

KAAS = NL?

REDACTIE

LEONIE CORNIPS, MARIEKE HENDRIKSEN, GEERTJE MAK

KAAS = NL?

Melk, koe, ras, kolonie,
taal, kunst, mest en meer

Het Prins Bernhard Cultuurfonds beheert ruim 450 Cultuurfondsen op Naam. Deze publicatie is mede tot stand gekomen dankzij een bijdrage uit het door het Prins Bernhard Cultuurfonds beheerde Willem van Wolmerum Fonds.



© 2023 Leonie Cornips, Marieke Hendriksen, Geertje Mak (*red.*) |
uitgeverij Sterck & De Vreese

Met dank aan:

Aela Andrée (tekstredactie)

NL-Lab

Huygens Instituut

Meertens Instituut

alle auteurs



Ontwerp omslag en binnenwerk: Mijke Wondergem, Baarn

Verzorging binnenwerk: Peter Tychon, Wijchen

ISBN 978 90 5615 999 3

NUR 694

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van uitgeverij Sterck & De Vreese, postbus 234, 8400 AE Gorredijk, Nederland – info@sterckendevreese.nl.

De uitgeverij heeft ernaar gestreefd alle copyrights van de in deze uitgave opgenomen illustraties te achterhalen. Aan hen die desondanks menen alsnog rechten te kunnen doen gelden, wordt verzocht contact op te nemen met Sterck & De Vreese.

Sterck & De Vreese is onderdeel van
20 leafdesdichten en in liet fan wanhoop bv

www.sterckendevreese.nl

Inhoud

1 **Kaasus Nederland** 7

Geertje Mak, Leonie Cornips en Marieke Hendriksen

CULTIVEREN

2 **Kennis en keuren** 23

Marieke Hendriksen

3 **Wereldroem en walging** 35

Lodewijk Dros

4 **Kaas als erfgoed** 39

Sophie Elpers

5 **Kaas als kunst** 49

Suzanne Bernhardt, Marijn Stouthamer en Marieke Hendriksen

6 **Kaas verbeeld** 53

Sanne Steen

KOE

7 **De koeien achter kaas** 67

Bert Theunissen

8 **De beleving van machinaal melken** 79

Leonie Cornips

9 **Koeien koloniseren** 83

Geertje Mak

10 **Kaaseters, stofwisselende koeien en het werk van vertering** 97

Else Vogel

TAAL

11 **Een korte cultuurgeschiedenis van Nederlandse kaasnamen** 109

Nicoline van der Sijs

12 **Kaas op de wetenschappelijke kaart** 119

Douwe Zeldenrust

- 13 **Zeg eens 'kaas'** 127
Vincent van Heuven en Nicoline van der Sijs
- 14 **Koeientaal** 139
Leonie Cornips
- 15 **Koeienfonetiek** 155
Vincent van Heuven

KOLONIE

- 16 **De dagelijkse rente van de koe** 167
Inger Leemans
- 17 **Baden en banden in melk** 177
Tess Post
- 18 **Echte Hollandse producten?** 197
Ton van Kalmthout

INTER/NATIONAAL

- 19 **Raskaas** 213
Oskar Verkaaik
- 20 **Kaas is de baas** 221
Ernst van den Hemel
- 21 **Schimmel en wormen** 229
Esther van Raamsdonk, Kirsty Rolfe, Rachel Willie, Richard Fitch en Sjoerd Levelt.
Uit het Engels vertaald door Marieke Hendriksen.
- 22 **De kaasletter** 243
Diedrik van der Wal
- 23 **Kaas van eigen bodem?** 247
Anke Bosma en Esther Peeren

Noten 259

Biografieën 277

1 Kaasus Nederland

Leonie Cornips, Marieke Hendriksen, en Geertje Mak

Kaaspapier

De KLM serveert op Europese vluchten boterhammen met kaas. Nederlander kan het haast niet. De blauwe kartonnen verpakking vermeldt: *'Happy cows, better milk'*, en: *'Beemster cheese, it takes time'*. Met welke woorden, beelden en symbolen is deze kaas verder omgeven? De website van CONO Kaasmakers, het bedrijf dat deze kaas produceert, licht de slogans nader toe:

7

Gelukkige koeien, betere melk

Boeren uit de Beemster werken samen in een coöperatie van kleine familiebedrijven. Alle boerderijen zorgen ervoor dat hun koeien die vrij in de wei lopen een zo goed mogelijk leven hebben. Hoe gelukkiger de koeien, hoe beter de melk. En alleen de best smakende melk wordt gebruikt om Beemster kazen te maken.

Beemster kaas, dat vraagt tijd

De Beemster traditie van kaasmaken gaat terug tot 1901 en wordt van generatie op generatie doorgegeven. Elk wiel Beemster kaas wordt met de hand gemaakt volgens traditionele ambachtelijke technieken. Het met de hand omroeren van de kaaswringel, is een belangrijk onderdeel van deze traditie. Dat Beemster kaas maken tijd vraagt, is een ding dat zeker is.¹

De Beemster bodem en zijn unieke wordingsgeschiedenis, de gelukkige koeien, de kleine boerengemeenschappen, de oude traditie van kaasmaken in alle rust: zo verkrijgt de kaas zijn unieke sociale en authentieke waarde voor kaaskopers en -liefhebbers. Geen wonder dat KLM Beemster kaas hoog in de lucht aanprijst. En zo wordt de vermarkting van de regionale kaas tegelijkertijd een onderdeel van de Nederlandse nationale identiteit. Zo zegt Jerry Griep, commercieel manager van CONO op de website van de Amster-

dam Cheese Company: ‘Wij Hollandse kaaskoppen vinden onze kaas heel gewoon en daarmee vergeten we soms dat het één van onze meest succesvolle exportproducten is die overal ter wereld enorm worden gewaardeerd.’¹²

Hoe is Beemster kaas verder verpakt? Bovenaan op het kaaspapier waarin de kaas in Nederland wordt verkocht (Afb. 1.1. & 1.2), prijkt een stempelafdruk met de tekst ‘het Beemsterwapen – de tijd – Beemster’ met een koe in zonnestralen omhuld door de Nederlandse leeuw.

