

Nieuwe producten

Het project 'Productinnovatie boerderijzuivelproducten' (Taskforce Multifunctionele Landbouw) loopt binnenkort ten einde. Op de Vakbeurs Foodspecialiteiten op 2 en 3 oktober zal een aantal deelnemers hun nieuwe producten presenteren.

GEA VAN DER PUJIL

De eerste bijeenkomsten van het project 'Productinnovatie boerderijzuivelproducten' met achttien deelnemers vonden plaats in het voorjaar van 2010. Deelnemers werden zowel op het technologische als marketing/afzetvlak geschoold. Na die oriëntatiefase waren elf deelnemers zodanig enthousiast dat zij mee wilden doen aan het vervolgtraject. Dit traject had als doel daadwerkelijk een nieuw product in de markt te zetten. Een groot aantal deelnemers sloeg thuis aan het experimenteren. In meerdere bijeenkomsten werden ervaringen uitgewisseld en werd onder andere een kaashandelaar uitgenodigd om over zijn bijdrage aan de afzet van nieuwe producten te vertellen. Deelnemers gingen bij elkaar op bezoek, maar er werden ook zuivelbedrijven bezocht in onder meer Duitsland en België. In de afgelopen periode konden de deelnemers individueel ondersteuning krijgen, zowel op het bereidingsvlak als bij het in de markt zetten van het nieuwe product. Logo's werden ontwikkeld.

Buddy

Een aantal deelnemers werd gekoppeld aan zogenaemde buddy's: enthousiaste kaas-detaillisten die de bereiders graag wilden ondersteunen in het zoekproces naar een nieuw product. En dan met name in het afzetgedeelte: goede tips hoe een product er uit zou moeten zien en zou moeten smaken. Maar ze wilden de deelnemers ook waarschuwen, bijvoorbeeld voor een bepaald streekmerk. Deelnemers moesten nog wat wennen aan de rol van een buddy, maar de eerste ervaringen zijn zeker positief.

Presentatie resultaten

Op de Vakbeurs Foodspecialiteiten in Houten wil een aantal bereiders hun nieuwe producten presenteren, zoals Scoontjes-room (Dutch clotted cream), Mècorino (een zachte schapen-

kaas in paraffine) en NijeKaas 'geboren uit liefde' (een zachte witschimmelkaas). De meeste bereiders zullen tijdens deze beursdagen aanwezig zijn in de stand. Bezoekers kunnen de nieuwe producten bekijken en proeven; bereiders zullen met detaillisten in gesprek gaan en graag tips ontvangen voor verdere optimalisatie van het product.

Iedereen een nieuw product?

Niet alle deelnemers hebben daadwerkelijk een nieuw product ontwikkeld en in de markt gezet. Gaandeweg het traject kwamen meer deelnemers tot de conclusie dat het maken en verkopen van een nieuw product niet past bij hun persoon of bedrijf. Zachte kaas heeft bijvoorbeeld als nadeel dat het een relatief korte houdbaarheid heeft. Dat vraagt om een nauwkeurige afstemming van productie en afzet en niet iedereen ziet dit zitten. Het vraagt veel inzet een nieuw product te maken van constant hoge kwaliteit. Dat is een proces dat met vallen en opstaan wordt doorlopen. Door onder andere de toename in belangstelling bij de consument voor streekproducten zag een aantal deelnemers de afzet van de huidige, meestal Goudse, kaas de afgelopen jaren sterk toenemen. Hierdoor vond men de noodzaak om op dit moment met een nieuw product te komen niet zo groot en heeft men afgezien van de ontwikkeling hiervan.

Bij innovatie gaat het overigens niet altijd om een totaal nieuw product. Ook een nieuw etiket of een nieuwe vorm of naam kan een product al meer in de belangstelling plaatsen. Met behulp van een goed concept is het mogelijk invloed uit te oefenen op de afzet en zo een hogere prijs te realiseren. Alle deelnemers zeggen veel kennis te hebben opgedaan, en degenen die geen nieuw product hebben ontwikkeld, geven aan dat misschien over een aantal jaar alsnog te doen. 2



- 1 Scoontjes-room, clotted cream van Marijke van Middelaar.
- 2 De zachte witschimmelkaas Nije Kaas van Jasper Spierings.
- 3 Mècorino, zachte schapenkaas van Marianne van Assen.

