NR. 16

Avebe Magazine



De stem van de jonge telers
In gesprek met Roelinde Jager

Van overname naar waarde: één jaar Solan binnen Avebe
Samen groeien in aardappelingrediënten

Waar samenwerken het verschil maakt
De nieuwe GUM-lijn, de tijdelijke steunproductie en Stabiel Draaien

Avebe

Voorwoord



We bevinden ons in een periode die veel van ons vraagt. De huidige situatie in de markt is zeer uitdagend en de aardappelprijs waarmee Royal Avebe dit teeltjaar is gestart is niet volhoudbaar: niet voor onze leden en niet voor Avebe als onderneming. Daarom is het noodzakelijk dat Avebe dit jaar en richting komend jaar een betere aardappelprijs kan uitbetalen dan de prijs waarmee we zijn gestart. Wij verwachten dat dit mogelijk is, maar daarvoor moeten er wel extra maatregelen worden getroffen.

Avebe is een coöperatie. Dat betekent dat we altijd werken aan het maximale rendement uit de zetmeelaardappelteelt — voor onze leden én voor de toekomst van de onderneming. De huidige druk komt onder meer voort uit de uitdagingen in de markt. Juist deze situatie onderstreept het belang van onze strategische koers: groeien in onderscheidende, toegevoegde waarde producten en zorgen voor een stabielere grondstofvoorziening die beter aansluit op het strategische verkoopvolume van Avebe.

Tijdens de bijeenkomsten met leden en onze medewerkers is terecht gevraagd naar perspectief. Die behoefte aan duidelijkheid begrijpen we, maar door de geopolitieke en macro-economische omstandigheden kunnen we nu niet met zekerheid zeggen hoe het herstel eruit zal zien. We richten ons daarom op de zaken die we wél kunnen beïnvloeden. Daarin zien we een duidelijke richting vooruit. Dit jaar richt de onderneming zich op FIT TO GROW: vier specifieke focusgebieden met extra maatregelen om het herstel van het aardappelgeld vorm te geven. Door daarnaast richting teeltjaar 2027 aanpassingen te doen in onze coöperatieve structuur en de bijbehorende leveringsvoorwaarden, kunnen we een verdere stap zetten naar herstel van het aardappelgeld en naar de stijgende lijn die we met elkaar de afgelopen jaren hebben bereikt.

In deze editie van het magazine laten we zien hoe Avebe blijft bouwen aan de toekomst van de zetmeelaardappel. Met verhalen over één jaar Solan binnen Avebe, het vernieuwde Customer Portal, toepassingen van aardappelingrediënten en de praktijk op het veld, in de fabriek en bij leden en collega's. Samen geven deze verhalen een beeld van Avebe in beweging: realistisch over de uitdagingen, maar met vertrouwen in wat we samen kunnen bereiken.

Ik wens je veel leesplezier.

David Fousert
CEO Royal Avebe

FIT TO GROW in een notendop

Avebe legt elk jaar de plannen voor het komende boekjaar vast in het Annual Operating Plan. Onder het thema FIT TO GROW richten we ons dit jaar op vier focusgebieden:

- Versnellen van groei
- Flawless execution
- Structureel verlagen van onze kosten
- Meer impact realiseren met minder projecten

FIT TO GROW

Inhoud







Korte berichten 8
Kijk- en luistertips 9
Avebe's Customer Portal 10
Klantverhaal 12
Aardappelprijs af boerderij 16
Blik vooruit 18
Avebe'ers in the picture 20
Waar samenwerken het verschil maakt 24
Avebe rebus 27

Colofon

Het Avebe Magazine is een uitgave van Royal Avebe, speciaal voor onze leden en medewerkers. De digitale versie is te bekijken via www.avebe.nl/over-ons/downloads.
Contact: Communication@avebe.com
Teksten en fotografie: Kim van den Bergh en Avebe

Volg ons op social media:
Royal Avebe
Royal Avebe
RoyalAvebe
Royal Avebe

Samen groeien in aardappelingrediënten

Van overname naar waarde: één jaar Solan binnen Avebe

Bijna een jaar geleden versterkte Royal Avebe zijn positie met de overname van Solan – specialist in aardappelvlokken en -granulaten. Daarmee werd een belangrijke stap gezet richting een breder en completer portfolio van aardappelingrediënten. Wat heeft deze stap inmiddels opgeleverd? En hoe vertalen we dit naar concrete waarde voor onze klanten?

In dit dubbelinterview vertellen Marieke Kanon, Marketing Communication Manager, en Ann-Kathrin Beiderwellen, Product Manager en Team Lead Sales Solan, hoe de samenwerking zich heeft ontwikkeld, waar de eerste successen liggen én hoe vlokken en granulaten – ondersteund door een gerichte online campagne – steeds nadrukkelijker hun weg vinden naar de markt.



Ann-Kathrin Beiderwellen (links) en Marieke Kanon →

Samenwerken aan een sterke basis

Waar Marieke laat zien hoe Solan zichtbaarder wordt in de markt, zit Ann-Kathrin midden in de dagelijkse praktijk van portfoliostrategie, business development en integratie. Als Product Manager werkt zij aan het juiste portfolio binnen Solan. Daarnaast geeft zij leiding aan het salesteam van Solan, coördineert zij het verkoopproces en speelt zij een belangrijke rol in de verdere integratie met Avebe.

Bij Solan vallen alle commerciële taken onder de verantwoordelijkheid van het Solan Sales-team, inclusief een aantal operationele werkzaamheden. “We zijn nu samen aan het bepalen waar welke verantwoordelijkheden liggen en hoe wij processen beter kunnen inrichten. We willen vooral de sterke punten en talenten van beide bedrijven optimaal benutten”, vertelt Ann-Kathrin.

Klanten zien de uitbreiding als kans

“Klanten reageren positief”, vertelt Ann-Kathrin. “Ze zijn blij dat Avebe het aanbod heeft uitgebreid met vlokken en granulaten. Tegelijkertijd moeten we Solan en Avebe nog verder naar elkaar toe brengen, zodat we onze klanten het voordeel van één leverancier kunnen bieden.”

