

SPECIALIST IN PLANT-BASED PROTEIN FOOD

jubileummagazine



*“Wie vasthoudt
aan zijn visie,
maakt dromen waar”*

**125 jaar
schouten**





ICT-partner
Schouten Europe

 www.vpo.nl
 088 8760000



Fresh frozen
Belgian vegetables
www.pasfrost.be

sauce
C O M P A N Y



Voltstraat 22 5753 RL Deurne Tel. +31 493 31 91 91 info@saucecompany.nl www.saucecompany.nl

Geachte relatie,

Het doet me enorm veel plezier om u, met dankbaarheid en gepaste trots, en namens al mijn collega's, dit prachtige jubileummagazine aan te bieden. De familie Schouten is al 125 jaar actief in de voeding van mens en dier. Een mijlpaal die gevierd mag worden. Dat doen wij graag met u.

In 1893 richtte mijn overgrootvader in de Burgstraat in het Brabantse Giessen een bakkerij op. Het begin van een mooi familiebedrijf. Jarenlang voerde mijn familie internationale handel in grondstoffen. Hiermee verkreeg zij veel kennis over diverse plantaardige eiwitbronnen. De basis voor Schouten vandaag. In vegetarische producten zag en zie ik toekomst.

In 2013 ging Schouten overzees. Eerst naar India, later ook naar het Midden-Oosten en Amerika. In de laatste twee jaar raakte het vegetarisch segment in een stroomversnelling. Het bewustzijn bij de consument groeit en vegetarisch eten is populairder dan ooit. De flexitariër wordt meer en meer de nieuwe standaard. Dat belooft wat!

Ik vind het prachtig om dag in dag uit iets goeds te kunnen doen voor mens, dier en planeet. Een duurzaam alternatief te bieden voor vlees. Het is fantastisch om te zien dat u dit waardeert. Ik wil u bedanken voor uw partnership. Want zonder u geen 125 jaar Schouten. Wie viert dat nu nog?

Wij met u dus.
Veel leesplezier.

“Het vegetarisch segment zit in een stroomversnelling, dat belooft wat”

Henk Schouten,
Algemeen Directeur Schouten



Dear relation,

On behalf of all of my colleagues, I am delighted to offer you this wonderful anniversary magazine, which I am doing with gratitude and proper pride. The Schouten family has been active in the food industry for people and animals for 125 years. This is a milestone that should be celebrated. We are working day and night to do good for people, animals and the world, offering a sustainable alternative for meat. It is wonderful to see how much you appreciate it. I would like to thank you for your partnership because, without you, there would not have been 125 years of Schouten.

Henk Schouten,
Schouten General Manager

COLOFON

UITGEVER
Barry Reede

SALES & TRAFFIC
Marloes Oink

NEW BUSINESS
Marja Maars

REDACTIE
Crissy Mulder

FOTOGRAFIE
Schouten Europe
Jeroen van Eijndhoven

VORMGEVING
Colette Korteweg

OPDRACHTGEVER
Schouten Europe
0183 44 63 90
www.schouteneurope.com
info@schouteneurope.com

MET DANK AAN
Amerongen Kamphuis, Autobedrijf Uitwaard, Culitoppers, Dalco Food, Dipac Verpakkingen, InPackt, Meat Insiders, Nieuwkoop Advies & Administratie, Nijland, Pasfrost, Saucecompany, SKM Europe, VPO en Zwaluwebouw.

DRUKWERK
MediaCenter Rotterdam

COPYRIGHT
Niets uit onze magazines mag zonder schriftelijke toestemming van Great Magazines op welke wijze dan ook worden veeleelvoudigd of anderszins toegepast worden.



Interesse in een Great Magazine?

Neem contact met ons op voor de mogelijkheden.

(020) 5800 977
info@greatmagazines.nl
www.greatmagazines.nl



great
magazines

125 Jaar Schouten

“De vegetarische markt groeit als kool”

Al 125 jaar Schouten. Een prestatie om trots op te zijn. Sinds 1990 staat Henk Schouten, samen met zijn broers, aan het roer van dit familiebedrijf. Hij gaat voor duurzaamheid en startte het eerste Nederlandse bedrijf in ontwikkeling van vleesvervangers op basis van soja-eiwit. Samen met zijn drie zoons Niek-Jan, Peter en Wouter Schouten trekt hij de organisatie naar een hoger level. Naast Europa, nu ook in India, het Midden-Oosten en Amerika. De algemeen directeur blikt terug op de mijlpalen.

