



Boeren tonen belangstelling voor A2-melk

Markt voor A2-zuivel blijft nichemarkt

De markt voor A2A2-melk lijkt voorlopig een nichemarkt te blijven voor de zuivelproducten van Blu Cow en Weerribben Zuivel. Andere Nederlandse zuivelbedrijven brengen nog geen A2-zuivel op de markt, maar houden de ontwikkelingen in de gaten. A2-melk heeft in Nederland binnen een jaar 1 procent marktaandeel, zegt Mark Kaptein van Blu Cow.

De A2-melk van Blu Cow, een initiatief van de Veco Groep, staat inmiddels in de schappen van supermarktketens Coop en Plus. Volgens Kaptein komen daar op korte termijn twee andere ketens bij en er zijn gesprekken gaande met een vijfde supermarkt. Weerribben Zuivel zet zijn biologische A2-zuivel af aan natuurvoedingswinkels als Marqt en EkoPlaza en speciaalzaken. „Daar zit volgens ons de

groep consumenten die A2-melk zoekt en daar ook een meerprijs voor wil betalen“, licht commercieel manager Edwin Crombags van Weerribben Zuivel toe. De berichtgeving rondom A2-melk veroorzaakte twee maanden terug een enorme hype in de media. A2-melk zou oermelk zijn en goed te verdragen zijn door mensen met een gevoeligheid voor de ‘gewone’ A1-melk.

Kaptein en Crombags constateren dat deze hype nog steeds gaande is. „Je merkt dat er een discussie op gang is gekomen“, zegt Kaptein. „Niet alleen onder consumenten, maar ook bij de Vereniging van Diëtisten en het Voedingscentrum. Nieuwe informatie leidt tot interesse in een product.“ Crombags: „Veel consumenten zijn niet op de hoogte van A2-melk. Dat betekent dat je de klanten op

A2-melk in de schappen van de supermarkt. Melkveehouders raken steeds meer geïnteresseerd in de ontwikkelingen van A2-zuivel.

verkooppunten goed moet informeren. Daar ligt een belangrijke uitdaging.”

Potentie in de markt

Blu Cow ziet veel potentie voor A2-melk in de markt, zegt Kaptein. In het buitenland is de melk al bekend bij een groter publiek: in Nieuw-Zeeland maken A2-producten 15 procent van het marktaandeel in verse zuivel uit. „Uit Europese onderzoeken is gebleken dat 20 procent van de bevolking klachten ervaart na het drinken van melk. Wij gaan ervan uit dat dat percentage ook voor de Nederlandse bevolking geldt. We merken dat er een flinke groep mensen is die nadenkt over het drinken van A2-melk. Die groep is voor ons interessant.”

Volgens Crombags ligt het percentage marktaandeel voor A2-melk in het buitenland op gemiddeld 10 procent. „Dat is ook de potentie waar wij in Nederland aan denken”, zegt hij. Of dit percentage daadwerkelijk wordt gehaald, vindt Crombags op dit moment moeilijk in te schatten. „Voor de groep mensen die baat heeft bij A2-zuivel, is deze melk en kaas een goed alternatief. Maar A2-zuivel is niet per se de oplossing voor consumenten met een koemelkallergie. De groeimarkt is afhankelijk van het aantal mensen dat echt voordeel van A2-zuivel gaat hebben.”

Afwachtende houding

Hoewel Weerribben Zuivel en Blu Cow ervan overtuigd zijn dat er markt voor A2-melk is, nemen andere Nederlandse zuivelondernemingen een afwachtende houding aan tegen deze nieuwe ontwikkeling op de zuivelmarkt, blijkt uit een belronde langs diverse bedrijven. Volgens Jan-Willem ter Avest van FrieslandCampina wordt de ontwikkeling nauwlettend in de gaten gehouden, maar is het ontbreken van een breed gedragen wetenschappelijke

onderbouwing op dit moment een reden voor de coöperatie om hier niet op in te spelen. „De suggestie dat A2-melk afkomstig is van oerkoeien en dat het oermelk zou zijn, is onjuist”, licht hij het standpunt van FrieslandCampina toe. „Wetenschappers weten niet wat de oorspronkelijke oervariant is en wanneer de mutaties die de verhouding van A2 en A1 eiwitten veroorzaken, hebben plaatsgevonden. Er zijn partijen die claimen dat A2-melk beter zou zijn en dat het nuttigen ervan een comfortabel gevoel geeft. Echter, er is geen wetenschappelijk bewijs voor de geclaimde gezondheidseffecten van A2-melk. Dat vindt ook de EFSA, de Europese organisatie voor voedselveiligheid.”

