

THIS IS HOT

TWEE AMBACHTELIJKE BAKKERS OVER KWALITEIT, GROEIEN EN VERNIEUWEN.

HET NIEUWE GENIETEN

De bakkerswinkel wint terrein, nu steeds meer mensen vallen voor de persoonlijke service en het ruime aanbod van verwenproducten.



MATTHIJS BOON
Eigenaar van Mattheus Boon Brood & Banket



CAREL ELSENBURG
Eigenaar van Desembakkerij Elsenburg & Sebastiani

BEWUST DE BESTE KEUZE

Volgens *Matthijs Boon* in Hilversum gaat de consument 'minder voor de snelle hap en meer voor kwaliteit'. Dat is goed voor de ambachtelijke bakker, maar blijft het zo? 'We moeten onszelf blijven verbeteren.'



PURE BRODEN

Dat vrijwel alle broden hier op basis van zuurdesem gemaakt worden, geeft een extra boost aan de verkoop. "Met desem spreek je de bewuste consument aan", zegt Matthijs. "We gebruiken geen smaak-, kleur- en geurstoffen, ook dát helpt. Desem is beter voor de smaakbeleving en beter voor de darmen. Die hele bewustzijnstrend is in 2020 in een stroomversnelling geraakt. We letten nu meer op wat we eten en willen weten hoe iets gemaakt wordt. Het verhaal achter het product is belangrijker dan ooit. Dat verhaal moet je vertellen én laten zien."

'Het verhaal achter het product is belangrijker dan ooit'



'NIET VERSLAPPEN'

Matthijs telt zijn zegeningen; het 'coronajaar' 2020 had slechter kunnen verlopen. Anderzijds verloor hij veel inkomsten aan de horeca. De toegenomen consumentenbestedingen maken veel goed, maar lang niet alles. Bovendien waakt hij voor verslappening. "Nu is het tijd om de consument voor lange tijd aan ons te binden. Want vergeet niet: de supermarkt staat ook niet stil. We moéten onszelf blijven verbeteren, met steeds weer nieuwe en betere producten en ingrediënten."

Kwaliteit, transparantie en beleving staan centraal in de winkel van Mattheus Boon. Die laatste twee - transparantie en beleving - zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Een glazen wand scheidt de werkruimte voor de bakkers met de winkel. De klant heeft vrij zicht op het ambachtelijke proces tussen oven en deegtafel. "We maken vrijwel alles met de hand", vertelt Matthijs. "Onze klanten vinden het leuk om dit te zien. Voor hen is dat ook een bewijs van kwaliteit."

VERWENNERIJ VOOR THUIS

Mattheus Boon Brood & Banket maakte de afgelopen jaren een sterke groei door. In 2020 steeg de verkoop aan consumenten sterker dan in voorgaande jaren, voor de eigenaar een bewijs dat er meer vraag is naar kwaliteit-voor-thuis. "Die trend is onmiskenbaar. Als het lastiger is om buiten de deur verwend te worden, moet het maar thuis gebeuren. Met uiteraard het lekkerste brood en bijzondere patisserie. Nu veel mensen thuiswerken, nemen ze de tijd om naar de speciaalzaak te gaan. Daar zijn ze minder gejaagd dan in de supermarkt en voelen ze zich veilig. Bovendien is de speciaalzaak een symbool voor extra ambachtelijkheid en kwaliteit."

'Nu veel mensen thuiswerken, nemen ze de tijd voor een speciaalzaak'

LEREN VAN ANDEREN

Mattheus onderscheidt zich ook met een divers aanbod van fijne patisserie: zes seizoensgebonden taartjes voor één tot acht personen. "Zo maken we het nóg verleidelijker om iets lekkers voor thuis te kopen. Daarnaast investeren we in een nieuwe website, met veel beelden en een korte toelichting per product, en kijk ik naar andere branches. Hoe doen zij het? Bijvoorbeeld: in de horeca zijn ze ver met gastvrijheid, daar kun je van leren. Onze klanten moeten zich thuis voelen. Ik wil ook mystery guests laten komen, omdat ik denk dat het nóg beter kan. Zo ben je constant aan het finetunen."