8



AFB. 1.2: Kaaspapier Beemster kaas.
Foto links:Uitvergroting van het Beemster wapen midden bovenaan op het kaaspapier.

Het wapen werd in 1612 aan het polderbestuur van de Beemster verleend. Het verwijst naar het inmiddels eeuwenoude bestaan van de polder. De droogmaling van die polder in de vroege zeventiende eeuw hoort tot de roemrijke elementen uit de Nederlandse geschiedenis, waarnaar wordt verwezen met een stempeltje rechts onderaan op het kaaspapier: ‘Beemster polder – werelderfgoed’. De

bodem van 'blauwe klei' is volgens het kaaspapier de 'oorsprong van smaak'. Zo wordt de kaas gekoppeld aan de natuurlijke bodem van een specifieke, unieke regio – die tegelijkertijd weer via de Nederlandse Leeuw aan heel Nederland is gekoppeld. De koeien in deze polder die de melk voor de kaas geven 'grazen buiten'; dit wordt nog eens bevestigd met '100% weidegang'. Een stempel verbindt deze 'gelukkige' koeien met smaak: 'graskoeien – natuurlijk lekker'. Consumenten worden zo van de goede smaak van diervriendelijkheid en duurzaamheid van deze kaas overtuigd. Toch is CONO geen ouderwets bedrijf, schrijven ze op hun website. De kaas wordt gemaakt

(...) met behoud van onze tradities en met gebruik van de meest duurzame moderne technieken. Onze boeren delen kennis in workshops en onze kaasmeesters geven hun unieke kennis van generatie op generatie door aan talentvolle jonge kaasmakers.³

Traditie en moderniteit gaan hier hand in hand om de 'eerlijkste', 'beste', en 'lekkerste' kaas te maken. Tot slot neemt men de tijd: 'De kaas rijpt in alle rust.' Deze rust is zichtbaar midden onder op het kaaspapier waar we zes kaaswielen ('Groter kaaswiel speciaal voor de smaak') in het kaasrek zien rijpen. Al met al komt deze kaas het predicaat 'hofleverancier bij koninklijke beschikking' toe (stempel rechts onderaan). Dit predicaat verbindt de Beemster opnieuw met de natie. Kennelijk verkoopt dit beeld van kaas. We waarderen traditioneel gemaakte kaas afkomstig van kleine boerenbedrijven in een specifieke regio meer dan de realiteit van melkrobots, koeien in megastallen en massaal geproduceerde fabriekskaas. Sterker nog: dat proef je. Toch?

Uit het kaaspapier komt een Nederland tevoorschijn van polders, koeien, boerderijen en de traditie van kaasmaken. Die betekenissen verbloemen de feitelijke historische en hedendaagse context. De coöperatie van CONO, die Beemster kaas produceert, bestaat bijvoorbeeld volgens eigen cijfers uit 402 melkveehouders die samen 406 miljoen kilo melk per jaar produceren en CONO genereerde in 2021 een omzet van 268 miljoen euro. Daarvan wordt niet alleen 34 duizend ton Beemster kaas gemaakt door 196 fulltime kaasmakers, maar ook melk aan Unilever geleverd voor ijs, kaaskroketten, -schnitzels en -broodjes. Bovendien produceert het bedrijf halffabricaten voor de industrie: wei- en melkpoeder voor bijvoorbeeld chocolade en veevoer.⁴ Dat klinkt toch iets minder kleinschalig, natuurlijk en authentiek dan de verpakking doet vermoeden. Dit boek pakt de mythe van kaas als typisch

voor Nederland verder uit. Het volgt de elementen waarmee kaas hier wordt verbonden: koeien, boeren, boerderijen, melk, polder, traditie, kaasmaken. We vroegen ons af: wat zit er allemaal nog meer aan kaas vast?

10



AFB. 1.3: Postzegels Nederlandse Iconen, 2014.

Zo ontstond een bundel met een gevarieerd palet aan bijdragen waarin kaas en alles wat met kaas te maken heeft wordt gevolgd. We nemen je mee naar koeienstallen en ultrarechtse social media, naar kaasletters, vroegmoderne diplomatie en emigratieliteratuur, naar koeienrassen, koeientaal, Texelse groene kaas en achttiende-eeuwse poëzie over de winsten uit vette melkkoeken, naar kunst over kaas en de uitspraak van ‘kaas’, naar de (mede)klinkers die een koe uitsprekt, naar raciale theorieën over witte melk en naar losgeslagen kuddes koeien bij de zending in Nieuw-Guinea. Een geschiedenis van het kaasmaken, van alle woorden voor kaas die het Nederlands gekend heeft en een analyse van de koe in de Nederlandse landbouwpolitiek kunnen in dit palet natuurlijk niet ontbreken.

Kaasus Nederland

Het debat in Nederland over nationale identiteit is in de eenentwintigste eeuw sterk gepolariseerd. Veel mensen delen het gevoel of de overtuiging dat mensen geboren en getogen op Nederlandse bodem meer rechten zouden moeten hebben dan anderen in Nederland. Dat alleen ‘echte’ Nederlanders er thuishoren. Dit ‘nativisme’ zet zich dan af tegen een ‘linkse elite’ die het bestaan van zo’n homogene, vaststaande Nederlandse cultuur of identiteit ontkent of ‘deconstrueert’.⁵ Hoe kun je een uitweg vinden uit die twee gepolariseerde standpunten? Hoe kun je erkennen dat nationale identiteit ertoe doet, zonder deze als vanzelfsprekend aan te nemen?

Met die opdracht startte de interdisciplinaire onderzoeksgroep NL-Lab van de KNAW vlak voor de uitbraak van de coronacrisis. Een van onze ideeën was om de aandacht meer te richten op de concrete materialiteit van Nederland; op de wijze waarop Nederland in de praktijk gestalte krijgt. Maar hoe? Met het onderwerp kaas konden we de koe bij de hoorns vatten. We hadden een onderwerp te pakken dat een onmiskenbaar Nederlands symbool was en dat op allerlei manieren Nederland letterlijk had gevormd. De vraag werd: Hoe maakt kaas Nederland?

