Hoe BrimaPack zich in 75 jaar tijd ontwikkelde van smederij tot internationale machinebouwer

“We zijn begonnen als hoefsmid en hebben nu machines die met AI de snijhoogte bepalen”



BrimaPack ontvangt tijdens het jubileumfeest een oorkonde van de Metaalunie ter gelegenheid van het 75-jarig bestaan

Toen de vader van Ron van de Pavert op 1 september 1951 als dorpssmid begon met het beslaan van paarden, lag een toekomst als internationale machinebouwer niet direct voor de hand. Toch bouwde hij in 1968 al een zelfrijdende bietenrooier voor een plaatselijke loonwerker. Ruim een halve eeuw later levert BrimaPack machines en complete systemen aan klanten van Zuid-Afrika tot IJsland en van Californië tot Taiwan. “Als je het hele verhaal vertelt, klinkt het uiteindelijk heel logisch. Maar het begint vaak allemaal met toeval”, vertelt Ron. “Je doet iets, komt iemand tegen en daar rolt weer iets anders uit.”



De vader van Ron van de Pavert begon in 1951 als hoefsmid en legde daarmee de basis voor het familiebedrijf

Zijn vader overleed in 1972, op 48-jarige leeftijd. Zijn moeder zette het bedrijf voort, samen met het bestaande team. De activiteiten bestonden destijds uit landbouwmechanisatie en constructiewerk, waaronder stalinrichting voor koeien. Zijn oudste broer Jos kwam in 1983 rechtstreeks van school in de zaak. Jos richtte zich vooral op de techniek en begon met het draaien frezen en boren. “Wij hebben in de loop der jaren heel veel speciaalmachines gebouwd. We maakten eigenlijk alles wat klanten nodig hadden.”

Ron had ook buiten het familiebedrijf ervaring opgedaan. Tot 1995 werkte hij in Amsterdam in de robotisering, maar hij merkte dat hij toe was aan iets anders. Hij belde zijn broer met een plan om voor zichzelf te beginnen. “Ik zei: ‘Joh, ik wil een paar vierkante meter op de parkeerplaats huren, een portocabin neerzetten en voor mezelf beginnen.’ Het bleef even stil aan de telefoon. Toen zei mijn broer: ‘Waarom kom je niet gewoon in de zaak?’ Daar heb ik twee seconden over nagedacht. Waarom eigenlijk niet?”

DE EERSTE BROCCOLIMACHINE

De stap naar de AGF-sector volgde eveneens via een ontmoeting. In 1997 kwam het bedrijf in contact met broccoliteler Peter Appelman uit Stompetoren. Hij vroeg of de machinebouwers een machine konden ontwikkelen om broccoli te verpakken. Ron en zijn broer gingen de uitdaging aan. In 2000 verkochten ze hun eerste broccolimachine in Nederland.

Waar de onderneming aanvankelijk losse verpakkingsmachines bouwde, groeide de vraag naar complete oplossingen. “Eerst dachten we heel eenvoudig: wij bouwen een verpakkingsmachine en de klant kijkt maar hoe hij die in zijn proces inpast. Maar steeds meer klanten kwamen terug met de vraag of we niet het complete systeem konden leveren.”

Die ontwikkeling bracht BrimaPack ook richting de oogst. Het bedrijf bouwt inmiddels machines die verschillende stappen op het veld en in het verwerkingsproces combineren. De focus ligt op ijsbergsla en broccoli, met daarnaast onder meer romaine sla en bleekselderij.

ARBEIDSTEKORT EN AUTOMATISERING

De economische aanleiding voor verdere mechanisatie is volgens Ron in veel landen dezelfde. De loonkosten stijgen, maar minstens zo belangrijk is dat telers en verwerkers onvoldoende mensen kunnen vinden. “Het grootste probleem is eigenlijk de verkrijgbaarheid van arbeid. Ze krijgen de mensen gewoon niet meer. Die combinatie van hogere kosten en een tekort aan personeel maakt dat ze moeten automatiseren.”

