijk is om geschikt nieuw personeel te vinden.



Automatisering en robotisering biedt voor beide uitdagingen een oplossing. Zo kunnen robots het fysiek zware werk in koude omstandigheden overnemen terwijl de werkzaamheden van onze mensen afwisselender en interessanter worden. Tegelijkertijd gaat automatisering gepaard met grote investeringen. We verwachten dat deze afwegingen in de aankomende jaren steeds relevanter worden voor al onze bedrijven.

### Vitale werknemers

Modern werkgeverschap draait om meer dan alleen een goed salaris of een mooie (lease)auto. We waarderen al onze mensen, om hun inzet en loyaliteit, en willen zorgen dat iedere collega lekker in zijn of haar vel zit. Zo kan iedereen gebruikmaken van het fietsplan en fitnessaanbod. Ook denken we samen met onze collega's na over manieren van werken die passen bij het leven van nu. Bijvoorbeeld mogelijkheden voor parttimewerk en gevarieerder werk.

2022 is binnen de Kennemervis Groep uitgeroepen tot het Jaar van de vitaliteit. Met een medewerkersbetrokkenheidonderzoek brengen we komend jaar in kaart wat er voor onze mensen écht toe doet als het gaat om werkplezier. Ook starten we met Periodiek Medisch Onderzoek (PMO), waarmee we hen helpen bij het opsporen van eventuele gezondheidsrisico's. De inzichten uit het medewerkersbetrokkenheidonderzoek en het PMO vormen een belangrijk referentiepunt waar vanuit we verder kunnen werken aan gezondere en meer tevreden medewerkers.

*“Trotse medewerkers zijn het visitekaartje van onze bedrijven.”*

- Sanne Agterberg



## Doelstellingen en ambities

- Streven naar maximale veiligheid op de werkvloer, resulterend in geen ongevallen.
- Percentage inzetbaarheid naar minimaal het landelijk gemiddelde van 95%.
- Actief inzetten op gezonde en vitale medewerkers met een betrokkenheidsonderzoek in 2022 als nulmeting.

# Voorbeelden uit de praktijk

## 2022: het Jaar van de Vitaliteit

*“Eigenlijk stond het Jaar van de Vitaliteit al eerder op de agenda, maar door de coronacrisis is het opgeschoven. Het belang van vitale medewerkers is door COVID-19 alleen maar duidelijker geworden. In 2022 willen we inzicht krijgen in hoe gezond en tevreden al onze medewerkers zijn en hoe het nog beter kan. Hoe kunnen we voor hen bijvoorbeeld een fijnere werkomgeving creëren? Misschien is de oplossing simpel en zit het 'm in een ruimte gezelliger inrichten. Maar als er bijvoorbeeld uitkomt dat collega's de werkdruk te hoog vinden, dan moet het management daar iets mee doen. Een groot deel van onze medewerkers is werkzaam op de productievloer, dus we horen met name graag van hen waar zij verbetering wensen.*

*Deze input halen we op door middel van een Periodiek Medisch Onderzoek en een medewerkersbetrokkenheidonderzoek. De opgehaalde ervaringen en verbeterpunten gebruiken we om de gezondheid en werkplezier van onze medewerkers zo goed mogelijk te houden. Ik vind het belangrijk om onze mensen op het hart te drukken dat we de arbeidsomstandigheden binnen onze bedrijven continu willen blijven verbeteren en dat dat alleen kan met hun input.”*

– Sanne Agterberg



## (Flex)werken tijdens de coronacrisis

*“Tijdens de coronacrisis was onze grootste prioriteit dat alle medewerkers hun werk veilig konden blijven uitvoeren. Iedereen die dat kon, ging direct thuiswerken. In samenwerking met nabijgelegen testlocaties regelden we dat iedereen altijd kosteloos kon testen. Bij onze productielocaties controleerde een corona-coördinator of alle maatregelen werden nageleefd.*

*De veiligheid van onze flexwerkers op de productielocaties vereiste extra aandacht. We zochten de samenwerking op met de uitzendbureaus om de juiste maatregelen te treffen. Zo werden er bij het vervoer van en naar de productielocatie meer busjes ingeregeld, met minder medewerkers per busje. Tolken vertaalden alle belangrijke informatie voor onze buitenlandse uitzendkrachten, en een vergaderzaal werd omgebouwd tot extra kantine zodat al het personeel op gepaste afstand pauze kon houden. Ziektegevallen, besmettingen en quarantainestatus van al onze medewerkers werden nauwkeurig gemonitord. Bij twijfel? Meteen naar huis.*

