

## Studenten 'Duitsland' maken beste marketingplan voor rauwmelkse kaas

Op 4 juni presenteerden vijf groepen internationale studenten aan de opleiding International Business Studies van Hogeschool Windesheim in Zwolle hun marketingplan voor de afzet van rauwmelkse kaas in het buitenland. De groep 'Duitsland' maakte volgens de jury, die bestond uit drie Slow Food-bestuursleden, het beste plan.

Slow Food Nederland had de studenten gevraagd hoe de organisatie kleine producenten van rauwmelkse kaas het best kan ondersteunen bij de promotie van hun producten in het buitenland. Daartoe deden in totaal negentig derdejaarsstudenten marktonderzoek in achttien landen en maakten ze een marketingplan. Een selectie van vijf groepen streed op 4 juni om drie finaleplaatsen. Die werden beloond met een geldprijs.

### 'Lifestyle Foodies'

De eerste prijs ging naar de studenten die onderzoek deden in Duitsland en daarvoor een marketingplan maakten. De groep bestond uit Maximilian Hüller, Karin Visser, Mary Makri en Niall Prendergast. Volgens hen biedt de Duitse markt veel mogelijkheden voor de afzet van rauwmelkse kaas uit Nederland, onder meer vanwege de stijgende vraag naar kaas, de uitbreiding van het assortiment in winkels en de grote en nog steeds groeiende doelgroep (eindverbruikers) die de studenten kozen: Duitsers tussen 40 en 50 jaar ('Lifestyle Foodies'). Maar er zijn ook een andere, minder gunstige, kanten. Zo hebben de meeste Duitsers al een voorkeur ontwikkeld voor een bepaald merk, kwaliteit en kaassoort. Daarnaast zijn er in Duitsland veel kaasmakers met uitgebreide kennis van hun markt. De aanwezigheid van die concurrentie maakt de noodzaak voor een doeltreffende marketingcampagne nog groter, aldus de studenten. Om eventuele angst van Duitse consumenten weg te nemen, moet daarin ook

aandacht zijn voor de veiligheid van rauwmelkse kaas en de strikte regels die gelden voor de productie en verkoop ervan. Er zal eveneens naar de distributie moeten worden gekeken. Volgens de studenten produceren de meeste Nederlandse Boerenkaasmakers niet voldoende om te kunnen exporteren. Daardoor hebben ze ook geen kennis van hoe ze hun producten in het buitenland kunnen afzetten. Zonder samenwerking tussen de kaasmakers en mét een grossier die ervaring heeft met import en export van voedsel, wordt het erg moeilijk om de kaas op de buitenlandse markt te verkopen, menen de studenten.

### Kaasmonsters

De studenten richtten zich in hun marketingplan op drie groepen: de groothandel, (web)winkels en restaurants, en de eindverbruiker (consument). Voor de verschillende groepen hebben ze verschillende marketingactiviteiten in hun plan opgenomen. Zo krijgen handelaren folders die ze aan hun klanten kunnen geven en kaasmonsters om ze van de goede smaak en kwaliteit te overtuigen. De winkels en restaurants zullen geïnformeerd worden via folders, e-mails en kaasmonsters, omdat zij hun producten voornamelijk aanschaffen bij de groothandelaren. Verder krijgen restaurants recepten en tips over hoe ze rauwmelkse kaas kunnen gebruiken bij

de bereiding van maaltijden.

Voor de eindverbruiker bedachten de studenten een stand voor beurzen en andere evenementen, kaasmonsters die worden uitgedeeld op publieke plaatsen en advertenties in kranten in de vijf grootste steden van Duitsland. Bovendien zal nieuwe media worden gebruikt, zoals een Facebookgroep en een video op YouTube. Ook worden er folders en posters verspreid op drukke locaties, en een website moet mensen voorzien van achtergrondinformatie, recepten en links naar webwinkels.

Voor al deze activiteiten zou een budget nodig zijn van bijna 35.000 euro. Dat lijkt hoog, maar is onontbeerlijk omdat Duitsland een grote markt is en de rauwmelkse kaas breed gepromoot moet worden, want anders zullen de resultaten marginaal zijn en het hele project niet succesvol, zo stellen de studenten.

### Plannen ook naar bond

Slow Food Nederland heeft de plannen van de studenten ook doen toekomen aan het bestuur van de Bond van Boerderij-Zuivelbereiders. Die zal beoordelen of ze er iets mee kan ondernemen.

*De (Engelstalige) rapporten van de studenten die om de finale streden, zijn te vinden op de website [www.slowfood.nl/index.php?page=783](http://www.slowfood.nl/index.php?page=783).*

*Een aantal van de studenten die een afzetplan maakten voor rauwmelkse kaas.*



FOTO: HOGESCHOOL WINDESHEIM