De mijlpalen

“Schouten Europe, Aahaar India, Middle East en USA maken deel uit van de Schouten Groep. Voor het ontstaan daarvan, neem ik u mee terug naar **1893**. Toen opende mijn overgrootvader een bakkerij in het Brabantse Giessen. Deze ging over van vader op zoon. Vanwege tekorten in de **Eerste Wereldoorlog** stapte mijn grootvader van humane producten over naar veevoer. Diverse soorten grondstoffen mengde hij om zo tot de beste voeding voor dieren te komen. Rond **1950** kreeg dit vorm in geperste koeken. Rond **1960** zocht Schouten de internationale handel op. In **1967** vond de eerste verscheping vanuit Amerika plaats. Ik kwam in **1981** aan boord. Naast

de oorspronkelijke Schouten Groep startte ik samen met mijn oom Schouten van de Voort op. Een dochteronderneming waarin wij grondstoffen rechtstreeks aan de boer verkochten, zonder tussenkomst van de mengindustrie. Via jarenlange internationale handel in grondstoffen verkreeg mijn familie veel kennis over diverse plantaardige eiwitbronnen. Vanuit deze kennis boden wij boeren tevens directe begeleiding en advies. Een volgende dochteronderneming, onder de noemer *Schouten agrarisch adviesbureau*, was in **1991** een feit. In de loop der jaren ontdekte ik dat het stukken efficiënter en duurzamer is wanneer je plantaardige grondstoffen direct omzet in humane voeding. Eind **jaren 80** dacht ik al na over een



KLANT AAN HET WOORD

Martijn Jacobs

Senior Purchasing Manager, IPC Europe

“ Al 15 jaar levert Schouten ons een product dat wij in al onze Europese Subway® restaurants gebruiken. Schouten Europe is proactief in productverbetering en gefocust op productkwaliteit en efficiëntie. Dit is een voorbeeldleverancier m.b.t. de lange termijnrelatie. Door de intensieve samenwerking in Europa heeft Schouten nu ook toegang tot de Subway® stores in Noord Amerika. ”



Henk Schouten

Werkt bij Schouten sinds: **1981**
Zet zich in als: **Algemeen Directeur**
Is enthousiast over: **Het creëren van een
mooiere wereld voor mens,
dier en planeet**

duurzaam alternatief voor vlees. Op de lange termijn moeten we immers met meer mensen, die meer te besteden hebben, een planeet delen die nu al wordt overvraagd. Een alternatief voor vlees is nodig.

In **1990** startte ik daarom het eerste Nederlandse bedrijf in ontwikkeling van vleesvervangers op basis van soja-eiwit. In **2000** ontwikkelden we het merk GoodBite. Onder deze noemer beproeven we sinds **2013** ons geluk ook buiten de grenzen van Europa. In **2013** richtten we Schouten Aahaar India op in Ahmedabad. In **2014** was het de beurt aan Schouten Middle East in Dubai en in **2015** aan Schouten USA in New York. De toekomst ziet er rooskleurig uit. De vegetarische markt groeit als kool en steeds meer consumenten stappen over op een duurzamere manier van leven. Met minder of zelfs helemaal geen vlees. In die ontwikkeling staan wij vooraan."

125 Years of Schouten

Together with his brothers, Henk Schouten has been in charge of the Schouten family business since 1990. They and Henk's three sons, Niek-Jan, Peter and Wouter Schouten, raise the company to a higher level. Apart from its activities in Europe, Schouten is now also present in India, the Middle East and the USA. The general manager reflects on the milestones.

"Schouten Europe, Aahaar India, Middle East and USA are part of the Schouten Group. Let me tell you about their origins by taking you back in time to 1893, when my great-grandfather opened a bakery in Giessen in the Dutch province of North Brabant. The bakery passed from father to son. Because of the shortages in the First World War, my grandfather switched his focus from food for people to animal fodder. Through years of international trade in raw materials and fodder, my family gained a lot of knowledge about vegetable protein sources. In 1990, I started the first Dutch company that developed meat substitutes out of soybeans. In 2000, we developed the GoodBite brand. Under this name, we have been testing our luck beyond Europe's borders since 2013."