Mark Kaptein snapt de terughoudendheid van de grote(re) zuivelondernemingen. De volumes van A2-melk zijn op dit moment ook te klein, legt hij uit. „Het is voor een groter zuivelbedrijf vrijwel onmogelijk om dagelijks voor een paar duizend liter een aparte productielijn te laten draaien. Veco Zuivel kan die capaciteit wel aanpassen. Het introduceren van een nieuw product is bovendien een proces met een lange adem. Het gaat niet alleen om het verwerken van melk, maar ook om de communicatie met consumenten en geïnteresseerde beroepsgroepen en de contacten met de retail. Een innovatie heeft tijd en vertrouwen nodig. Wij durven daar op langere termijn in te investeren.”

Grote interesse boeren

Melkveehouders raken steeds meer geïnteresseerd in de ontwikkelingen van A2-zuivel, merken Crombags en Kaptein. „Er melden zich regelmatig boeren bij Weerribben Zuivel aan, maar wij hebben voorlopig voldoende melkaanbod”, vertelt Crombags. Kaptein zegt bijna dagelijks boeren aan de lijn te hebben die interesse in melklevering tonen, maar ook Blu Cow heeft momenteel geen ruimte voor meer A2-melk. „Hoewel de

melkprijs een stijgende lijn vertoont, willen boeren met A2-melk toch proberen een meerwaarde voor hun product te krijgen. Wij betalen een A2-premie over de melkprijs uit, afhankelijk van individuele afspraken die met de boer worden gemaakt. Daarbij kijken we onder andere naar de marktsituatie en de logistiek”, legt hij uit.

Boeren die vermoeden dat of willen weten of hun veestapel A2-melk produceert, kunnen een haarmonster van hun dieren laten trekken. Op basis daarvan wordt genetisch vastgesteld of een koe 100 procent A2-melk geeft of niet. Kaptein: „We willen alleen melk van A2A2-geclassificeerde koeien, we willen geen melk van de A2A1-variant.” Hij schat in dat 30 tot 40 procent van de Nederlandse veestapel over het A2A2-gen beschikt. „Er zijn veehouders die al jaren met A2-stieren fokken, dat staat ook aangegeven op de stierenkaart.”

Promotie blijft belangrijk

Blue Cow en Weerribben Zuivel willen vanuit strategisch oogpunt geen uitspraken doen over volumes A2-melk en de meerprijs voor de boeren. Een liter gangbare A2-melk van Blu Cow staat voor ongeveer 1,60 euro in de schappen bij Coop en Plus, voor een pak biologische A2-melk betaalt de consument 1,99 euro. Weerribben Zuivel verkoopt biologische halfvolle A2-melk voor 1,39 euro, een kilo biologische A2-kaas kost 17 tot 19 euro.

Volgens Kaptein is de interesse vanuit de retail voor A2-melk breed, maar verschilt de vraag naar de producten van winkel tot winkel. Een goede promotie van de zuivel is van wezenlijk belang om het product goed in de markt te zetten, benadrukt hij nogmaals. De doelgroep van Weerribben Zuivel is de consument die gemotiveerd op zoek gaat naar A2-zuivel, zegt Crombags. „Dat zijn vooral mensen die nu ook al anders met hun voeding omgaan.” ■

Wat is A2A2 melk?

A2-melk is afkomstig van koeien die het A2 beta-caseïne-eiwit produceren. Reguliere melk bevat verschillende eiwitten, bijvoorbeeld A1- en A2-eiwitten, die op een verschillende manier worden afgebroken. Het A1-eiwit wordt afgebroken tot BCM-7, een stofje dat belastend kan zijn voor de darm.

A2-melk biedt een alternatief voor reguliere en plantaardige melk. Het enige verschil met gewone melk is het type eiwit dat alleen

door A2-koeien gegeven wordt. Volgens Mark Kaptein van Blue Cow is en komt er steeds meer wetenschappelijk onderzoek over het verschil tussen A1- en A2-melk beschikbaar. Recente studies (Ho, 2014 en Janquin, 2016) beschrijven hoe mensen die zelf klachten rapporteren na het drinken van zuivel (A1- en A2-eiwit) baat kunnen hebben bij het drinken van A2-melkeiwit, zegt hij. A2-melk is niet per se geschikt voor mensen met een koemelkallergie.