



We zijn al honderdvijftig jaar **LEKKER BEZIG!**

Buteressence uit Zaandam bestaat 150 jaar, en dat is in meerdere opzichten uniek. Het Nederlandse aromahuis - intern spreken de medewerkers kortweg over Buter - wist in de vele decennia tijdig de koersen bij te sturen en bleef daarbij in al die jaren onderscheidend in de benadering van klanten. Die mentaliteit is onderdeel van het DNA van Buteressence. Directeur en eigenaar Ton Toben vertelt er meer over. Ook aan tafel: Wendy van der Hout, senior flavourist, lid van het managementteam en al dertig jaar in dienst van de familieonderneming.

Betrokkenheid bij klanten zit in het DNA van Buteressence. Hoe uit zich dit?

Ton Toben: “Ons uitgangspunt is altijd dat we maatwerk willen leveren, niet alleen in de ontwikkeling van aroma’s maar ook in service en ondersteuning. Meedenken met onze klanten en een makkelijke partner zijn om zaken mee te doen. Naast de wensen en eisen die klanten hebben over smaak, toepassing, declaratie en samenstelling kun je hierbij ook denken aan de volumes die wij kunnen leveren: van kleine tot grote hoeveelheden. Vanaf een tien kilo verpakking tot zoveel er nodig is, met korte levertijden van zes tot acht werkdagen; die snelheid is iets wat de mondiale aromahuizen doorgaans niet kunnen hanteren. Kortom, flexibiliteit is een van de kernwaarden.”

De omvang van het ruim veertig medewerkers tellende Buteressence maakt de flexibiliteit mogelijk?

Ton Toben: “Zeker, dat telt mee. De wereldwijde sector wordt gedomineerd door een aantal internationale aroma-multinationals met ieder duizenden medewerkers. Op bescheiden afstand daarna volgt een bedrijf als het onze, met de sterke focus op de Benelux, maar ook Europa en zelfs Zuidoost-Azië. Bovendien zijn we gericht op middelgrote merkfabrikanten, private label specialisten en startup bedrijven in de voedingsindustrie. Soortgelijke bedrijven met de omvang en specialisaties in zowel zoet als hartig zoals een Buteressence, zijn er niet veel te vinden.”

Hoe verklaar je de dit?

Wendy van der Hout: “Buteressence ontwikkelt, produceert én levert aroma’s, alles in eigen beheer. In het bijzonder bij de creatieve en productie processen is behoorlijk wat kennis vereist. Wil je een aroma-portfolio blijvend up-to-date houden, dan heb je flavouristen nodig en die zijn dun gezaaid. Een opleiding daarvoor bestaat niet, flavouristen worden gewoonlijk intern opgeleid. Ook bij ons.”

Naast smaak- en aroma-advies, doen klanten vaker een beroep op warenwettelijke ondersteuning?

Ton Toben: “Dat is inderdaad een duidelijke ontwikkeling en ook wel logisch gezien de toenemende wet- en regelgeving en de wensen in de keten voor informatie en verdere transparantie. Kijk alleen al naar onze certificeringen: FSSC 22000, ISO 9001:2015, Halal, Kosher en RSPO. Daarnaast voldoen we aan de voor de bakkerijsector relevante Risk Plaza audit+. We hebben een QA medewerker in dienst die zich dagelijks volledig toelegt op het kwaliteitsmanagementsysteem en de eisen vanuit de certificerende instanties en de vele audits. Hierin te blijven investeren, is een van de redenen dat dit bedrijf al honderdvijftig jaar bestaat *(lees verder)*

Jubileum

Corona gooide ook voor wat betreft de jubileumfestiviteiten roet in het eten: de planning is opgeschoven. Zo ligt er ‘t plan voor het uitbrengen van een glossy magazine om de geschiedenis van Buteressence te belichten en andere wetenswaardigheden over de wereld van smaak en aroma’s. “We weten momenteel nog niet precies wanneer we dit uitbrengen”, vertelt Ton Toben. “Wel min of meer duidelijk is dat 28 november - het moment van oprichting en in 2020 de daadwerkelijke datum van ons 150-jarig jubileum - het aftrapmoment wordt van de festiviteiten die daardoor feitelijk volgend jaar plaatsvinden. In eerste instantie zou 28 november dit jaar de afsluiting vormen, maar vanwege de coronacrisis nemen we die datum nu als start voor de jubileumactiviteiten.” Ook de speciale geplande relatiedag is uitgesteld naar volgend jaar.

De Toben-lijn

Herman Buter richtte in 1870 de Nederlandse leverancier van essences op. De grondlegger zou volgens de overlevering een handelsreiziger zijn die op een bepaald moment commercieel geïnteresseerd raakte in de wereld van essences en extracten. De oorsprong van het bedrijf ligt in Zwolle, alvorens het bedrijf via Amsterdam op de huidige locatie in Zaandam terecht kwam.

