

TRANSPORTBAND ALS SCHAKEL IN DE PRODUCTIEKETEN

Processen verbinden met interne logistiek

TEKST EN BEELD: ALEX KUNST

De productie van interne transportsystemen voor de voedselverwerkende industrie is de belangrijkste activiteit van Marvu. Dankzij de oriëntatie op meerdere sectoren tegelijk kan het bedrijf specialistische ontwikkelingen breed toepassen.

Voor Rens van Heesch, medewerker verkoop en marketing bij Marvu, is de bedrijfslogan de beste typering voor de organisatie. Van Heesch: "We zijn 'sterk in verbinden.'" De slogan kan op allerlei manieren worden uitgelegd. Van Heesch noemt de verbinding met de klant en het verbinden van componenten in een machine of installatie. De belangrijkste taak is echter de logistieke verbinding van processen bij de klant, waarbij ook automatisering een rol speelt. Marc Vulders, directeur van het bedrijf: "Als we onze transportbanden installeren, is het van belang dat de verschillende snelheden van de productieapparatuur en de snelheid van de banden op elkaar worden afgestemd. En als de inpakeneheid stopt, moet dat signaal automatisch worden doorgegeven aan de aanvoer."

De klanten van Marvu zijn zowel eindgebruikers als OEM'ers. Nederland behoort tot de grootste en efficiëntste producenten op het gebied van agrofood ter wereld. Toch is Nederland niet het enige afzetgebied voor Marvu. Vulders: "Onze producten worden ook geëxporteerd. Dat gebeurt via machinebouwers in Nederland en België, maar we hebben ook opdrachtgevers in andere landen." Marvu concentreert zich voornamelijk op producten voor interne logistiek en bouwt ook een aantal speciaal machines voor diverse verwerkingsprocessen in de voedingsindustrie. Naast de brood- en banketindustrie levert Marvu bijvoorbeeld aan de vis- en vleesverwerkende industrie, de zuivelindustrie, de AGF (aardappelen, groente en fruit) en de convenience industrie. Het bedrijf past

daarom feitelijk bij zowel branchegroep NBT (Nederlandse Bakkerij Techniek) als DMFI (Dutch Machinery for the Food Industry). Marvu is dus een voorbeeld van een bedrijf voor welke de fusie tussen beide partijen een logische stap is (zie kader).

STRENGE EISEN

De eisen van de controlerende instanties in de voedselverwerkende industrie van Nederland zijn de laatste jaren aanzienlijk aangescherpt. Nederlandse Voedselproducenten zijn daarom goed op hoogte van het belang van de juiste FDA-verklaringen, migratieverklaringen en leve-

'We zijn het gewend om te werken met voedselcontactmaterialen'

ringsvoorwaarden. Van Heesch: "De kracht van dit bedrijf is dat onze oplossingen hygiënisch zijn en goed te reinigen. In de banketindustrie, bijvoorbeeld, lopen we op het gebied van hygiëne voorop. Ook daar worden de eisen steeds strenger. We zijn het gewend om te werken met voedselcontactmaterialen, en om migratieverklaringen af te geven." Europese verordeningen schrijven voor dat de traceerbaarheid van materialen en voorwerpen die bestemd zijn om met levensmiddelen in contact te komen, in alle schakels van de keten moet worden gegarandeerd. Vulders. "Van elke kunststofplaat weten we bij welk werkstuk het hoort, van welke batch en leverancier het afkomstig is. Via de leverancier weten we weer bij wie hij zijn granulaat betreft. Alles is te herleiden."

LEGOSTENEN

Op het lasersnijden en kanten na worden alle werkzaamheden in eigen huis verricht. Vulders: "We produceren standaardcomponenten – ik noem het altijd legostenen – die we steeds opnieuw combineren tot een unieke configura-



Directeur van Marvu Marc Vulders (links) en Rens van Heesch.



foto: marvu

Marvu levert onder andere aan de vis- en vleesverwerkende industrie, de zuivelindustrie, de AGF en de convenience industrie.

tie.” Marvu ontwikkelt en innoveert regelmatig, maar er lopen geen patenten op de producten. Vulders: “Controle op schendingen is ondoenlijk met zoveel producten in het buitenland. Een patent betekent bovendien dat iedereen kan zien hoe je iets hebt gemaakt.”