In Engeland merkte BrimaPack de gevolgen van Brexit. Na het Brexit-referendum van 2016 vielen er volgens Ron veel buitenlandse arbeidskrachten weg uit de Britse sector. Daardoor nam de vraag naar automatisering toe en werd Engeland jarenlang een belangrijke exportmarkt voor BrimaPack. Inmiddels ziet hij vergelijkbare ontwikkelingen in de Verenigde Staten en Zuid-Korea, waar arbeid steeds schaarser en duurder wordt en de vraag naar automatisering dus toeneemt.

De aantrekkelijkheid van mechanisatie zit daarbij niet alleen in de capaciteit. BrimaPack werkt ook aan oplossingen die het werk minder zwaar maken. Een voorbeeld is het automatisch afsnijden van kroppen sla. In plaats van dat medewerkers gebukt op het veld de kroppen met de hand afsnijden, gebeurt dat met een machine. De kroppen worden vervolgens op werkhoogte aangeboden. “Het is toch prettiger om gewoon op een normale hoogte te kunnen werken en de kroppen te pakken, in plaats van steeds op de grond te moeten werken. Dat helpt ook om het werk aantrekkelijker te maken.”



Een BrimaPack-machine in actie op het veld

BrimaPack heeft dergelijke systemen onder meer in Engeland en de Verenigde Staten in gebruik. In Engeland wordt bovendien gewerkt aan AI Vision, waarmee de machine automatisch de juiste snijhoogte bepaalt. “De juiste hoogte is belangrijk. Als je verkeerd snijdt, moet je achteraf nog handmatig werk doen. En als je daarvoor opnieuw mensen nodig hebt, ben je een deel van je tijdwinst weer kwijt.”

VERPAKKEN TEGEN VERSPILLING

Naast mechanisatie van de oogst houdt BrimaPack zich bezig met verpakkingsoplossingen die de houdbaarheid van groenten kunnen verlengen. Een voorbeeld is BrimaFilm AF, een folie voor broccoli en andere koolgewassen. Volgens Ron kan de folie bij broccoli onder bepaalde omstandigheden bij kamertemperatuur de houdbaarheid met vijf tot zes dagen verlengen ten opzichte van onverpakte broccoli en broccoli in krimpfolie.

Dat brengt de discussie over kunststofverpakkingen met zich mee. Terwijl de sector zoekt naar manieren om verpakkingsmateriaal te verminderen, kan een verpakking tegelijkertijd voorkomen dat voedsel verloren gaat. Ron gebruikt daarvoor graag de vergelijking met komkommer. “Er is weleens berekend dat een schijfje komkommer van zeven millimeter ongeveer dezelfde CO_2-footprint heeft als de verpakking eromheen. Die verpakking zorgt er wel voor dat de komkommer langer houdbaar blijft.”

Volgens hem moet de afweging daarom niet uitsluitend over het verpakkingsmateriaal gaan. Ook de verspilling van het product zelf moet worden meegenomen. “De CO_2-footprint van een broccoli die uiteindelijk bij de consument terechtkomt, is veel kleiner als je voorkomt dat een deel van de oogst verloren gaat doordat je het product niet goed verpakt.”

Ook bij de aandrijving van oogstmachines zoekt BrimaPack naar manieren om het brandstofverbruik te beperken. De machines worden elektrisch aangedreven, waarbij een generator de stroom opwekt. Ron noemt een verbruik van ongeveer vier liter brandstof per uur, tegenover circa tien liter bij sommige concurrerende machines.

Volledig werken op batterijen is technisch mogelijk, maar de economische haalbaarheid vormt nog een beperking. “Je staat met zo’n oogstmachine midden in het veld. Dan moet je de batterijen aanvoeren en de lege batterijen weer afvoeren. Dat kost je een pallet aan transportcapaciteit en dus geld. Technisch gezien kan het wel, maar het is simpelweg te duur. Waterstof is op termijn een beter alternatief.”