In onderzoek naar Nederlandse cultuur en identiteit komt kaas bijna altijd als vanzelfsprekend voor. In het SCP-rapport *Denkend aan Nederland* uit 2019 verschijnt kaas in het bekende rijtje tulpen, molens en klompen. De sobere lunch met brood en kaas die daarbij typerend wordt geacht, was al legendarisch in de zeventiende eeuw. Er zijn allerlei toeristische attracties over kaas, zoals de kaasmarkt en het Hollands Kaasmuseum in Alkmaar en in Duitsland wordt Nederland direct met Frau Antje geassocieerd. In een verder verleden werd Jan Kaas of Jan Kees bezongen als de dappere vaderlandslievende held die tegen de Belgen ten strijde trok, of verschijnt koning Willem als Koning Kaas. Kaas komt ook voor in hedendaagse nationalistische anti-islam propaganda. Kaas is op al die manieren ingepakt in dikke nationale betekenislagen.

Dat inpakken van kaas in betekenissen die veel over Nederland zeggen heeft een eeuwenlange geschiedenis: diverse bijdragen in deze bundel beschrijven hoe kaas Holland of Nederland heeft verbeeld of verdeeld en wat die beelden in verschillende tijden en contexten doen of deden. Dit breekt het simpele sjabloon van kaas als hét symbool van Nederland open en laat de diverse en veranderende functies van die beeldvorming zien. Maar dit boek pakt kaas nog verder uit:

AFB. 1.5: Spotprent van koning Willem I, 'Koning Kaas', ten tijde van de Belgische Opstand in 1830, anoniem, 1830-1831. Papier, h 284 mm × w 242 mm, Rijksmuseum, FMH 6565.



Het onderzoekt ook wat er gebeurt als we niet alleen de cultuurhistorische *verbeelding* van Nederland via kaas onderzoeken, maar ook de vraag stellen hoe kaas concreet is *verbonden* met Nederland. Kaas wordt dan nog steeds als iets belangrijks voor Nederland erkend, maar de vraag verandert: Welke praktijken en materiële aspecten zitten aan kaas vast? Hoe wordt Nederland daarin gemaakt? We zien kaas daarbij als een belangrijk middel voor de vorming van Nederland, als een historisch veranderend samenspel van mensen, dieren en bodem, van praktijken, technieken en culturen, van handel en economie. Met handel en economie zijn we dan weer terug bij het aanprijzen van kaas op de markt, bij reclame: kaas laat zien dat ideeën en emoties over Nederlandse identiteit vaak in die gecommmercialiseerde beeldvorming dik wordenaangezet. Identificatie met een stereotiep Nederland *verkoopt*. Zo willen we Nederlandse nationale cultuur en identiteit rondom kaas niet *afdoen* als nationalistische fictie, maar deze juist veel substantiëler en concreter onderzoeken. Dwars op de uitgesleten groeven van een oververhit debat over Nederlandse identiteit en cultuur.

Kaas uitpakken

In zijn beroemde *Mythologies* (1957) liet literatuurwetenschapper Roland Barthes zien hoe allerlei alledaagse teksten en beelden vaak een tweede betekenislaag kennen. Dat noemde hij ‘mythes’, beelden en verhalen die ongemerkt vastleggen wat op een bepaald moment als normaal, natuurlijk en vanzelfsprekend wordt beschouwd. Ze onttrekken daarmee de historisch veranderlijke en specifieke context aan het zicht. Barthes noemde onder meer het voorbeeld van wijn als mythe over Frankrijk, en kaas voor Nederland.⁶ Het symboliseert Nederland met een geflatteerde en stereotiepe voorstelling van de geschiedenis en actualiteit van kaasfabricage. Kaas als symbolische verwijzing naar Nederland stremt zo een meer vloeibare voorstelling van zaken.

De kaasverpakking die we hierboven bespraken kan heel goed als voorbeeld dienen. Die neemt de Hollandse Beemsterpolder als een *pars pro toto* voor heel Nederland en haar ‘kaaskoppen’ en ‘ontneemt’ zo het zicht op veel meer variaties in het Nederlandse landschap en Nederlanders. Zonder dat in de gaten te hebben lijkt het volkomen vanzelfsprekend dat deze kaas typisch voor Nederland is, en niet de Herfse stinkkaas uit Limburg. Noch, zoals Lodewijk Dros in zijn bijdrage beschrijft, de ooit wereldberoemde Texelse groene schapenkaas.

De verpakkingen verbinden verder moeiteloos de tradities die van generatie op generatie worden overgedragen met moderne duurzame technie-

ken. De schijnbaar moeiteloze verbinding tussen traditie en hypermoderne fabricage maakt het conflict tussen het geïdealiseerde landelijk boerenleven en de gigantische Nederlandse agro-industrie onzichtbaar. Wie niet de CONO-website voor consumenten, maar die voor producenten bekijkt (Global & Business) – zo laten Anke Bosma en Esther Peeren zien – wordt al snel uit de droom geholpen. Hier geen idyllische kaasboerderijen maar een hypermoderne uit glas en beton opgetrokken kaasfabriek, waar het kaasmaakproces ‘met de hand’ ... op het computerscherm wordt aangestuurd. Die moderniteit kan zelfs een plaats krijgen in het concept van authenticiteit waarmee de hypermoderne CONO-fabriek werd geaccepteerd in de tot werelderfgoed verklaarde Beemster, zo laat Sophie Elpers zien in haar bijdrage over kaasmaken als erfgoed.

