

De bakleverworst en de Sint Jans-ui hebben het moeilijk. Zoals veel streekproducten zijn ze verdrongen door massaproductie. Maar organisaties als de Ark van de Smaak zien een kentering — zonder geitenwollen sokken.

Door Mac van Dinther

**O**ver de Waterloos polder in Oud Ade hangt de nacht als een dik gordijn. Bomen steken zwart af tegen de nachtblauwe lucht. Het is doodstil. De vogels slapen nog. De smalle Boekhorsterweg slingert tussen water, weilanden en donkere huizen. Alleen bij de boerderij van de familie Heemskerk, helemaal aan het einde van het weggetje, straalt wit licht uit de ramen, als het schijnsel van een tv in een donkere kamer.

Sandra Heemskerk staat zoals elke dag al vóór vijf uur in de kleine witbetegelde kaasmakerij om de melk af te romen. In een roestvrijstalen kuip zit melk van gisteren, die een nacht heeft staan 'opromen'. Sandra schept de room die op de melk drijft eraf met een koperen schaal. De room wordt verwerkt tot boter. Van de melk wordt kaas gemaakt, de enige echte Boeren-Leidse.

Boeren-Leidse is een 'zuremelk-kaas', zegt Sandra's schoonmoeder Lidy, die even later de kaasmakerij binnenkomt. Anders dan bij 'zoetemelkse' kazen als Goudse, waar de room mee de kaas ingaat, wordt voor Boeren-Leidse de room van de melk geschept voordat er kaas van wordt gemaakt. Oorspronkelijk was Boeren-Leidse een bijproduct van de boterproductie, legt Lidy uit. Nu is hij weer in trek omdat hij minder vet is.

Bij de afgeroomde melk gaat zuursel en stremsel, daarna wordt de ketel verwarmd. De melk koekt samen tot wrongel die met een 'harp' in stukjes wordt gesneden. Dat duurt een uur.

Die tijd gebruikt Sandra om haar man Klaas te wekken. Hij moet de koeien melken, zontje Siem uit bed halen en koffie zetten. De keuken geurt naar komijnzaad dat in een pan op het fornuis staat te koken om straks aan de kaas te worden toegevoegd. Geen Boeren-Leidse zonder komijn.

Daat is de vaste rolverdeling, zegt Lidy, die bij de koffie haar eerste sigaret van de dag opsteekt. Ze maakt al 29 jaar kaas. Sinds drie jaar neemt Sandra het van haar over. 'De vrouw begint met afromen, de man gaat melken. Als hij klaar is kan hij helpen de wrongel in de vormen te scheppen. Dat is zwaar werk.'

Sandra en Klaas Heemskerk hebben zestig koeien, die elke dag 1200 liter melk leveren. Goed voor acht kazen en twintig kilo boter. Al zes generaties Heemskerk maken in de Waterloos polder Boeren-Leidse. Eeuwen geleden ging die al mee als proviand op de grote vaart.

Maar boerenkazen worden verdrongen door fabriekskazen. Er is nog maar een handjevol Boeren-Leidse kaasmakers over. De Boeren-Leidse is een bedreigd product, zegt Hielke van der Meulen, specialist streekproducten en docent aan de Universiteit Nyenrode.

Van der Meulen is initiatiefnemer van de Nederlandse Ark van de Smaak, een soort monumentenzorg voor bedreigde voedselproducten. De Ark is een bedenkfel van Slow Food, een internationale vereniging van gastronomieën, die het recht op genieten propageert en strijdt voor het behoud van authentieke producten.

Nostalgie verkoopt. Reclames maken gretig gebruik van pittoreske plaatjes met blozende boerinnen, wuivende korenvelden en gezonde boerenjongens. Het is een reactie op de mondialisering en anonimisering van de voedselproductie, denkt Ren de Bruin van de Stichting Streekproducten Nederland (SPN). 'Mensen zijn op zoek naar verbondenheid, naar identiteit.'

Maar de nostalgische plaatjes zijn vaak niet meer dan een vlag op een lading die heel ergens anders vandaan komt. Zo heeft Old Amsterdam-kaas alleen in naam met Amsterdam te maken, komt Kollummer uit een kaasfabriek van Frico die niet in Kollum staat, en wordt Gulpener mosterd, met de kerktoren van Gulpen op het etiket, gemaakt in een mosterdfabriek in Groningen.