De markt voor vlokken en granulaten heeft een andere dynamiek dan die voor zetmeel. Dat vraagt om specifieke kennis en aandacht. “We moeten de tijd nemen en de moeite doen om deze markt beter te leren kennen. Alleen dan kunnen we oplossingen aanbieden die onze klanten meerwaarde bieden.”

Wat vlokken en granulaten onderscheidend maakt

Volgens Ann-Kathrin bieden aardappelvlokken en -granulaten elk hun eigen waarde. “Vlokken binden goed, geven structuur en nemen snel vocht op. Granulaten onderscheiden zich door hun aardappelsmaak, goede doseerbaarheid en gelijkmatige rehydratie. Daardoor zijn beide producten breed inzetbaar.” Ook het productieproces verschilt: vlokken worden via trommeldroging geproduceerd, terwijl granulaten eerst worden gegranuleerd en daarna gedroogd.

Lees verder op de volgende pagina

Van overname naar activatie: vlokken en granulaten zichtbaar in de markt

Voor Marieke ligt de focus niet alleen op het vertellen van het verhaal, maar vooral op het activeren ervan in de markt. “De overname van Solan gaf ons een breder portfolio. Maar uiteindelijk moet je dat ook zichtbaar maken en vertalen naar concrete marktinteresse,” vertelt ze.
Met dat doel werd een gerichte marketingcampagne opgezet. De insteek was helder: bewustwording creëren dat Avebe nu een breder portfolio heeft én nieuwe aanvragen genereren. “Enerzijds wilden we Avebe positioneren als dé specialist in plantaardige aardappelingrediënten, met vlokken en granulaten als nieuwe toevoeging. Tegelijkertijd hebben we heel bewust ingezet op het binnenhalen van concrete aanvragen en het starten van gesprekken met klanten”, zegt Marieke.


Van links naar rechts: Agnieszka Tomczyk, Dominika Rygiel, Anna Rogala, Ann-Karthrin Beiderwellen

“De overname van Solan gaf ons een breder portfolio. Maar uiteindelijk moet je dat ook zichtbaar maken en vertalen naar concrete marktinteresse,”

Van zichtbaarheid naar potentiële klanten

De campagne richtte zich op internationale foodproducenten, met name in segmenten zoals snacks, bakkerij en producten zoals aardappelpuree en pasta. Via een combinatie van advertenties op LinkedIn en Google, een fysieke mailing, video’s en een gerichte pagina op de website werd de doelgroep stap voor stap meegenomen in het verhaal – van inspiratie tot actie.

“Je ziet dat klanten steeds vaker zoeken naar ingrediënten die bijdragen aan smaak, textuur en een efficiënter productieproces”, zegt Marieke. “Met Solan konden we dat verhaal heel concreet maken. Samen met het Solan-team hebben we ingezoomd op klantvragen en vertaald hoe onze producten daarin een oplossing bieden. Zo ontstonden gerichte en relevante boodschappen waarmee we aandacht trokken en nieuwe aanvragen genereerden. Dat hebben we bovendien budgetvriendelijk gedaan door AI in te zetten voor video’s. Met goede productfoto’s konden we eenvoudig video’s maken die meer opvallen op platforms zoals LinkedIn.”

De campagne leverde al snel zichtbare resultaten op

“Wat vooral opvalt, is de diversiteit van de potentiële klanten die binnenkomen,” zegt Marieke. “De interesse komt uit verschillende regio’s en klanttypen: van R&D-managers bij internationale foodproducenten tot directieleden van grote snack- en snoepbedrijven.
De potentiële klanten komen onder andere uit Australië, Denemarken, Zuid-Afrika, het Verenigd Koninkrijk en Brazilië en laten zien dat het aanbod wereldwijd relevant is.” Deze brede en kwalitatieve instroom sluit goed aan bij de strategische richting van Avebe: het verder uitbouwen van een geïntegreerd portfolio van aardappelingrediënten, met toepassingen in diverse marktsegmenten en regio’s.

Een sterke samenwerking met Solan

Volgens Marieke zit de kracht vooral in de nauwe samenwerking met het team van Solan. Ann-Kathrin ziet die nauwe band ook als een belangrijke voorwaarde voor succes, vooral als het gaat om kennisoverdracht. Wat haar opvalt, is de ondernemende cultuur.
“Solan is een compacte organisatie. Daardoor kennen collega’s hun klanten goed, schakelen ze snel en werken ze nauw samen. Beslissingen worden snel genomen en medewerkers voelen zich niet alleen verantwoordelijk voor hun eigen werk, maar ook voor het gezamenlijke resultaat. Juist die combinatie van klantkennis, onderlinge betrokkenheid en ondernemerschap maakt Solan bijzonder. Het is belangrijk om die kwaliteiten te behouden en verder te versterken.”

“Je ziet dat klanten steeds vaker zoeken naar ingredienten die bijdragen aan smaak, textuur en een efficienter productieproces”

Ann-Kathrins contact met de collega’s in Polen verloopt volgens haar prettig. “Er is wederzijds vertrouwen. Persoonlijk contact vind ik daarbij heel belangrijk. Elkaar ontmoeten en beter leren kennen helpt om de verbinding verder te versterken.”

De eerste resultaten geven vertrouwen

“De combinatie van een sterk productverhaal en gerichte activatie maakt het verschil”, zegt Marieke. “We bouwen niet alleen aan zichtbaarheid, maar dragen direct bij aan groei.” De eerste resultaten geven vertrouwen voor de volgende fase.

Marketing, innovatie en sales versterken elkaar

De focus ligt de komende periode op het opvolgen van nieuwe aanvragen, het ontwikkelen van oplossingen en het benutten van nieuwe kansen. “Dit is pas het begin,” zegt Marieke. “We zien dat er veel interesse is in vlokken en granulaten. Door te blijven investeren in promotie en klantcontact kunnen we die belangstelling verder uitbouwen.”

Ann-Kathrin kijkt daarnaast naar de commerciële en inhoudelijke mogelijkheden die ontstaan wanneer marktkennis, productkwaliteit, innovatie en productie samenkomen. “De uitdaging is om klanten echt unieke waarde te bieden. Dat kan met een hoogwaardig product- en serviceaanbod en met onderscheidende oplossingen die het portfolio toekomstbestendig maken. Denk aan producten die beter aansluiten op de klantbehoefte of logistieke voordelen bieden.”

