Boerenkaas of Kaas van de Boerderij



De echtheid van Boerenkaas wordt sinds 2007 gegarandeerd met het merk ‘Boerenkaas’. Sinds april van dit jaar is daar het merk ‘Kaas van de Boerderij’ bij gekomen. Kaasmaker Cees Slob pleit voor een grote promotiecampagne om het nieuwe kaasmerk in de markt te zetten.

FRANK DE VRIES



Ruwweg zijn er twee soorten kaas te onderscheiden: fabriekskaas en kaas die op een boerderij wordt gemaakt. Voor Boerenkaas is het kaasmerk Boerenkaas in 2007 ontwikkeld, erkend door de Europese Unie en beschermd door de regeling Gegarandeerde Traditionele Specialiteit (GTS). Voor deze kaas geldt een speciaal productdossier. Zo moet Boerenkaas van rauwe melk zijn gemaakt en bereid met lebstremsel. Ook de vorm van Boerenkaas is vastgelegd in het productdossier.
Het nieuwe merk ‘Kaas van de Boerderij’ is in het leven geroepen om ook de kaas die wel op de boerderij is gemaakt, maar bijvoorbeeld niet van onverwarmde melk, toch herkenbaar te maken.
Kaasmaker en melkveehouder Cees Slob uit het Zuid-Hollandse Giessenburg is een van de eerste gebruikers van het merk Kaas van de Boerderij. Cees Slob heeft samen met zijn broers Fokke en Anne een melkveebedrijf met 150 koeien en een kaasmakerij.
Slob: “We verwerken al onze koeienmelk tot kaas en daarnaast kopen we van een bedrijf nog zo’n 30 procent van onze eigen melkplas aan.
Al ruim twintig jaar is Slob kaasmaker. Hij thermiseert de melk tot maximaal 68 graden Celsius. “Ik zie het verwarmen van de melk alleen maar als positief in het kader van mijn werkprocessen en ook vanuit de voedselveiligheid van het eindproduct kaas.”
Slob maakte kaas in het verleden onder de merknaam Boerenkaas, maar is overstapt op Kaas van de Boerderij omdat hij de melk thermiseert.
Slob vindt het jammer dat er nu twee merken zijn. “Het kan verwarrend zijn voor de consument. De consument zoekt naar lekkere kaas die op een boerderij is gemaakt, meer niet.”
Wel begrijpt Slob dat er open en eerlijk gecommuniceerd moet worden met de consument.

Consument

Kaasmaker Slob is een voorstander van het thermiseren van melk voor de kaasbereiding. “Door het thermiseren heb je veel minder uitval van kazen en de kaas is van een constantere kwaliteit. En narigheid als Listeria of iets dergelijks is ook te voorkomen door de melk te thermiseren.”
Een rondgang over het bedrijf van Slob maakt duidelijk dat het hier gaat om een zeer professionele boerderij. De afdeling melkvee, met 150 koeien, is pas april 2012 in gebruik genomen. En de *state-of-the-art*-kaasmakerij werd half september ingewijd.
Slob: “Wij maken kazen van 8 en 16 kg, 80 kazen per charge. Zo’n 95 procent van onze kazen zijn kruidenkazen, de rest is Goudse.”
Als Slob zich probeert te verplaatsen in de consument, denkt hij dat de gemiddelde consument absoluut niet geïnteresseerd is in de temperatuur van melk voor de bereiding van de kaas, maar louter in de smaak en de constantheid van die smaak. Slob denkt dat het thermiseren nauwelijks of niet de authentieke smaak van boerenkaas beïnvloedt.

Verwarring

Cees Slob weet dat op dit moment circa tien kaasmakers zich hebben verbonden aan het nieuwe kaasmerk. “In mijn ogen is dit maar een fractie van het aantal kaasmakers dat de melk thermiseert.” Hij hoopt dat meer boeren zich zullen aanmelden voor het merk Kaas van de Boerderij.
Slob pleit voor een grote promotiecampagne om het nieuwe kaasmerk goed in de markt te zetten. “Ik geloof dat er jaarlijks 7 miljoen kilo boerenkaas wordt verkocht. Als we nu met z’n allen 10 cent per kg afstaan voor promotie, hebben we over een jaar 700.000 euro in kas aan reclamegeld. Dat gaat ons zeker helpen.”



1

1 Het nieuwe merk.

2 Kaasopslag van de familie Slob.



2