

Belangstelling voor zelf zuivelen neemt weer toe

# 'Consument wil rauwmelks product'

De belangstelling voor zelf zuivelen neemt langzaam toe. De Bond van Boerderij-Zuivelbereiders (BBZ) kan nog geen keiharde cijfers overleggen, maar de geluiden uit het veld zijn positief, zegt BBZ-voorzitter Irene van de Voort. „We raden belangstellenden wel aan klein te beginnen. Zelf zuivelen is en blijft vakmanschap.”

Copyright foto

Irene Bruins uit Kampen:

## 'Uitleggen waar voedsel vandaan komt'

Zelf zuivelen is hard werken, maar de waardering voor het product is groot, weet Irene Bruins van het biologische melkveebedrijf Erf-1 in Kampen. „De consument krijgt steeds meer interesse in voedsel.“ De familie Bruins wil dat de consument het verhaal achter het product op hun bedrijf beleeft. „Wij leggen onze klanten uit waar voedsel vandaan komt.“

Het Kamper melkveebedrijf gooide in het najaar van 2011 het roer volledig om. Vader Harry wilde biologisch gaan boeren en moeder Petra en dochter Irene vatten het plan op een deel van de melk zelf te gaan verwerken en verkopen. „Mijn moeder ging naar aanleiding van een tv-programma over vanillevla zelf echte vanillevla maken. Die viel zo in de smaak, dat we daar meer mee wilden doen“, vertelt Irene.

Irene Bruins heeft zelf haar roots in de diëtik liggen. Ze kwam in haar baan veel mensen met welvaartsziekten tegen. „Ik vind het ontzettend leuk om op de plek waar

zuivelproducten worden geproduceerd, met mensen in gesprek te gaan over ons eten. Daarom heb ik ook een opleiding tot kaasbereider gevolgd.“

Ze merkt dat er vanuit de consument veel aandacht is voor streekproducten. „Mensen staan steeds verder van hun voedsel af. Ze worden door de media gek gemaakt over wat wel en niet gezond is. Als diëtist ligt hier voor mij een schone taak om het juiste verhaal te vertellen. De consument weet het product beter te waarderen, als ze het verhaal er achter horen.“

Erf-1 maakt sinds december 2012 gepasteuriseerde melk, yoghurt, karnemelk, boter en vanillevla. De producten vinden hun weg naar bakkers, speciaalzaken, groentezaken, restaurants, koffiezaken en bedrijfskantines. „Wij brengen de producten rond in de IJsseldelta, bedrijven van verder komen ze zelf halen. Het is geweldig dat we onze melk zelf kunnen verwaarden tot een mooi product en dat ons bedrijf steeds meer in contact komt met de samenleving.“

De afgelopen jaren was er een lichte daling in het aantal zelfzuivelaars te zien: van 381 producenten in 2011/2012 naar 371 zelfzuivelaars in 2014/2015. Dat blijkt uit cijfers van de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland. Wel nam de hoeveelheid ambachtelijk bereide producten toe, waarbij vooral de stijging van zure producten opvalt: van 12.735.048 kilo in 2011/2012 naar 17.437.408 kilo in 2014/2015. Ook steeg de productie van melkproducten, terwijl het maken van room/roomijs juist afnam. In 2006/2007 lag het aantal zelfzuivelaars nog op 455.

