Groeien wanneer de ruimte kleiner wordt

Foodproducenten zoeken houvast in waterstof, AI en digitale weerbaarheid

HOUTEN, 12 NOVEMBER 2026 | REDACTIE FOODINDUSTRIE EXPERTS

Netcongestie remt uitbreiding, kunstmatige intelligentie verandert werk en marketing, en cyberaanvallen kunnen een fabriek stilleggen. Tijdens de negende editie van The Future of Food & Retail werd duidelijk dat groei in de voedingsmiddelenindustrie niet langer alleen afhangt van machines en marktvraag. Technologie biedt uitwegen, maar vraagt tegelijk om scherpere keuzes en menselijke regie.

Dagvoorzitter Saskia Stender van Vakblad Voedingsindustrie opende de bijeenkomst bij SVO Vakopleider Food in Houten. Roeland Buijsse, voorzitter van het College van Bestuur van SVO, heette de bezoekers welkom. Daarna volgden vier hoofdsprekers, waarbij John Wallbrink twee afzonderlijke bijdragen verzorgde.

Waterstof is geen wondermiddel

Ing. Beau Broen van Hydrogen Bridgebuilders beet het inhoudelijke deel af met een probleem dat voor steeds meer bedrijven een harde groeigrens vormt: een vol elektriciteitsnet. Ondernemers willen elektrificeren of uitbreiden, maar kunnen niet altijd rekenen op een zwaardere aansluiting.

Broen waarschuwde voor te eenvoudige oplossingen. Rechtstreekse elektrificatie blijft doorgaans efficiënter en batterijen zijn vooral bruikbaar voor kortdurende opslag. Waterstof kan interessant worden wanneer energie langer moet worden opgeslagen, hoge procestemperaturen nodig zijn of netcapaciteit ontbreekt.

Voor foodbedrijven ligt een kans in de combinatie van zonnepanelen, warmtevragen en organische reststromen. Niet ieder bedrijf hoeft zelf een elektrolyser of vergister te bezitten. Juist samenwerking met energiebedrijven, logistieke partijen en lokale afnemers kan een haalbaar energiesysteem opleveren. De eerste vraag is daarom niet: “Moeten wij waterstof gebruiken?”, maar: “Welk energieprobleem moeten wij oplossen?”

AI maakt zichtbaar, maar niet onderscheidend

John Wallbrink liet vervolgens zien hoe snel AI een geloofwaardig merk kan bouwen. Een naam, verpakking, website en merkverhaal zijn binnen korte tijd te produceren, ook wanneer achter het merk nog nauwelijks een onderneming schuilgaat.

Dat maakt algemene claims als kwaliteit, vers, service en ambachtelijk steeds minder krachtig. Ze kunnen waar zijn, maar vrijwel iedere concurrent gebruikt ze. Volgens Wallbrink moeten bedrijven hun propositie toetsen op twijfel bij de klant, kracht van de claim, herkenbaarheid, aankoopargument en bewijs.

AI kan die analyse versnellen, maar maakt een merk niet vanzelf sterker. Zonder menselijke controle ontstaat vooral meer gladde, inwisselbare content. Bedrijven moeten daarom niet méér van hetzelfde publiceren, maar concreet laten zien waar hun ervaring, deskundigheid en bewijs uit bestaan.

AI als kritische collega

Na de pauze richtte Wallbrink zich op AI in de bedrijfsvoering. Individuele tijdwinst betekent nog niet dat een onderneming als geheel beter presteert. Projecten mislukken wanneer ze te groot beginnen, geen meetbaar doel hebben of onvoldoende rekening houden met data, beheer en beveiliging.

Zijn advies: start klein, kies een toepassing met direct zichtbaar resultaat en organiseer tegenspraak. Een digitale adviesraad met verschillende AI-perspectieven kan aannames blootleggen en alternatieven aandragen. De ondernemer blijft echter verantwoordelijk voor broncontrole en besluitvorming.

Ook gegevensbescherming kreeg nadruk. Recepturen, marges, contracten en klantgegevens horen alleen thuis in goedgekeurde AI-omgevingen met duidelijke afspraken over toegang, opslag en menselijk toezicht.

Cyberveiligheid raakt de productievloer

Henk Bijsterbosch van Samen Digitaal Veilig maakte duidelijk dat cybersecurity geen uitsluitend technisch onderwerp meer is. Voor foodproducenten raken incidenten direct aan productiecontinuïteit, voedselveiligheid en leveringszekerheid.

Het risico zit niet alleen in kantoorautomatisering. Productiemachines gaan vaak veel langer mee dan hun software. Verouderde besturingssystemen, verbindingen tussen IT en OT en externe onderhoudstoegang kunnen aanvallers een route naar de fabriek bieden.

Bedrijven moeten daarom hun kritieke processen en leveranciers inventariseren, toegangsrechten beheersen, maximale uitvaltijden bepalen en herstel testen. Een back-up is pas waardevol wanneer aantoonbaar is dat die ook kan worden teruggezet. Daarnaast is een geoefend crisisteam nodig met vertegenwoordigers van directie, IT, techniek, kwaliteit, logistiek en communicatie.

Bijsterbosch benadrukte bovendien de ketenverantwoordelijkheid. Retailers en grotere klanten vragen leveranciers steeds vaker om aantoonbare digitale maatregelen. Cyberveiligheid wordt daarmee onderdeel van contracten, audits en inkoopvoorwaarden.

Beslissen onder het oog van de camera

Na het diner sloot scheidsrechter en ondernemer Bas Nijhuis het inhoudelijke programma af. Met voorbeelden uit het betaald voetbal liet hij zien dat gezag minder draait om regels alleen dan om samenwerking, communicatie en het vermogen om na een fout door te gaan.

Een scheidsrechter werkt met assistenten, een vierde official, videoscheidsrechters en vele camera’s. Nijhuis kiest bewust collega’s die hem aanvullen en corrigeren. Voor ondernemers was de parallel helder: een sterk team bestaat niet uit mensen die hetzelfde denken, maar uit mensen die elkaars zwakke plekken opvangen.

Ook contact vóór het moeilijke moment is volgens Nijhuis essentieel. Wie vooraf een relatie opbouwt, krijgt tijdens een conflict meer ruimte om een besluit uit te leggen. Technologie kan extra informatie leveren, maar neemt de verantwoordelijkheid voor de uiteindelijke beslissing niet over.

De mens houdt de regie

De rode draad van de middag lag daarmee onverwacht dicht bij elkaar. Waterstof vraagt om systeemkeuzes en samenwerking. AI vraagt om onderscheid, broncontrole en duidelijke grenzen. Cyberveiligheid vraagt om voorbereiding en aantoonbaar herstel. In alle gevallen vergroot technologie zowel de mogelijkheden als de verantwoordelijkheid.

De foodfabriek van de toekomst wordt niet alleen bepaald door haar machines. Minstens zo belangrijk zijn een flexibele energievoorziening, een weerbare digitale keten en mensen die kritisch blijven denken. Technologie verandert het speelveld, maar de wedstrijd wordt nog altijd door mensen geleid.