

Geitenkaas groeimarkt

Zijerveld introduceert romige, light-geitenkaas

Kaasspecialist Zijerveld bracht half oktober onder het merk Arina romige light-(30+) geitenkaas op de markt. Het bedrijf nam Wageningen UR Food & Biobased Research in de arm voor wetenschappelijke ondersteuning tijdens het ontwikkelingstraject. “Met alleen ambachtelijke kennis hadden we deze innovatie nooit kunnen realiseren”, aldus Johannes Tinga, Dennis Boer en Philippe Coerten van Zijerveld.

“Geitenkaas is een echte groeimarkt. Consumenten beginnen het product langzaam aan te ontdekken en er zijn veel aanknopingspunten voor verbreding van het assortiment”, zegt Dennis Boer, commercieel manager bij Zijerveld. “Wij zien bijvoorbeeld mogelijkheden in de ontwikkeling van ‘gezondere’ varianten als 20+ en 30+.” Zijerveld hoopt met het aanbieden van minder vette kaas zijn steentje bij te dragen aan het terugdringen van het obesitasprobleem. “Minder vette kaas moet voor

V.l.n.r.: Johannes Tinga, Philippe Coerten en Dennis Boer van kaasspecialist Zijerveld.

consumenten op termijn net zo gewoon worden als halfvolle melk. Dat kan alleen als minder vet net zo lekker wordt als volvet”, vult QA-manager Johannes Tinga aan. Zijerveld had al enkele jaren een 30+ geitenkaas in het assortiment, maar vond dat het beter kon. “Volvette 50+ geitenkaas is smedig en romig, maar verlaag je het vetgehalte, dan krijgt het product een harde en rubberachtige textuur”, vertelt Philippe Coerten, operations manager bij Zijerveld. “We wilden een onderscheidend product op de markt brengen, zonder de negatieve eigenschappen van de huidige 30+ kaas.”

Fundamentele en toegepaste kennis

Via het onderzoeksprogramma PIDON (zie kader) kwam Zijerveld in aanraking met Wageningen UR Food & Biobased Research. Daar vond het bedrijf de fundamentele en toegepaste wetenschappelijke kennis die het zocht – niet alleen over de fysisch-chemische eigenschappen van ingrediënten en van kaas – maar ook over smaak en textuur, en over procestechnolo-

gie. Experts van Food & Biobased Research ondersteunden de kaasspecialisten bij het aanpassen van de receptuur volgens de laatste wetenschappelijke inzichten, het opstellen van proefopzetten en het uitvoeren van pilottesten in de fabriek van Amalthea BV, het bedrijf dat sinds 2010 geitenkaas produceert voor Zijerveld. Ook waren zij betrokken bij de sensorische sessies en de textuurmetingen. Daarnaast is voor het project gebruik gemaakt van de ervaring en het vakmanschap van de kaasmakers van Amalthea. “We hebben samen een aantal mogelijke oplossingsrichtingen op een rijtje gezet en onderzocht”, aldus Coerten.

Van vetfractionering tot zuursel

Het project richtte zich in de eerste plaats op vetfractionering. “Een van de problemen bij laagvetkaas is dat er minder korteketenvezuren, en daarmee minder aroma’s vrijkomen”, vertelt Miriam Quataert, vanuit Food & Biobased Research als projectleider betrokken bij de ontwikkeling van de geitenkaas. “Door vet te scheiden in fracties met verschillende smeltpunten hebben we geprobeerd het vrijkomen van aroma’s te sturen.”

Een ander aandachtsgebied was het verbeteren van de breukeigenschappen van de kaas. “Vet maakt kaas snijdbaar en draagt bij aan een romig mondgevoel. “Hoe minder vet, hoe harder de kaas”, legt Quataert uit. “We hebben onderzocht of toevoegen





Zijerveld brengt onder het merk Arina de eerste écht romige 30+ geitenkaas op de markt.