De eerste prioriteit blijft volgens haar het bouwen van een sterke basis. “We hebben ambitieuze groeidoelstelling voor het jaar 2026/2027, als we vertrouwen houden in onze strategie en blijven investeren in de juiste ontwikkelingen, kunnen we iets heel moois neerzetten.”





Frank Bos (links) en André Ossel

Stable Maintenance Dag

Samen werken aan een stabiele productie.
Op de Stable Maintenance Dag op 3 juni kwamen Maintenance-collega's van alle Nederlandse productielocaties samen voor een dag vol energie, inzichten en ontmoeting.

Er werd kennis gedeeld, ervaringen uitgewisseld en vooral: verbinding gemaakt. Van inspirerende gesprekken tot de projectposters en opdrachten, overal stond één ding centraal: hoe kunnen we het samen elke dag beter doen?

Met het strategische programma Stable Maintenance zetten we stappen naar betrouwbare installaties en efficiëntere processen. Door samen te leren en kennis te delen, bouwen we verder aan een sterke basis voor de toekomst.



Nieuwe rassen bekijken in het veld

Begin juli kwamen ongeveer 70 telers, adviseurs en andere geïnteresseerden naar het demoveld van Avebe in Klein Stavern, Duitsland. Avebe en Averis lieten daar zestien aardappelrassen zien en praatten de bezoekers bij over ontwikkelingen in de zetmeelaardappelteelt. Tijdens de rondleidingen door het veld ging het onder meer over zetmeelgehalten, resistenties en ervaringen uit de praktijk. Door de open opzet was er volop ruimte om vragen te stellen, ervaringen te delen en van elkaar te leren. De veldmiddag liet goed zien hoe belangrijk samenwerking tussen veredeling, advisering en praktijk is voor een rendabele en duurzame teelt.



Wie oogst het meeste zetmeel?

Wat komt er allemaal kijken bij het telen van zetmeelaardappelen? Dat ervaren collega's én Tweede Kamerleden dit jaar zelf tijdens de Avebe Potato Challenge. Zij gaan aan de slag met pootaardappelen van Aveline, een ras van Averis dat beter bestand is tegen Phytophthora. Van voorkiemen en poten tot verzorgen, controleren op aardappelziekte en oogsten: op kleine schaal maken ze mee wat onze leden ieder jaar op het land doen. De challenge laat zien dat een goede opbrengst niet vanzelf komt. Daar zijn kennis, aandacht en gevoel voor het gewas voor nodig. In het najaar wordt duidelijk wie de meeste aardappelen heeft geteeld.



KIJKTIP

Onze Werken bij Avebe website is vernieuwd en heeft een update gekregen. Scan de QR-code en bekijk meteen de nieuwe uitstraling en verbeterde informatie.

LEESTIP

Ontdek 200 jaar innovatie in de aardappelzetmeelindustrie in Missie (on)voltooid. Het boek is gratis digitaal beschikbaar via University of Groningen Press.

KIJKTIP

Duurzaamheid is een belangrijk onderdeel van onze strategie: versterken en versnellen. In een video met Schneider Electric laten we zien hoe Avebe stap voor stap werkt aan haar duurzaamheidsdoelen.

LUISTERTIP

De podcastreeks Seeds of Tomorrow – Breeders' Perspectives on Innovation gaat over de toekomst van landbouwinnovatie, duurzame veredeling, sterke aardappelrassen en de rol van nieuwe technieken in de hele keten: van plant tot wereldmarkt.

In gesprek met Roger du Croix en Luca Ferrara

Avebe's Customer Portal – onze klanten nóg beter bedienen!

Met het vernieuwde Customer Portal maakt Royal Avebe de samenwerking met klanten nog makkelijker en inzichtelijker. Het portal geeft 24/7 toegang tot actuele informatie, van order- en contractgegevens tot verzenddocumenten en live tracking. Roger du Croix en Luca Ferrara vertellen hoe deze update klanten én collega's ondersteunt in hun dagelijkse werkzaamheden.

Wat moest deze update vooral opleveren?

"We wilden het Customer Portal verder ontwikkelen op basis van klantfeedback én vanuit onze visie om nog meer waarde toe te voegen voor klanten en voor Avebe," vertelt Roger. "In de eerste versie lag de nadruk op overzicht en toegankelijkheid. Nu hebben we daar functies aan toegevoegd die klanten echt helpen in de dagelijkse praktijk, zoals verzenddocumenten, extra order- en contracthistorie en live tracking van zeevrachten. Een andere mooie toevoeging is dat klanten nu kennisvideo's kunnen bekijken, waarin Avebe-experts hun kennis delen over trends, uitdagingen en oplossingen in de markt."

> "Juist die combinatie van digitale service en persoonlijk contact maakt het sterk."

Waar zijn jullie het meest trots op?

"Vooral op het feit dat klanten steeds meer zelf kunnen vinden. Met de nieuwe functies geven we klanten meer inzicht in hun samenwerking met Avebe. Productinformatie en documenten zijn nu direct beschikbaar in het portal. Dat is prettig voor klanten én geeft salescollega's meer ruimte voor persoonlijk contact en gerichte ondersteuning. Ook groeit het gebruik van het Customer Portal sneller dan verwacht: waar 10 tot 15 procent in deze fase al een mooi resultaat zou zijn, zitten we nu op 38 procent. Dit hebben we echt samen met onze salescollega's gedaan. Ook van hen krijgen we veel positieve reacties."

Hoe pakken jullie de uitrol aan?

"De uitrol doen we stap voor stap," vertelt Luca. "Het Customer Portal is gestart in Europa, het Midden-Oosten en Afrika en is met deze update ook beschikbaar gekomen voor Amerika. Op dit moment zijn we de uitrol naar Azië aan het voorbereiden. Daarbij is het belangrijk om salescollega's vanaf het begin goed te betrekken. Zij kennen de klanten, weten wat er speelt en spelen een belangrijke rol in de introductie van het portal.



Roger du Croix (links) en Luca Ferrara

Klanten krijgen een persoonlijke uitnodiging met een introductievideo en kunnen daarna zelf aan de slag. Juist die combinatie van digitale service en persoonlijk contact maakt het sterk."

