

Onderscheiden en samenwerken

Iedereen weet het inmiddels wel: er is een trend naar authentieke, ambachtelijk bereide streekproducten. Vooral supermarkten, maar ook restaurants en speciaalzaken, proberen zich met deze producten te onderscheiden. Als boerderijzuivelsector profiteren we nu van deze trend. Maar zet die trend door en blijft er ook in de toekomst vraag naar onze mooie boerderijzuivelproducten? Ik verwacht het wel, als we maar onderscheidende producten maken en meer gaan samenwerken, onder andere op het gebied van promotie.

Als we onze boerderijzuivelproducten vergelijken met die van andere landen, hebben wij producten van uitzonderlijk goede kwaliteit en met een uniek verhaal en historie. De bekendheid van de producten is nog niet optimaal, maar wordt beter dankzij organisaties als Slow Food en doordat boerderijzuivel steeds vaker wordt opgenomen in het assortiment van supermarkten en van thuisbezorgdiensten, zoals De Krat.

Belangrijk is dat we onderscheidende producten maken. Als je je als producent verdiept in de wensen van de handel en uiteindelijk de consument, ontdek je altijd nog weer een gat in de markt. Dan kun je een product gaan maken waarmee je je kunt onderscheiden. Neem bijvoorbeeld de grote 60 kilo Jumbokazen of de biologische en rauwmelkse geitenblauwschimmel Lady's Blue. Kaasspeciaalzaken en andere afnemers vinden dat prachtig.

Om onze producten aan de man te brengen is promotie nodig. Er wordt maar weinig geld afgedragen aan promotie. Daarom zijn we als sector afhankelijk van subsidie voor de promotie. Fijn dat die subsidie er is, maar wat gebeurt er als we geen subsidie meer krijgen? De enige manier om de regie weer in handen te krijgen is meer budget vrijmaken voor promotie. Dat moeten we samen doen, alleen kun je niet zoveel: de meeste boerderijzuivelbereiders hebben hun handen vol aan hun eigen bedrijf. Stel dat we samen meer promotie kunnen maken voor onze producten en de vraag naar onze producten toeneemt. Dan profiteert de groothandel hiervan door meer export, heeft de detailhandel een middel om zich te onderscheiden van de concurrent en verbetert het rendement van de boeren op de langere termijn.

Buiten de zuivelsector liggen ook mogelijkheden. Denk aan samenwerking met producenten van andere streekproducten binnen je eigen regio (AGF, vlees). Ik werk voor de Groene Hart Coöperatie die boerderijzuivel verkoopt naast andere producten uit de streek, zoals AGF en houdbare producten. Er komen steeds meer restaurants en winkels die een heel pakket producten uit de regio willen, niet alleen zuivel. Wil je aan deze vraag voldoen, dan moet je de mogelijkheid bieden om gezamenlijk te bestellen. Zoek daarvoor de samenwerking op met groothandels of sluit je aan bij een regionale coöperatie. Ook samenwerken met andere sectoren zal bijdragen aan een kansrijke toekomst voor de boerderijzuivelsector. Genoeg kansen, we moeten er alleen wel gebruik van maken!



FOTO: BART ALTHUIZEN

Marijke Booij

KAASMAKER KAASBOERDERIJ BOOIJ EN COÖRDINATOR
GROENE HART COÖPERATIE