

‘De markt is toegankelijk’

Bob den Hollander uit Kamerik staat met Boerenkaas op verschillende markten. “Boerenkaas wordt echt gekocht op smaak. Dat is ook wat ik zelf zo mooi vind aan Boerenkaas, die smaak.”

ATIE VAN OLST

Op familieverjaardagen gaat het gesprek vaak over kaas. Samen met zijn jongere broer Bart zet Bob den Hollander (Kamerik) de vijf weekmarkten van vader Ben voort, zelf heeft hij er twee opgezet en eentje overgenomen van oom Cor den Hollander. Oom Bas den Hollander heeft vijftig jaar geleden met zijn marktkraam in Utrecht de basis gelegd voor Holland Kaascentrum. Dan is er nog neef Bas den Hollander die winkels bezit (Kaas en Zo). Opa maakte Boerenkaas en ook de schoonfamilie (Nap, Kamerik) maakt nog eens Boerenkaas. Toch was het voor Bob niet vanzelfsprekend om in de kaas te gaan. Totdat zijn vader hem aanraadde het toch maar eens te proberen, nu tien jaar geleden. Holland Kaascentrum, dat is de naam waaronder Bob vier dagen per week op verschillende markten te vinden is. Op de markt in Utrecht verkoopt hij samen met zijn team van medewerkers op een gemiddelde zaterdag zo’n 300 kg Boerenkaas. Vandersterre is huisleverancier en biedt ondersteuning aan de coöperatieve vereniging die Holland Kaascentrum is. Het basisassortiment Boerenkaas is in principe voor elke marktkraam hetzelfde, lokaal kiest een ondernemer soms voor een extra soort erbij. Zo vind je in de kraam van Bob de Boerenkaas van Leen de Wit uit Kamerik.

Bob: “Het contact met de klant en de deskundigheid van de ondernemers, dat zijn de sterke troeven van de markt. Daarin onderscheidt de markt zich van de supermarkt. En vergeleken met de speciaalzaak is de markt

toegankelijker voor de consument. De versbeleving van de markt speelt een heel belangrijke rol. Natuurlijk is een aantrekkelijke prijs ook interessant, maar Boerenkaas wordt echt gekocht op smaak. Dat is ook wat ik zelf zo mooi vind aan Boerenkaas, die smaak. En natuurlijk is het verhaal van Boerenkaas belangrijk. Over Beemster kaas ben ik sneller uitgepraat. En wat dacht je van de uitstraling? Die mooie grote kazen van 30 of 60 kg zijn echte publiekstrekking op mijn kraam.”

Het assortiment Boerenkaas van Bob omvat twintig soorten. Op de markt aan het Vredenburgplein in Utrecht is Boerenkaas goed voor een derde van zijn totale omzet in Hollandse kaas. Het koperspubliek bestaat daar vooral uit jonge mensen. Misschien speelt ook het jonge, enthousiaste team dat de klanten bedient, daarin een rol. Zij laten de klant graag proeven ‘hoe die vandaag weer smaakt, de Boerenkaas’.

En daarmee heeft Bob meteen een lastiger punt van Boerenkaas te pakken. Want het aanbod van een boerderij is soms gewoon te klein. “Iedere week een andere smaak kan een charme zijn, maar het is ook een zwakte. Wij laten proeven en leggen het uit aan de klant, dan is er meestal wel begrip.”

Als ondernemer moet je blijven ontwikkelen. Bob wil dit jaar meer aandacht geven aan specialiteiten. Ook voor nieuwe producten van de boerderij ziet hij marktkansen. Proeverijen zijn belangrijk om specialiteiten onder de aandacht te brengen van de consument, ook op de markt. Bob: “Mooie voor-



beelden zijn asperges en mosselen. Ook voor kaas zou ik dat graag meer zien. Het is goed om de verkoop te ondersteunen, bijvoorbeeld met posters en actiekaartjes. De receptkaarten van de Bond van Boerderij-Zuivelbereiders zijn heel geschikt om uit te delen aan de consument. De BBZ zou best wat meer aandacht mogen besteden aan de markt; dat is immers een belangrijke aankoopplaats voor de consument.” 🍷