Het geheim

*“Wie vasthoudt aan zijn visie,
maakt dromen waar”*

Wat het geheim is van 125 jaar succes?

Volgens Henk Schouten: kwaliteit, betrokkenheid én een lange adem. “In de laatste twee jaar raakte het vegetarisch segment in een stroomversnelling. De flexitariër is hot en de peulvrucht onmisbaar. Maar, daar moesten wij, sinds de start van Schou-

ten Europe, nog wel een generatie op wachten. In 1990 was de vegetariër nog een uitzondering op de regel en van flexitariërs had men nog nooit gehoord. De huidige generatie hecht meer waarde aan duurzaamheid. Zij is zich meer bewust van de noodzaak om minder vlees te eten. Deze



KLANT AAN HET WOORD

Sten Becker

Lead Buyer, Marfo Food Group

“Sinds 2006 maakt Schouten voor ons vegetarische producten. Dat begon met de veggie braadworst en breidde uit tot een breed assortiment. In onze branche werken klanten op cyclusbasis. Iedere drie of zes maanden willen zij verrast worden met nieuwe producten. Daarin denkt Schouten actief mee. Deze partij prikkelt onze ontwikkelaars met nieuwe ideeën.”

The secret

What is the secret of 125 years of success? According to Henk Schouten, it is quality, involvement and patience: "In the last two years, the vegetarian segment has become a booming business. This is our moment. I believe that people who are steadfast in their vision will make their dreams come true. I think it is beautiful that I can earn money by doing good for our planet. In addition, we give to charity. At Schouten, we try to make our world a little better."

generatie biedt ons de kans te kunnen groeien. En dat doen we. Op basis van jarenlange ervaring. We moesten er dan wel 18 jaar op wachten, maar dit is ons moment. Want wie zich vasthoudt aan zijn visie, maakt zijn dromen waar.

Op naar een mooiere wereld

Iedere dag weer krijg ik volop energie van het ontwikkelen van nieuwe duurzame producten en het samenwerken met fijne mensen. Ik vind het belangrijk dat iedereen zich hier op zijn plek voelt. Dat wij samen de kost kunnen verdienen met iets goeds voor onze planeet en daarnaast iets overhouden voor anderen die het minder goed hebben. Schouten ondersteunt verschillende goede doelen. Zo hebben al onze medewerkers een eigen sponsorkind en helpen we mensen in India. Al is het slechts een druppel op een gloeiende plaat. Met Schouten gaan wij voor die net wat mooiere wereld."

*"We hebben er 18 jaar
op gewacht,
dit is ons moment"*



DALCO FOOD DELICIOUS FOR YOUR DISHES

We create and taste with passion,
knowledge and fun



DALCO FOOD

For all your side dishes, meal components,
snacks, finger food and other ingredients.

Sweelinckstraat 8 | 5344 AE Oss Nederland
T +31(0)412 - 675 050 www.dalco.nl

Vlees noch vis

*“De flexitariër is hot,
dat biedt 1000 nieuwe kansen”*

Van een vegetarische rookworst tot linzenburger, onder het GoodBite merk of private label, bij Schouten Europe is niets te gek. Zolang het maar lekker, gezond en zoveel mogelijk puur natuur is, glimlacht productontwikkelaar Yvonne Crijns. “Enerzijds zijn wij een veggie foodpartner voor onze klanten, anderzijds een trendsetter onder ons eigen merk.”

In de proefkeuken houdt Yvonne zich bezig met productontwikkeling en recepturen. Voor het eigen merk GoodBite en op basis van klantvragen, onder private label. Dit assortiment is onder te verdelen in producten die sterk op vlees lijken, zoals hamburgers en worstjes en in producten die hier wat verder vanaf staan, zoals notenburgers en groenteballetjes. Die tweede groep is nu erg in opkomst, weet marketing manager Mark van Noorloos te vertellen.