Wat zijn de volgende stappen?

"We blijven luisteren naar onze klanten," zegt Roger. "Hun feedback bepaalt welke verbeteringen we als eerste oppakken. Denk daarbij aan extra functionaliteiten, zoals bestellingen plaatsen, monsteraanvragen en een nog betere koppeling met het CRM-systeem." Luca vult aan: "Tegelijk blijven we ook investeren in een goede introductie en in de samenwerking met collega's. Zo zorgen we ervoor dat het portal niet alleen technisch goed werkt, maar ook echt waarde toevoegt in het contact met klanten en voor Avebe als coöperatie."

> "Met de nieuwe functies geven we klanten meer inzicht in hun samenwerking met Avebe."

Geur en smaak beginnen op een aardappelveld

Ingrediënten voor saus, shampoo én luxe parfum

Aan het einde van een mooie zonnige dag en een lang bezoek aan Averis in Valthermond is deze foto gemaakt. “Ik vond het indrukwekkend,” begint Jelger Kok. “Ik heb een groene zee aan groeiende aardappelplanten gezien, terwijl ik ze normaal in een datasheet zie. Als ingrediënt om in te kopen.” Jelger vertelt dat hij vanaf die akker meer dan een foto heeft meegenomen: “Hoewel je natuurlijk weet dat je een natuurproduct inkoopt, werd het na dit bezoek nóg duidelijker dat telers met het tempo van de natuur werken. De natuur kan niet worden gedwongen om te innoveren in 24 uur tijd. Dat is onmogelijk. Wat Averis vandaag ontwikkelt, staat pas over 15 jaar op de akker.”



Jelger Kok (midden) samen met Zhenghong Chen, Application Leader Commerce en David Loughman, Sales Manager van Avebe

Telers lopen verder vooruit dan we denken

Dat wil niet zeggen dat aardappeltelers achterlopen, integendeel. Ze lopen misschien zelfs ver vooruit, zegt Jelger: “Agrariërs gaan veel zorgvuldiger om met grond, planten, bemesting en beschermingsmiddelen dan wij als afnemer misschien denken. Wat marketeers nu regeneratieve landbouw noemen, is voor veel leden van Avebe al jaren gewone bedrijfsvoering. Ik heb nu gehoord welke keuzes aardappeltelers maken op het gebied van teelt en milieubelasting.” Duurzaamheid en economie wijzen wat Jelger betreft dezelfde kant op: “Bewuste boeren zijn goed voor het klimaat, maar ook voor de kostprijs en dus voor mij als inkoper.”

“Agrariërs gaan veel zorgvuldiger om met grond, planten, bemesting en beschermingsmiddelen dan wij als afnemer misschien denken."

Op veel productielocaties wordt wel iets van Avebe gebruikt

“Als je wilt weten waar de aardappelen blijven, dan kun je in de supermarkt naar het gangpad van de sauzen, soepen, chips, of de sappen en frisdrank lopen,” zegt Jelger die al zijn hele carrière, ingrediënten inkoopt. Eerst bij Nutricia en via een omweg bij Givaudan: 's werelds grootste producent van geur- en smaakstoffen. Het bedrijf heeft een omzet van ruim 8 miljard euro en klanten in bijna elke sector van de cosmetica- en voedingsindustrie. “Het bedrijf heeft 77 productielocaties en op bijna 35 vestigingen wordt wel iets van Avebe gebruikt,” voegt Jelger toe.

Grote afname van zetmeelderivaat

Het grootste product dat Givaudan inkoopt bij Avebe is maltodextrine, een zetmeelderivaat dat in de smaakstoffenindustrie op twee manieren wordt ingezet. “Ten eerste wordt het gebruikt als drager die de smaakmoleculen omhult met een beschermende laag en zo de smaakstof stabiliseert. Ten tweede wordt de maltodextrine gebruikt als vulmiddel in blends. Bij vulmiddelen is het belangrijk dat het geen extra smaakcomponent meebrengt en dat het goed stabiel is. Stabiel betekent hier dat er geen ongewenste reacties plaatsvinden met de twintig tot veertig andere grondstoffen die in één formule kunnen zitten,” legt Jelger uit.

Innovatie: van aardolie naar aardappel

Maar er is meer: “Sinds kort kopen we bij Avebe PerfectaSOL® in, en die verwerken we in geurstoffen voor bijvoorbeeld luxe parfums.”

Dit product van Avebe maakt het voor Givaudan mogelijk om over te stappen van petrochemische ingrediënten naar biologisch afbreekbare alternatieven. “Avebe heeft daarin een uniek product," vertelt Jelger. “Het gaat om een zeldzame combinatie waarbij de drager, gemaakt van aardappeleiwit, functioneel inzetbaar is én goed oplosbaar in water. Het is een noviteit en één van de redenen waarom ik ook graag samenwerk met Avebe.” Maar Jelger blijft inkoper, en dus telt ook de prijs.
De eerste bestellingen van PerfectaSOL® zijn inmiddels geplaatst en ergens op een akker in Drenthe groeit de volgende generatie aardappelen alweer richting de zon. Richting een wereld die schoner, slimmer en duurzamer wil zijn en waarin Givaudan en Avebe elkaar blijven vinden.

Givaudan | wereldleider in geur- en smaakstoffen

Givaudan is 's werelds grootste producent van geur- en smaakstoffen. Het bedrijf heeft een omzet van meer dan 8 miljard euro en telt meer dan 17.000 medewerkers verspreid over meer dan 77 vestigingen wereldwijd. Wie boodschappen doet, komt Givaudan ongemerkt overal tegen. In het gangpad van de soepen en sauzen, tussen de chips, snacks en snoepgoed. Maar ook in de non-foodhoek: bij de wasmiddelen, zepen en shampoo’s. Hoewel de naam Givaudan nooit op de verpakking staat, zijn de geur- of smaakstoffen wel te vinden op het etiket.