Kaasmakerij van de familie Heemskerk in Oud Ade: hier rijpt de 'enige echte' Boeren-Leidse.

FOTO'S BERT VERHOEF

# Voedsel met smoel

Bedrog? In zekere zin wel, zegt De Bruin. 'Streek is een rekbaar begrip. Mensen laten zich ook graag bedriegen. De Waddeneilanden hebben elk hun eigen kruidenbitter. Die komen uit dezelfde fabriek in Schiedam.'

Net als Slow Food ijvert de SPN voor het waarachtige streekproduct. Elk op zijn eigen manier. Waar Slow Food hecht aan traditie en authenticiteit, legt SPN er de nadruk op dat het product gemaakt is van milieuvriendelijk geteelde grondstoffen uit de streek. Wie daaraan voldoet, krijgt het SPN-keurmerk. Dat is de afgelopen twee jaar aan 120 voedselproducten verleend.

Maar over het uitgangspunt zijn Van der Meulen en De Bruin het roerend eens: streekproducten moeten kwalitatief goed zijn en niet gekocht worden omdat de boer zo aardig is. Dat is leuk voor één keer, maar daar komen de klanten niet voor terug, zegt Van der Meulen.

'Als het in idealisme blijft hangen, gaat het ten onder. Dan verkoop je de mensen een broodje plichtsbef. Dat werkt niet op den duur. Uitgangspunt is dat het product potentie heeft.' Op goede bedoelingen alleen kan de Ark niet drijven.

De Bruin is het roerend met hem eens. De tijd van hobbyisme en folklorisme is voorbij. 'Streekproducten moeten uit de boerenzakdoekensfeer.' De meeste streekproducten worden verkocht door dorpslagers of -bakkers, boerderij- en campingwinkels. Een enkeling, zoals Waddenzuivel, zoekt zijn afzet in het circuit van natuurvoedingswinkels.

Maar waarom zouden streekproducten niet in de supermarkt liggen?, zegt De Bruin. 'Het voorbeeld is de Max Havelaar koffie. Toen dat in de supermarkten lag, steeg ook de verkoop in wereldwinkels.'

In het kantoor van Paul Rutten, directeur van de Gulpener brouwerij in Gulpen zijn boerenzakdoeken ver te zoeken. Er staat wel een tap met Gulpener bier. 'Gemaakt van 100 procent Limburgse gerst.'

Rutten is mede-oprichter van de Dageraad, een organisatie die Limburgse streekproducten op de markt brengt onder de naam Limburgs Land. Streek heeft de toekomst, is Rutten overtuigd. 'Mensen willen weer voedsel dat smoel heeft. Ze moeten erbij kun-

nen. Je moet er als het ware een foto van de boer op kunnen plakken.'

De Dageraad is in 1996 opgericht. Er zijn nu dertig Limburgs Land-producten, zoals stroop, roggebrood, appelsap, korenwijn, en natuurlijk bier. Milieuvriendelijk geproduceerd van Limburgse grondstoffen. 'Goed voor U en goed voor Limburg, is onze slogan.'

De Dageraad is géén clubje idealisten, benadrukt Rutten. Limburgs Land is een commerciële onderneming. Als het streekproduct wil doorbreken, dan moet het doordringen tot het schap van de supermarkt, zegt hij. De Dageraad werkt met middelgrote producenten. Voor een boerenkaasmaker is bij Limburgs Land geen plaats.

'We willen geen geitenwollen-

sokken-gedoe. Ik zeg niet dat het gerommel in de marge is. Voor de boer zeker niet. Maar voor de winkel en de consument wel. Wij eisen van onze producenten dat ze Albert Heijn moeten kunnen beleveren.' Producten met een Limburgs Land-label liggen onder andere bij supermarkten van Sperwer en Jan Linders. De omzet van Dageraad was vorig jaar 1,6 miljoen euro.

Alle producten van Limburgs Land hebben het SPN-keurmerk. Of ze authentiek Limburgs zijn is geen criterium. Bier, roggebrood en stroop kun je nog Limburgs noemen, maar voor yoghurt en chocoladepudding gaat dat niet op.

