

Nog voordat het woord streekproduct was uitgevonden, produceerde het melkveebedrijf Wezenspijk al Texelse kaas. De lokale productie spreekt toeristen aan, maar 'exporteren' naar het vaste land is volgens Anton Witte een stap te ver. 'Hier is onze kaas exclusief.'

Langs de oprijlaan naar de kaasboerderij Wezenspijk lopen melkkoeien driftig te grazen in de ochtendzon. Een eenzame fietser gaat voorbij, maar voor het gros van de toeristen op het eiland Texel is half tien in de morgen toch echt te vroeg. In de kaaswinkel is het stil, maar in de naastgelegen kaasmakerij wordt

Anton Witte: 'We moeten niet vergeten dat we de consument nodig hebben. We moeten de melk wel kwijt'

rug. 'Mijn broer en ik kwamen van de landbouwschool en maakten plannen om kaas te gaan maken en om te verkopen op de kaasmarkt in Woerden. Uitein-



'Consumenten laten zich niet misleiden'

Anton en Janine Witte profiteren van toeristen op Texel via eigengemaakte boerenkaas

hard gewerkt om babykaasjes uit de vaten te halen.

'Kaasmaken is arbeidsintensief', start Anton Witte (47) zijn verhaal. Samen met zijn vrouw Janine (45) runt hij een melkveebedrijf annex kaasmakerij met de naam Wezenspijk in Den Burg op het eiland Texel. 'We maken veel kaasjes van 450 en 800 gram. Dat vraagt veel handwerk. Toch maken we veel kazen van deze gewichtsklasse omdat hierop de meeste marge zit.' Anton Witte glimlacht, maar is uiterst serieus wanneer hij vervolgt: 'Het zijn gewilde cadeautjes om aan de buurvrouw of schoonmoeder te geven die tijdens de vakantie de planten en de kat heeft verzorgd.'

Hoge arbeidskosten

Het woord toeristen valt menigmaal in een gesprek met melkveehouder Witte. In de zomer verdrievoudigt de bevolking van het eiland Texel dankzij de vele zonen rustaanbidders. Veertig procent van de toeristen is Duits. 'Dat zijn dankbare kaasklanten', beschrijft Anton. 'Nederlanders zijn over het algemeen krenteriger en geven hier gemiddeld minder geld uit.'

Anton Witte toont zijn winkel aan huis, waar hij naast de Texelse kaas ook eigengemaakte schapenkaas en diverse andere streekproducten verkoopt. 'We maken inmiddels 25 jaar kaas', blikt Anton te-

delijk is er geen gram naar het vaste land gegaan. Het woord streekproduct bestond nog niet, maar een kruidenier uit het dorp wilde onze kaas wel verkopen als lokaal geproduceerde, echte Texelse boerenkaas. We waren de enige kaasmakers op Texel en al snel meldten zich meer afnemers. Een jaar later startten we ook met het maken van Texelse schapenkaas van schapenmelk die we aankochten. Tegenwoordig wordt onze kaas op tachtig plaatsen op het eiland verkocht of geserveerd in restaurants.'

Dankzij de verkoop in de eigen kaaswinkel, op de plaatselijke markt en aan de vaste afnemers verdwijnt er jaarlijks 250.000 tot 300.000 liter melk in de kaastobbe. Dat is iets meer dan de helft van het melkquotum dat 60 melkkoeien volmelken op 42 hectare. 'De kaasmakerij is de hoofdzaak geworden', geeft Anton aan. 'Toch blijven we ook investeren in de melkveetak. Ik wil dat beide onderdelen van het bedrijf economisch zelfstandig zijn.'

Wat betreft omzet en vooral arbeid wint de kaasmakerij het met gemak van de melkveetak. Een kaasmaker en een verkoper zijn in vaste dienst en in het hoogseizoen schakelt Anton extra arbeid in. Op het melkveebedrijf is een medewerker aanwezig en zowel Anton als Janine werken volop mee. 'Ik zie collega-veehouders dikwijls verlekkerd denken als ik



vertel dat ik teruggerekend ongeveer vijftig eurocent per liter melk ontvang. Ze vergeten dan snel dat daar erg veel arbeidskosten tegenover staan.'

Ambassadeursfunctie

Met het huidige volume dat verkaasd wordt, is volgens Witte de markt op Texel verzadigd. 'Voor een grotere productie zouden we de verkoop naar het vaste land moeten opzetten. Maar op het vaste land is onze kaas een van de duizend soorten en moet het zware concurrentie aangaan. Dat gaat ten koste van de prijs; boerenkaas wordt al jaren slecht betaald. Hier is onze kaas een exclusief streekproduct.'

Anton gaat voor naar de 25 jaar oude ligboxenstal, die ook toegankelijk is voor de bezoekers van de kaaswinkel. In de zomer geeft hij er rondleidingen die op topdagen vijftig tot zestig betalende bezoekers trekken. 'Consumenten die de moeite nemen om naar onze winkel te fietsen, zijn geïnteresseerd in de landbouw. Het wordt wel eens vergeten, maar met de kaasboerderij hebben we een belangrijke ambassadeursfunctie. Consumenten laten zich niet misleiden en door te laten zien wat er gebeurt op een melkveebedrijf kweek je begrip. We moeten niet vergeten dat we de consumenten nodig hebben. Zij moeten de melk wel blijven kopen.'

Inleveren privacy

Deze zomer is het erg droog. De koeien gaan dag en nacht naar buiten, maar de drie kilogram droge stof mais in de stal is hard nodig. In de winter bestaat het rantsoen uit twee derde deel gras en één derde deel mais, dat gemengd is ingekuuld.

Geen bijproducten, een standaardgebruik van een toevoegmiddel in de kuil en weidegang zijn belangrijk om de melkkwaliteit en daarmee de kaaskwaliteit goed te houden. Ook in de melkput wordt veel aandacht besteed aan hygiëne. Het celgetal is gemiddeld 150.000 en het kiemgetal onder de tien.

Extra aandacht in de fokkerij voor eiwit om extra kaas te kunnen maken is er nauwelijks. Anton besteedt fokkerij uit en heeft dankzij het GMS-paringsysteem nu koeien van onder meer Roy en Juror en insemineert met Garrison, Donor en Merchant. 'Het is eenvoudiger om een liter melk extra in de kaasbak te doen dan het eiwit eentiende procent te laten stijgen via fokkerij', vindt Anton.

Terwijl hij het rollend jaargemiddelde toont van de zestig koeien – 8809 kg melk met 4,34% vet en 3,44% eiwit met een EJR van 2189 – gaat de bel in de kaaswinkel. De eilandbezoekers worden wakker en stappen de winkel binnen. 'We profiteren van de toeristen', besluit Anton, terwijl hij zijn nieuwste kaassoort, Texels Rustiek, aansnijdt. 'Maar je moet niet vergeten dat we ook veel van onze privacy hebben ingeleverd. Openingsdagen? Het is lastig voor toeristen om zich daaraan te houden. Toeristen denken erg makkelijk dat een boerderij algemeen bezit is.'

Jaap van der Knaap