Voorzitter van de Avebe jongerenraad, assistent-accountant én ondernemer: Roelinde Jager

De stem van de jonge telers

Trappend op haar fiets, elke dag twaalf kilometer naar de middelbare school in Veendam, kwam Roelinde Jager (25) altijd langs het hoofdkantoor van Avebe. Ze zegt dat ze niet per se gefascineerd was, maar ze dacht wel: "Als ik ooit in de agrarische sector ga werken, wil ik wel betrokken zijn bij Avebe." Haar opa deed bestuurswerk voor de coöperatie, haar vader zat in de ledenraad en zelf is Roelinde voorzitter van de Avebe jongerenraad.

In een serre annex tuinhuis, aan de rand van het erf in Stootshorn, weegt Roelinde haar woorden eerst af voordat ze die uitspreekt. Ze heeft heldere ogen en een bescheiden glimlach, maar tussen de regels door weet ze precies wat ze wil. Ze vertelt dat ze deeltijd op een accountantskantoor werkt en de rest van de week op de boerderij: "Van de vier dochters heb ik de meeste interesse in de boerderij en ik wil het ook overnemen, dus daarom ben ik bezig met het toetreden tot de maatschap."



Als voorzitter van de jongerenraad spreekt Roelinde veel met jonge telers. Dit jaar gaat het eigenlijk maar over één ding: de prijs. "Ik ben wel aardig geschrokken van de daling. We hebben dat als telers ook echt niet zien aankomen," vertelt ze. "De prijs is zelfs onder kostprijs en dat terwijl de communicatie vanuit Avebe in de winter nog best positief was. Zo is wel benoemd dat de markt onder druk stond, maar niet dat er zulke hoge inschrijvingen waren op de A-volumes. Als zoiets duidelijker en eerder wordt gecommuniceerd, heb je als ondernemer nog de kans om bij te sturen en eigen keuzes te maken."

Samen met de andere jongeren in de raad, schreef ze een brief. "We hebben geen stemrecht, maar we mogen onze stem wel laten horen. Daarom hebben we een brief gemaakt en die hebben we voorgelezen op de extra districtsraadsvergaderingen. We willen als jongerenraad niet op de achtergrond blijven, want de jonge leden zijn de toekomst. Bovendien zijn we als telers ook aandeelhouders en dus eigenaar. Als eigenaar geven we het bestuur vertrouwen, maar dat vertrouwen heeft dit jaar een deuk opgelopen en dat moet hersteld worden. Veel jonge telers zijn echt wel kritisch. Zij vragen zich hardop af: waarom zijn we nog lid van Avebe?"



Aandelen inleveren is geen optie, vertelt ze: "Vorig jaar schreef ik dat je een stabiele partner als Avebe nodig hebt als akkerbouwer, en daar sta ik nog steeds achter. Ik loop heus niet weg, maar de communicatie moet beter en de leveringsvoorwaarden moeten op de schop, en daar zitten we als jongerenraad bij aan tafel."

Natuurlijk praat ze met haar vader aan de keukentafel, in de kantine of in de auto over haar rol als voorzitter van de Avebe jongerenraad. "Ja, we hebben allebei wel dezelfde visie over Avebe, maar ik zit ook bij het voorzittersoverleg en dan hoor je ook de belangen en afwegingen van het bestuur. Ik wil niet zeggen dat het haaks op elkaar staat, maar het is soms wel lastig uitleggen aan mijn vader." Al generaties lang is Avebe de vaste partner van het familiebedrijf, in goede en in mindere jaren. Roelinde weet ook: "Uiteindelijk zullen de prijzen ook weer aantrekken."

Toen Roelinde bij de jongerenraad kwam, stond ze op het punt af te studeren. Inmiddels is ze drie jaar verder: "Het komt nu allemaal bij elkaar," vertelt ze nuchter.

"Ik leer kritisch kijken en denken, een genuanceerde mening vormen en mijn netwerk groeit. Dat neem ik mee naar mijn werk, naar ons bedrijf en ook terug naar Avebe." Straks, als onderdeel van de maatschap, is ze niet meer alleen de dochter van de boer die ooit langs het hoofdkantoor fietste, maar één van de telers voor wie ze nu al een stem probeert te zijn.

De boerderij van familie Jager in Stootshorn, een gehucht aan de rand van Noordbroek, is gebouwd in 1894 en al generaties in de familie. Roelindes opa en vader hebben hier altijd geboerd en Roelinde hoopt de volgende te worden. Naast zetmeelaardappelen voor Avebe telen ze vlokkenaardappelen voor Aviko, consumptieaardappelen op kleigrond en pootgoed voor eigen vermeerdering. Ook hebben ze stallen met vleeskuikens en is haar vader 15 jaar geleden een handel in brandhout begonnen.

Nieuwe term

Aardappelprijs af boerderij

Vanaf teeltjaar 2026 gebruikt Avebe de term aardappelprijs af boerderij. Daarmee geven we een vollediger beeld van de totale uitbetaling aan onze leden voor de geleverde aardappelen. De wijziging hangt samen met de verhoging van de volleverpremie, zoals eind 2025 in de ledenraad is vastgesteld. Hieronder leggen we uit waaruit de aardappelprijs af boerderij bestaat.





AARDAPPELPRIJS AF BOERDERIJ - START CAMPAGNE

inclusief basisprijs, ledentoeslag € 5,- en maximale kwaliteitspremie € 3,-

Toelichting:
De basisprijs maakt Avebe na de ledenraadsvergadering in juli bekend.

+

PRESTATIE-COMPONENTEN

inclusief volleverpremie € 10,-

Toelichting:
De volleverpremie is een inschatting en wordt na afloop van de campagne op basis van de door de teler geleverde aardappelen berekend en uitbetaald.

+

EXTRA

MOGELIJKE VERHOGING

Toelichting:
Aan het eind van de campagne kan Avebe besluiten om de basisprijs voor de aardappelen te verhogen naar de campagneprijs. Dit hangt onder andere af van de ontwikkelingen in de markt. De campagneprijs maken we in mei bekend.

+

COÖPERATIEF RESULTAAT

(na jaarrekening)

Toelichting:
Dit bedrag is een inschatting (op basis van 3-jarig gemiddelde) en wordt uitbetaald na goedkeuring van de jaarrekening in december.

=

AARDAPPELPRIJS AF BOERDERIJ - EINDE CAMPAGNE



Hoe ontwikkel je aardappelrassen die klaar zijn voor de toekomst?