13

Met het roemen van de blauwe klei uit de Beemster raken geïmporteerd krachtvoer en mestoverschotten op de achtergrond. Wanneer we wel de circulatie van grondstoffen betrekken in ons idee over kaasmaken, komen niet alleen het wereldwijde milieu en klimaat in zicht, maar ook de koe. Het is per slot van rekening de koe die als zorgvuldig afgestelde me-



AFB. 1.6: *Koeien in de wei*, Bernardus Antonie van Beek, 1875-1941, olieverf op doek. Rijksmuseum SK-A-3520.

tabolische machine krachtvoer, gras, melk- en mestproductie in balans moet houden – zoals Else Vogel in deze bundel laat zien. Hoewel ook dierenwelzijn in die balans een rol speelt, laat dat toch niet zoveel heel van het beeld van de koe die vrij en blij in de wei graast. De impressie van melken die Leonie Cornips geeft staat ook met de poten en voeten in de stront en drukt ons met de neus op een stukje boeren- en koeienwerkelijkheid.

14

Maar de beeldvorming over Nederlandse kaas behelst natuurlijk meer dan alleen kaasverpakkingen. Diverse bijdragen in deze bundel laten een veel veranderlijker, breder en rijker palet aan beelden van kaas zien, en hoe die Nederland verbeelden. Dat de Nederlandse kaasproductie al aan het einde van de middeleeuwen in het buitenland indruk maakte leidde er wellicht toe dat kaas in beeldvorming over Nederland en Nederlanders ook al vroeg zijn intrede deed. De bijdrage van Esther van Raamsdonk, Kirsty Rolfe, Rachel Willie, Richard Fitch, en Sjoerd Levelt bespreekt hoe de Nederlanden zichzelf steeds meer identificeerden als het land van boter en kaas. Ook in Engeland werd dit zo gezien, maar na verloop van tijd werd daar ‘de kaas die ooit een symbool van goede hygiëne was, beschimmeld en wormstekig’. De bijdrage van Ernst van den Hemel toont hoe een aanvankelijk ludieke aanduiding van Nederlanders als ‘kaaskoppen’ op social media na verloop van tijd wordt bezet met rechts-radicale betekenissen.

Bovendien zitten aan kaas allemaal andere, vaak herkauwde verbeeldingen van Nederland vast, over bijvoorbeeld koeien, melk en kaasmisjes. Dat kaasmaken met meisjes en vrouwen werd geassocieerd, komt in de geschiedenis van een eeuwenlange beeldvorming over kaasmakers in de bijdrage van Sanne Steen duidelijk naar voren. Maar waar in het verleden vrouwen vooral in hun rol als kaasmakers of -verkopers verschenen, biedt de hedendaagse koppeling tussen vrouwen en kaas vooral geërotiseerde beelden. De iconische zwart-wit gevlekte Hollandse koe blijkt het product van naoorlogse landbouwpolitiek en internationale uitwisseling van vee en sperma – zoals onder meer de bijdrage van Bert Theunissen laat zien. Ook bespreekt Oskar Verkaaik wat in die context het begrip ‘ras’ doet in de hernieuwde belangstelling voor ‘authentieke’ Nederlandse koeienrassen, zoals de Groningse blaarkop. Tess Post bespreekt hoe melk in Nederlands-Indië sterk geassocieerd werd met een witte huid en Europese beschaving. Wetenschappers waarschuwden toen voor de gevaarlijke invloeden van een Inlandse min op het Europese ras, of prezen melk aan om inlandse volken ‘krachtiger’ te maken. Grote reclamecampagnes van Nederlandse zuivelbe-

drijven prezen Hollandse gecondenseerde melk aan als hygiënische babyvoeding voor een bevolking die meestal geen koeienmelk verdroeg. Met alle desastreuze gevolgen van dien.

Ook taal en woorden spelen in deze bundel een grote rol. Nicoline van der Sijs bespreekt de etymologie van het huidige woord ‘kaas’, en geeft zo een opmerkelijk gevarieerd beeld van de geschiedenis van kaas in de Nederlanden vanaf zijn eerste verschijning – via Romeinse legers. Esther van Raamsdonk e.a. geven een gruwelijk voorbeeld uit middeleeuws Londen, waarin de uitspraak van ‘bread and cheese’ bepaalde of Vlaamse immigranten bleven leven of werden gedood. Leonie Cornips daagt de lezer in haar bijdrage uit het lichaamsgedrag van de koe en haar (verbale) expressies als taal te begrijpen. Douwe Zeldenrust historiseert waarom de vraag ‘Hoe noemt men kaas?’ in de vragenlijst van 1939 door het Dialectenbureau gesteld werd en hoe deze vraag tot stand was gekomen. De antwoorden van honderden informanten in Nederland leverde een fonologische (klank) ‘kaas’kaart op. Vincent van Heuven en Nicoline van der Sijs laten vervolgens minutieus zien hoe de uitspraak van de lange *aa* in ‘kaas’ als norm tot stand is gekomen – in weerwil van grote delen van Nederland waar kaas met een *ie* of een *ee* werd en wordt uitgesproken. Van Heuven waagt zich in dit boek ook aan een fonetische analyse van de klanken van koeien. Omdat een koe weinig mogelijkheden heeft om de loeligeluiden van klankkleur te laten veranderen, analyseert hij de kenmerkende verschillen vooral in de duur, de toonhoogte en de melodie van de geluiden – een wereldprimeur!

15

Dat beelden, taal en woorden ertoe doen geldt ook voor de woordkeuze in de bijdragen van deze bundel. Schaar je rundveebedrijven onder intensieve landbouw? Is het kaasmakerij of agro-industrie? Zijn het zwart-witte of zwartbonte koeien? Is een koe zwanger of drachtig? Woorden laten zien waar iemand vandaan komt en vanuit welk perspectief die kijkt. In deze bundel variëren de woordkeuzes van auteurs – de redactie wil de meerstemmigheid van de bijdragen niet gladstrijken.