*Het belang van kennisdeling en communicatie is de grootste les. Onze bedrijven konden daardoor steeds beter anticiperen op de ontwikkeling van COVID-19. Met overheidsinstanties was er regelmatig contact over onze bevindingen, om tot betere maatregelen te komen. Sommige werkwijzen zijn blijvend, bijvoorbeeld de aandacht voor hygiëne op de productievloer en het bijhouden van ons medewerkersbestand in drukke perioden. Mocht de situatie rondom COVID-19 onverhoopt weer verergeren, hebben we het juiste scenario klaarliggen.”*

– Sanne Agterberg

A photograph of a worker in a blue uniform and hairnet, wearing a white apron and blue gloves, focused on processing fish on a white cutting board in a factory setting. Other workers are visible in the background, and the scene is brightly lit with blue accents.

## Bedrijfsfitness

*“We zijn begonnen met een fitnessplan bij onze productielocatie op Urk. Met de sportschool naast de deur organiseerden we dat onze medewerkers daar in de pauzes en voor- en na werktijd voordelig kunnen sporten. Dat was behoorlijk populair onder collega’s, zeker degenen die in de buurt wonen. Maar niet iedereen woont op Urk en ook gingen steeds meer mensen terug naar hun eigen sportschool. We wilden iedere collega binnen de Kennemervis Groep die bezig was met zijn of haar fysieke gezondheid daarin tegemoetkomen.*

*Inmiddels is er een algemene fitnessregeling bepaald. Wij nemen de helft van het sportschoolabonnement voor onze rekening en de andere helft gaat van het bruto salaris af. We hebben dat intern breed gecommuniceerd en bij nieuwe collega’s benoemen we dat ook direct. Op de werkvloer is het als een lopend vuurtje rondgegaan. Het is mooi om te zien dat er veel gebruik van wordt gemaakt.*

*Tegenwoordig moeten we tot onze 67e werken, dat realiseren we ons als werkgever maar al te goed. We zien het echt als onze verantwoordelijkheid om onze collega’s te ondersteunen bij een gezonde levensstijl. Zeker degenen die veel fysiek zwaar werk doen. Het fitnessplan is een voorbeeld van hoe we barrières voor een gezonder werklevenswijze willen en kunnen nemen.”*

**– Sanne Agterberg**





#### FOCUSGEBIED 4

## Gezonde en veilige producten

Als voedselproducent willen we dat zoveel mogelijk consumenten van onze producten kunnen en willen genieten. Voedselveiligheid is voor ons een randvoorwaarde, aangevuld door de wensen en eisen vanuit de markt op het gebied van voedingswaarden en smaak. Kan een product met minder vet, suiker of zout, dan passen we het aan. Samen met onze klanten ontwikkelen we bovendien nieuwe concepten om de consument te blijven verrassen. We gaan geen uitdaging uit de weg.

*“We mogen in onze doelen best ambitieus zijn, maar de uitwerking zit hem uiteindelijk in die kleine stapjes.”*

- Linda Klock

### **Gezond én lekker**

De aandacht voor een gezonde leefstijl is groot, zowel bij consumenten als politiek en maatschappelijke organisaties. Een gezond en gevarieerd dieet speelt hierin een belangrijke rol. Met onze producten willen en kunnen we hier een belangrijke bijdrage aan leveren. Ook onze klanten vragen hierom.

Onze productontwikkelaars onderzoeken hoe we onze producten nog even lekker kunnen laten smaken met minder zout, vet en/of suiker. De smaak evenaren lukt niet altijd en kan niet van vandaag op morgen. Consumenten hebben tijd nodig om te wennen aan de nieuwe smaak. Een te grote sprong kan betekenen dat ze niet meer voor onze producten kiezen.

Tegelijkertijd zorgen we dat zoveel mogelijk van onze producten in een A of B waardering van de NutriScore blijven, zodat klanten die deze waardering gebruiken in hun communicatie naar de consument hier geen zorg om hebben. We lopen hierin graag voorop. Klanten die hier (nog) niet mee bezig zijn proberen we te inspireren om aan de slag te gaan met het verbeteren van de voedingswaarden van hun producten.