Blik vooruit: Hoe veredeling steeds gerichter wordt

Wie bij Averis de kas, het lab of het proefveld oploopt, ziet niet meteen een nieuw ras. Je ziet vooral duizenden planten in lange rijen en collega's die heel precies kijken. Dat is veredeling in de praktijk: observeren, vergelijken en steeds opnieuw keuzes maken. Welke plant heeft precies de juiste eigenschappen die onze telers in de toekomst nodig hebben?

De noodzaak om te veredelen

Bij Averis werken we al meer dan 70 jaar aan een toekomstbestendige zetmeelaardappelteelt. We ontwikkelen duurzame aardappelrassen met een hoog zetmeelpercentage én betere resistentie tegen bodemgebonden ziekten en plagen. Lange tijd gebeurde selectie volledig klassiek: ouderplanten kruisen, nakomelingen in kas en veld beoordelen en uit duizenden planten de beste overhouden. Juist in dat intensieve handwerk zit veel van de kracht van veredeling. Zo bouwden we stap voor stap aan rassen die niet alleen meer zetmeel leveren, maar ook beter bestand zijn tegen ziektes.



De impact van moderne veredelingstechnieken

Moderne veredelingstechnieken hebben vooral de snelheid vergroot waarmee we kunnen selecteren. Wat vroeger pas na meerdere veldjaren zichtbaar werd, kunnen we nu al in het zaailingstadium gerichter kiezen. Met merkergestuurde veredeling gebruiken we DNA-merkers om vroeg te zien welke jonge planten kansrijk zijn voor bijvoorbeeld resistentie-eigenschappen. Daardoor gaat van de honderdduizenden zaden die we uitzaaien alleen een kleine, veelbelovende groep door. Dat maakt ons werk niet minder zorgvuldig, maar wel slimmer. We kijken nog steeds met dezelfde aandacht, alleen weten we sneller waar de potentie zit.



De toekomst van veredeling

De toekomst van veredeling wordt nog gerichter. Momenteel worden technieken als genomic prediction onderzocht, waardoor we potentieel steeds beter kunnen voorspellen welke combinaties van ouders uiteindelijk de sterkste rassen opleveren. Ook volgen we CRISPR-Cas, een techniek waarmee specifieke eigenschappen gerichter benut of uitgeschakeld kunnen worden. Averis ontwikkelde eerder al via een andere veredelingstechniek aardappelrassen die geen amylose aanmaken. Dit vormde de basis voor onze huidige waxy rassen. Met CRISPR-Cas kan bijvoorbeeld het uitschakelen van het gen dat verantwoordelijk is voor de aanmaak van amylose mogelijk eenvoudiger in een breder rassenpakket. Zover is het nog niet. Toepassing hangt nog af van regelgeving en maatschappelijke acceptatie.

Het is vooral belangrijk dat we waarde toevoegen, zodat we telers vooruit helpen met rassen die robuust zijn, een stabiele opbrengst geven en beter passen bij een duurzamere teelt. Veredeling is daarom nooit alleen technologie. Het is mensenwerk, gebouwd op kennis, ervaring en lange adem. Juist daarin zit voor ons de toekomst van de zetmeelaardappel: niet harder werken, maar slimmer kiezen.

Wat is het verschil tussen merkergestuurde veredeling en genomic prediction?

Bij merkergestuurde veredeling kijken we naar één specifieke DNA-merker die iets zegt over een gewenste eigenschap, zoals resistentie. Genomic prediction gaat een stap verder: daarbij gebruiken we duizenden DNA-merkers om beter te voorspellen hoe een jonge plant zich later zal ontwikkelen, bijvoorbeeld in zetmeelgehalte. Je kunt het zien als merkergestuurde veredeling 2.0. Doordat DNA-onderzoek de laatste jaren goedkoper is geworden, gaat Averis nu onderzoeken welke extra waarde deze techniek heeft voor de ontwikkeling van nieuwe rassen.

Avebe'ers in de picture



Marcel Sablerolle, Specialist Condition Monitoring

“Ik ben begonnen als leerling-monteur. Avebe gaf mij de kans om mijn mbo 4-opleiding te halen, gevolgd door verschillende vakgerichte opleidingen en trainingen. Daarna verdiepte ik mij in condition monitoring en trillingsanalyse. Sinds 2019 is dat officieel mijn specialisme. Met condition monitoring bewaak je met metingen de conditie van machines.

Als je weet waar je naar moet kijken, laat een spectrum zien welke component een afwijking veroorzaakt. Daarvoor heb je kennis nodig van metingen, techniek én de installatie. Een meting vertelt niet direct wat er aan de hand is: je moet begrijpen wat je ziet. Dat maakt dit vak zo interessant.”

Albert Steenstra, Process Control Specialist

“Ik weet nooit wat de dag brengt. Soms los ik een storing in een uur op, soms ben ik dagen bezig. Dat is precies waarom ik dit werk al 27 jaar met plezier doe. Elke dag is anders, elke dag is een uitdaging. En dat is wat mij drijft. Om het werk goed te kunnen uitvoeren, moet je willen verbinden met collega’s, luisteren naar hun verhaal, en samen tot oplossingen komen. Dat maakt het werk niet alleen technisch, maar ook heel sociaal.”

Wat mij het meest aanspreekt? Het onbekende. Je weet nooit wat je tegenkomt. Een probleem kan klein zijn, maar ook groot en complex. Soms voelt het als een puzzel van duizend stukjes. Je zoekt, test, overlegt. En als het lukt, geeft dat een goed gevoel. Het is realiseren in de puurste vorm: van probleem naar oplossing.”





Carlijn Bontjer, Project Manager, PMO & Strategy

“Realiseren betekent voor mij dat een project niet stopt bij oplevering, maar pas geslaagd is zodra het duurzaam landt in de organisatie en merkbaar waarde toevoegt. Als projectmanager heb je niet altijd de implementatieknop in handen. Daarom neem ik eigenaarschap op wat wél kan: een scherpe overdracht aan degene die het product de organisatie in draagt, heldere afspraken over eigenaarschap en succescriteria, én vragen stellen.

En we doen het samen: we betrekken tijdig de mensen die ermee gaan werken, we evalueren met het team, en we vieren de mijlpalen. Gedeeld succes vergroot draagvlak. Zo komen de plannen van papier en leveren strategieën zichtbaar resultaat op de werkvloer.”