Dit is trendy

Mark zit bovenop de laatste trends en is vol enthousiasme over de recente ontwikkelingen in de foodbranche: “In de 90’s en 00’s produceerden wij vooral voor vegetariërs en veganisten. We maakten vleesvervangers op basis van soja, een goede vervanger voor dierlijke eiwitten. Nu is de flexitariër in opkomst. Dat biedt ons enorm veel nieuwe kansen! Deze consument zoekt voor één of meerdere dagen per week een alternatief

Facts & Figures

Vegetarisch eten is hot

- Bijna 90% van de Nederlanders eet regelmatig ten minste één dag in de week geen vlees.
- 55% van de Nederlanders vervangt 3x in de week vlees voor een plant-based proteïne alternatief.
- Gezondheid en een gebalanceerd dieet zijn de belangrijkste redenen voor Nederlanders om minder vlees te eten.





Neither fish, nor flesh, nor fowl

From a vegetarian smoked sausage to a lentil burger, under the GoodBite brand or private label, Schouten Europe is game for everything. As long as it's tasty, healthy and as natural as possible. Product developer Yvonne Crijns smiles: "On the one hand, we are a veggie food partner for our customers and on the other hand, a trendsetter under our own brand."

"The flexitarian is on the rise. This gives us a lot of new opportunities", marketing manager Mark van Noorloos says. "Protein-rich meat substitutes increasingly give way to products with nuts and legumes. We adapt to this trend." Yvonne says that she has recently developed a gluten-free coating. A vegan cheese schnitzel and marinated, pre-baked tempeh cubes are other novelties and flagship products. Mark feels it is important to be innovative at Schouten. "We were trendsetters twenty years ago, when vegetarian food was still a bit contrarian. Thanks to our passion, we are now leading the way. We hope to keep doing so for many years to come."

voor vlees. De vervanging in eiwitten is voor hem wat minder van belang. Hij vindt ook verzadiging in bijvoorbeeld noten en peulvruchten." Volgens Mark maakt de eiwitrijke vleesvervanger meer en meer plaats voor deze noten- en peulvruchtentrend. Lekker voor de variatie en beter voor het milieu, want deze grondstoffen vinden we ook dichtbij huis.



Mark van Noorloos

Werkt bij Schouten sinds: **2009**
Zet zich in als: **Marketing Manager**
Is enthousiast over: **Voedingstrends
en nieuwe kansen**



Ruim 30 jaar ervaring
in flexibele verpakkingen voor food en non-food.

- Mono- en meerlaagse folie, waaronder papierlaminaat voor flowpack
- Hoge kwaliteit skinpack folie
- Barrière films voor trayseal toepassingen
- Voorgevormde zakken met en zonder hersluiting
- Flexo- en diepdruk tot 10 kleuren
- Papertouch



Wij geven verpakkingsadvies op maat
en helpen u bij het optimaliseren
van uw verpakkingslijn.

De Bolder 53 9206AP Drachten
Tel: 0512-571057 info@inpackt.nl
www.inpackt.nl

www.uitwaard.nl



Autobedrijf Uitwaard
Erkend Duurzaam
Gecertificeerd, levert
en onderhoudt het
wagenpark van
Schouten Europe B.V.!

Elke werkdag geopend tot 21:00 uur!

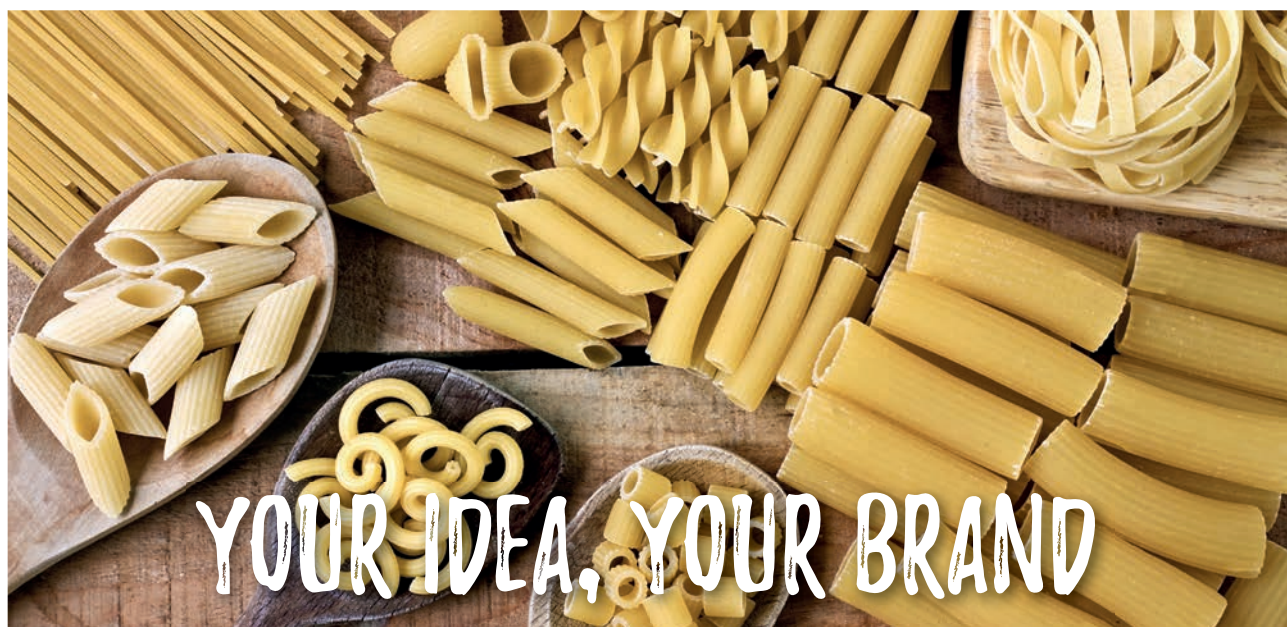
NIJVERHEIDSTRAAT 7 • 4283 GW GIESSEN • 0183 44 85 39



