

## *Kaas hoort bij het 'nieuwe gezond'*

Jarenlang lag de focus in het gezondheidsdenken op 'Vet'. Wanneer je wilde afvallen en je hart en bloedvaten wilde beschermen, moest je minder vet eten. Het klinkt ook aannemelijk: van vet word je vet! Deze gedachte is in de jaren zeventig in zwang geraakt. Maar nu we veertig jaar later terugkijken, zien we dat de vetconsumptie inderdaad gedaald is, maar dat obesitas en andere welvaartsziekten sterker zijn toegenomen dan ooit. Langzaam begint de gedachte aan kracht te winnen: het ligt dus niet aan het vet maar aan die andere grote component, 'de koolhydraten' (suikers). En we zijn inderdaad ook veel meer suiker gaan eten: frisdrank, chips, snoep, pasta en pizza zijn bij velen het dagelijkse dieet binnengeslopen. En daarnaast zijn van veel vette producten 'lightversies' op de markt gekomen waarin de vetten vervangen zijn door zetmelen (koolhydraten).

Niet gek dat de koolhydraten nu als boosdoener aangewezen worden. Vele dieten en gezondheidsfilosofieën (de voedselzandloper, de broodbuik) hebben hun focus verlegd van het mijden van vetten naar het mijden van suikers. Dus ja, vet mag weer! Steeds vaker wordt in boeken en tijdschriften volle melk, yoghurt en kaas aangeraden als een goed tussendoortje dat de bloedsuikerspiegel weinig laat schommelen en de honger stilt. Daar ligt een mooie kans voor kaas en andere zuivel. Tel daarbij op de trends van authenticiteit, puurheid en lokaliteit en de zelfzuivelaars lijken het tij mee te hebben.

Wat tegenzit is ons retaillandschap. Sterk geconcentreerd en gedomineerd door enkele krachtpatsers die buitensporige eisen stellen aan aantallen, continuïteit en erg hoge marges vragen. Voor kleinere spelers vaak ondoenlijk. Als zelfkazer bijvoorbeeld is het daarom erg belangrijk om slimme wegen te vinden naar de klant. En daarbij speelt 'de vorm' van de kaas ook een rol. Want ja, laten we eerlijk zijn, die grote ronde vorm is wel heel authentiek, maar ook onhandig en saai. Iedereen heeft 'm. Slimme kaasmakers durven daarmee te experimenteren, hoe zou je de kaas anders kunnen vormen of anders kunnen versnijden en verpakken dat het als een heerlijk tussendoortje verkocht kan worden? Hoe kan het een alternatief vormen voor een zak chips of chocoladereep onderweg bij het tankstation, de sportclub of in het vliegtuig? Wanneer de kaasmakers zich daarover durven buigen, kunnen zij ten volle van de huidige trends profiteren. Want ja, je moet het ijzer smeden als het heet is. En dat is nu zeker het geval!



***Mariëlle Bordewijk***

FOOD DESIGNER EN FOOD TRENDWATCHER. BEDENKT EN ONTWERPT PRODUCTEN, CONCEPTEN EN MERKEN IN FOOD.  
WWW.MARIELLEBORDEWIJK.NL