### Volvet mag weer

Irene van de Voort kan geen duidelijk antwoord geven op de vraag of de populariteit van het zelf zuivelen is toegenomen na de afschaffing van het melkquotum en de daarmee gepaard gaande daling van de melkprijs. Zij ziet vooral een toenemende belangstelling voor eigengemaakte zuivelproducten vanuit de consument. „De vraag naar streek- en rauwmelkse producten neemt toe. De

consument wordt bewuster van zijn voeding, mensen gaan weer volvet eten. Dan kom je al snel bij boerderijzuivel terecht.“

Boerderijzuivel is dus hip. Volgens de BBZ-voorzitter is vooral rauwmelkse boerenroomboter een delicatete waaraan een schreeuwend tekort is. De goede boerderijboter is op dit moment niet aan te slepen, zegt zij. „Deze boter is bijvoorbeeld zeer populair in de tophoreca.“ De belangstelling voor Boeren Leidsekaas met sleutels, die van de ondermelk van boter wordt gemaakt, loopt daarentegen terug. „Het gaat hier om een zure, droge kaas met komijntjes. Deze kaas is al heel oud, hij ging al met de VOC mee naar de Oost.“ Tegenwoordig zijn er nog twaalf boeren die Boeren Leidsekaas maken.

De prijs van Boerenkaas is op dit moment te laag, vindt Van de Voort. De notering voor december staat op 4,45 euro per kilo, terwijl die naar een prijs van 5,50 euro per kilo moet voor een mooie meeropbrengst van het product, aldus de voorzitter. „Er is veel zogenaamde 1 april kaas gemaakt, omdat kaas die na 1 april wordt verkocht, niet meetelt voor

het melkquotum. Er is dus nog veel product op voorraad en de melkaanvoer is onveranderd hoog. Toch denk ik dat de voorraad nu snel zal slinken en we weer lekker kunnen gaan draaien.“

### Vakmanschap

De motivatie voor boeren om zelf te zuivelen ligt volgens Irene van de Voort in de passie voor het vak, de vrijheid om eigen melk te verzuivelen en de meerprijs van het product. Maar, waarschuwt ze, zelf zuivelen is vakmanschap. Niet iedereen kan kaas maken. „Je kunt beter niet meteen een tobbe of kaasbak van 4.000 liter neerzetten en zelf gaan kazen. Als het dan mislukt, kan je in grote financiële problemen raken. Er komen ontzettend veel facetten bij kaasmaken kijken, zoals een goede hygiëne en de juiste apparatuur. Wij raden mensen aan klein te beginnen en een kaascursus te volgen. Als het goed gaat, kun je later altijd nog uitbreiden.“

Irene van de Voort constateert een ontwikkeling dat kaasmakers ervoor kiezen melk te ►

## Bond van Boerderij-Zuivelbereiders

De Bond van Boerderij-Zuivelbereiders (BBZ) is de belangenbehartiger van boerderijzuivelbereiders in Nederland. De BBZ zet zich in voor een duurzame en perspectiefvolle zuivelbereiding op het melkveebedrijf. De organisatie heeft er onder andere voor gezorgd dat de naam Boerenkaas een Europese bescherming heeft. Deze Gegarandeerde Traditionele Specialiteit (GTS) bescherming zorgt ervoor dat de naam alleen kan worden gebruikt door boerderij-

zuivelbereiders. Voor kaasmakers die niet aan de GTS-eisen voldoen, is een apart beeldmerk ontwikkeld: Kaas van de Boerderij. Verder voert de BBZ regelmatig overleg met het COKZ (het controle-instituut voor de zuivel) over de uitvoering van inspecties. De bond is verder eigenaar van de hygiëncode voor boerderijzuivel, die samen met het Productschap Zuivel is ontwikkeld. Daarnaast verzorgt de BBZ regionale keuringen, de Cum Laude en studieclubs.

Copyright foto

## Ad Brandwijk uit Molenaarsgraaf:

# 'Meerwaarde aan product meegeven'

Als zelfzuivelaar Ad Brandwijk enthousiaste collega's aan de telefoon krijgt, die plannen hebben om hun eigen melk te gaan verwerken, probeert hij dat enthousiasme een beetje af te remmen. Zelf zuivelen gaat niet zomaar, weet hij uit ervaring. „Je moet eerst een flink aantal hobbels nemen, voordat je tot een goed product kunt komen.“

De melkveehouder uit Molenaarsgraaf maakt sinds 2013 volle melk, halfvolle melk, boter, karnemelk en standyoghurt. Hij levert zijn producten aan de Groene Hart Coöperatie en tal van kleine afnemers. Brandwijk heeft heel bewust voor zelf zuivelen gekozen. Met de afschaffing van het melkquotum in het achterhoofd, wilde hij een andere manier vinden om zijn melk te verwaarden.