Kaas maken

Als we achter de kaas als mythe kijken, komen niet alleen historische veranderingen en een grotere verscheidenheid aan het licht, er verschijnen ook meer praktijken. Kaas als verbeelding van Nederlandse cultuur is een beetje als identiteit zonder lichaam: het betreft cultuur, traditie, gewoontes en stereotypen maar heeft weinig van doen met de praktijken waarin kaas wordt gemaakt, verhandeld en gegeten. Dit boek zoekt aan de hand van kaas naar

een meer gearde, meer belichaamde manier om naar Nederland te kijken, We zijn daarbij onder andere geïnspireerd door een boek van Annemarie Mol, *Eating in Theory*. Deze antropoloog van het lichaam stelt de even eenvoudige als radicale herziening voor van het Westerse filosofische mensbeeld: laten we de mens eens niet primair als denkend wezen, maar als etend wezen beschouwen. In een tijd waarin het voortbestaan van de aarde zelf op het spel staat, is het volgens haar tijd voor een visie op mens-zijn die belichaamd is. Een mens is afhankelijk van eten en voedselproductie. Een mens die voor andere dieren, planten, de aarde zorgt, maar die ook opeet. Een mens die niet alleen actief handelt maar ook verteert en afval afscheidt, die voedsel uit de hele wereld door het lichaam laat gaan.⁷

We kunnen deze belichaamde mensvisie vertalen naar een vernieuwende visie op Nederland. Wat gebeurt er met de concepten natie, cultuur, volk of bodem als we ook alles onder ogen zien waarvan ons concrete voortbestaan en die van volgende generaties afhankelijk zijn? Hoe ziet Nederland eruit als we het als een metabolisch of ecologisch systeem begrijpen, waarin materiële zaken als voedsel, grondstoffen, planten, dieren, water en lucht binnenkomen, worden gebruikt of geconsumeerd, verteerd en afgescheiden? Wat is Nederland precies als we de lange ketens van afhankelijkheid tot ver over onze grenzen erkennen? Kaas vormt de ideale ‘kaasus’ om zo’n grote omschakeling van denken over Nederland eens wat verder te beproeven.

Het Nederlandse – vooral Hollandse en Friese – landschap is om te beginnen mede gevormd via kaas. Omdat kaas de (over)productie van melk op de vruchtbare ingepolderde zeeklei houdbaar en vervoerbaar kon maken – het gewicht ten opzichte van melk is ongeveer een tiende –, kon inpoldering een winstgevende investering betekenen, zoals bijvoorbeeld de bijdragen van Marieke Hendriksen en Inger Leemans laten zien. Van oudsher nodigde kaas zo uit tot het inpolderen van meren en moerassen, en leidde het tot weidelandschappen met kaasboerderijen, molens en koeien, tot wereldberoemde kaasmarkten en een infrastructuur voor levendige handel met buurlanden. Nog steeds hoort Nederland tot de top vijf van zuivelproducerende landen. ZuivelNL – de brancheorganisatie voor zuivel – spreekt er met trots over:

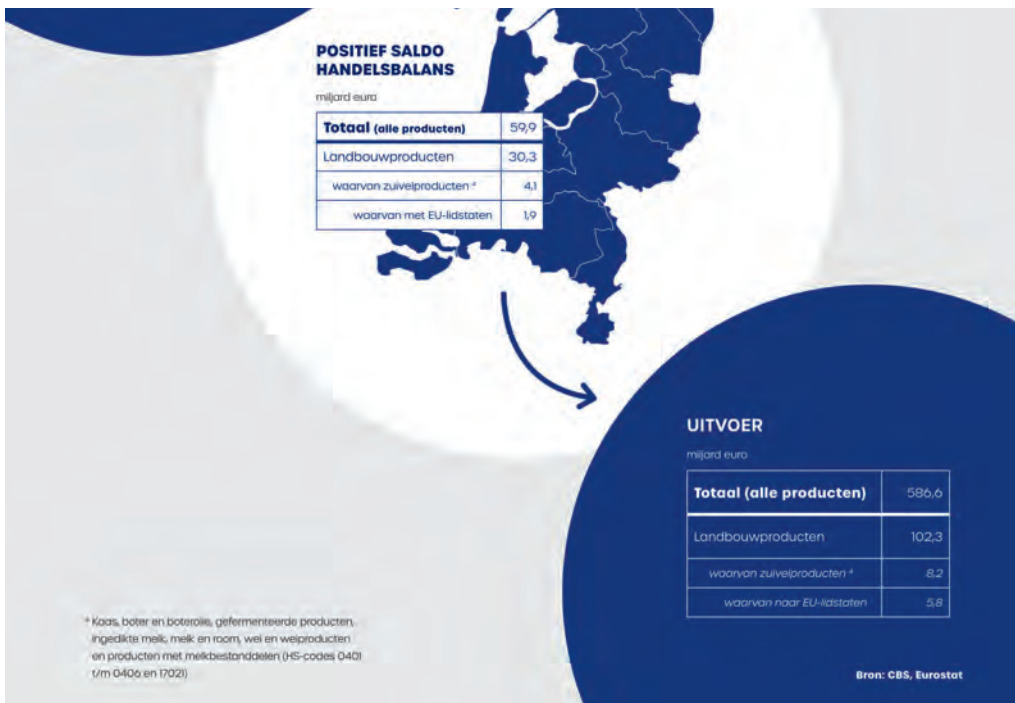
Nederland staat wereldwijd bekend als een zuivelland. De productie en consumptie van melk, boter en kaas kent een lange traditie en het karakteristieke weidelandschap met koeien en windmolens is onlosmakelijk verbonden met de beeldvorming over ons land. Achter dit beeld schuilt een

moderne sector, met oog voor mens, dier en omgeving. Zij vormt één van de grootste en meest vitale landbouwsectoren in Nederland en levert een belangrijke bijdrage aan de Nederlandse economie. De Nederlandse zuivelsector is één van de koplopers in de internationale zuivelwereld.⁸

De andere vier grote zuivelproducerende landen zijn onvergelijkelijk veel groter dan Nederland. Nederland kampt niet voor niets met de voor natuur en klimaat desastreuze gevolgen van zoveel dieren op zo'n klein stuk grond. De uitvoercijfers van zuivel – 1,5 procent van de totale export – rechtvaardigen inmiddels niet meer het beeld van Nederland als kaas of zuivelland. Beeldvorming en realiteit lijken hier nogal te botsen.