AUTOMATISCHE OOGST VAN IJSBERGSLA

Internationale groei vraagt om meer dan een machine die technisch goed functioneert. Producten verschillen per land, waardoor systemen moeten aansluiten op lokale teeltomstandigheden. Een krop ijsbergsla kan in Chili bijvoorbeeld aanzienlijk groter zijn dan in Engeland. Ook de verpakking verschilt per markt. Waar romaine sla in Duitsland soms nog per stuk wordt verpakt, willen afnemers in de Verenigde Staten er soms zes in één verpakking. “Je moet je automatiseringsoplossing telkens hierop aanpassen.”



Vier BrimaPack-machines naast elkaar aan het werk op het veld, waar mechanisatie helpt om de oogstcapaciteit te vergroten

BrimaPack vindt klanten via mond-tot-mondreclame en internet. De sector is volgens Ron relatief overzichtelijk: grote telers kennen elkaar en ervaringen met machines verspreiden zich snel. Voor de komende vijf tot tien jaar ziet hij vooral groeimogelijkheden in de Verenigde Staten. Daar wil BrimaPack zijn positie versterken en de productiecapaciteit uitbreiden. Een belangrijke voorwaarde daarvoor is verdere automatisering van de oogst van ijsbergsla. “De grote volumes zitten in ijsbergsla, maar dat gewas is niet eenvoudig automatisch te oogsten. We zijn daarom intensief bezig met zaadbedrijven om rassen te vinden die zich daarvoor lenen. De machine moet immers aansluiten op de eigenschappen van de plant.”

Ook intern blijft het bedrijf afhankelijk van technisch personeel. Ron herkent het personeelstekort waar zijn klanten mee kampen, maar ziet een voordeel in de manier waarop BrimaPack werkt. Engineering, softwareontwikkeling en de samenbouw vinden grotendeels in eigen huis plaats. Machines worden in de werkplaats volledig opgebouwd en getest voordat ze naar de klant gaan. “Het mooie is dat mensen hier het product van begin tot eind maken. We bouwen de machine hier helemaal op en kunnen hem draaiend opleveren. Dat maakt het werk leuker. De engineering, de software en de samenbouw doen we zelf.”

KLEINE TUSSENSTAPPEN, GROOT VERSCHIL

Terugkijkend op 75 jaar familiegeschiedenis ziet Ron geen plotselinge omslag van smederij naar hightech machinebouw, maar een reeks kleinere stappen. Van paarden beslaan naar tractoren, van constructiewerk naar speciaalmachines en vervolgens van een verpakkingsmachine naar een complete oogstoplossing. “Als je alle tussenstappen bekijkt, was het iedere keer een logische ontwikkeling. Pas als je uitzoomt, zie je hoe groot het verschil eigenlijk is: van een hoefsmid naar een machine die met AI de snijhoogte van ijsbergsla bepaalt.” (JG) •

rp@brimapack.com





Nico Sijm, Bayer Vegetable Seeds:

“Eigenlijk ben ik gewoon een zadofiel”

Na veertig jaar in de zaadindustrie is Nico Sijm, Key Account Manager Netherlands bij Bayer, nog altijd bezig met dezelfde vraag: hoe krijg je uit een zaadje de plant die de teler verwacht? Hij begon tussen de bloemkolen, werkte jarenlang aan zaadkwaliteit en reisde voor zijn werk de wereld over. Sinds twee jaar verkoopt hij groentezaden in Nederland; dat maakt de cirkel rond.





Nico groeide tussen de bloemkolen op, maar koos niet voor een bestaan op het ouderlijk teeltbedrijf. De keuze viel op een zaadbedrijf waar hij begon met het schonen van zaden. Later verschoof dat richting onderzoek naar zaadkwaliteit en het opwaarderen van zaad. Dat bleek een vakgebied waarin hij zich vastbeet en een autoriteit werd. “Je krijgt een kans, daar ga je voor en doet het zo goed mogelijk. Ik heb geen carrière, ik ben gewoon aan het werk. Dat is eigenlijk altijd een beetje mijn motto.”