### **Voedselveiligheid**

Bij de productie en consumptie van voedsel zijn risico's helaas niet uit te sluiten. Als producent werken we volgens strenge wet- en regel-

geving die de kans op risico's zo klein mogelijk maakt. Ook zoeken we zelf continu naar manieren om de veiligheid van onze producten en de consumptie ervan te verbeteren.

Bij onze voorgebakken producten, zoals kibbeling en lekkerbek, hebben we gemerkt dat de consument kan denken dat het een ready-to-eat product is, terwijl dat niet zo is. Deze producten moeten eerst verwarmd worden voordat ze geconsumeerd kunnen worden. In de recepturen van deze producten hebben we citroensap en azijnpoeder toegevoegd. Dit zijn ingrediënten die de groei van listeria remmen voor het geval dat mensen het product toch rauw consumeren. Ook zoeken we samen met klanten naar manieren om over bereidingswijzen beter te communiceren naar de eindgebruiker. Iedere klacht die we binnenkrijgen nemen we serieus en volgen we op indien nodig. Zo probeert onze kwaliteitsdienst het aantal klachten per maand te verminderen.

Ook de manier van verpakken en bewaren hebben grote invloed op voedselveiligheid. Risico's zitten in een beschadiging in het plastic of onvoldoende koeling tijdens transport van fabriek tot winkel en van winkel tot bij de consument thuis. We willen beter in kaart brengen waar in de keten de problemen zitten, zodat we de houdbaarheid en veiligheid van onze producten beter kunnen garanderen. Zo proberen we recalls te voorkomen.

*“Samen met klanten zoeken we waar de grens ligt tussen lekker en maximaal gezond.”*

– Jelly Veltman



## Doelstellingen en ambities

- In 2022 wil KVG actief inzetten op een gezonder voedingspatroon door het aantal consumptiemomenten van vis en vegetarisch verder te doen laten groeien.
- Onze ambitie is om geen productrecalls te krijgen.
- We brengen onze klantcertificeringen naar een hoger niveau.
- In 2022 werken aan de (her)formulering Nutriscore voor (vette) vis.
- We maken onze producten, waar mogelijk, gezonder

# Voorbeelden uit de praktijk

## Listeriapreventie

*“De listeriabacterie is veel schadelijker dan andere ziekmakende micro-organismen die in voedsel kunnen voorkomen. In ongeveer 20 procent van de listeriose-gevallen bij mensen is dit fataal, voornamelijk onder kwetsbare groepen. In principe is listeria eenvoudig te doden door verhitting, maar de bacterie kan ook ná verhitting op een levensmiddel terechtkomen en vervolgens groeien. Daarom controleert, sinds een jaar of vier, de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) streng op listeriapreventie bij kant-en-klare levensmiddelen.*

*Binnen de Kennemervis Groep is er de afgelopen jaren hard gewerkt om de risico's van een listeriabesmetting terug te dringen, met name voor onze gerookte makreel. De NVWA verlangt van ons dat we inzicht hebben in waar de risico's in het productieproces zitten en wil weten hoe wij ervoor zorgen dat de bacterie niet verder kan uitgroeien bij een eventuele (na)besmetting. Dit vraagt strikte monitoring van bedrijfsprocessen en heeft in ons geval geleid tot aanpassingen in het productieproces.*

*Een trend in de markt is om zoveel mogelijk 'clean-label-producten' te leveren en dat heeft ook onze voorkeur. Maar vanwege de listeriapreventie behandelen we onze makreel met zout en natuurlijke voedingszuren. Of je listeria helemaal kunt uitbannen? Listeria zou je kunnen zien als onkruid: je kunt het kortwieken, maar na verloop van tijd komt het (ergens anders) weer op. We blijven actief monitoren en onze resultaten delen in een speciale listeria-werkgroep. Met het oog op de toekomst zie ik kansen om beheersing van het risico van listeria door middel van een nauwere ketenbenadering nog beter te kunnen borgen.”*