Administratieve en
fiscale verplichtingen:
van Aangifte tot
Zorgplicht geregeld



Nieuwkoop
ADVIES & ADMINISTRATIE
Bezoekadres Blik 2 | 4941 SG Raamsdonksveer | Telefoon 0162 - 51 96 64
Fax 0162 - 51 96 36 | info@nieuwkoop-aa.nl | www.nieuwkoop-aa.nl



Voltstraat 22 5753 RL Deurne +31 493 32 25 22 info@culitoppers.nl www.culitoppers.nl



Yvonne Crijns

Werkt bij Schouten sinds: **2016**
Zet zich in als: **Product Developer**
Is enthousiast over: **Het maken van mooie producten o.b.v. plantaardige ingrediënten**

Dit is nieuw

Op basis van trends en klantvragen ontwikkelt Yvonne samen met haar collega's Wouter en Ralf nieuwe vegetarische producten: "Steeds vaker staan we met peulvruchten en noten in de keukens. Laatst nog ontwikkelden we een glutenvrije coating voor onze linzenburger. Andere nieuwtjes zijn een plantaardige kaasschnitzel en gemarineerde en voorgebakken tempéblokjes." Volgens Mark twee voorbeelden van voorlopers in de markt: "Deze producten zijn volledig nieuw. Nog geen ander bracht dit uit. Dat vernieuwend willen



zijn, past bij ons. Dat waren we twintig jaar geleden al, toen vegetarisch eten nog maar een beetje tegendraads was. Dankzij onze passie, lopen wij nu voorop. Dat hopen we nog heel wat jaartjes te mogen blijven doen."

"De echte vleeskopie maakt plaats voor producten met een eigen identiteit"



KLANT AAN HET WOORD

Arjen van Strien

Sales Director, HAK

“Als bonenexpert brachten wij, in de eerste plaats als marketingstunt, een bonenburger uit. Dat bleek zo'n succes dat we Schouten vroegen deze burger in productie te brengen. Het klikt in een no-nonsense en hands-on mentaliteit. Wij houden elkaar scherp. Ik geloof dat plantaardig eten over twintig jaar de standaard is. Schouten nam hierin al een behoorlijke voorsprong. Dat biedt toekomst.”

Kwaliteit & Duurzaamheid

“Wij zijn de rest 1 stap voor”

Kwaliteit en duurzaamheid staan hoog in het vaandel bij Schouten. In productie, volgens de hoogste kwaliteitsnormen en in selectie van leveranciers, voor de beste en meest duurzame grondstoffen. In iedere stap van de bedrijfsvoering vind je deze pijlers terug. Van duurzame soja, tot recyclebaar verpakkingsmateriaal. “Samen gaan wij voor kwaliteit, voedselveiligheid en een mooiere planeet”, zegt kwaliteitsmanager Sanne Jager.

