

Rampjaar of (veel) meer omzet

Ondanks de coronacrisis liet de familie Hogendoorn uit Waarder een nieuwe kaasopslag bouwen.

De maatregelen tegen de verspreiding van het coronavirus hebben een uiteenlopend effect op boerderijzuivelbedrijven. Voor het ene bedrijf is 2020 een rampjaar, andere draaien juist (veel) meer omzet.

HENKTEN HAVE

liseerd bent en alleen maar kleine vaatjes hebt, lukt dat natuurlijk niet. Die kaasmakers hebben het ongetwijfeld moeilijk. Door de kerstpakkettentijd die eraan komt, neemt de vraag naar kleine kaasjes waarschijnlijk wel toe.”

8.000 kaasjes op voorraad

De Kleine Kazenboerderij van Gijsbert en Margriet van Leeuwen in Hoogmade is zo'n bedrijf dat gespecialiseerd is in kleine kaasjes. Vóór de coronacrisis maakten ze er 380 per dag voor met name evenementen en toeristen. “Het begin van de crisis was best een ramp voor ons”, vertelt Gijsbert van Leeuwen. “Met Pasen hadden we 8.000 kaasjes op voorraad en die konden we ineens niet meer kwijt. We hadden praktisch geen huisverkoop, geen bord aan de weg. We moesten ineens een heel andere markt aanboren. We hebben snel borden laten maken met daarop 'drie kaasjes voor een tientje' om van die voorraad af te komen. Tien euro voor drie kaasjes is wel een

bodemprijs, maar het ging ons erom dat de pondskaasjes niet vier maanden oud werden. Vrienden, familie en bekenden hielpen ook mee om de kaasjes te verkopen. In drie weken tijd hebben we die 8.000 weggewerkt. Inmiddels hebben we de prijs veranderd in drie kaasjes voor 12 euro. En we hebben een winkeltje ingericht waar we ook andere producten verkopen, zoals honing, worst en zoutjes. Ik ben ook akkerbouwers gaan opzoeken die aardappels en uien aan de weg verkopen. Daar ligt onze kaas nu ook bij.” De familie Van Leeuwen kon er niet voor kiezen om melk aan de fabriek te leveren. “We leveren al dertig jaar niet meer aan de fabriek, dus dat was geen uitweg voor ons. En er zit geen kraan op de uiers, dus we moesten wel kaas blijven maken. We hebben ook wel kazen van 12 kg gemaakt, maar het was lastig om een handelaar te vinden die die af wilde nemen. Nu hebben we best veel bestellingen voor kleine kaasjes voor kerst, ook omdat we voor afnemers een leuke prijs hanteren. Als de kaasjes maar weggaan, naar de winst kijken we maar niet te veel.”

Rampjaar

Ook het bedrijf van de familie Hogendoorn in Waarder is helemaal ingericht op kleine kaasjes. Tot maart werden er 1.200 tot 2.500 kaasjes per dag gemaakt. “Ik wil niet klagen, maar het is voor ons echt een rampjaar. Ik hoop dat we 40 procent van de omzet van vorig jaar halen, maar ik denk niet dat we dat redden”, vertelt Bert Hogendoorn. In juli was er een kleine opleving in de afzet, zegt hij, maar in augustus werd het alweer minder. “Wat ook niet meehielp was dat er veel kaasjes tegen een lage prijs op de markt kwamen. Handelaars vroegen mij om ook mee te gaan met die prijs.” Eind november, als De Zelfkazer met Hogendoorn spreekt, is de verkoop wel weer goed losgekomen door de kerstpakkettenperiode. “Maar we merken dat onze afnemers geen kaasjes in voorraad willen nemen. Dat begrijp ik ook wel.”

Toen de coronacrisis begon, heeft de familie Hogendoorn duizenden kaasjes in de paraffine gezet en in de koeling van een handelaar geplaatst. “Die hebben we zachtjes aan weer naar huis gehaald om ze na te kijken, en een deel hebben we alweer in een zwarte coating kunnen verkopen als Old Cheese. Een ander deel proberen we met de kerst kwijt te raken.”

Hogendoorn is wel steeds kaas blijven maken. “We hebben vijf man personeel en meegegaan aan een regeling voor werkbehoud. De melk van onze eigen zestig koeien zijn we blijven verwerken. De aankoop van melk hebben we stopgezet. We lieten altijd veel melk aanvoeren: 15.000 tot 45.000 liter per week. In juli en september hebben we nog een keer melk aan laten voeren. Daarna zijn we er weer mee gestopt.”

Hogendoorn is ondertussen wel aan de weg blijven timmeren met zijn kaasjes en heeft de website www.kaas-geschenken.nl gelanceerd waar onder andere kaas kan worden besteld met eigen logo. “Dat loopt aardig.” Ook is er een handelaar die kaasjes wil gaan afnemen voor export naar Amerika. “Daarvoor hebben we een pasteur laten installeren. Om de markt in het buitenland wat meer naar ons toe te halen.”

Hoe het volgend jaar zal gaan met de afzet is nog onduidelijk. “Januari en februari zijn altijd rustige maanden, maar meestal maak je dan een aanloop naar maart. Maar ik heb nog geen idee hoe het in maart gaat lopen. We blijven positief, maar we zijn er wel achter gekomen dat we kwetsbaar zijn.”