– Johan van den Dikkenberg

## Gezondere marinades

*“Onze zoektocht om producten gezonder te maken zonder smaakverlies, begon bij onze marinades. Niet alleen zijn deze medebepalend voor het uiterlijk en de textuur van een product, maar ook voor de totale voedingswaarde. Zowel qua zout- als vetreductie bleek hier winst te behalen. Voor ons reden om meer marinades zelf samen te stellen. Aan veel kant-en-klare marinades wordt zout toegevoegd die voor de smaak van onze producten niet nodig is. We kwamen er bij Bobeldijk achter dat het zoutgehalte in het basisproduct verreweg de grootste invloed heeft op de smaak, en niet de marinade – die blijft grotendeels in de pan liggen na de bereiding.*

*Als we zelf marineren, kunnen we bij onze kruidenleveranciers aangeven van welke ingrediënten we meer of minder willen – zo ook zout. Bovendien is het veel handiger als Bobeldijk en Mayonna samen kunnen werken binnen één marinadesysteem. Onze productontwikkelaars zijn dat nu volop aan het uittesten.*

*Ook zoeken zij samen naar manieren om de hoeveelheid vet terug te schroeven. Bij marinades op basis van olie kan een deel van het marinadevet opgenomen worden door het product. Dat willen we liever beperken. Het vinden van een alternatief was best een puzzel, want klantwensen speelden een grote rol. Transvetten moesten we zoveel mogelijk beperken. Het is ons gelukt om nieuwe grondstoffen te vinden die aan onze eisen voldoen en maken dat onze marinades qua vetgehalte voldoen aan alle gezondheidseisen.”*

– Mark Beniers





## NutriScore

*“De NutriScore volgen we al een aantal jaar, omdat we verwachten dat het voor onszelf en onze klanten in Nederland steeds belangrijker gaat worden. Als consumenten zelf telkens moet uitzoeken hoeveel van welke stoffen in een product zitten, haken ze af. De NutriScore op de voorkant van de productverpakking kan daar sneller duidelijkheid in geven.*

*We hebben gekeken naar welke NutriScore onze producten al hebben en of we daarin konden verbeteren. In het specificatiesysteem van onze recepten kunnen we aan de hand van onze grondstoffen zien hoe een product qua voedingswaarden scoort. Deze informatie hebben we gebruikt om een model te maken dat automatisch de NutriScore van elk product berekent. We zien zo per grondstof hoe ze de score beïnvloeden. Soms kunnen we al met een kleine aanpassing een betere score krijgen. Sinds de komst van dit model houden we daar in de ontwikkeling van nieuwe producten steeds rekening mee. Natuurlijk probeerden we producten al zo gezond mogelijk samen te stellen, maar nu kunnen we het precies controleren.*

*Er kleeft in onze ogen wel een nadeel aan de NutriScore. Het is soms nog te algemeen. De categorisering van artikelen ontbreekt bijvoorbeeld. Nu wordt alleen gekeken naar de balans tussen voedingswaarden. Zit er vet in? Dan wordt de score negatief beïnvloed. Bevat het vezels? Dan gaat de score omhoog. Ongeacht productcategorie of gebruikte grondstof, want vet is vet, volgens de NutriScore. Terwijl je het liefst vleesvervangers met vlees vergelijkt, en de gezonde vetten uit vis niet één op één wil vergelijken met het vet uit friet. Daarom zijn we met NutriScore in gesprek zodat gezonde vette vis ook als zodanig wordt aangemerkt.”*

**– Mark Beniers**

# Colofon

Dit duurzaamheidsverslag is een uitgave van de Kennemervis Groep

**Tekst:**

Kennemervis Groep

**Realisatie:**

Het Portaal

**Fotografie:** Jan Erkelens

(m.u.v.: portret Remko Vogelenzang p. 11, portret Mads Larsson p.12, portretten Albert Zwaan, Sietze van der Meulen en Jurre Zwinkels p. 16)

**Publicatie:**

December 2021

Niets uit deze uitgave mag op enige manier gekopieerd, vermenigvuldigd of verspreid worden zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de Kennemervis Groep.

**Contact:**

info@kvg.nl

**Kennemervis Groep**



Palingweg 18, 3751 BJ Spakenburg | Postbus 169, 3750 GB Spakenburg

info@kvg.nl | +31 (0) 33 299 79 00