



De Boerenkaasnoteringen geven een goede indicatie van de algemene trend op de markt van Boerenkaas en Kaas van de boerderij. Met Ruud van Schie en Kees Remijn keek De Zelfkazer naar de markttrends in de afgelopen tien jaar.

HENK TEN HAVE

Iedere maand bepaalt de noteringscommissie de Boerenkaasnoteringen (adviesprijzen). In de noteringscommissie hebben acht personen zitting: vier kaashandelaren die door de afdeling Kaas van Gemzu (de brancheorganisatie voor de Nederlandse zuivelhandel) zijn benoemd en drie kaasboeren en de directeur van coöperatie De Producent die zijn gevraagd door de Bond van Boerderij-Zuivelbereiders (BBZ). Kees Remijn is kaashandelaar in Kerkdriel en voorzitter van de noteringscommissie. Ruud van Schie maakt als kaasboer deel uit van de commissie en is vicevoorzitter. De commissieleden komen een keer per maand bijeen. Ze bespreken alles wat invloed kan hebben op de prijs van Boerenkaas, zoals de situatie op de (internationale) zuivelmarkt, de melkaanvoer bij de fabrieken, de prijsontwikkeling van fabriekskaas, de voorraden van Boerenkaas, de afzet naar de detailhandel, verkoopacties in de supermarkten. Vervolgens wordt er 'genoteerd'.

“De handelaren en boeren zijn tegenwoordig goed met elkaar in gesprek”, zegt Van Schie. “In de noteringscommissie wordt vrij constructief gewerkt. Er is begrip voor elkaars positie. Dat was vroeger weleens minder.” Dat zegt ook Kees Remijn: “De vertrouwensrelatie tussen boeren en handelaren is verbeterd. Dat is belangrijk om overeenstemming te bereiken over de prijs.”

Omzet fors gegroeid

De gemiddelde Boerenkaasnotering lag in 2018 1,15 euro hoger dan tien jaar geleden: in 2009 was de gemiddelde notering van eerste kwaliteit Boerenkaas van 16 kg 3,81 euro per kg exclusief btw, in 2018 lag het gemiddelde op 4,96 euro.

De noteringen gingen door de jaren heen wat op en neer, maar gemiddeld maakten ze in het afgelopen decennium een positieve ontwikkeling door. Dat kwam met name door de groeiende vraag naar Boerenkaas en Kaas van de Boerderij.

“Door de goede vraag is de omzet in Boerenkaas en Kaas van de Boerderij vooral in de afgelopen zes à zeven jaar fors gegroeid”, vertelt Van Schie. “Dat is een logisch gevolg

van de toegenomen belangstelling van de consument voor onder andere de herkomst van producten en de natuurlijke en vertrouwde uitstraling en smaak. Boerenkaas en Kaas van de Boerderij passen mooi in die trends. Grootwinkelbedrijven zijn er ook mee in de weer en kaasspecialisten doen er goede zaken mee. Door de prima vraag en prijzen zijn kaasmakers ook de melkprijscrisis van vier jaar geleden goed doorgekomen. Soms vonden er wel wat correcties in de prijzen plaats door bijvoorbeeld een tijdelijk ruim aanbod. De laatste tijd is kruidenkaas redelijk succesvol. Over Boeren-Leidse wordt weer meer gepraat sinds de introductie van Boeren Leyden Traditioneel. Het volume Boeren-Leidse is veel kleiner dan vroeger, maar kan weer gaan groeien.”

Nieuwe kaasmakers

De trend van de laatste drie jaar, na afschaffing van het melkquotum in 2015, is dat er weer nieuwe kaasmakers op de markt verschijnen om meerwaarde aan de melk te geven. Ook bedrijven waar al kaas werd gemaakt, breidden hun productie uit. De boerenkaasproductie is ook toegenomen doordat sommige melkveehouders kaas zijn gaan maken omdat ze dan een forfaitaire melkproductie van 7.500 kilo per koe kunnen hanteren plus bijbehorende fosfaatproductie. Van Schie: “Als het goed draait in de boerenkaasbranche is extra aanbod hartstikke leuk, maar we moeten wel opletten dat er niet te veel kaas aangevoerd gaat worden. Dan zou de trend van de stijging van de afzet fors door moeten zetten. Export biedt nog wel perspectief voor meer afzet van Boerenkaas en Kaas van de Boerderij; Nederlandse kaas heeft een goede naam in het buitenland. Extra markt creëren in Nederland is lastiger.” Voor de komende periode zou het dan ook goed zijn dat bereiders van Boerenkaas en Kaas van de Boerderij reageren op de markt, zegt Van Schie. “Het is natuurlijk lastig om minder kaas te gaan maken als de markt minder kaas nodig heeft of de prijzen dreigen te gaan dalen. Vooral voor bedrijven die geïnvesteerd hebben in automatisering en personeel zijn bijna gedwongen om elke dag

kaas te maken; die kunnen niet echt makkelijk reageren op de markt. Maar uiteindelijk hebben deze bedrijven ook last van overproductie en lagere prijzen.”

Speciale smaken

Kees Remijn vindt net als Van Schie de gestegen omzet in Boerenkaas en Kaas van de Boerderij het opvallendst in de branche in de afgelopen tien jaar. “De productie en daarmee de omzet in Boerenkaas en Kaas van de Boerderij is misschien wel 50 procent hoger dan acht tot tien jaar geleden”, zegt Remijn. En ook hij ziet de komst van nieuwe producenten. “De nieuwe spelers zijn niet altijd kleine bedrijven.” Mede daardoor stijgt het aanbod van Boerenkaas en Kaas van de Boerderij, wat was terug te zien in een daling van de notering in januari van dit jaar. Voor boeren kan het lastig zijn om in te spelen op het grote aanbod, zegt ook Remijn. “Sommige bestaande en nieuwe kaasmakers leveren niet aan de fabriek en moeten daarom alle melk verwerken tot kaas.”

Soms verkopen kaasboeren grote partijen kaas via het “overschottenkanaal”. “Dat verziekt de markt, is niet goed voor de prijsvorming. De notering moet een afspiegeling zijn van de in markt betaalde prijzen. Als er veel kaas onder de notering verkocht wordt, zou die dus naar beneden moeten. Voor boeren die goede kaas maken en hun kaas goed kwijt kunnen, is een lagere notering natuurlijk niet leuk.”

Voor de komende tijd verwacht Remijn dat de aanvoer hoog blijft. Maar de Nederlandse markt is volgens hem wel een eind verzdigd. “Voor Boerenkaas en Kaas van de Boerderij met speciale smaken is meestal wel plek. We hebben in de afgelopen jaren ook weer een grote opmars gezien van de kruidenkazen; daar is het een tijd heel stilletjes geweest. Ook seizoenskazen (lente-, zomer, herfst- en winterkazen) waren verdwenen. Wij zijn daar weer mee begonnen. Dat zijn leuke artikelen voor consumenten. Voor grote fabrieken is het lastig om zulke producten te maken, omdat het volume niet zo groot is. Maar voor de boerenkaasmaker is dat veel makkelijker te doen.”

Omzet in tien jaar tijd flink hoger