

Boerenkaas op Grüne Woche

In januari werd in Berlijn de grote landbouwbeurs Grüne Woche voor de 94ste keer georganiseerd. In het Nederlandse paviljoen was een speciale stand ingericht om regionale Nederlandse producten, waaronder tal van boerenkazen, onder de aandacht te brengen. Hoe ging dat in zijn werk en waarom was dat?

TEKST en FOTO'S: BARBARA HART, ZUIVELTECHNOLOOG BARLACTICA



De Grüne Woche (groene week) is een omvangrijk evenement met meer dan 1.800 standhouders uit 72 landen en zo'n 500.000 bezoekers die kennis kunnen maken met agrarische producten van over de hele wereld. Bedrijven, overheden en andere organisaties presenteren er hun land, regio, samenwerkingsverband en bijbehorende producten. Nederland was voor de 68ste keer vertegenwoordigd en is daarmee de trouwste deelnemer aan de beurs. In de stand van het ministerie van LNV in het Nederlandse paviljoen was er volop aandacht voor de rol die streekproducten kunnen vervullen bij het verbinden van boer en consument, een van de belangrijke beleidsthema's van het ministerie. Het idee hierachter is dat streekproducten onderscheidend zijn, dit in tegenstelling tot bulkproducten. Verder worden ze vaak gemaakt van regionale rassen of soorten, dus goed voor de agrobiodiversiteit. Bovendien worden streekproducten in verhouding vaker in korte ketens met betere prijzen voor de producent aan de man gebracht. De focus op streekproducten kan helpen de waardering voor het werk en de producten van de boer te verhogen.

'Taste the Dutch Masters'

Aan de hand van een kunstwerk werd het concept 'Taste the Dutch Masters' gepresenteerd. Het concept is een samenwerking tussen het ministerie van LNV, verschillende Nederlandse provincies, NBTC Holland Marketing en Slow Food Nederland. Met de ontvulling van het kunstwerk door minister Carola Schouten en Nelleke Don, voorzitter van Slow Food Nederland, gingen de activiteiten van start. Gedurende de 10 dagen van de beurs presenteerden zo'n 30 producenten van regionale specialiteiten, de huidige 'Hollandse Meesters', hun producten. Onder de producenten waren relatief veel kaasmakers aanwezig. Niet zo vreemd, want boerenkaas is bij uitstek een regionale specialiteit en een uiting van meesterschap. Een overzicht van de aanwezige kaasmakers: Frank Captein met Boeren-Goudse Oplegkaas, Ellen Heemskerk met Boeren-Leidse kaas, Bert Kots met geitenkaas, Ard van Wees met Boeren meshanger kruidenkazen, Christine Köning met zachte witflorakaas, Andra Westerhoff met mozzarella en affumicata. Via 'Taste the Dutch Masters' werden de verhalen achter de producten verteld aan de bezoekers van de beurs. Gedurende de beurs bereidde Slow Food-chef Jeroen van Nijnatten

gastronomische proefhapjes met de regionale producten voor bezoekers.

Bij de opening waren ook verschillende leden van de vaste kamercommissie voor Landbouw en provinciale bestuurders aanwezig. Een goede gelegenheid om contact te leggen en aandacht te vragen voor de bijzondere producten en de problemen die producenten op hun weg vinden. In de loop van de week bestond het publiek vooral uit Duitse consumenten, groot liefhebbers van Nederlandse kaas. Cheese Valley, het samenwerkingsverband van Gouda, Woerden, Krimpenerwaard en Bodegraven-Reeuwijk, werd vertegenwoordigd door Champ Bouwman. Cheese Valley brengt aan de hand van boerenkaas de regio onder de aandacht als toeristische en culinaire bestemming en wil zo de waarde van de kaas verhogen. In het decembernummer van De Zelfkazer is hier al eerder uitgebreid over bericht. Alles bij elkaar dus volop aandacht voor boerenkaas in Berlijn.

Consument

Andere thema's die het ministerie van LNV met deze nadruk op regionale producten onder de aandacht wil brengen, zoals korte ketens, eerlijke prijzen en meer waardering voor producenten, kwamen ook op andere plekken op de beurs naar voren. In de hal van het Duitse ministerie van Voeding en Landbouw bijvoorbeeld, konden bezoekers bij stands van verschillende overheidsinstellingen (keuringsdiensten, onderzoeksinstituten, voorlichtingsbureaus) van alles te weten komen over onderwerpen als voedingswaarde, kwaliteit, traceerbaarheid, verpakkingen, duurzaamheid, korte ketens en biodiversiteit. Onder de hashtag #duentscheidet, te vertalen als #jijbeslist, werd duidelijk gemaakt dat ook consumenten een belangrijke rol spelen bij het tot stand komen van een voedselsysteem met meer aandacht voor dierenwelzijn, grotere agrobiodiversiteit en betere prijzen en meer waardering voor producenten.

Kunstwerk

Het driedimensionale kunstwerk, geïnspireerd op het schilderij 'Het ontbijtje' van de 17de eeuwse Hollandse meester Floris Claesz van Dyck, was een prachtige aandachtstrekker. Op het eerste gezicht lijkt het een plat, tweedimensionaal schilderij. Pas als je beter kijkt, zie je dat het diepte heeft. Het serviesgoed, tafelkleed en servet zijn antiek. De voedingsmiddelen in het stilleven zijn echt.



1 Frank Captein op de flyer 'Taste the Dutch Masters'.

2 Ellen Heemskerk met Boeren-Leidse kaas.

Een speciale vermelding waard: de grote kaas in het midden van het kunstwerk is de Boeren-Goudse Oplegkaas. Het kunstwerk is van kunstenaar Jasper Udink ten Cate en experience designer Jeroen Prins (op de grote foto). Het werd dagelijks opnieuw opgebouwd en, indien mogelijk, aangevuld met producten die op dat moment in de spotlights stonden. Een mooie verbinding tussen een Hollandse Meester en de 'Dutch Masters'. 2