



CAPTAIN CONO KAASMAKERS (BEEMSTER)

'Lekkerste wordt ook duurzaamste'

Voor het vierde jaar op rij is Cono Kaasmakers, het bedrijf achter Beemster kaas, uitverkozen tot Captain of the Category in de categorie kaas. Daar is ook alle reden toe: Beemster blijft maar stijgen in de merken-top-100, terwijl Cono Kaasmakers nu ook ingrijpende stappen onderneemt om Beemster te verduurzamen.

Het is de afgelopen jaren hard gegaan met Beemster. Van een klein maar hooggewaardeerd kaasmerk is het in rap tempo uitgegroeid tot een speler van formaat in de voor supermarkten zo belangrijke kaascategorie. Dat vindt ook Jeroen Floris, trade- en marketing manager voor Beemster bij Cono Kaasmakers. "De kwaliteit van de kaas heeft altijd voorop gestaan en is bepalend geweest voor het succes. En we blijven doorgroeien. We staan inmiddels op plaats 67 in de merken-top-100 van IRI." Maar met kwaliteit alleen kom je er niet in het supermarktkanaal. Cono Kaasmakers heeft de afgelopen jaren een behoorlijke professionalisering doorgemaakt. Er is categorie-expertise opgebouwd en een buitendienst die daarmee - en voorzien van aansprekende promoties en materialen - op pad gaat om ook op de winkelvloer het verschil te maken. De vierde opeenvolgende uitverkiezing tot 'captain' is daar de weerslag van. "We proberen

ook steeds naar nieuwe wegen te zoeken. Zo hebben we het afgelopen jaar de nadruk gelegd op het verbreden van het gebruiksmoment van Beemster. Je kunt met Beemster meer dan alleen je boterham beleggen", aldus Floris. Beemster participeerde onder meer in het RTL-programma Wie is de Chef. En dat was mede de aanleiding voor de introductie van raspkaas en de schaafmolen als in/out-product rondom de feestdagen. Floris: "Die molen is een beetje een verhaal apart. De opnamebereidheid was niet hoog, maar al snel begon het hier storm te lopen met vragen van ondernemers en consumenten, zodat we er toch behoorlijk wat van verkocht hebben. Het illustreert dat hoofdkantoren de commerciële kansen niet altijd zien."

Caring Dairy

Maar behalve verbreding van het gebruiksmoment, zet Beemster ook in op uitbreiding van

Captain: Cono Kaasmakers

Categorie: Kaas

de productportfolio. Zo introduceert Beemster momenteel een 20+-kaas en een biologische kaas. En over een paar weken volgt ook nog de introductie van een 30+-kaas. "We willen consumenten behalve van onze reguliere kaas ook laten genieten van lichtere kazen. Maar: alleen als we de bekende smaakeigenschappen van Beemster aan die kazen kunnen meegeven. Daar zijn we in geslaagd. En met de introductie van biologische kaas zijn we het eerste merk dat zich in die markt begeeft."

"Duurzaamheid is al langer een thema bij Cono Kaasmakers", vertelt duurzaamheidsmanager Klaas Jan van Calker. "Zo zijn we in 2002 al begonnen met het stimuleren van weidegang. Daar betalen we onze veehouders een interessante premie van gemiddeld € 2.500,- à € 3.000,- per jaar voor. Maar door onze samenwerking met ijsmerk Ben & Jerry's is duurzaamheid nog nadrukkelijker op de kaart gekomen." Ben & Jerry's was voor zijn Europese productie (in Hellendoorn) op zoek naar een duurzame zuivelpartner. Dat werd Cono Kaasmakers. Ben & Jerry's was in 2003 al gestart met het duurzaamheidsprogramma Caring Dairy (Zuivel met Zorg, red.) en daar sloot Beemster zich in 2007 bij aan. Van Calker: "Het grootste gedeelte van onze 500 melkveehouders (95%) heeft zich inmiddels bij Caring Dairy aangesloten. En niet alleen het aantal deelnemende melkveehouders breidt uit, ook het programma zelf is dynamisch doordat het geen afgebakend programma is, maar zich ontwikkeld." En die ontwikkeling wordt ondersteund met advies van



De actualiteit bij Cono: Caring Dairy, hier als logo achterop een van de melkwagens en Jeroen Floris (links) en Klaas Jan van Calker met de nieuwe Beemster-kazen in de hand.



Beemster breidt de portfolio uit, met een 20+-kaas en een biologische kaas. Binnenkort volgt ook een 30+-kaas.

partners als Wageningen Universiteit, het Wereld Natuur Fonds, Solidaridad en Stichting Natuur & Milieu. “Het Caring Dairy-programma is de duurzaamheidsparaplu voor alle duurzaamheidsinitiatieven voor het Beemster-merk”, aldus Floris.

Hoogste melkprijs

Caring Dairy is veelomvattend, en richt zich niet alleen op de aangesloten melkveehouders maar op de gehele keten van kaas. Bijvoorbeeld het voornemen om de productie van Beemster CO2-neutraal te maken. Hoe? Door over te schakelen op groene stroom en op groen gas. “En op termijn willen we die groene energie van onze veehouders betrekken”, aldus Floris. “Zo zijn er plannen om zonnepanelen en windmolens te plaatsen en komt er een mestvergistingsinstallatie om biogas mee te produceren. En verder zijn er plannen voor de bouw van een nieuwe, duurzame kaasmakerij.”