„Ik heb begin jaren negentig op een melkveebedrijf in de Verenigde Staten gewerkt“, vertelt hij. „De melkprijs was in die tijd zo laag, dat de boer in pure armoede leefde. Dat nooit, dacht ik toen. Met het loslaten van het quotum vreesde ik dat de melkprijs wel eens flink onderuit kon gaan. Door een meerwaarde aan het product mee te geven, kan ik nu een redelijk goede boterham verdienen. Bovendien vind ik het prachtig als ik producten van eigen melk aan mijn klanten lever. Het is hard werken, maar het

geeft veel voldoening.“

De Zuid-Hollander rijdt twee keer per week met een vrachtauto met daarop een volle tank eigen boerderijmelk naar het bedrijf van de familie Smits in Sliedrecht, waar hij de zuivelproducten bereidt. „Ik werk voornamelijk op bestelling“, zegt Ad. „We verpakken de (karne) melk in petflessen in de vorm van een melkfles. Dat bevalt goed. Maar we hebben flink moeten zoeken naar de juiste verpakingsmethode.“

Aanvankelijk werden de zuivelproducten in een kartonnen verpakking verpakt, maar dat viel niet goed bij de consument. Karton past niet bij de boer en zijn streekproduct, ervoer Brandwijk. „Je krijgt een product met een industriële uitstraling en dat wil de klant niet. Die verpakkingmachine staat nu werkloos in de schuur, maar die heeft ons veel geld gekost.“

Een andere hindernis die Brandwijk op zijn weg als zelfzuivelaar tegenkwam, was de aanschaf van de juiste apparatuur. „Apparaten als de centrifuge en de homogenisator moeten perfect op elkaar zijn afgesteld om tot een goed product te komen. Dat heeft bij ons heel wat voeten in de aarde gehad. Ik denk dat we anderhalf jaar bezig zijn geweest, voordat alles goed op de rit stond.“

Copyright foto

Inmiddels verzuivelt de Zuid-Hollander de helft van zijn melk tot eigen producten. De andere helft gaat naar de fabriek. „Stel dat de vraag groeit. Dan wil ik meer koeien gaan melken“, besluit hij. „Ik wil altijd melk aan de zuivelfabriek blijven leveren. De fabriek is een zekerheid. Je moet die schepen niet achter je verbranden.“

pasteuriseren, voordat ze het product tot kaas verwerken. Kaas van gepasteuriseerde melk is gemakkelijker te bereiden, zegt ze, maar de smaak van rauwmelkse kaas is authentieker. Deze producten komen, net als rauwmelkse producten, overigens wel in aanmerking voor het keurmerk Echte Boerderijzuivel, een merk dat de BBZ heeft ontwikkeld voor ambachtelijke bereiders van boerderijzuivel.

Een andere trend is dat bestaande zelfzuivelaars meer zuivelproducten gaan produceren. Zij mogen maximaal hun eigen hoeveelheid melk verdubbelen door bij andere boeren aan te kopen, om nog voor het wettelijke beschermingsstelsel GTS Boerenkaas in aanmerking te komen. Voor kaasmakers die niet aan de GTS-eisen voldoen, is het beeldmerk Kaas van

de Boerderij ontwikkeld. „Op deze manier kunnen alle ambachtelijke kaasmakers over een kaasmak beschikken dat onderscheidend is van fabriekskazen“, aldus Van de Voort.