Sanne vertelt dat het eten van vlees een negatieve afdruk op onze planeet achterlaat: “Het is geen duurzame manier van eten. Dat kan anders. Wij gooien deze manier van eten en denken om. Met ons product, maar ook in de samenwerking met gecertificeerde leveranciers. Wij vinden het belangrijk dat onze grondstoffen zoveel mogelijk op een duurzame manier ontwikkeld worden. Met bewustzijn voor de wereld en de mensen om ons heen. Onze producten zijn van goede bodem, niet genetisch gemodificeerd en met respect voor mensen geproduceerd.”

Duurzame palmolie & soja

Schouten maakt zoveel mogelijk gebruik van duurzame soja: “De soja die wij gebruiken, is afkomstig van leveranciers uit Noord-Amerika en Azië. Bij hen gaat de verbouwing van soja niet ten koste van het tropisch regenwoud. Ook wordt deze soja niet genetisch gemodificeerd. Wel zo lekker en gezond.” Ook de gebruikte palmolie wordt op duurzame wijze geproduceerd: “Voor de productie van onze producten maken wij gebruik van palmolie van RSPO gecertificeerde leveranciers. Een norm welke staat voor goede zorg voor



KLANT AAN HET WOORD

Nico Wormgoor

**Senior Assortimentsmanager,
JUMBO Supermarkten**

“ Bij Schouten geldt: afspraak is afspraak. Deze professionals staan voor de volle 100% achter hun product. Ze hebben hart voor mens, dier en milieu. En ontzettend veel kennis in huis. Al jaren leveren zij onze vegetarische producten in private label vorm. Hun enthousiasme werkt aanstekelijk. Ik hoop dat Schouten volop mag profiteren van alle ontwikkelingen in haar branche. Maar eigenlijk verwacht ik dat zij hierin zelf vooraan staat. **”**



de wereld om ons heen. Binnenkort zetten we hierin nog een extra stap. Dan hopen we palmolie geheel te vervangen door een duurzamer alternatief.”

Kwaliteit voorop

Het waarborgen van voedselveiligheid en consistente productkwaliteit zijn topprioriteiten binnen de bedrijfsvoering van Schouten. Daar wordt niet mee gesold: “De producten die wij leveren worden gemaakt door BRC of IFS gecertificeerde bedrijven. Zij staan op die manier garant voor een

hoge kwaliteit en een zo veilig mogelijk product. Processen worden daarmee beter beheerst. Deze standaarden houden ons allemaal scherp om zo goed mogelijk te blijven presteren. Afwijkingen worden tijdigesignaleerd en getackeld en nieuwe inzichten en verbeteringen snel geïmplementeerd.”

“Wij vinden het belangrijk dat onze grondstoffen zoveel mogelijk op een duurzame manier ontwikkeld worden”





Bringing Food Together!

VRIESTRANSPORT

KOELTRANSPORT

FROZEN FOOD OPSLAG

kamphuis.com

Dipac

verpakkingen

www.dipac.nl



... van verpakking tot eindproduct



t. (0168) 45 25 05
e. info@zwaluwebouw.nl
a. Thijssenweg 12
p. 4927 PC Hooge Zwaluwe

www.zwaluwe.nl

Flexibele partner met
totaalaanpak voor

**ONTWERP, UITVOERING
EN ONDERHOUD**



“Met leveranciers en klanten sparren we continu”

Een stapje voor op de rest

Schouten bevindt zich te midden van een enorme groeiemarkt. Volgens Sanne is er voor vegetarische producten op het gebied van kwaliteit nog weinig kennis en wetgeving: “Wij proberen de branche hierin een stapje voor te zijn. We zitten bovenop de laatste ontwikkelingen en houden recalls nauwlettend in de gaten. Zo is er momenteel veel om allergenen te doen. Uit voorzorg kijken wij daar nu nog beter naar. Met leveranciers en klanten sparren we continu. Daarnaast verdiepen we ons volop in de VITAL methode. Een manier van werken die ons beter inzicht geeft in mogelijke risico’s rondom allergenen. Alles om onze producten naar een nog hoger level te tillen.”



Quality & Sustainability

Quality and sustainability are highly valued at Schouten. During production, according to the highest quality standards, and in the selection of suppliers, for the best and most sustainable raw materials. You can find these pillars in every aspect of business conduct. From sustainable soybeans to recyclable packaging material. “Together we aim at quality, food safety and a better planet,” quality manager Sanne Jager says.

