



‘Het gaat om bekendheid’

Loomans Kaas in Delft bestaat al sinds 1898. Inmiddels staat de vierde generatie aan het roer: Koos Loomans. Hij heeft sinds drie jaar zitting in de noteringscommissie voor Boerenkaas.

HENK TEN HAVE

“**B**oerenkaas is een specialisme die we altijd hebben gehad”, vertelt Koos Loomans. “Mijn opa handelde alleen maar in Boerenkaas, want in zijn tijd was er nog geen fabriekskaas. Mijn vader nam er fabriekskaas bij.” Loomans Kaas betreft vooral Boerenkaas van boeren in het Groene Hart. “Met sommigen hebben we een relatie van zestig à zeventig jaar.” Het bedrijf levert aan particulieren, zoals kaasspecialisten en buurtsupermarkten. Koos Loomans is tevreden over hoe het eraan toe gaat in de noteringscommissie. “Met overleg proberen we tot overeenstemming te komen, op een gezonde manier. De handelaren en boeren stonden vroeger weleens als haantjes tegenover elkaar, maar dat is niet meer zo.”

Kwaliteit

“De kwaliteit van Boerenkaas is absoluut goed”, zegt Loomans. “De tendens van de laatste jaren is dat de kaas smediger is; voorheen was die wat droger.” Volgens Loomans staat de goede kwaliteit wel onder druk doordat er steeds meer ‘Boerenkaas’ van gethermiseerde melk op de markt komt. “Die kaas is van mindere kwaliteit dan rauwmelkse kaas. Dan bedoel ik vooral de smaak: die van echte Boerenkaas is beter.” Loomans is echter niet bang dat de rauwmelkse Boerenkaas zal verdwijnen. “Daar zal altijd vraag naar blijven en er zullen dus te allen tijde boeren zijn die die kaas maken.”

Naamsbekendheid

“De naamsbekendheid van Boerenkaas bij de consument, daar gaat het om”, meent Loomans. Die is volgens hem nog bedroevend laag. Meer promotie is dus hard nodig. “Daarvoor moeten Stichting KB en de Bond van Boerderij-Zuivelbereiders elkaar vinden. Nu zijn er twee stromen: KB en de bond hebben elk hun eigen promotieactiviteiten. Beide partijen zouden bij elkaar aan tafel moeten gaan zitten om de neuzen dezelfde kant op te krijgen.” Gezamenlijke promotie betekent volgens Loomans niet dat de uitstraling van alle Boerenkaas hetzelfde moet zijn, maar er moet wel Boerenkaas op staan. “Door handelaren worden verschillende logo’s gebruikt voor Boerenkaas, maar er staat wel altijd Boerenkaas op.”

Overschotten

“Vorig jaar zijn de overschotten aan Boerenkaas weggewerkt”, aldus Loomans. “Maar er wordt nog steeds meer kaas gemaakt dan waarvoor afzet is. De Boerenkaasmarkt is nog niet in balans. Dat drukt de prijzen. De markt voor Boerenkaas is te klein om grote overschotten aan te kunnen. Eigenlijk zouden boeren minder of geen kaas moeten maken als er een overschot is. Maar ik snap wel dat veel boerenbedrijven op kaas maken zijn ingericht en hun melk niet op een andere manier kwijt kunnen. Ze moeten hun melk wel tot kaas verwerken.”

Boerenkaas blijft

Boerenkaas blijft. Daar is Loomans zeker van. “Maar de manier waarop hangt af van hoe met bepaalde dingen wordt omgegaan, zoals de promotie.” Of de supermarkt een steeds belangrijker afzetkanaal voor Boerenkaas wordt, betwijfelt Loomans. “Het manco zit in de kennis achter de toonbank in de supermarkt. Er zijn vele soorten kaas, de consument heeft begeleiding nodig bij het maken van zijn keuze. Die krijgt hij niet in de supermarkt. Wij zitten zelf kort op onze klanten en brengen onze kennis op de kaasspecialisten over. In de kaasspecialzaak krijgt de consument dus wel ondersteuning bij het kiezen van een stukje kaas.” 🍷

Noteringscommissie

Namens de handel (VNK):

Koos Loomans, Loomans Kaas

Evert Fokker, Korver Kaas

Cees Remijn, Kaashandel Remijn

Jan Kos, Vandersterre Groep

Namens de BBZ:

Ruud van Schie

Thijs Mooren

Jacco Bot, De Producent

Cor van der Bas