



Kaashandelaar blijft belangrijk voor afzet

Van oudsher spelen kaashandelaren een belangrijke rol bij de afzet van Boerenkaas. Nog steeds vindt het grootste deel van de Boerenkaas, namelijk de helft, via de handel zijn weg naar de consument. In maart sponsorden acht kaashandelaren de nationale keuring Boerenkaas Cum Laude. De Zelfkazer vroeg hen wat ze van Boerenkaas Cum Laude vinden en of het evenement nog beter kan.

HENK TEN HAVE

De technische keuring en proeverij van Boerenkaas Cum Laude 2010 vond plaats in het pakhuis van de coöperatieve handelsvereniging De Producent in Gouda. De Producent was een van de acht sponsors van het evenement. De andere zeven kaashandelaren die Boerenkaas Cum Laude 2010 sponsorden zijn: Kaashandel Remijn uit Kerkdriel, Zijerveld uit Bodegraven, Loomans Kaas uit Delft, Treur uit Woerden, De Groot-Verburg Kaas uit Bodegraven, Korver Kaas uit Bodegraven en Vandersterre Groep uit Bodegraven. Een aantal van deze handelaren vertelden waarom ze sponsor wilden zijn van de nationale Boerenkaaskeuring. "Onze wortels liggen in Boerenkaas. Wij stellen ons dan ook ten doel de positie van dit authentieke product als geheel te versterken", aldus Bernhard Veldhuyzen van Zijerveld. De Producent, die uitsluitend Boerenkaas levert, vindt alle promotie van Boerenkaas van belang. "Daarom willen we graag onze medewerking aan Boerenkaas Cum Laude verlenen", zegt Kees Beuzekom. Volgens Cees Remijn van Kaashandel Remijn blijft sponsoring noodzakelijk om Boerenkaas Cum Laude in de benen te houden. Koos Loomans van Loomans Kaas sponsoorde Boerenkaas Cum laude 2010, "omdat

het ontzettend hard nodig is om reclame te maken voor Boerenkaas op landelijk niveau." Volgens hem kan er echter meer bereikt worden met Boerenkaas Cum Laude als de communicatie met de handel beter wordt. "De koppen moeten op tijd bij elkaar gestoken worden, op basis van gelijkheid." Ook Veldhuyzen denkt dat er meer uit de nationale Boerenkaaskeuring kan worden gehaald. "Het effect van Boerenkaas Cum Laude kan zowel richting de achterkant als de voorkant van de keten versterkt worden wanneer in communicatie de samenwerking gezocht wordt met Stichting KB. Hierdoor ontstaat nog meer focus op kwaliteit en onderscheidend vermogen, wat het criterium is waar winnaars op geselecteerd worden."

Nauwere samenwerking

De kaashandel en de Boerenkaasmakers zijn de afgelopen jaren nauwer gaan samenwerken. "Beide partijen zijn hierbij gebaat, omdat er een betere kwaliteit bereikt kan worden waardoor de continuïteit beter gewaarborgd is", aldus voorzitter Marga Mooren van de Bond van Boerderij-Zuivelbereiders. "Daardoor kan hopelijk een betere prijs en/of meer afzet gerealiseerd worden."

Vorig jaar is de Adviescommissie Promotie Boerderijzuivel in het leven geroepen. Daarin hebben, naast de vier leden van de commissie Promotie Boerderijzuivel van de Bond van Boerderij-Zuivelbereiders, drie kaashandelaren, een detaillist en een boerderijzuivelbereider zitting. De adviescommissie, die vier keer per jaar bijeenkomt, bespreekt de ontwikkelingen en aanpak over promotie-invoering, Oktober Boerenkaasmaand, Boerenkaas Cum Laude, week van de Boerderijzuivel, Week van de Smaak, de marktontwikkelingen enzovoorts. Marga Mooren: "De Bond van Boerderij-Zuivelbereiders vindt deze besprekingen belangrijk, omdat hierdoor zo optimaal mogelijk met promotiegeld omgegaan 'moet' worden, en een breed gedragen plan aanmerkelijk meer kans van slagen heeft dan een plan dat slechts door de bond is bedacht."

De samenwerking met de handel kan volgens de Bond van Boerderij-Zuivelbereiders nog verder verbeterd worden door op een nog vroeger tijdstip met elkaar in overleg te treden over mogelijkheden voor gezamenlijke promotie. ➤