



Dennis Boer, Zijerveld:

## 'Geitenkaas is een echt groeisegment'

Wilma Wolters

**Sinds begin dit jaar heeft Amalthea van Dijk de veredeling, rijping, marketing, verkoop en distributie van haar halfharde geitenkazen uitbesteed aan Zijerveld. Amalthea van Dijk kan zich zo volledig richten op de productie van deze kaas en de melkhandel. Voor de optimalisatie vindt er nauwe afstemming plaats tussen beide bedrijven. Maar wie is Zijerveld? Tijd voor een kijkje in kaasstad Bodegraven.**

**H**et familiebedrijf Zijerveld zit al ruim honderd jaar in de kaas. Het bedrijf telt zo'n driehonderd medewerkers en heeft zijn afzet in de Nederlandse retail, bij groothandel, markten en kaasspecialzaken en kent een divisie export die levert aan onder meer Scandinavië, Duitsland, Rusland en Amerika. Sinds de samenwerking met Amalthea van Dijk is geitenkaas als nieuwe pijler toegevoegd aan de organisatie, vertelt Dennis Boer, commercieel manager export bij Zijerveld. Hij geeft ons de visie van Zijerveld op geitenkaas.

Foto: Wilma Wolters

*Wat doet Zijerveld?*

"Ons doel is om het totale segment van kaas te laten groeien. We willen toegevoegde waarde creëren bij onze klanten, of dat nou een supermarkt of een kaasspecialzaak is. Samen met de klant bespreken we de wensen, en stemmen onze adviezen over bijvoorbeeld het zichtbaar maken van een product in de schappen, daar op af. Zo kunnen we voor elke klant een op maat gesneden concept maken."

*Hoe ziet jullie assortiment kaas eruit?*

"Wij bieden een totaal assortiment van kaas en kaasgerelateerde producten, zoals tapas. In totaal gaat het om honderden soorten. Zijerveld kent drie pijlers; Noord-Hollandse kaas, Boerenkaas en buitenlandse kaas. Daar is met geitenkaas nu een vierde pijler aan toegevoegd. Geitenkaas past binnen onze doelstelling om het kaassegment te laten groeien, dat was voor ons reden om met Amalthea van Dijk de samenwerking aan te gaan. We waren al wel bekend met het product geitenkaas, maar door het als vierde pijler toe te voegen aan onze organisatie is het nu mogelijk om hier meer aandacht aan te besteden en een visie op te ontwikkelen."

*Hoe ziet die visie op geitenkaas eruit?*

"Geitenkaas is absoluut een groeisegment. Er komen meer soorten, meer informatie en meer mensen komen ermee in aanraking. Het is een mooie uitdaging om de mensen de overstap tot aankoop van geitenkaas te laten maken. Zijerveld kiest ervoor om geitenkaas op de versafdeling (ook van niet-Nederlandse origine zoals de bekende variant Chevre vanuit Frankrijk), en geitenkaas op de zelfbedieningsafdeling, apart te benaderen. Om zoveel mogelijk consumenten te bereiken vinden wij dat het in alle kanalen, van supermarkt tot markthandelaar, mogelijk moet zijn om geitenkaas aan te bieden. De consument kan nog veel leren over geitenkaas. Deze is nu soms nog terughoudend bij de aankoop. Toch merken wij dat Hollandse geitenkaas als positief wordt ervaren als de consument hiermee in aanraking komt. Daarom willen we de promotie vooral

richten op smaak en gebruiksmoment. Nu wordt geitenkaas vooral als snack gezien of in salades gebruikt. Het dagelijks gebruik op de boterham is een volgende stap. Voor de zelfbedieningsafdeling richten we ons vooral op gemak en snelheid van gebruik, voor de versafdeling denken wij dat vooral de authenticiteit benadrukt moet worden."

*Wat gaan jullie er concreet aan doen om de afzet van geitenkaas te laten groeien?*

"Op dit moment zijn we bezig om geitenkaas een plek te geven in de organisatie, om zo een verdere aanpak te kunnen ontwikkelen. We willen de positie van geitenkaas vergroten met een plan waarin alle elementen aan de orde komen die belangrijk zijn voor het positioneren van het assortiment geitenkaas in de diverse kanalen. Zo is het voor geitenkaas die naar supermarkten gaat belangrijk om een goede, herkenbare verpakking te hebben. Voor de kaasspecialzaken is het belangrijk dat er voldoende achtergrondinformatie beschikbaar is zodat men de consument goed kan adviseren. Ook

willen we gaan werken met proeverijen in diverse kanalen zodat de consument op prettige wijze kennis maakt met geitenkaas. Hoewel we in Nederland nog veel potentieel zien, willen we onze aanpak van geitenkaas ook in andere landen waar we aan leveren introduceren."

*Hoe zien jullie de toekomst van de geitensector én van geitenkaas?*

"In de sector zien wij gedreven geitenhouders, echte ondernemers. Dat is goed voor de sector en kan positief werken op de promotie van geitenproducten. Samen met Amalthea van Dijk zijn wij voornemens om vanuit een gezamenlijke visie stabiliteit te creëren binnen de geitensector om zo meer continuïteit te verkrijgen. Het zou goed zijn als er een branche-organisatie in het leven wordt geroepen om de belangen van de sector te behartigen.

De consument bewuster maken van de diverse gebruiksmomenten van geitenkaas is een mooie uitdaging. Groei in afzet is zeker mogelijk." ✓



Foto: Zijerveld