

‘We willen niks anders dan brood bakken’

In 1895 vestigt Goedhart Borgesius, grondlegger van het familiebedrijf, zich als lokale bakker te Wildervanck. 125 jaar later bakken de Goedhart- en Borgesius-bakkerijen brood voor heel Nederland. De essentie is hetzelfde gebleven: een puur en eerlijk product met versheid als belangrijkste ingrediënt.

1.900 verschillende broodproducten worden er in de bakkerijen van Goedhart en Borgesius gebakken. Een groot deel daarvan wordt dagelijks vers gebakken en op tijd bij circa 2.500 supermarkten en andere afnemers door heel Nederland en in het buitenland land bezorgd. Een krachttoer waarbij productie en logistiek naadloos op elkaar aansluiten. Hoe anders was de situatie toen Goedhart Borgesius in 1895 voor 2.500 gulden een kleine bakkerij in Wildervanck overnam en daarmee onbewust de basis legde voor deze bakkerijgroep die een belangrijke bijdrage levert aan de Nederlandse broodmarkt.

Broodbesluit

“Het was een armoedige tijd en er werden eigenlijk maar twee soorten brood gebakken: grauwbread en roggebread”, vertelt directeur Frits Borgesius. De bakkerij lag aan het diep, dichtbij de sluis, zodat passerende schippers snel

brood konden kopen terwijl ze geschut werden. De bakkerij lag in een gebied dat voornamelijk aardappelen en turf voortbracht. Het vlakke landschap, met zijn kenmerkende vaarten die naar de steden verderop voeren, is er door bepaald. Het verkeer op die vaarten zorgde voor een bescheiden bedrijvigheid in plaatsen als Oude Pekela, Stadskanaal en Veendam. “Maar in de wintertijd was er weinig te doen en kon er nauwelijks iets verdiend worden”, aldus financieel directeur Janet Borgesius.

Na het overlijden van Goedhart zette zijn vrouw – Jantje Borgesius-Van der Veen – samen met de oudste kinderen de bakkerij voort. De oudste zoon – Tjakko – startte later een eigen bakkerij in het nabijgelegen Musselkanaal, terwijl een jongere broer de bakkerij in Wildervanck overnam. “Wij zijn nazaten van deze Tjakko en zijn vrouw Hendrika Borgesius-Baas, maar het was zijn zoon – opnieuw een Goedhart – die veel later, samen

met zijn vrouw Emile, in 1967, een besluit nam dat de transformatie van het nog altijd kleinschalige familiebedrijf naar een industriële bakkerij inluidde”, aldus Janet Borgesius.

Als eerste bakker in de regio besloot deze Borgesius namelijk brood te gaan leveren aan supermarkten - toen veelal nog kruidenierswinkels die net de overstap naar zelfbediening hadden gemaakt. Het zogeheten Broodbesluit van 1967 bepaalde dat levensmiddelenwinkels ook brood mochten verkopen. Jan Borgesius: “Maar dat ging niet zonder slag of stoot. Op de dag dat we brood gingen leveren aan Spar (waaronder de Eerste Groningsche Handelsmaatschappij, red.), liepen al onze broodventers weg.”

Aanhoudende groei

En toch was het besluit om brood te gaan verkopen aan supermarkten bepalend voor de verdere ontwikkeling van het bedrijf. In de jaren daarna





V.l.n.r. Janet, Ton, Frits en Jan Borgesius bij één van de productielijnen in de bakkerij in Stadskanaal

groeiden de supermarkten als kool en Borgesius groeide als het ware mee. “En terwijl Goedhart zich vooral met de bakkerij bezighield, deed mijn oma (Emile Borgesius-Trip, red.) de gesprekken met de klanten, de retailers”, aldus Janet Borgesius.

Iets wat de groei van het bedrijf volgens Jan Borgesius in die jaren ook bewerkstelligde, is het doorbreken van de sterke maatschappelijke verzuiling van toen. In de bakkerij werkte een protestant voor het eerst samen met een katholiek en een socialist. Jan Borgesius: “Wij zijn van huis uit Nederlands Hervormd, maar hebben altijd een open houding gehad. Die ontwikkeling van verzuild naar neutraal hebben we hier van dichtbij meegemaakt.”

Borgesius bleef in al die jaren daarna groeien, zowel autonoom als door het overnemen van bakkerijen. De grootste acquisitie volgde enkele jaren geleden, toen in 2016 het aanzienlijk grotere Bakkersland werd overgenomen van investeerder Parcom. Daarop volgde een splitsing van het inmiddels uit twintig bakkerijen bestaande bedrijf, onder de familieholding. Daarbij werkt Borgesius met negen bakkerijen exclusief voor Ahold Delhaize, terwijl Goedhart vanuit drie zelfstandige ondernemingen (Brood & Specialiteiten, Patisserie en Convenience) met in totaal elf bakkerijen bakt en creëert voor supermarkten, tankstations en foodservice.

Verbeterd imago

“Dat we dat hebben kunnen bereiken, hebben we te danken aan onze klanten, onze mensen en onze leveranciers”, aldus Jan Borgesius. Het 125-jarige bestaan wordt dan ook juist met deze ‘stakeholders’ gevierd, om te beginnen op 13 juni met het personeel en hun families.

Janet Borgesius: “Er komen ook momenten voor klanten en leveranciers, maar de details daarvan houden we nog even voor ons.”

De familie staat zelf niet zo graag in de schijnwerpers, of zoals Jan Borgesius het uitdrukt: “we proberen altijd achter een dikke boom te staan.”

De familie houdt zich liever bezig met de vraag hoe het maagaandeel van brood behouden kan blijven. Ook de Nederlandse broodcultuur gaat de familie aan het hart. Jan Borgesius: “Die is uniek en ook die willen we behouden. Wij willen niks anders dan brood bakken.”

Want ondanks het succes van het bedrijf, zijn er wel zorgen als het gaat om de broodconsumptie in ons land. Zo lag brood een aantal jaren geleden nog flink onder vuur. Ton Borgesius: “Veelal ongefundeerde kritiek van zelfbenoemde voedselgoeroes. Maar het werd wel allemaal gezegd. En het raakte de broodconsumptie.”

Gelukkig is het imago van brood sindsdien verbeterd. Door toedoen van wetenschappelijk onderzoek dat laat zien dat brood past in een gezonde levensstijl, door een versterkte focus op

volkoren, door EU-campagnes voor brood, maar bijvoorbeeld ook door die documentaireserie over brood van Robèrt van Beckhoven. Voor het eerst sinds tien jaar is de consumptie van brood het afgelopen jaar weer gestegen.

Meer eetmomenten

En hoewel een jubileum een moment van stilstaan en terugblikken is, moet het bedrijf natuurlijk vooruit. Dat betekent voortdurend inspelen op een veranderende markt waar de vaste maaltijden van ontbijt, lunch en diner steeds meer plaats maken voor meer eetmomenten tussendoor, die veelal ook nog eens onderweg plaatsvinden.

Janet Borgesius: “Daar moeten we in mee, met onze producten maar ook met onze organisatie. Die veranderende klantbehoefte, daar zetten we zwaar op in.”

Het samenspel tussen leveranciers, de eigen organisatie en klanten luistert nauw. Maar ondanks alle moderne middelen is een brood iedere dag weer anders. Die broodketen, met al zijn schakels, blijft fascineren, al 125 jaar. ■