

Kaasmerk laat echtheid zien

De meeste Boerenkaasmakers kennen het bedrijf wel: Het Kaasmerk in Leiden. Dit bedrijf maakt kaasmerken voor Boerenkaas en fabriekskaas in binnen- en buitenland. Directeur Jos Putker en salesmanager Owen den Outer vertellen over de ins en outs van het kaasmerk.

HENK TEN HAVE



Het Kaasmerk maakt sinds 1920 kaasmerken in Leiden. Vanaf 1926 gebeurt dat in het karakteristieke gebouw aan de Roomburgerweg. In 2009 nam Het Kaasmerk de Franse kaasmerkenproducent Matec in Arinthod over. Het bedrijf heeft nu dus twee vestigingen waar in totaal 36 mensen werken. De kaasmerken voor de Nederlandse Boerenkaas worden nog altijd in Leiden gemaakt: jaarlijks gaat het om 1,5 miljoen stuks voor circa driehonderd Boerenkaasmakers. Maar in de fabriek in Leiden worden ook kaasmerken gemaakt voor zuivelfabrieken over de hele wereld. In Europa heeft Het Kaasmerk een marktaandeel van 80 procent en wereldwijd is het bedrijf de grootste kaasmerkenproducent. De productie van de merken is in de loop der jaren niet fundamenteel veranderd. Wel is de apparatuur met zijn tijd meegegaan. In de hal in de fabriek in Leiden hangen nog de oude clichés. Een cliché is een stempel waarmee de kaasmerken vroeger werden bedrukt. Tegenwoordig worden de kaasmerken automatisch bedrukt met een speciale printer. Maar het begint nog steeds met caseïne, een kaaseigen eiwit. Die wordt gemengd met water en eventueel een kleurstof. Het caseïnemengsel wordt vervolgens tot een dunne film gewalst. De film wordt onder de printer door geleid, die er tekst, een unieke code (cijfers en eventueel een automatisch afleesbare datamatrix) en/of een logo op drukt. Daarna worden de merken gestanst. Een transportbandje vervoert de merken naar de drogerij. Daar blijven ze 10 minuten bij een temperatuur van ongeveer 75 graden. Als de merken droog zijn worden ze gecontroleerd op kwaliteit en ingepakt in dozen.

Traceren

Sinds 1 april 2006 is het gebruik van een kaasmerk niet meer wettelijk verplicht, vertelt directeur Jos Putker van Het Kaasmerk, maar in de Europese General Food Law (verordening EG 178/2002) staat wel de verplichting tot traceerbaarheid. "En dan is het gebruik van een kaasmerk een optie. Met de unieke code op het kaasmerk is het mogelijk om elke kaas te traceren in elke fase van het

productie- en distributieproces", aldus Putker. Daarnaast kunnen fabrieken de grootte, het gewicht, water- en zoutgehalte en uiterlijk van de kaas tijdens het productieproces beter controleren dankzij de code op het kaasmerk. Veel kaasfabrieken gebruiken tegenwoordig kaasmerken met een datamatrix, een universele vierkante streepjescode. De datamatrix is automatisch uit te lezen met speciale camera's en scanners. Putker wijst erop dat de tracering en controle bij de gebruikers van de kaasmerken liggen: "Wij zorgen er alleen voor dat er met behulp van de kaasmerken getraceerd en gecontroleerd kan worden."

Eigen merk

Het Boerenkaasmerk, met de speciale tonnetjesvorm, benadrukt vooral de authenticiteit, de echtheid, van de Boerenkaas. In totaal zijn er acht tonnetjesmerken voor Boerenkaas – van Goudse tot schapenkaas en van Edammer tot 20+kaas. Daarnaast is er een rond merk voor rauwmelkse kaas die bereid is op de boerderij met vegetarisch stremsel (voor Boerenkaas is het gebruik van leb-stremsel verplicht). Het is ook mogelijk om een eigen kaasmerk te laten maken. Wel is een afname van minimaal 10.000 merken nodig om tot een redelijke prijs van de merken te komen. "Eén Boerenkaasmaker laat bij ons een eigen merk maken met een eigen logo voor zijn Boerenkaas 48+", zegt salesmanager Owen den Outer van Het Kaasmerk. "Daarmee is zijn kaas te onderscheiden van die van andere producenten." Kaasmakers kunnen er ook voor kiezen om naast het Boerenkaasmerk een tweede merk op hun kaas aan te brengen. "Bijvoorbeeld met een eigen logo of waaraan de consument kan zien in welke regio de kaas is gemaakt." Een kaasmerk in een speciale kleur laten maken is ook mogelijk. "We maken nu rode, groene, gele, blauwe en hebben ook weleens roze gemaakt." 🍌

Sponsor

Het Kaasmerk is een van de sponsors van Boerenkaas Cum Laude. "Wij dragen de boerenkaassector een warm hart toe. Een echte boerenkaas waarderen wij enorm en wij denken dat Boerenkaas Cum Laude ertoe kan bijdragen dat meer mensen zullen inzien dat echte boerenkaas een onovertroffen product is", aldus directeur Jos Putker van Het Kaasmerk.



1 Jos Putker (l.) en Owen den Outer voor de fabriek in Leiden.

2 Een kaasmerk met een datamatrix.

