

KB moet hart detaillist veroveren

Het KB-keurmerk van Boerenkaas is te onbekend bij de detailhandel. Dat moet veranderen, vinden de handelsbedrijven en kaasmakers die zijn aangesloten bij de Stichting KB. Voor 2011 staat een campagne op de agenda om de detaillisten er van te overtuigen om voor Boerenkaas van KB-kwaliteit te kiezen.

GEESJE ROTGERS

Kwaliteitszorg Boerderijzuivelproducten (KB) bestaat al zo'n tien jaar. Toch meent de Stichting KB dat het de hoogste tijd is om dit keurmerk in 2011 opnieuw voor het voetlicht te brengen bij de detaillisten. Er is een campagne in voorbereiding waarmee de detailhandel zal worden voorgelicht via onder meer advertorials in de vakbladen. Volgens Bernhard Veldhuyzen, sinds kort voorzitter van de Stichting KB, is die campagne hard nodig. "Ik schat dat veel inkopers van de vakhandel onbekend zijn met het KB-keurmerk. Zij weten onvoldoende over Boerenkaas, waardoor dit product te weinig aandacht krijgt." Ongeveer driekwart van de Boerenkaas wordt afgezet via de vakhandel en een kwart via huisverkoop. "Voor kwalitatief goede Boerenkaas zijn er meer kansen in de detailhandelsmarkt", meent Veldhuyzen.

Waar staat KB voor?

Het kwaliteitszorgprogramma bevat afspraken tussen Boerenkaasmakers en hun handelaren over de melkwinning, de kaasbereiding en de rijping. Het doel is eenvoudig: een gegarandeerde hoge kwaliteit. Binnen KB wordt dan ook toegezien op de technische kwaliteit van de melk en de verwerking daarvan tot kaas, maar ook dat uitsluitend rauwe melk wordt verwerkt, de kaas écht op de boerderij is gemaakt en dat het een volledig Nederlands product is. Controle instantie Qlip voert de audits uit.

Veldhuyzen schat dat zo'n 30 procent van de Boerenkaasmakers is aangesloten bij KB, evenals elf gemiddeld wat grotere handelaren. In Nederland wordt jaarlijks zo'n 6.000 ton Boerenkaas gemaakt. Ongeveer eenderde wordt in de markt gezet met het KB-keurmerk. Boerenkaas die gemaakt is onder dit kwaliteitslabel is te herkennen aan het keurmerk (zie foto's).

Wordt erom gevraagd?

Om die vraag te beantwoorden zet Veldhuyzen zijn pet op van commercieel manager bij kaasgroothandel Zijerveld (Bodegraven): "Zijerveld koopt uitsluitend Boerenkaas in met een KB-keurmerk. Als de kaas niet onder het KB-label is geproduceerd, zijn wij niet geïnteresseerd in het product." Wat is dan de plus van het KB-keurmerk? Veldhuyzen: "De gegarandeerde hoge kwaliteit. Wij willen namelijk het neusje van de zalm en deze kwaliteitskazen zijn voor ons beter te verkopen." Meer handelsbedrijven volgen deze strategie. Veldhuyzen, die zijn pet als voorzitter van de Stichting KB inmiddels weer heeft opgezet: "Nu is het zaak dat meer inkopers van Boerenkazen gaan letten op het KB-keurmerk en hier de voorkeur aan geven." En wat is het voordeel voor de deelnemende kaasmakers? Veldhuyzen: "Dat zij de kaas gemakkelijker kwijt kunnen en aan meer adressen kunnen leveren. Als je de detailhandel enthousiaster krijgt voor Boerenkaas, dan vaart ook de maker daar wel



bij. Met een teruglopend marktaandeel kan Boerenkaas best een steuntje in de rug gebruiken."

Veldhuyzen (op de bovenste foto) hoopt dat meer Boerenkaasmakers zich bij de stichting zullen aansluiten. Een licentie kost de kaasmaker 170 euro per jaar inclusief controlekosten. De kosten voor de handel bedragen 300 euro per jaar.