Een ander belangrijk aandachtspunt binnen Caring Dairy is het verduurzamen van het veevoer. Ook daarbij staat reductie van CO2-emissie centraal, bijvoorbeeld door de mogelijkheden voor regionaal geproduceerd veevoer te verkennen. En in het geval van soja kiest Cono Kaasmakers nu

voor duurzaam geteelde soja. Van Calker: “We hebben net samen met Ben & Jerry’s, Stichting Natuur & Milieu en Solidaridad afgesproken dat we Indiase sojatelers gaan helpen hun productie te verduurzamen. Door hun productie per hectare te verhogen neemt de druk op de omliggende natuur af waardoor die beter beschermd kan worden.”

Maar Van Calker wijst ook op andere, ‘duurzame’ aspecten van Cono Kaasmakers. “De winst die met Beemster wordt gegenereerd vloeit terug naar onze melkveehouders. Op die manier houd je ook duurzame melkveehouders in stand.” Cono Kaasmakers is er trots op dat het de afgelopen acht jaar op rij de hoogste gepubliceerde melkprijs aan melkveehouders betaalt. Floris: “Je kunt je voorstellen dat melkveehouders hier bij wijze van spreken in de rij staan om lid van onze coöperatie te worden.” Van Calker: “Een goede melkprijs stelt onze leden ook in staat te kiezen voor een duurzame bedrijfsvoering, want die vereist ook de nodige investeringen. In die zin moet je Caring Dairy als een soort fair trade-alternatief voor zuivel zien. We hebben hier ook de juiste combinatie: een financieel degelijke coöperatie die slagvaardig opereert doordat de leden

overtuigd zijn van de koers, maar ook financieel in staat zijn die keuze te maken. Om je een idee te geven: het besluit over ons duurzaamheidsprogramma, dat was in drie maanden beklonken.”

Biologisch

En dat terwijl Caring Dairy voor de deelnemende veehouders behoorlijk ingrijpend is. Met zogeheten Farmer Field Schools wordt een proces van continue verbetering van de duurzame bedrijfsvoering op gang gebracht. Op jaarbasis worden ruim 150 van deze Farmer Field Schools georganiseerd. Deze ‘school’ omvat benchmarking, jaarlijkse actieplannen per veehouder en intensieve discussies met experts. Er is bijvoorbeeld een systeem om dierenwelzijn meetbaar te maken en Caring Dairy gaat zelfs zo ver dat er eigen dierenartsen in Caring Dairy geschoold worden. Van Calker: “Het vereist flinke investeringen, in geld maar ook in tijd. Maar onze leden zijn daartoe bereid omdat ze overtuigd zijn van het nut op de lange termijn. Noem het economische duurzaamheid.”

Een aantal melkveehouders heeft dankzij de Caring Dairy-aanpak de keuze gemaakt om over te schakelen op biologisch. Floris: “De behoefte om ‘anders te boeren’ groeit en dan komt al snel de vraag of biologisch ook door Beemster te commercialiseren valt. Voorwaarde vooraf was dat biologische kaas van Beemster aan dezelfde kwaliteit- en smaakkeisen moet voldoen. Vervolgens gaat het erom idealisme en commercie te laten samengaan en dat is best een lastige opgave.” Maar: Beemster is wel de eerste merkspeler in kaas. En biologisch stelt Beemster in staat nieuwe markten te betreden: natuurwinkels, biologische markten, foodservice (overheidsinstellingen moeten vanaf volgend jaar duurzaam gaan cateren, red.). Floris: “De belangstelling vanuit de retail is beperkt, maar we liggen nu bij Deen en Deka en bij Ekoplaza. We bieden de biologische kaas nu alleen nog in uitsnij aan, maar ik weet dat de belangstelling voor biologisch in zelfbediening groter is.”

Pijlers

Floris en Van Calker zijn ervan overtuigd dat een duurzame melkveehouderij een belangrijke usp voor Beemster wordt. “Het onderstrept nog eens de directe relatie die wij onderhouden met onze producenten, de koeien, die we bij wijze van spreken allemaal bij naam kennen”, aldus Van Calker. “Beemster rust daarmee nu op drie pijlers. Het oog van de kaasmeeester en onze natuurlijke rijping hadden we al als pijlers (en leverden Beemster onlangs weer vijf gouden medailles op tijdens de prestigieuze kaaswedstrijd van de Deutsche Landwirtschaft-Gesellschaft, red.) en daar voegen we met Caring Dairy duurzaamheid als pijler aan toe.”



De pijlers onder het Beemster-merk zijn: duurzaamheid (Caring Dairy, dat ook de relatie met de melkveehouders en koeien onderstrept), het oog van de kaasmeeester en natuurlijke rijping. Een winnende combinatie, zo bleek onlangs toen Beemster weer vijf gouden medailles tijdens de prestigieuze kaaswedstrijd van de Deutsche Landwirtschaft-Gesellschaft won.

