

Alles gericht op kaas maken



De familie De Wit van kaasboerderij De Witte Welle in Montfoort won op 14 maart met haar belegen Boerenkaas de Den Besten Cum Laude Trofee 2019. “Bij ons is alles gericht op kaas maken.”

HENKTEN HAVE

Wijnand en Claudia de Wit en hun drie zoons staken de vlag uit na het winnen van de Den Besten Cum Laude Trofee. Deze trofee werd op 14 maart voor het eerst uitgereikt. Het is de prijs voor de overall winnaar van de Cum Laude Awards, de verkiezing van de lekkerste kaas gemaakt op de boerderij. De kaas was ingezonden door Bouter Cheese, kaasleverancier van Albert Heijn. Bouter Cheese werd in eerste instantie op het podium geroepen, even later werd bekend dat de winnende Boerenkaas was gemaakt door de familie De Wit uit Montfoort. “We waren totaal verrast”, vertelt Claudia een paar dagen na de verkiezing. “Want er zijn meer De Witten die kaas maken, dus we wisten niet meteen dat het om ons ging.” De trofee staat inmiddels te pronken in het winkeltje van de familie De Wit. In huis hangen slingers en staan boeketten. Het gebak is net op. Claudia en Wijnand zitten aan de keukentafel met de ouders van Wijnand, Ad en Miep de Wit, die nog dagelijks meehelpten op de kaasboerderij. “De prijs is de kroon op het werk van ons allemaal”, zegt Miep. Haar man en zij begonnen in 1980 met Boerenkaas maken – Miep wilde graag een eigen tak op de toen nieuwe en moderne boerderij – nadat hun melkveebedrijf voor de tweede maal was verplaatst, onder andere door gebrek aan uitbreidingsmogelijkheden op een eerdere plek. Op het nieuwe bedrijf werden ook zeugen gehouden; de wei ging naar deze dieren. In 1989 stapte de familie De Wit over op vleesvarkens. In 2005 werd helemaal gestopt met de varkenstak. Wijnand vond koeien leuker en de familie wilde de mestruimte benutten voor de melkveehouderij. In 2013 namen Wijnand en Claudia de boerderij over. Ze bouwden het bedrijf verder uit. In 2008 kwamen er een nieuwe ligboxenstal met carrouselmelkstal en een kaasmakerij met gesloten wrongelbereider.

Er worden momenteel 170 koeien gemolken; bijna alle melk wordt verwerkt tot Boerenkaas. Bij het bedrijf is 100 hectare land: 80 hectare gras en 20 hectare mais. De huis-kavel is 35 hectare groot. Drie jaar geleden werd weer begonnen met weidegang, omdat afnemer Albert Heijn daar om vroeg. Bouter Cheese neemt de helft van de kaas af op een leeftijd van twee weken. De overblijvende helft wordt verkocht aan restauranthouders, detaillisten en FrieslandCampina. Ook is er een winkeltje aan huis.

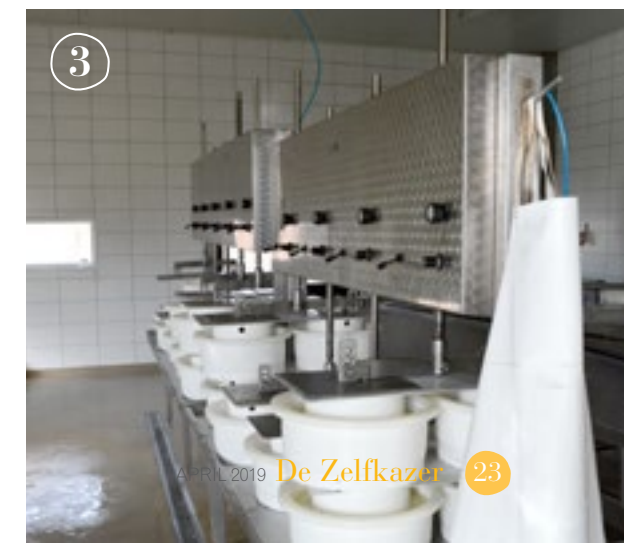
Hittereiniging

Dat de familie De Wit winnaar werd van de Cum Laude Awards komt misschien wel door de grond waarop ze boeren. “Kaasmakers bij ons in de buurt, de familie Van Eck en de familie Van Vliet, scoorden namelijk ook heel hoog”, lacht Claudia. De grond bestaat uit vette klei en klei op veen. “De grond heeft invloed op de smaak van de kaas”, zegt ook Wijnand. Maar er is meer belangrijk voor Boerenkaas van hoge kwaliteit met een lekkere smaak. “Alles wat wij doen op ons bedrijf is gericht op het maken van kaas. Allereerst zorgen we voor melk van superkwaliteit. Als de grondstof van de kaas goed is, is het maken van Boerenkaas niet zo moeilijk. En dán is het leuk om kaas te maken.”