Zijerveld en Wageningen UR Food & Biobased Research bereidden samen kazen voor de pilotstudies.

van wei-eiwitdeeltjes de breukeigenschappen verbeterde.” Een derde strategie was de toevoeging van specifieke zuursels. “Sommige zuursels produceren exopolysacchariden – koolhydraten met lange ketens. Die zorgen ervoor dat de kaas vocht vasthoudt”, aldus Quataert. “Hoe meer vocht er in de kaas zit, hoe smeuïger hij wordt.”

Minder vet, meer eiwit

Toevoegen van zuursels bleek uiteindelijk de sleutel tot het succes, met als eindresultaat

PIDON Obesitas-project

De ontwikkeling van voedingsmiddelen en -ingrediënten die rijk zijn aan eiwit en daarmee minder koolhydraten en/of vet bevatten. Dat was een van de uitgangspunten van het onlangs afgeronde driejarige PIDON Obesitas-project. Onder leiding van Aart van Amerongen van Food & Biobased Research bonden negen bedrijven en kennisinstellingen in Oost-Nederland via fundamenteel en toegepast onderzoek de strijd aan tegen overgewicht: Food & Biobased Research, Previtas, Newtricious, Ollyxa, de Universiteit Twente, het UMC St Radboud, Zwanenberg Food Group, Barentz Ingredients en Zijerveld. De samenwerking is tot stand gekomen via het innovatieprogramma Pieken in de Delta Oost-Nederland (PIDON), met financiële steun van het ministerie van Economische Zaken en de provincies Gelderland en Overijssel. Het programma kostte in totaal €2,8 miljoen en ontving €1,3 miljoen aan subsidie.

taat een romige 30+ geitenkaas. De kaas bevat 40% minder vet dan de reguliere 50+ geitenkaas, en bijna anderhalf keer zo veel eiwit (31 gram versus 23 gram per ons). “Ons nieuwe product scoorde tijdens de kaaskeuringen substantieel hoger dan de 30+ kaas die we voorheen hadden, niet alleen op smaak, maar ook op mondgevoel en snijdbaarheid”, zegt Boer. “Onze klanten waren aangenaam verrast.”

De nieuwe 30+ geitenkaas van Arina is sinds half oktober verkrijgbaar bij kaas-specialisten door het hele land en op de versafdeling van grote supermarkten. Ook in andere landen is er belangstelling voor het product. “We exporteren de kaas naar Duitsland, Scandinavië, Rusland en een aantal Oost-Europese landen”, zegt Boer.

Onderlinge kruisbestuiving

De drie vertegenwoordigers van Zijerveld kijken met een goed gevoel op het project terug. “Behalve leerzaam was het ook heel leuk om samen te werken met Food & Biobased Research”, zegt Tinga. “De Wageningers hadden veel ideeën en dat werkte aanstekelijk. Ook hun grote netwerk was handig; bijvoorbeeld bij de aanschaf van ingrediënten voor de pilottesten.”

Ook de specialisten van Food & Biobased Research zijn tevreden over de samenwerking. “De onderlinge kruisbestuiving was goed en we hebben als team een mooie

ontwikkeling doorgemaakt”, zegt Quataert. “We hebben Zijerveld laten zien dat sleutelen aan smaak en textuur volop aanknopingspunten biedt voor product-ontwikkeling, en dat je daarvoor geen ingewikkelde apparatuur hoeft aan te schaffen.”

Behalve een innovatie heeft de samenwerking met Food & Biobased Research Zijerveld veel waardevolle inzichten opgeleverd voor verdere productverbeteringen. “Daar gaan wij samen met Joost van Dijk, operations manager bij Amalthea, mee aan de slag”, zegt Coerten.

Sterk imago

De komende tijd gaat Zijerveld geitenkaas nog nadrukkelijker onder de aandacht van de consument brengen dan voorheen. “Er zijn nog steeds veel mensen voor wie geitenkaas net wat te ‘spannend’ is. Die denken dat geitenkaas minder lekker is dan gewone Goudse kaas. Geitenkaas is tegenwoordig veel toegankelijker van smaak en bovendien licht verteerbaar”, vertelt Boer. “De nieuwe 30+ variant gaat ons zeker helpen het imago van geitenkaas te versterken.”

• LISETTE DE JONG •

L. de Jong is freelance journaliste