

Continu op zoek naar (h)eerlijke producten

Kaasspecialisten zijn continu op zoek naar nieuwe (h)eerlijke producten met een verhaal. Verregaande samenwerking tussen kaasmakers en kaasspecialisten biedt daartoe veel mogelijkheden. Dat zegt Rick Brantenaar, directeur van Stichting Foodspecialiteiten Nederland.

TEKST: HENK TEN HAVE – FOTO'S: LEO KOOMEN

Stichting Foodspecialiteiten Nederland is een onderdeel van het Vakcentrum, belangenbehartiger van zelfstandige detaillisten. De stichting is onder andere de organisator van de Vakbeurs Foodspecialiteiten. De editie van 2020 kan niet doorgaan door de uitbraak van het coronavirus; de anderhalve meter-regels kunnen niet worden gewaarborgd. Maar de beursorganisatie kijkt naar wat er dit jaar wel mogelijk is in plaats van de fysieke beurs. “We willen een virtuele beurs organiseren om standhouders en bezoekers betrokken te houden en te zorgen voor interactie tussen foodspecialisten en tussen foodspecialisten en groothandel, die normaal op de beursvloer plaatsvindt. Ook de mogelijkheid om te speuren naar nieuwe producten en leveranciers, waarvoor de beurs heel belangrijk is, willen we dit jaar bieden. Vandaar een virtuele Vakbeurs Foodspecialiteiten”, vertelt Rick Brantenaar die sinds november 2017 directeur is van de Stichting Foodspecialiteiten Nederland. Hoe de virtuele beurs er precies uit gaat zien is eind juli, als dit interview plaatsvindt, nog niet bekend.

De Vakbeurs Foodspecialiteiten is ook bij veel boerderijzuivelbereiders bekend, mede doordat de Bond van Boerderij-Zuivelbereiders er vrijwel ieder jaar met een stand staat om kaas en zuivel gemaakt op de boerderij te promoten bij kaasspecialisten en groothandel. In 2017 werd de prijsuitreiking van de Cum Laude Awards Zuivel en Zachte kaas er zelfs gehouden.

Hoe belangrijk is kaas gemaakt op de boerderij voor de kaasspecialisten?
Rick Brantenaar: “Superbelangrijk! Die producten zijn puur natuur, de herkomst is bekend en ze hebben een verhaal. Steeds meer consumenten willen weten waar hun eten vandaan komt en hoe het wordt gemaakt. En natuurlijk kiezen consumenten voor de smaak van de kaas en smaakverschillen tussen boerderijen. In de kaasspeci-

aalzaak kun je nog proeven en wordt de kaas vers afgesneden. Wat je in de kaasspecialzaak proeft, neem je mee naar huis. Met kaas gemaakt op de boerderij kunnen specialisten zich ook onderscheiden van supermarkten. Vaak is de specialzaak de kraamkamer van de supermarkt; bepaalde producten uit de specialzaak, ook kazen, komen op den duur ook in supermarkten te liggen. Dat is marktwerking. Als kaasspecialist kun je dan trots zijn dat je een bijdrage hebt geleverd aan de populariteit van het product. Kaasspecialisten zijn continu op zoek naar nieuwe producten voor hun onderscheidende vermogen.”

Je ziet dat sommige kaasspecialisten hun eigen kaas laten maken op een kaasboerderij. Is dat een trend?

“Ja. In hun zoektocht naar (h)eerlijke producten met een verhaal zien kaasspecialisten dat er veel mogelijkheden zijn voor verregaande samenwerking met boerenkaasmakers. Je moet het wel durven om een eigen kaas te laten maken, sommige ondernemers zijn bang dat zo'n kaas te duur wordt voor de consument. Maar wat is duur? De prijs-kwaliteitsverhouding moet goed zijn. En je moet je klanten enthousiast maken en de kaas op de juiste manier *pluggen*. De toon maakt de muziek.”

Kan de samenwerking tussen boerenkaasmakers en kaasspecialisten beter?

“De samenwerking kan honderd procent beter. Er is ook meer dan kaas; kaasspecialisten kunnen bijvoorbeeld ook boerenboter of andere boerderijzuivelproducten verkopen, of, net als een eigen kaas, laten maken op een boerderij. De band kan verder versterkt worden als kaasspecialisten hun klanten meenemen naar de kaas- of zuivelboerderij; sommigen doen dat al. Dat is ook goed voor de promotie, want klanten zullen hun belevenissen op de boerderij delen op Facebook. Dat kan ervoor zorgen dat Facebook ‘ontploft.’”



1 De beste kaasspecialzaak van 2019: Hendrik & Marcella in Breda.

2 De stand van de BBZ op de Vakbeurs Foodspecialiteiten.

Verschillen onvoldoende inzichtelijk

Rick Brantenaar is persoonlijk van mening dat het verschil tussen Boerenkaas, Kaas van de Boerderij en fabriekskaas onvoldoende inzichtelijk is voor klanten van kaasspecialisten. “De klanten moeten voor honderd procent centraal staan. Daarbij hoort een hoog servicelevel, maar ook eerlijkheid en transparantie. Ik denk dat het goed is om de verschillen tussen de kaassoorten aan te geven met banderollen in verschillende kleuren. Bijvoorbeeld een groene banderol voor rauwmelkse kaas, een gele banderol voor kaas van gethermiserde melk en een blauwe banderol voor fabriekskaas. Bij elke kleur kan de kaasspecialist dan het bijbehorende verhaal vertellen.”