De koeien worden gefokt op hoge gehalten. De boxen worden tweemaal per dag uitgekraakt en gestrooid met gehakseld koolzaadstro. “We hebben bewust gekozen voor een carrouselmelkstal voor individuele aandacht per koe en goed zicht op de uier. Ik melk bijna altijd zelf, ken de koeien op mijn duimpje en merk meteen als er iets met de dieren aan de hand is. Het reinigen van de melkmachine is ook belangrijk. Wij passen hittereiniging toe met controle op de eindtemperatuur: het hete water moet het hele melksysteem bereiken. We hebben de kiemen onder controle, maar we moeten er scherp



- 1 De trofee in de eigen winkel.
- 2 Kaas in de opslag.
- 3 De kaasmakerij is ruim opgezet.





4

4 Anja den Besten (l.) maakte de winnaar bekend.

5 Feest op het podium.

6 Claudia en Wijnand de Wit met de trofee.



5



6

op blijven, het gaat niet vanzelf. Op een leeftijd van twee weken leveren we kaas dan wel aan de handel, maar wij blijven als bereiders verantwoordelijk voor de kwaliteit.”

Brok ontwikkeld

“De koeien moeten een lekker lopend rantsoen krijgen”, zegt Wijnand. Het kuilgras en de mais komen van eigen land. Er worden geen natte bijproducten gevoerd. “Daar loop je risico’s mee.”

Wijnand heeft in samenwerking met de nutritionist van de voerleverancier een speciale kaasbrok ontwikkeld. De brok draagt bij aan een juiste vetzuursamenstelling in de melk.

De voersamenstelling wisselt weinig. Claudia: “Dat zorgt voor een constante kaaskwaliteit. Onze zomer- en winterkaas verschillen niet zo van elkaar. Smaakwisselingen per seizoen zijn op zich wel het charmante van Boerenkaas, maar de handel en consumenten willen liever een constante smaak.”

Maximaal 12 uur oud

Claudia en Wijnand maken zeven dagen per week kaas. “Daardoor wordt de melk maximaal 12 uur oud voordat die verwerkt wordt. Dat heeft een positief effect op de kwaliteit en smaak van de kaas. Net als het koelen van de melk naar minimaal 7 graden; koelen beneden 7 graden zorgt voor stuggere vetbolletjes, wat leidt tot een minder soepel zuivel.”

De kaas van de familie De Wit wordt veelal als heel romig ervaren. De teams van de prominenten van Cum Laude Awards zeiden onder andere het volgende over de kaas: boterzacht, smelt lekker weg, fijne, pittige smaak, ziltig, zuiver aroma, mooie nasmaak, dooreetkaas.

‘Ons verhaal is echt’

Volgens Claudia en Wijnand kloppen kaas en zuivel die op boerderijen in Nederland worden gemaakt aan alle kanten. Claudia: “Het zijn natuurlijke, gezonde producten waar we als bereiders voor honderd procent achter kunnen staan. Ons verhaal is echt. Mooier wordt het niet. Veel consumenten kennen ons verhaal nog niet. Maar als ze het eenmaal kennen, als ze bij je op de boerderij of in de winkel zijn geweest, heb je ze voor het leven. Dan komen ze terug, vanwege de kwaliteit, de smaak én het verhaal. Dat merken wij ook in onze winkel aan huis, waar naast de vaste klanten steeds meer jonge gezinnen – die kunnen flink wat kaas wegwerken – kaas komen kopen. Ook die gezinnen komen terug, want onze kaas wint het altijd van de fabrieksproducten.”

Claudia vindt dat boerderijzuivelbereiders wel wat meer vertrouwen mogen hebben in hun producten en wat minder bescheiden en teruggetrokken zouden moeten zijn. De tijd na de Cum Laude Awards is volgens haar

‘Ons verhaal is echt, mooier wordt het niet’

hét moment voor de hele boerderijzuivel-sector om aandacht te vragen voor kaas en zuivel gemaakt op de boerderij. “We kunnen er actiever mee aan de slag, ons verhaal aan meer consumenten overbrengen, onze producten meer promoten. Ieder op zijn of haar eigen manier: met een winkel, rondleidingen op de boerderij, een boerderijcamping et cetera. Ook de handel kan nog meer doen om consumenten kennis te laten maken met onze producten, en die heeft daarbij meer slagkracht dan de boerderijzuivelbereiders.”

Wijnand en Claudia verwachten dat Albert Heijn hun Den Besten Cum Laude-kaas extra zal promoten de komende tijd. “Die aandacht is ook goed, voor de hele sector. Alle boerderijzuivelbereiders liften erop mee.”