Serene Lau, Commercial Support Specialist

“Bij Avebe beheer ik klantcontacten in de regio Azië-Pacific.
Ik behandel klachten, verwerk documentverzoeken en vragenlijsten, en onderhoud masterdata in SAP. Daarnaast coördineer ik beursstands en evenementen in de regio, zodat Avebe sterk zichtbaar is in de markt.

Wat mij het meest aanspreekt, is de dynamische combinatie van probleemoplossing en klantcontact. Elke taak geeft mij de kans om processen efficiënter te maken en tegelijkertijd waardevolle klantrelaties te versterken.

Zo ontstaat een goede balans tussen gestroomlijnde processen en oprechte verbindingen die bijdragen aan succes in een diverse en dynamische omgeving.”



Interview met Reinhard Jeberien

Je moet begrijpen hoe de installatie denkt

Wanneer processen niet soepel verlopen, vraagt dat om ervaring én een scherp oog voor detail. Reinhard Jeberien brengt beide mee. Sinds 1987 werkt hij op Avebe's locatie in Lüchow. Als procestechnoloog heeft hij in de afgelopen decennia installaties helpen opbouwen, optimaliseren en verder ontwikkelen. Onlangs ondersteunde hij een van de belangrijkste investeringsprojecten op de locatie: de modernisering van de eiwitwinning.



Reinhard tijdens de werkzaamheden aan de eiwitdecanters.

Reinhard Jeberien, bijna 40 jaar werkzaam in Lüchow – wat verbindt jou met deze locatie?

Ik ben hier in 1987 begonnen en heb samen met mijn collega's meegeholpen om de fabriek op te bouwen en in bedrijf te stellen. Dat laat een blijvende indruk achter. In de loop der jaren leer je elke installatie van binnen en buiten kennen, begrijp je de processen en zie je hoe alles zich ontwikkelt. In het begin waren we nog zelfstandig; in 1989 heeft Avebe productielocatie Lüchow overgenomen. Die overgang heb ik van dichtbij meegemaakt, en dat zorgt voor een sterke persoonlijke band met de locatie.

Je bent opgeleid als landbouwer. Waarom maakte je de overstap naar een technische rol?

Ik ben opgeleid op de boerderij van mijn vader, maar dat was niet echt mijn weg. Ik ben altijd geïnteresseerd geweest in techniek: processen begrijpen en echt doorgronden hoe systemen werken. Ik begon als operator, werd al snel ploegleider en stapte begin jaren negentig over naar procestechnologie. Al vroeg richtte ik me erop om problemen zelf op te lossen. Dat heeft mijn loopbaan zeker mede gevormd.

Wat maakt iemand volgens jou een goede procestechnoloog?

Je mag niet aan de oppervlakte blijven. Het is niet genoeg om te zien dat iets niet werkt – je moet begrijpen waarom. Hoe grijpen de afzonderlijke processtappen in elkaar? Waar ontstaan verliezen? Als je dat begrijpt, zie je verbanden veel sneller en kun je gericht ingrijpen.

Je bleef betrokken bij een groot project – hoewel je pensioen al gepland was. Waarom?

Het eiwitdecanterproject was voor mij een belangrijke reden om langer betrokken te blijven. Ik wilde de installatie niet overdragen voordat die betrouwbaar draaide. Als je te maken hebt met een investering van ongeveer €4 miljoen, vind ik het belangrijk om verantwoordelijkheid te nemen en het project goed tot het einde te begeleiden.

Waar draait het project technisch gezien om?

We moderniseren de decanters in de eiwitwinning. Eiwit wordt uit vruchtwater gehaald door het te verhitten, waardoor het uitvlokt, en wordt vervolgens met centrifugale kracht afgescheiden. De vorige installaties stamden uit de jaren tachtig en liepen tegen hun grenzen aan.

Tegelijkertijd is het geen eenvoudige één-op-éénvervanging. We verbeteren het proces bewust, bijvoorbeeld met optimalisaties zoals een boogzeef en efficiëntere CIP-procedures. Het doel is om de opbrengst te verhogen, het proces te stabiliseren en de energie-efficiëntie verder te verbeteren.

Wat was de grootste uitdaging?

De grootste uitdaging zat in de combinatie van technische keuzes en uitvoering. We hebben bewust gekozen voor een nieuwe leverancier en moesten tegelijkertijd werken binnen zeer beperkte ruimte. Alles moest tot op de centimeter worden gepland.

Ook het ontwerp van de installatie verandert: in plaats van zes machines werken we in de toekomst met vier. Met drie machines kunnen we al bijna de volledige capaciteit behalen, terwijl de vierde dient als strategische reserve. Dat is niet alleen belangrijk bij mogelijke storingen, maar ook voor onderhoud tijdens de campagne. Op de lange termijn vermindert dit de druk op het onderhoud buiten de campagne.

Wat is je conclusie na de eerste weken?

Het belangrijkste is dat de installatie betrouwbaar draait en de verwachte prestaties levert. Dat volgen we op dit moment heel nauwgezet. De eerste signalen wijzen op meer efficiëntie, een hogere opbrengst en een lager energieverbruik.

Is je werk door de jaren heen veranderd?

Ja, vooral als het gaat om kennisuitwisseling. Vroeger was er veel intensiever contact, ook met onze Nederlandse collega's. Die uitwisseling was bijzonder waardevol.

En persoonlijk – wat staat er nu te gebeuren?

Ik ben van plan om begin volgend jaar met vervroegd pensioen te gaan. Thuis is er genoeg te doen. En ik ben begonnen met het brouwen van mijn eigen bier: "Reinhardsbräu". Maar als Avebe belt, sluit ik niet uit dat ik nog eens bijspring. Kennis doorgeven vind ik namelijk heel belangrijk.



De nieuwe GUM-lijn, de tijdelijke steunproductie en Stabiel Draaien

Waar samenwerken het verschil maakt

Samenwerken klinkt vanzelfsprekend, maar vraagt in de praktijk om keuzes en de bereidheid om over grenzen heen te kijken. In gesprek met voormalig Site Director Edwin de Jonge wordt duidelijk wat de integratie van Ter Apelkanaal en Gasselternijveen heeft opgeleverd: niet alleen een nieuwe manier van samenwerken, maar ook concrete resultaten in projecten als de nieuwe GUM-lijn, de tijdelijke steunproductie en in het programma Stabiel Draaien.