Een bijzonder product dat Marvu zelf ontwikkelde is de Rapid bochtband. Het was het eerste project van Rens van Heesch tijdens de afstudeerstage voor zijn studie commerciële economie. “Eenmaal afgestudeerd ben ik bij Marvu gebleven. Ik vind de combinatie commercie en techniek interessant.” Volgens Van Heesch wordt er in de maakindustrie vaak vanuit de techniek gedacht. Het product wordt ontwikkeld en daarna wordt bedacht hoe het verkocht moet worden. “Wij kijken bij productontwikkelingen eerst naar de toegevoegde waarde voor de klant in zijn dagelijkse praktijk. Als hij die extra waarde kan ervaren, volgt de commercie en het vermarkten vanzelf.” Met die gedachte in het achterhoofd schreef Van Heesch een plan voor de bochtband. Het ging om een volledig ontwikkeld product dat werd verkocht binnen bepaalde doelgroepen. De band werd vervolgens aangepast waardoor hij ook geschikt werd voor klantgroepen met hogere hygiënische eisen. Van

Heesch: “De band is nu bijvoorbeeld geschikt voor de productie van kroketten. We zien de aanloop vanuit onder meer snackfabrikanten en bakkerijen dan ook steeds groter worden.”

AFGEBAKENDE DOELGROEPEN

“Ik begon in 1993 en de eerste 15 jaar deed ik niet aan acquisitie. Dat hoefde niet, want er was werk genoeg,” vertelt Vulders. “Sinds we actief zijn op internet zien we nieuwe klanten binnenkomen. Koude acquisitie doen we nog steeds niet, maar we zijn nu beter vindbaar en we ontwikkelen dus producten waar nieuwe klanten behoefte aan hebben.” De laatste jaren richt Marvu zich steeds meer op specifieke klantgroepen. Vulders: “Ooit kregen we de vraag van een steenstripfabrikant of onze doseermachine ook gips kon verwerken. Dat bleek te kunnen en er wordt nog steeds mee gewerkt. Maar op dat soort vragen gaan we nu niet meer in. We hebben onze doelgroepen goed afgebakend. We hebben daarvoor criteria opgesteld. Als het daarbinnen valt dan gaan we er graag mee aan de slag.”•

www.marvu.nl
www.nbt-bakkerijtechniek.nl
www.dmfi.nl

NBT vindt partner in DMFI

NBT (Nederlandse Bakkerij Techniek) en DMFI (Dutch Machinery for the Food Industry) hebben recent de intentie uitgesproken om als één branchegroep verder te gaan. Frans van der Brugh is branchemanager van beide organisaties en is direct bij het fusieproces betrokken. Van der Brugh: “NBT is specifiek gericht op de leveranciers voor de bakkerijindustrie, terwijl DMFI zich hard maakt voor de machinebouwers en installateurs in de brede voedingsmiddelenindustrie, waartoe dus ook de bakkerijsector behoort. De twee groepen hadden al veel met elkaar te maken.”

Op 20 november 2018 kwamen de leden van beide partijen bij elkaar. Daar werd positief gereageerd op het idee van een fusie. Van der Brugh: “Per 1 januari 2019 werken we samen. We hebben een jaar om alles samen te voegen en aan het eind van 2019 wordt de fusie formeel. Vanaf 2020 gaan we als DMFI verder.” De nieuwe combinatie heeft 36 leden die op allerlei manieren voordelen halen uit de fusie, aldus Van der Brugh. “De leden kunnen leren over regelgeving op het gebied van (voedsel) veiligheid in andere sectoren en instroombevordering. Binnen de keten zijn er steeds meer losse componenten, dus het is ook daar goed dat er meer wordt samengewerkt. DMFI wordt bovendien steeds meer een spreekbuis voor machinebouwers in de voedselverwerkings- en producerende industrie.” De leveranciers van bakkerijen krijgen een sectie binnen DMFI. NBT Magazine, het vakblad voor de gehele bakkerijbranche, blijft dan ook bestaan.