## Zoete zuursels

Verder komen er steeds meer zoete zuursels op de markt, die de oude traditionele zuursels vervangen. Dat is volgens de voorzitter een van de redenen dat de Boeren Leidsekaas met sleutels, gemaakt met traditioneel zuursel, onder druk is komen te staan. „De consument wil een iets zoetere en smedigere kaas. Daar zijn we aan gewend geraakt. Dat is eigenlijk jammer. Er wordt nu een programma gestart, om de authentieke smaak

van Boeren Leidsekaas te promoten.“

Een laatste trend is de opkomst van zachte kaasjes, zoals witschimmel, blauwschimmel en roodbacterie kaas. Veel kaashandelaren en speciaalzaken zijn op zoek naar deze zachte Nederlandse kaasjes. Van de Voort: „Voor kaasmakers is het niet eenvoudig deze kaasjes te maken, vanwege de strenge hygiëne-regels die gelden rondom de Listeria-bacterie. Als bond zijn we bezig daar betere afspraken over te maken, door het organiseren van studieclubs. Een alternatief is dat producenten gepasteuriseerde melk voor zachte kaasjes gaan gebruiken. Dat is zonde, want rauwe melk wordt gezien als een delicatessen, waarmee je de karakteristieken van de melk compleet doorgeeft aan de kaas.“ ■

Copyright foto

## Afra van Ruiten uit Kaag:

# 'Boerenroomboter maken is vak apart'

Zelfzuivelaars Martien en Afra van Ruiten uit Kaag wonnen dit voorjaar de landelijke Cum Laude met hun boerenroomboter. Boerenroomboter is populair, zegt Afra van Ruiten. „De trend is dat de consument weer nadent over voedsel. De klant wil terug naar de normale basisvoeding van vroeger.“

VOF Van Ruiten melkt 55 koeien op het Zuid-Hollandse eilandje Kaag. Een derde deel van de melk wordt verwerkt tot zuivelproducten. Martien en Afra zijn de vierde generatie zelfzuivelaars en de vijfde generatie, zoon Johan, komt eraan, zegt de boerin. „Ik maak al veertig jaar boter en kaas. Vroeger zeven dagen per week, van mei tot oktober. Nu doen we het nog twee à drie keer per week. Vooral boter maken is een vak apart.“

Volgens de Zuid-Hollandse is vooral de rauwmelkse boerenroomboter erg in trek. „Dat de consument zonder nadenken chemische pro-actieve producten kocht, lijkt op zijn retour. We spreken in onze winkel regelmatig mensen die weer natuurlijke producten willen eten. Het gaat hier vaak wel om de wat oudere consument. Ik merk wel dat nu wij het predicaat Cum Laude hebben gewonnen, de vraag naar onze boerenroomboter

ter toeneemt.“

Van Ruiten verkoopt de zuivelproducten voornamelijk in de eigen winkel en aan restaurants. Soms krijgt ze bijzondere vragen van haar klanten. „Zo heb ik een klant in Katwijk die zijn boter voorheen in Frankrijk kocht. Tot hij met onze boerenroomboter in aanraking kwam, die hij eigenlijk veel lekkerder vond. Maar hij wil boter met een speciaal soort zout erin. Nu levert hij mij dat zout en ik verwerk het in de boter. Je moet wel een bepaalde flexibiliteit hebben.“

Hoewel de boerenroomboter bijna niet aan te slepen is, staat de Boeren Leidsekaas met sleutels wat onder druk, weet Afra van Ruiten. Een echte verklaring daarvoor kan ze niet geven. „Je weet soms toch niet waarom een product wel of niet goed loopt. Er zijn ook mensen die speciaal voor de Boeren Leidsekaas naar onze winkel komen. Neem nu de Goudse kaas. Je hebt tegenwoordig Rijpenaar, Stolkwiker en Maaslander, maar in principe is het allemaal Goudse kaas. Wat dat betreft, is de consument grillig. Het is soms maar net welk naamje er aanhangt.“