Nog wat details over Herman Buter: hij had geen kinderen en dus ook geen opvolging in de zaak. De zus van Buter had wel kinderen en die was getrouwd met iemand uit de familie Toben. Het is deze lijn die de huidige directeur en eigenaar Ton Toben tot de derde generatie maakt. “Daarmee houdt ‘t op, een vierde generatie Toben zit er niet aan te komen”, vertelt Ton Toben (67) die zelf geen kinderen heeft. “De navolging is trouwens geen actueel thema, mijn insteek is om nog vele jaren aan het bedrijf verbonden te blijven. Ik vind het allemaal nog enorm leuk en ben nog dagelijks betrokken bij hoe wij de aanvragen van onze klanten technisch en creatief beantwoorden,” vertelt Toben die vooral plezier beleeft aan de ontwikkeling van aroma’s in het laboratorium.

Commercie is minder ‘zijn ding’, “maar daar heb ik uiteraard een goed team voor. Daar zit een verhaal achter”, legt hij uit. “In 1984 nam ik samen met mijn broer de zaak van mijn vader over. Mijn broer hield zich vooral bezig met de verkoop, ik met de productie en productontwikkeling. Toen mijn broer in 1999 uit de zaak vertrok en ik zijn aandelen overnam, ben ik min of meer blijven doen wat ik al deed en waar mijn interesse lag. En dat ben ik nog wel een tijdje van plan.”

Ton Toben: “We willen als Buteressence groeien, maar niet in de valkuil van groot, groter en grootst stappen: we behouden een schaal waarbij we onze klanten snel, vakkundig en met maatwerk kunnen blijven bedienen. Vandaar dat onze jaarlijkse omzet- en winstdoelstellingen ook niet glashard zijn.”



De regelmatig wijzigende wetgeving en richtlijnen voor voedingsveiligheid leggen een behoorlijk beslag op onze tijd en inspanningen, naast uiteraard regelgeving over arbo, milieu en veiligheid.”

Jullie betrekken jullie grondstoffen wereldwijd, hoe zit het met traceerbaarheid?

Ton Toben: “Daar kunnen we zonder uitzondering tot in het vereiste detail aan voldoen. Belt een klant of leverancier met een probleem, dan kunnen wij in een paar uur tijd de traceerbaarheid van de individuele



Wij adviseren onze klanten altijd om vroegtijdig met ons te praten over het aromatiseren van een nieuw concept. Wat we dan het liefste doen, is schouder-aan-schouder op het lab staan om samen veel uit te testen en te proeven: smaak op maat is belangrijk



De relatie tussen Buteressence en Consudel gaat al vele decennia terug; dit is een oude advertentie op de cover van dit magazine.

grondstoffen terugvinden. Dit is uiteraard een wettelijke verplichting, maar vergt met bijna duizend aromastoffen en andere toevoegingen veel aandacht. Gelukkig hebben we jarenlange relaties met veel van onze leveranciers.”

In de praktijk: komt een klant met een aroma-vraag naar jullie toe, of neemt Buteressence het initiatief?

Wendy van der Hout: “De klant neemt doorgaans de eerste stap, en dan ontwikkelen wij al dan niet op basis van exclusiviteit een aroma. Hiernaast zijn we altijd proactief bezig met ons hele team van technische en commerciële collega’s om onze klanten van nieuwe ideeën te voorzien. Dit gebeurt via gerichte conceptpresentaties, maar bijvoorbeeld ook via de maandelijkse AromaTip op onze website. Wij adviseren onze klanten altijd om vroegtijdig met ons te praten over het aromatiseren van een nieuw concept. Wat we dan het liefste doen, is schouder-aan-schouder met onze klanten op het lab staan om samen veel uit te testen en te proeven. Smaak op maat is belangrijk.”

Binnen de hele levensmiddelenindustrie, maar zeker ook binnen zoetwaren, neemt de concentratie toe: daalt het klantenbestand?

Ton Toben: “Integendeel, want dankzij bijvoorbeeld de



Portfolio

Het assortiment van Buteressence is te verdelen in aroma's voor zoete en voor hartige voedingsmiddelen. Bij zoet draait het om een hele diverse range van smaakfamilies: van banaan tot butterscotch, van citroen tot karamel en van vanille tot alle verrassende smaakcombinaties die aansluiten bij nieuwe trends en ontwikkelingen. De aroma's zijn leverbaar in vloeibare en poedervorm. Naast natuurlijke declaratie is het voldoen aan het brede scala van eisen en verwachtingen van retailers, fabrikanten en consumenten een must. Dit betreft niet alleen deze natuurlijke declaratie, maar ook de afwezigheid van declareerbare E-nummers en (onnodige) allergenen en de laatste jaren aanvullende eisen ten aanzien van religie en levensstijl (Kosher, Halal, vegetarisch en vegan). Sinds vele jaren biedt Buteressence een brede range aan aroma's voor het hartige segment: voor onder andere conserven, tafelzuren, sauzen, kruidenblends en maaltijdcomponenten. Het savoury portfolio bevat kaas- en zuivel aroma's, kruidencomposities, vlees- en kip, groente- en champignon aroma's en diverse 'chefwaardige' smaken. Dankzij de vegetarische en vaak zelfs vegan status, de afwezigheid van smaakversterkers en onnodige allergenen zijn alle aroma's uitermate geschikt voor 'clean en clear label' producten.