17

De bijdrage van Marieke Hendriksen over de geschiedenis van kennis over het kaasmaken demonstreert onder meer de professionalisering en industrialisering van het kaasmaakproces. Belichaamde kennis die van generatie op generatie vrouwen op boerderijen werd overgedragen, werd vanaf het einde van de negentiende eeuw steeds meer overvleugeld door fabrieksproductie, voedseltechnologie en wettelijke keuringen. Zo beschrijft Bert



AFB. 1.7: ZuivelNL, *Zuivel in Cijfers*, 2021, p. 9.

Theunissen hoe agro-technische vernieuwingen gerelateerd aan Europees landbouwbeleid van onder meer Sicco Mansholt (1908-1995) in Nederland bovendien leidde tot de teloorgang van gemengde bedrijven en een enorme schaalvergroting van zuivelbedrijven. Dit brengt ook een heel ander landschap met zich mee met megastallen en raaigraslanden, verzuurde natuurgebieden, mega-opslagplaatsen langs snelwegen en hypermoderne kaasfabrieken.

18

Ook de Hollandse koe is het product van menselijke praktijken. Bert Theunissen beziet dit vanuit de logica van boeren, die eerst inzetten op de 'dubbeldoelkoe' en gemengde landbouw, en langzamerhand moesten overstappen naar een koe die vooral heel veel melk gaf. Verteren, zo betoogt Else Vogel, is niet een proces dat alleen mensen die iets eten aangaat. Verteren is eigenlijk iets waar talloze organismen samen een rol in spelen. Koeien verteren zo voor mensen onverteerbaar gras, schimmels en bacteriën spelen een rol in het verteren van melk tot kaas, en ons landschap moet de mest, de stikstof en het methaan zien te verteren dat met dit proces gepaard gaat. Dit proces speelt zich niet alleen op Nederlandse bodem af. Invoer van krachtvoer en uitstoot van stikstof, methaan of CO² maakt kaas tot onderdeel van een wereldwijd metabolisch systeem waarin tropische regenwouden en wereldwijde klimaatverandering zijn inbegrepen.



AFB. 1.8: Drie mannen met koeien in Nederlands-Indië, ca. 1910. Maker onbekend. Koninklijk Instituut voor Taal-, Land-, en Volkenkunde, KITLV A1403.

Ook verder blijkt uit veel bijdragen aan deze bundel hoezeer kaas verbonden is met de rest van de wereld. Inger Leemans bespreekt bijvoorbeeld de wereldwijde opbrengstketens die kaas en boter teweegbrengen en die in de achttiende eeuw in poëzie worden bezongen. Kaas levert het kapitaal waarmee kostbare waren uit de koloniën kunnen worden gehaald. De bijdragen van Ton van Kalmthout, Tess Post en Geertje Mak laten de diverse pogingen zien waarmee Nederlanders als kolonisten of emigranten de belichaamde kennis van Nederlandse boeren over koeien en zuivel hebben proberen mee te nemen naar andere delen van de wereld – inclusief koeien. Soms leidde dit tot een enorm succes (Friese zuivelbedrijven in Californië), soms tot een aanpassing in de productie (geen kaas maar gecondenseerde melk), soms tot dramatische mislukkingen (Boeroes in Suriname). Geertje Mak laat zien dat negentiende-eeuwse kolonisatieprojecten – volksverhuizingen naar andere delen van de wereld – vaak ook koeien behelsden. Ton van Kalmthout bespreekt literatuur en teksten over emigratie naar Australië. Boeren met dromen over een eigen zuivelbedrijf in het hoofd kwamen bedrogen uit in een land waar je soms dagenlang moest paardrijden om bij je kudde te komen.

19

Kaasmarkt

Dat Nederland al vroeg heel veel kaas exporteerde en daarmee ook roem verwierf in het buitenland, wordt weerspiegeld in beeldtradities waarin de Alkmaarse kaasmarkt figureert, zoals Sanne Steen in deze bundel beschrijft. Nu zijn kaasmarkten toeristische trekpleisters en zijn er overal toeristische kaaswinkels te vinden, zoals die van de Amsterdam Cheese Company. De markt speelt een grote rol in het verbinden van kaas aan Nederlandse cultuur en identiteit. Sophie Elpers analyseerde enkele jaren geleden al uitvoerig de in Duitsland zo populaire Frau Antje, met wie Nederland in ons buurland – Duitsland – wordt verbeeld.⁹ Zonder moeite kan in die beeldvorming een vrouw in traditionele Volendammer dracht voor vissersvrouwen aan Hollandse kaas worden verbonden. De nadruk op vrouwen in deze visuele cultuur verbloemt dat vrouwen als spil van het kaasmaken nu juist helemaal zijn verdwenen. Net zo misleidend zijn de glanzende zwartbonte koeien in grazige groene weiden, die in vrijwel elke reclame voor kaas of melk figureren en samen Nederland verbeelden. Een ludiek voorbeeld van pogingen om vanuit de markt een typisch Nederlandse traditie aan kaas te verbinden is de bijdrage van Diedrik van der Wal over kaasletters. We kunnen ons afvragen waarom nu juist de markt zo graag gebruikmaakt van zulke beeldvorming over de Nederlandse traditie of ‘authentieke’ Nederlandse herkomst.

Laten we daarvoor nog een keer terugkeren naar de kaasverpakkingen, waarmee we begonnen. Kaas krijgt op die verpakking vooral een duidelijke herkomst. Allereerst wordt de herkomst van dit voor Nederland kenmerkende product herleid naar een veel preciezer locatie, de Beemster. Het komt van de bijzondere bodem van deze historische polder, van een gemeenschap van nauw samenwerkende boeren, van kennis die van generatie op generatie wordt overgedragen, van gelukkige koeien en een menselijke hand die de wrongel roert. Deze geïdealiseerde herkomst doet denken aan een gifteconomie: een economie waarin dingen niet in zakelijke transacties worden uitgeruild, maar betekenisvolle relaties maken. Giften dragen de unieke kenmerken met zich mee van de gever of maker: de smaak van de blauwe klei, bijvoorbeeld, of van melk van blije koeien. De verpakking van Beemster kaas suggereert zo dat de kaas een soort gift is van bodem, koeien en boerengemeenschap waar de unieke herkomst nog in terug te proeven is.