DE WERELD OVER

Het bracht hem over de hele wereld. De reizen en verschillende culturen maakten het werk voor hem razend interessant. “Hoe denken ze, hoe zien zij de wereld, hoe zie ik de wereld en hoe kun je samenwerken?” Voor Nico draait internationale samenwerking om vertrouwen. “Je moet ze eerst het vertrouwen geven en ook hun eigen zelfvertrouwen, dat ze ertoe doen.” De directe Nederlandse manier van werken en communiceren was dan geen probleem. “Ik startte altijd met de opmerking ‘Sorry for being Dutch’, dan was het ijs gebroken.”

PASSIE VOOR HET ZAAD

In de loop der jaren heeft hij geleerd om het zaad te ‘lezen’ om zo het meest vitale zaad te kunnen leveren. “Als ik intern een goede kwaliteit maak, dan heeft onze klant de beste kwaliteit die hij kan wensen. Daar draait het om.”

Vooral brassica’s hebben een bijzondere plaats. “Alle brassica-zaden zijn speciaal, omdat ze heel erg door weersomstandigheden beïnvloed kunnen worden. Een regenbui tijdens de oogst kan al gevolgen hebben voor de vitaliteit van het zaad.” Ook tomatenzaad hield hem jarenlang bezig. “Ik heb jarenlang 70 tot 80 procent van de tijd aan tomatenzaad besteed.” Nieuwe resistenties en genetica vroegen voortdurend om aanpassingen in de productie en dat had ook zijn effect op de soms magere zaadkwaliteit (lees: uitdaging). Een voorval met tomatenzaad voor Brazilië, waar het bijna misging, staat hem nog bij. Na een misoogst van een veelverkocht ras, zorgde Nico ervoor dat er alsnog kwalitatief goed tomatenzaad beschikbaar kwam. Twee jaar geleden werd hij daar onverwacht aan herinnerd. ‘Ben jij Nico van de zaden?’, vroeg iemand tijdens zijn bezoek aan Chili. “We hebben het daar nog altijd over. Het is nog steeds voor ons zo mooi dat we daar toen dat succes hebben behaald.” Als mensen dat dan tegen je zeggen, dan denk je: ja, ik doe toch nog wat goed.” Nico vergelijkt het opwaarderen van zaad met topsport. “Ik wil de beste zijn. Ik heb afgeleerd om boos te worden als ik verlies, maar vanbinnen sterf ik.”

VEERTIG JAAR

In mei 2026 bereikte Nico zijn zelfgestelde doel: veertig jaar bij dezelfde organisatie. “Kost wat kost wilde ik dat halen.” Het bedrijf waar hij startte, veranderde van een familiebedrijf Royal Sluis naar multinational Bayer. Toch ervaart hij nog altijd het oude familiegevoel. “Het kneuterige, zoals wij dat in West-Friesland zeggen, zit er nog steeds in.” Binnen de huidige multinational met vele afdelingen en lagen voelt hij geen afstand. “Ik heb nooit het gevoel gehad dat ik naar iemand op moest kijken.”

TERUG TUSSEN DE TELERS

Na 38 jaar in en rond zaadproductie veranderde zijn functie. De overstap naar verkoop was niet zijn eigen plan, maar maakt de cirkel rond. Tussen de bloemkool, vroeg in de ochtend, herkent hij iets uit zijn jeugd. “Je loopt daar, het zonnetje komt op, dan denk je: ja, dit is toch vrijheid.” In zijn huidige rol brengt hij praktijkkennis terug naar het bedrijf. Hij hoort van telers welke eigenschappen zij belangrijk vinden en waar zij naar zoeken. De ontwikkeling van rassen kost jaren. “Als onze veredelingsafdeling linksaf gaat en alle telers zijn ondertussen al rechtsaf, dan ontstaat er een gapend gat.”

Zo blijft de link met het zaad bestaan. “Ik ben iemand die heel goed relaties kan maken, maar mijn passie ligt eigenlijk in het zaad.” Hij noemt zichzelf dan ook liever geen verkoper. “Eigenlijk ben ik gewoon een zadofiel.” (ML) •

Nico.sijm@bayer.com