vele startups neemt de vraag naar onze aroma's toe. Kijk alleen al eens naar de sector voor vleesvervangers waar hartige aroma's de afwezigheid van vlees smaaktechnisch voor een belangrijk deel opvangen. Daarnaast zien we over de gehele breedte een ontwikkeling naar nieuwe smaaksensaties. Neem bijvoorbeeld de populariteit van de groene chilipeper Jalapeno die te danken is aan de belangstelling voor de Mexicaanse keuken. Wat je vaak terugziet: neemt de aandacht voor een bepaalde keuken toe, dan stijgt eveneens de vraag naar aroma's die deze keukens karakteriseren. Maar dan voor toepassingen in allerlei consumentenproducten die in het supermarktschap liggen. Een andere reden is onze multiculturele samenleving die niet alleen de smaakvoorkeuren van andere landen met zich meebrengt, maar ook allerlei noodzakelijke claims als Halal."

Smaaktrends opvolgen maakt dat Buteressence het jubileum heeft bereikt, naast significante investeringen in de productiefaciliteiten?

Ton Toben: "Investeringen zijn altijd noodzakelijk. Een voorbeeld is de drie jaar geleden geïnstalleerde



Flavouristen

De drie flavouristen van Buteressence - waarvan Wendy van der Hout er één is - vormen volgens Ton Toben feitelijk het motorblok van de onderneming. "Een aardbei aroma ontwikkelen die voldoet aan de wensen van de klant is een kwestie van vallen en opstaan en dus komt daar veel ervaring bij kijken. Het is heel belangrijk om te weten in welk product het aroma gebruikt gaat worden." Wendy van der Hout: "Eenzelfde aardbei aroma in een ijsje geeft een hele andere smaakbeleving dan in een snoepje." Ze vervolgt: "We houden ons vooral bezig met de zogenoemde topnotes ofwel aroma's bestaande uit vluchtige bestanddelen. Eén gram is vaak voldoende om een kilo product op smaak te brengen", zegt Van der Hout die aangeeft dat het een vereiste is om als flavourist een goed sensorisch geheugen te hebben. "Een aardbei aroma kan bestaan uit wel veertig verschillende bestanddelen. Die moet ik afzonderlijk kunnen benoemen, maar ook weten hoe ze gecombineerd kunnen worden om een smaak te creëren."

Wat is nu een aroma? "Neem een snoepje: dat bestaat uit suiker, water, citroenzuur en gelatine. Proef je dit, dan smaakt het eigenlijk nergens naar. Je proeft zoet, maar dat is alleen de suiker. Voeg je echter een aardbei aroma toe, dan wordt het meteen een snoepje met aardbeismaak. Daarbij 'proef' je via de neus, omdat die de vluchtige aroma's opsnuiven en in combinatie met het zoet geeft het de beleving van een verse aardbei." Naast het bezitten van een sensorische geheugen, moet een flavourist de diverse smaken kunnen duiden. "Bijvoorbeeld, wat wordt bedoeld met een aardbeismaak? Een aardbei zoals van jam, een verse aardbei, een rijpe aardbei..., de precieze omschrijving is belangrijk in het contact met de klant. Neemt de vraag naar aroma's toe in deze periode van suikerreductie? "Absoluut", vervolgt Van der Hout. "Hoewel een aroma geen volwaardig alternatief is voor suiker. Per slot van rekening is suiker óók een bulkgrondstof. Aroma's zijn wel geschikt om bijvoorbeeld een receptuur van een suikerarm koekje - waar de suiker zorgt voor smaak maar ook voor de Maillard reactie - toch de karamelachtige zoete smaak terug op peil te brengen. Zo creëerden we specifiek voor de bakkerij- en zoetwarenindustrie een aantal Taste Modifier aroma's om bij te dragen aan een betere consumentenacceptatie van geherformuleerde producten. Meer geur, meer gelaagdheid in het smaakprofiel en een versterkte zoete impressie van het eindproduct."

doseermachine ofwel high capacity dispensing unit voor de productie van vloeibare aroma concentraten. Vierhonderd van onze meest frequent gebruikte grondstoffen zijn inmiddels automatisch af te wegen en te combineren tot een geconcentreerd 'aroma hart'. Dat vervolgens verder wordt verwerkt tot de uiteindelijk verkochte commerciële aroma's. Een andere investering betreft twee nieuwe state-of-the-art mengers voor

poederaroma's die - zo is de bedoeling - begin 2021 in productie gaan. Daarbij gaat het om een grote menger tot 480 kilo batches en eentje met een wat geringere capaciteit voor de noodzakelijke lagere volumes. Meer actueel is de installatie deze maand van een tweede kleinere sproeidroger om de vloeibare aroma's om te zetten naar poeders voor de kleinere orders."