Boa's kwamen kijken

Kaasboerderij Schellach van de familie Mesu in Middelburg maakt voor Pasen altijd veel

kilokaasjes voor toeristen. Maar afgelopen Pasen mochten die niet naar Zeeland komen. “Heel Zeeland ging dicht”, vertelt Els Mesu. “Wij knepen 'm wel een beetje. Pasen is altijd een heel goede tijd, ook door de Duitse toeristen. We hebben de kilokaasjes gevacumeerd om ze langer te kunnen bewaren.” De mensen uit de regio deden tijdens de eerste coronagolf wel meer inkopen bij Kaasboerderij Schellach. “Dat merkten we heel duidelijk. In de eerste weken kwamen de mensen uit de omgeving massaal, ook voor meel, bloem, vlees en gevacumeerde kaas. Maar dat is hier nu helemaal over; mensen doen hun boodschappen weer zoals ze gewend waren.” Toen Zeeland tegen Hemelvaartsdag weer openging, kwamen de toeristen weer. “We hebben in de zomer een topomzet gedraaid; die kan het verlies in het voorjaar goed maken. Alle groepsactiviteiten hebben we wel stilgelegd. Toch was het soms heel druk. Boa's kwamen ook hier kijken of we het goed deden.”

Na de zomer nam het aantal coronabesmettingen weer toe en werden de maatregelen opnieuw strenger. “We leveren ook aan de horeca en die is nu weer helemaal dicht. We maken ons nu op voor de kerst en hopen dat de horeca dan weer open mag. Ook hopen we kaas kwijt te kunnen in kerstpakketten. Maar het valt ons op dat de horeca zich ook een beetje op de kerstpakketten gaat richten. Dus er komt meer concurrentie op die markt.” De laatste maanden van het jaar zijn wel een beetje spannend, zegt Els Mesu. “Ik hoop dat nu alles een beetje op peil blijft, zodat we na kerst kunnen zeggen dat we een jaar hebben gedraaid als 2019.”

Rij tot aan de kuilhopen

Marieke en Martin van Klooster van Landwinkel De Kopermolen in Stoutenburg bij Amersfoort stevenen vrijwel zeker af op een hogere omzet dan in 2019. “Door de coronacrisis is het bij ons veel drukker geworden in de winkel”, vertelt Marieke van Klooster. “In maart wist ik niet wat me overkwam: Mensen stonden in de rij tot aan de kuilhopen toe. Ik dacht: hoe gaan we dit allemaal rondbreien. In de eerste paar weken van de crisis verdubbelde onze omzet. Dat was na een paar weken weer over, maar we plussen nog steeds zeker wel 30 procent qua omzet in vergelijking met vorig jaar. We hebben best een grote winkel met allerlei delicatessen, maar juist van de producten die we zelf maken, verkopen we behoorlijk meer. Voor ons pakt het per ongeluk heel goed uit. Bijna alle melk van onze koeien verwerken we zelf tot kaas en zuivelproducten die we grotendeels in onze eigen winkel verkopen. Ik ben deze week ook

begonnen met het inrichten van een hoek met biologische groente en fruit. Dat heb ik eerder ook al gedaan, maar dat liep toen helemaal niet. Maar nu heb ik het idee dat mensen al hun boodschappen het liefst hier doen. Dat komt doordat ze het fijn vinden om er even uit te kunnen omdat ze veel thuis zitten. Ook gebruiken ze misschien meer kaas en zuivel omdat ze meer thuis zijn. En er is een bepaalde bewustwording dat mensen gezonder willen eten en er daardoor meer voor over hebben. Dat hoor ik van collega's om ons heen ook.”

Saamhorigheid

Dat het ene boerderijzuivelbedrijf een heel goed jaar heeft door de coronacrisis, terwijl het andere enorm getroffen is, weet ook Theo Dekker, voorzitter van de Bond van Boerderij-Zuivelbereiders. De categorie boerderijzuivelbereiders die het meest lijden onder de coronacrisis zijn volgens hem de bereiders van kaasjes voor de toeristenmarkt. Hij behoort zelf ook tot die categorie. “In andere jaren komen er bussen vol toeristen in plaatsen als Edam en Volendam, waar ze kaasjes kunnen kopen om mee te nemen naar huis, en die toeristen zijn er dit jaar niet geweest. Ook boerderijzuivelbedrijven met een zorg- of horecatak of die groepen voor rondleidingen ontvangen, hebben veel omzet misgelopen.”

Boerderijen met een eigen winkel, zagen het aantal klanten en daarmee hun omzet juist veelal stijgen. “Het was voor veel boerderijzuivelbereiders met een winkel altijd best moeilijk om consumenten te bereiken. Maar in de coronacrisis zijn consumenten meer thuis, zoeken ze de ruimte op en belanden ze ook bij de kaas- en zuivelboerderijen. Het is een bijzondere gewaarwording dat er ineens zoveel consumenten bij kaas- en zuivelboerderijen op de stoep staan, keurig op anderhalve meter. Campagnes als ‘Koop Lokaal’ en ‘Support Your Locals’ op onder andere social media hebben daar zeker aan bijgedragen.” Theo Dekker heeft ook gemerkt dat leden van de BBZ van de nood een deugd hebben gemaakt. “Ze zijn bijvoorbeeld een webshop begonnen, producten gaan bezorgen, streek- en borrelboxen gaan leveren. En consumenten blijken bereid om goed voor de producten te betalen.” Maar de coronacrisis treft boerderijzuivelbereiders niet alleen in financiële zin, negatief of positief. “De ondernemers zijn ook bang om zelf door het virus te worden getroffen en dan hun bedrijf niet meer te kunnen runnen. Daarnaast begint iedereen de saamhorigheid te missen, het elkaar ontmoeten, bijvoorbeeld op de kaaskeuringen. Ik kijk uit naar betere tijden.”