Echte giften zijn echter nooit vrijblijvend: voor wat hoort wat. Ze verplichten de ontvanger iets terug te doen – vroeger of later. Werk, hulp, spullen, kennis of voedsel circuleren in zo'n economie als een manier om relaties te maken. Wie iets geeft mag iets terug verwachten. Dat kan in de vorm van dankbaarheid, maar ook door iets terug te doen of te geven. Als we kaas ook als gift van de natuur beschouwen - van de grond, van koeien – vraagt dat ook om iets terug te doen. Maar dat is natuurlijk helemaal niet het geval met de vliegtuigpassagier die een broodje kaas eet. Die heeft gewoon voor een ticket inclusief lunch betaald en daarmee is de transactie voorbij. Er ontstaat geen verplichting aan of relatie met die Beemsterpolder, koeien en boeren en kaasmakers.

De illusie op het kaaspapier is daarom niet alleen geromantiseerde fictie, maar houdt ook zorgvuldig de markt uit beeld. Een markteconomie, in tegenstelling tot een gifteconomie, scheidt de herkomst (natuur, maker) zorgvuldig van het product. Het product kan 'vrij' circuleren.¹⁰ Iemand die het koopt, hoeft zich na betaling niet verder te bekommeren om de bodem, koeien, boeren of kaasmakers die erbij waren betrokken. Het kaaspapier verplicht natuurlijk wel tot liefde voor Nederland, maar die gevoelens van verbinding en gemeenschap en natie verbloemen dat we ons juist te weinig verbinden met waar ons eten en onze andere producten eigenlijk vandaan komen. Dit boek verkent de vele lijnen waarlangs we ons wél verplicht zouden kunnen weten aan alles en iedereen binnen en buiten Nederland die er mede zorg voor dragen dat wij kaas kunnen eten. Als we dat nog willen, tenminste.

CULTIVEREN



2 Kennis en keuren:

Het historische succes van Nederlandse kaas verklaard

Marieke Hendriksen

Het maken, keuren, verhandelen en consumeren van kaas zijn al eeuwenlang verweven met het leven in de Nederlanden, zelfs lang voordat Nederland een natiestaat werd. De Florentijnse humanist Lodovico Guicciardini (1521-1589), die zich in 1541 in Antwerpen vestigde, beschreef in zijn *Descrittione di tutti i Paesi Bassi, altrimenti detti Germania inferiore* (1567) al dat boter en kaas in overvloed aanwezig waren, met name in de provincie Holland. Hij schreef dat de Hollandse koeien zoveel kaas en boter produceren met hun melk, dat iemand die er niet is geweest en het niet zelf heeft gezien, het nooit zou geloven. In het dorpje Assendelft alleen al werden volgens Guicciardini vierduizend koeien gehouden.¹ Op de vroegmoderne kaasmarkten in de Nederlanden werden dan ook enorme hoeveelheden kaas verhandeld: op de grootste kaasmarkt, die van Gouda, werd al in de zeventiende eeuw twee tot drie miljoen kilo kaas per jaar verhandeld, en op de kleinere kaasmarkten van Alkmaar, Edam, Rotterdam, Amsterdam en Hoorn was dat niet veel minder. Een groot deel van die kaas was voor de buitenlandse markt bestemd: in 1803, toen voor het eerst de export voor heel Nederland werd berekend, werd in totaal 8,5 miljoen kilo kaas geëxporteerd.² In de noordelijke provincies (ongeveer het huidige Nederland zonder Limburg) woonden toen in totaal ongeveer twee miljoen mensen – per inwoner werd dus ruim vier kilo kaas aan het buitenland verkocht. Op andere plekken in dit boek zien we dat het belang van kaas voor de Nederlandse economie en cultuur tot uitdrukking kwam en terugkomt in bijvoorbeeld de Nederlandse visuele cultuur (Steen), maar ook in internationale relaties (Van Raamsdonk, Rolfe, Willie, Fitch en Levelt). Maar uit de enorme hoeveelheden Nederlandse kaas die al vanaf de middeleeuwen in zowel binnen- als buitenland verhandeld en gegeten worden, vallen nog twee dingen af te leiden: er moet al vroeg een enorme hoeveelheid kennis aanwezig zijn geweest over het maken van (houdbare) kaas, en er moeten systemen zoals keuringen zijn geweest om de kwaliteit van de kaas te waarborgen. Dat roept de vraag op hoe die kennis en systemen georganiseerd waren.

Kaaskennis

24

Het proces van kaasmaken diende al sinds de oudheid als analogie in alerhande filosofieën. Zo gebruikte Aristoteles het om het proces van conceptie te beschrijven, en soms werd het zelfs gebruikt als analogie voor het ontstaan van de aarde, al was dat controversieel.³ Concrete, praktische en ambachtelijke kennis over kaasmaken werd echter niet opgeschreven, maar in de praktijk van generatie op generatie overgedragen. In de zeventiende eeuw kwam daar langzaam verandering in. In de renaissance, in de zestiende eeuw, was hernieuwde belangstelling ontstaan voor kennis uit de klassieke oudheid, en in de zeventiende eeuw breidde die belangstelling zich uit naar hedendaagse kennis. Bovendien werd door innovaties aan de drukpers het drukken van boeken eenvoudiger en goedkoper, waardoor deze voor meer mensen binnen bereik kwamen. Waar voor die tijd schriftelijke overdracht van ambachtelijke kennis zich veelal beperkte tot handschriften van gespecialiseerde ambachtslieden zoals kunstschilders, soms in opdracht van een rijke mecenas, werden in de zeventiende eeuw handboeken razend populair.