Ach, zegt Dageraad-directeur Ko Otten. 'Wat is authentiek? Onze stroop wordt niet in koperen ketels gemaakt als je dat bedoelt. Streekproducten zijn al een niche. Daarbinnen kiezen we voor producten die massa hebben.'

Een gemiste kans, vindt Van der Meulen. 'Waarom zou je je sterk maken voor nieuwe producten als de oude dreigen te verdwijnen?' Juist het 'verhaal' achter streekproducten maakt ze zo waardevol, zegt hij. Van der Meulen heeft in 1998 voor een Europees project een inventarisatie gemaakt van traditionele streekproducten in Nederland.

Hij telde er nog 69, van Twentse bakleverworst tot Utrechtse Sint Jans-ui. Allemaal originele producten die in de vergetelheid dreigen te raken. Verdrongen door goedkope massaproducten, gehinderd door hygiëneregels die vooral zijn afgestemd op industriële productie en vergeten door de jongere generatie die liever Parma- dan plaatham koopt.

Nederland is altijd sterk geweest in massaproductie. Dat komt door onze ligging, aldus Van der Meulen. 'Nederland heeft goede verbindingen, waardoor wij ons hebben toegelegd op export en bulkproductie.' Maar er is ook zoiets als trots op het eigene.

'Italianen zijn trots op hun product. Daar zeggen ze: zo maken we het, want zo hebben we het altijd gedaan. Hier geneert men zich daarvoor. Veel mensen kennen streekproducten niet eens.' De waardering voor het product van eigen bodem moet terugkomen, zegt Van der Meulen. En dat moet ook wat kosten. Streekproducten zijn luxe producten. De

beste manier om de producenten te steunen is ze een goede prijs betalen.'

Om te redden wat er te redden valt, heeft Slow Food de Ark van de Smaak bedacht. Ark-producten worden ondersteund met proeverijen en publiciteit. In Italië, waar een supermarkt producenten heeft geadopteerd, zijn daarmee successen geboekt. In Nederland worden nu ook kandidaten benaderd. De Boeren-Leidse is er een van.

Achttien kaasboeren maken nog Boeren-Leidse. Maar er zijn er maar acht die de room nog met de hand van de melk scheppen zoals Lidy en Sandra Heemskerk. De anderen hebben hun toevlucht genomen tot machinale methoden. 'Sommigen zeggen dat ze het verschil kunnen proeven', zegt Lidy.

Na een uur is de koffie op en de wrongel gesneden. Klaas gaat de koeien melken. Sandra en Lidy roeren de komijn door de wrongel en scheppen de massa in vormen. Die worden in een vatpers gezet waar de kazen hun ronde vorm krijgen.

Daarna gaan ze een nachtje onder een houten zakpers, waar ze het teken van twee gekruiste sleutels krijgen, het waarmerk van de Boeren-Leidse. De Keuringsdienst van Waren moppert wel eens over de oude houten pers, zegt Lidy. 'Die hebben liever dat je roestvrijstaal gebruikt. Maar het is een uniek ding en hij werkt nog prima.'

Na een pekeld bad worden de kazen ingesmeerd met rode kleurstof en op de plank gelegd om te rijpen. Over een maand of drie komt de handelaar ze halen. Vijf euro per kilo brengt de kaas op. 'De prijs is goed dit jaar.' Ze zouden het dubbele moeten vragen, zegt Van der Meulen. 'Dit is een uniek product.'

Sinds 1850 maakt de familie Heemskerk kaas in de Waterloos polder. De vraag is hoe lang nog. Voor reclame hebben ze geen geld. Zelfs veel Leidenaren kennen de echte Boeren-Leidse niet. De gemeente toont weinig interesse.

De natuur is de nieuwste tegenstander, vertelt Lidy. 'Ze zijn van plan van de polder natuurgebied te maken. Het moet moeras worden. Dan wordt het lastig om hier kaas te maken.' Intussen stroomt de nieuwe ochtendmelk in de kuip voor de kaas van morgen.



Sinds 1850 maakt de familie Heemskerk kaas. De vraag is hoe lang nog. Voor reclame is geen geld. Zelfs veel Leidenaren kennen de Boeren-Leidse niet.