“We offer unique perspectives on the way we eat and think about food. Not only with our product, but also with our cooperation with certified suppliers. For example, it is very important for us that our raw materials are developed sustainably whenever possible.” Schouten always strives to use sustainable soybeans and we hope to replace palm oil with a more sustainable alternative soon. Ensuring food safety and consistent product quality are top priorities in our business. No concessions are made: “The products we deliver are made by BRC or IFS certified companies, guaranteeing high quality and the safest possible products.”



Sanne Jager

Werkt bij Schouten sinds: **2015**
Zet zich in als: **Kwaliteitsmanager**
Is enthousiast over: **Vooroplopen in kwaliteit en duurzaamheid**



Een kijkje in de (proef)keuken

“This is where the magic happens”

In de proefkeuken geeft Wouter Schouten een laatste draai aan een vegetarisch balletje. Hier bevindt zich de kern van het bedrijf. Van idee tot realisatie. Welkom in de kraamkamer.

Niek-Jan Schouten: “Productontwikkeling vormt de kern van onze organisatie. Ideeën pikken we overal op. Op reis, in winkels, tijdens klantgesprekken of het lezen van trend reports. In de proefkeuken ontstaat het concept. Hier vertalen wij ideeën naar recepturen en producten. *This is where the magic happens.*” Wouter: “Vroeger stond mijn vader hier alleen. In deze keuken

bedacht hij nieuwe recepten en ontwikkelde hij nieuwe producten. In naam van ons eigen merk GoodBite of custom made in opdracht van een klant. Sinds een paar jaar help ik hem mee, samen met een aantal steengoede productontwikkelaars. Hier spelen we met plantaardige producten, proberen we van alles uit, proeven en testen we, totdat het klopt.”

“In de nieuwe proefkeuken bootsen we het gehele productieproces na. Nu alleen nog een moestuin en de cirkel is rond”

Krap in de keuken

Wouter: “Het tempo waarin we de laatste jaren groeien, is ongekend. Dat vraagt om uitbreiding. Van ons bedrijf en de proefkeuken. Inmiddels staan we met vier productontwikkelaars in de keuken. Dat wordt te krap. Een nieuwe keuken is daarom nu in de maak. Eén met meer ruimte en

Wist je dat?

Het eten van meer plantaardige eiwitten ter vervanging van vlees beter is voor het milieu, dierenwelzijn en de gezondheid van de mens?

- **Beter voor het milieu:** minder uitstoot van broeikasgassen, minder boskap, minder verlies van natuur, minder energie- en watergebruik en een kleiner mestoverschot.
- **Beter voor het dierenwelzijn:** meer ruimte voor dieren, minder dierziektes en minder dierenleed.
- **Beter voor de gezondheid van de mens:** minder kans op hart- en vaatziekten, kanker, overgewicht en diabetes.

capaciteit." Volgens Niek-Jan wordt de nieuwe proefkeuken een kleine versie van dat wat nu op grote schaal gebeurt: "De keuken gaat datgene wat er op productie locaties gebeurt op kleine schaal nabootsen. Er komt onder meer een menger, een machine om worstjes mee te maken en verpakkingsapparaat. Zo bereiden we het gehele productieproces op kleine schaal voor. Handig, want als we de productie dan opschalen, lopen we tegen minder complicaties aan."

Van moestuin tot product

Niek-Jan: "De nieuwe proefkeuken wordt tevens representatiever. Onze klanten nemen we graag mee in het volledige proces. Van idee tot product op grote schaal. We tonen hen hoe we het product maken op kleine schaal, doen daar waar wenselijk aanpassingen en nemen de klant vervolgens mee naar onze productielocatie; daar waar het op grote schaal gebeurt. We eten een hapje vegetarisch en de klant maakt het proces van proefkeuken tot bord mee. Nu hebben we alleen nog een moestuintje nodig. Dan is de cirkel helemaal rond."



A look into the (testing) kitchen

In the testing kitchen, Wouter Schouten finishes kneading a vegetarian ball. This is the company's core: welcome to the nursery, where ideas are developed into products.

Niek-Jan Schouten: "Product development is the core of our organization. We pick up ideas everywhere: while traveling, in stores, during conversations with customers or by reading trend reports. In the testing kitchen the concept is created. This is where we translate ideas into recipes and products. This is where the magic happens." Wouter Schouten: "The pace of our growth in the last few years is unprecedented. That calls for expansion, of our company and of the testing kitchen. At the moment, four product developers are crowded into the kitchen. It is becoming too small and therefore, we are building a new one with more space and capacity. The kitchen imitates on a small scale what is happening on a large scale in production locations."