In de economische bloei van de Nederlandse Republiek van de zeventiende eeuw leidde dit tot een specifiek genre van handboeken: Nederlandstalige naslagwerken voor het huishouden op boerderijen en buitenplaatsen. Zulke buitens werden door rijke stadsbewoners gekocht om in de zomer de stinkende grachten in de stad te kunnen ontvluchten. Het is zeer de vraag in hoeverre deze boeken in de praktijk werden gebruikt – waarschijnlijker is dat de eigenaren mensen in dienst hadden die voor deze kennis geen boek nodig hadden. Desalniettemin nemen het houden van koeien en het maken van boter en kaas vaak een prominente plaats in, waarbij wordt benadrukt dat deze laatste activiteiten een specifieke vrouwenzaak zijn.⁴ Dat behoefde verder geen uitleg. De onderliggende aannamen waren dat mannen al andere taken hadden op de boerderij (zoals het bewerken van het land), en dat vrouwen geschikter waren voor het maken van kaas omdat het een klus was waarbij goed op de hygiëne gelet moest worden, omdat de kaas anders mislukte – iets wat zij in het huishouden ook al deden (zie ook de bijdrage van Tess Post elders in deze bundel). Overigens werden niet alle vrouwen even geschikt geacht: nog heel lang speelde het onuitgesproken bijgeloof mee dat menstruerende vrouwen voor zure melk zorgden. Zo wordt in krantenadvertenties in de ‘verlichte’ achttiende eeuw nog met enige regelmaat gevraagd om personeel op boerderijen: postmenopauzale vrouwen of echt)paren zonder kinderen die verstand hebben van het maken van boter en kaas (Afb. 2.1 en 2.2).⁵

Man en Vrouw zonder Kinderen, van een goed gedrag, het Boter en Kaas maken, en verder Boerenwerk wel verstaande, gengen zynde op een Boeren-Praats te woonen; item nog twee Boeren-Knechts z.g. willende verhuuren, adresseere zig by J. SPLINTE-RING, Boekverkooper in de Pylsteeg te Amsterdani, by wien nader onderricht te bekomen is.

AFB. 2.1: *Amsterdamse Courant*, Advertentie, 31 augustus 1786, Delpher.

W.B. Een WEDUWE zonder Kinderen of een bejaarde MEID, die van haar goed Gedrag bewys kan brengen, het BÖTER en KAAS maken grondig verstaande, en de bekwaamheid hebbende een BOERENHUISHOUDING wel te bestuuren, kan op May aanstande een goeden Dienst bekomen, mits zich spoedig adresseerende by G. BOSMA, Gemeenthouder in de Koornbeurs op de Gordyk.

AFB. 2.2: *Binnenlandsche Bataafsche Courant*, Advertentie, 4 november 1800, Delpher.

25

Tegelijkertijd zorgde de achttiende-eeuwse belangstelling voor het verzamelen van zoveel mogelijk kennis, die bijvoorbeeld ook leidde tot de ontwikkeling van encyclopedieën, ervoor dat theoretische kennis over kaasmaken steeds verder verspreid en breder toegankelijk werd. Zelfs voor kinderen werd dit relevant gevonden: zo beschreven J. Le Francq van Berkhey en Georg Christian Raff in hun *Natuurlijke historie voor kinderen* uit 1781 het proces van kaasmaken in rijmvorm, maar wel met een voetnoot om precies uit te leggen wat nou precies de leb, het stremsel, was dat bij de melk gevoegd moet worden om ervoor te zorgen dat die gaat stremmen (Afb. 2.3).

156 NATUURLYKE HISTORIE

DE KAASMAAKERY,

In Holland, nimmer werkens moe,
Kookt men de versche Melk der Koe,
Die voorts door arbeid kunst en vlyt
Voor ons tot lekkre Kaas gedydt.
Eerst doet men daar in zuure leb, (*)
Gekookt van Kalf'ren magen klep,
En weekt ze een tyd daar toe bestemt,
Tot dat de Melk volkomen stremt.
Dan word 't gestremde met 'er baast
In Vormen wel geperst gekaast,
(Waar in men dan veel gaatjes heeft,
Op dat de Wei word door gezeest,
Zo lang tot water, vogt of Wei
Daar gansch van afgedroopen zy;
Dan mengt men dat gelekte Smout
Behoorlyk met een portie zout,
Tot men 'r als Kaas behandlen kan;
Voort gaat men, en omrigt ze dan
Nog met een Kaasdoek die men vring
In eenen bouten Hoepelring;
Dan word nog wel uit zynlykheid
Een schoonen doek 'er op geleid.

En

(*) Deeze Leb of Labbe, in 't Hoogduitsch Lap, is de vierde maag van 't Kalf, die onze Boeren bewaren en 'er eene portie van kookken, om het stremmend vermogen dat 'er in is, tot kaas en boter maken te gebruiken.

VOOR KINDEREN. 157

En voorts geperst met veel gewigt,
En 't Kaaze maaken is verrigt.
Dan komt de stuxse Kaasboerin,
En drukt 'er LEYDENS Sleutel in,
En Krelis met zyn Wyf te vree
Rydt dan de Kaas ter Markt, naar Stee.
Al zweest den Zwitser op zyn Kaas,
At maakt den Duitscher veel geraas,
Daar word geen bester Kaas gevonden
Als aan den Leydschen vryen Rbyn,
Het regte Hollandsch Marsepyn
Dat smaaklyk is voor alle Monden.

Wel zo nu, dat is kort en zaaklyk de Kaasma-
kery; gy doet Holland recht eer aan, want ze-
ker de Leydsche Hollandische Kaas slykt de
palm. — Ja Oome ik weet ook wel een rympje
op het Koetje boe. — Wel Janneman,

't Komt alles van de Koe,
Laat het Beesje weiden, het weiden komt hem toe!

— Wel zo Manlief dat is ook waar, de Koe
is in alles een nuttig Dier! maar weet gy ook
niet iets van het Schaap. — O Ja, dat is ook
een lief nuttig Dier. — Nu hoor van het Schaap.

AFB. 2.3: J. Le Francq van Berkhey en Georg Christian Raff, *De Kaasmaakery*, in: *Natuurlyke Historie Voor Kinderen*, vol. 3 (Leiden: Frans de Does Pieterszoon, 1781), 156-157.