Gezamenlijk managementteam

Het samenvoegen van het managementteam van Gasselternijveen en Ter Apelkanaal draaide om meer dan overlegstructuren en verantwoordelijkheden. Het ging vooral om samenwerken. In het begin was dat best even schakelen, vertelt Edwin, omdat binnen en tussen de locaties een eilandcultuur was ontstaan. Toch ziet hij die cultuur zichtbaar veranderen. De nieuwe GUM-lijn, de tijdelijke steunproductie en Stabiel Draaien laten volgens hem zien wat er mogelijk is als locaties en afdelingen echt samen optrekken. “Juist als er veel tegelijk speelt, merk je hoe belangrijk het is dat mensen elkaar weten te vinden.”

Volgens Edwin was het samenbrengen van de managementteams een belangrijke stap. “Als je niet samenwerkt, kun je je werk eigenlijk niet goed uitoefenen”, zegt hij. Juist door management, afdelingen en werkwijzen dichter bij elkaar te brengen, ontstond meer overzicht en werden besluiten sneller genomen.



Dat ziet hij terug in de praktijk: procestechnologen ondersteunen elkaar over en weer, QESH-collega’s werken mee aan audits op andere locaties en expertise wordt breder ingezet. Die ontwikkeling sluit volgens hem naadloos aan op Play to Win.

Tijdelijke Steunproductie GUM-lijn

Voor Edwin laat de tijdelijke steunproductie misschien wel het beste zien wat samenwerken in de praktijk betekent. Toen de bestaande fabriek buiten bedrijf ging en de nieuwe GUM-fabriek in Ter Apelkanaal nog in aanbouw was, moest Avebe snel schakelen. Klanten moesten immers goed bediend blijven.

> “Juist als er veel tegelijk speelt, merk je hoe belangrijk het is dat mensen elkaar weten te vinden.”

De oplossing werd intern gevonden: in Gasselternijveen bouwde Avebe een sproeidroogtoren om tot tijdelijke steunproductie. Dat vroeg veel van de teams op beide locaties. “Het is ons gelukt om in negen maanden een operationele unit neer te zetten. Dat kon alleen doordat iedereen voelde: dit moeten we samen voor elkaar krijgen.” Volgens Edwin zit daarin precies de kracht: mensen waren bereid om mee te denken, snel te handelen en samen de schouders eronder te zetten. Ook de nieuwe fabriek bouwt voort op kennis van sproeidrogen die in Gasselternijveen al aanwezig was. Tegelijk paste Avebe processen aan, zodat de grondstoffen op beide locaties verwerkt kunnen worden. “Hiermee vergroten we de wendbaarheid voor de toekomst”, legt Edwin uit.

Wat is de GUM-lijn?

Op de GUM-lijn in Ter Apelkanaal maakt Avebe via een enzymatisch proces ingrediënten uit zetmeel voor uiteenlopende toepassingen.

Lees verder op de volgende pagina

“Door er steeds meer als één geheel naar te kijken, ontstaan besparingen, minder storingen en een stabieler proces.”

Energie en kosten besparen

Een ander mooi voorbeeld is het programma Stabiel Draaien. Hierin draait het om veiligheid, kostenbeheersing en voorspelbaarheid in het proces. Als de PN1-lijn stabiel draait, werkt dat door in de hele keten en verbruiken we minder droogenergie in de Aardappelmeelfabriek (AMF).



Wat is Play to Win?

Binnen Avebe is Play to Win een manier van werken die rust op drie centrale kernwaarden: samenwerking, verantwoordelijkheid nemen en ontwikkeling. Deze werkwijze vormt de rode draad in de hele keten. Processtappen die bij Play to Win horen, zijn: reflecteren, vernieuwen, veranderen, realiseren en verbinden.

Hetzelfde geldt voor de AMF’s. Als die stabiel blijven draaien, bespaar je veel kosten tijdens de aardappelcampagne. “Door er steeds meer als één geheel naar te kijken, ontstaan besparingen, minder storingen en een stabieler proces”. Volgens Edwin zit de winst vooral in het feit dat dit geen eenmalige actie is, maar een doorlopend verbeterproces.

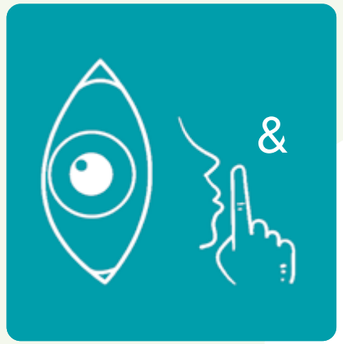
Dat merken collega’s ook op de werkvloer. Er ontstaat meer rust, het werk wordt planbaarder en de aandacht verschuift van storingen oplossen naar kwaliteit. Volgens Edwin vergroot dat ook het werkplezier: mensen ervaren meer grip op hun werk.

Daadkracht als motor voor verandering

Waar Edwin het meest trots op is, is de mentaliteit van de teams. Klanten goed blijven bedienen terwijl er tegelijk aan een nieuwe fabriek wordt gebouwd, vraagt om daadkracht en actiebereidheid. Die waren er, zegt hij. In de zomer van 2026 droeg Edwin het stokje over. Het fundament ligt er: het jaarplan en het budget staan, en het managementteam kan verder bouwen op wat in de afgelopen periode is neergezet. Wie terugkijkt op de afgelopen maanden, ziet meer dan een reeks geslaagde projecten. Het laat vooral zien wat er mogelijk is als mensen elkaar opzoeken, kennis delen en samen verantwoordelijkheid nemen.

PUZZEL

De Avebe rebus



			6			



		8				4



	3			



		5									



						2



1			–	9									

Rebus opgelost? Zet de letters uit de genummerde vakjes in de juiste volgorde en ontdek het Avebe-woord!

Oplossing

1	2	3	4	5	6	7	8	9




Innovation
by nature
since 1919
WORLD
CONFECTIONERY
CONFERENCE




Avebe



Avebe