Dankwoord

Alle seinen staan op groen

Peter Schouten kijkt naar de toekomst en ziet veel veranderingen op Schouten afkomen.

"Als ik naar de toekomst kijk, ziet die er rooskleurig uit. Voor het vegetarische segment, staan alle seinen op groen. De markt groeit en steeds meer consumenten krijgen oog voor een duurzamere manier van leven. Met minder of geen vlees.

De laatste twee jaar bevindt onze branche zich in een stroomversnelling. Ook de overheid en het voedingscentrum schenken steeds meer aandacht aan het minderen van vleesconsumptie.

Vegetarisch eten is nog steeds een niche. Maar al wel een veel grotere dan twintig jaar geleden. Voor ons betekent dat een legio aan extra kansen. Wij kennen de ins & outs van deze branche. Nu zetten we een stapje bij. Dat kunnen wij alleen doen dankzij de inzet van onze gewaardeerde medewerkers, die elke dag keihard meewerken om uw en onze idealen te verwezenlijken.



Peter Schouten

Werkt bij Schouten sinds: **2016**
Zet zich in als: **Commercieel Directeur**
Is enthousiast over: **Samen werken aan groei**

Schouten USA is onze nieuwste aanwinst. Eén met ontzettend veel potentie. Hier concurreren wij op prijs en kwaliteit. En dat belooft wat! We nemen onze kennis van hier mee naar daar. We gaan overzees, ook met de productie. Zo hopen wij niet alleen in Europa, maar wereldwijd verschil te kunnen maken. Anderzijds willen wij ook regionaal betrokken zijn en blijven. Blij zijn we met de betrokkenheid van mensen om ons heen, onze trouwe afnemers, leveranciers, productiepartners en andere waardevolle relaties.

Dank voor uw vertrouwen in onze organisatie! We zullen er met ons team alles aan doen om ook de komende jaren succesvol en plezierig met u samen te werken"



Peter, Henk, Niek-Jan en Wouter Schouten (v.l.n.r.)

All signals are green

Peter Schouten: "I am looking towards the future, and it looks rosy. All signals are green for the vegetarian segment. The market is growing and more and more consumers want a more sustainable way of life with less meat, or none at all. For us, this means a lot of extra opportunities. We have to shift into a higher gear now, and we can only do that because of the involvement of the people around us. We hope to make a difference worldwide.

Thank you for your trust!"



Sinds jaar en dag partner van Schouten Europe op het gebied van voedselveiligheid.

Analyses:

Allergenen (ELISA+PCR),
voedingswaarde,
mycotoxinen
en andere
contaminanten,
microbiologie,
microscopie,
GMO, vleestypering,
NIR en meer.

Ook voor:

Labelcheck,
verhandelbaarheidsrapporten,
monstername en advies.



Nutrilab B.V. - Burgstraat 12 - 4283 GG Giessen - Tel: 0183-446305 - www.nutrilab.nl - info@nutrilab.nl



feliciteert Schouten Europe
met het 125 jarig jubileum

What can we serve *you*?

www.meatinsiders.com



NIJLANDFOOD.NL

NIJLAND, DÉ TOTAL SOLUTIONS PARTNER IN FOOD!

WIJ FELICITEREN SCHOUTEN EUROPE
MET HUN JUBILEUM!

WIJ PRODUCEREN EN VERPAKKEN VEGETARISCHE EN KIP PRODUCTEN. OP EEN INDUSTRIËLE EN TOCH AMBACHTELIJKE MANIER. IN BINNEN- EN BUITENLAND LEVEREN WIJ INMIDDELS VELE VERSCHILLENDE VERSE PRODUCTEN VAN EEN HOGE KWALITEIT. WIJ WERKEN SAMEN MET KLEINE EN GROTE PARTNERS AAN HUN VRAAGSTUKKEN!

“WAAROM MOEILIJK DOEN, ALS HET BETER KAN”

WHEEWEG 57 | 7471 EV GOOR
TEL +31(0)547 261662
INFO@NIJLANDFOOD.NL



NIJLAND®