

melkpers

Nummer 1, 2011

€ 10,-



Aziz

Bekkaoui

Lu Nijk

Cees

Veerman

Blaxtar

Agnes

Jongerijs

Klaas de Lange

Agnes van der Ven

Jeanet Brandsma

Patrick Poelmann

Anneke Raven

Carin van Leeuwen

Louis Rippen

Rajae



Aziz Bekkaoui



Cees Veerman



Agnes Jongerius



Blaxtar



Rajae

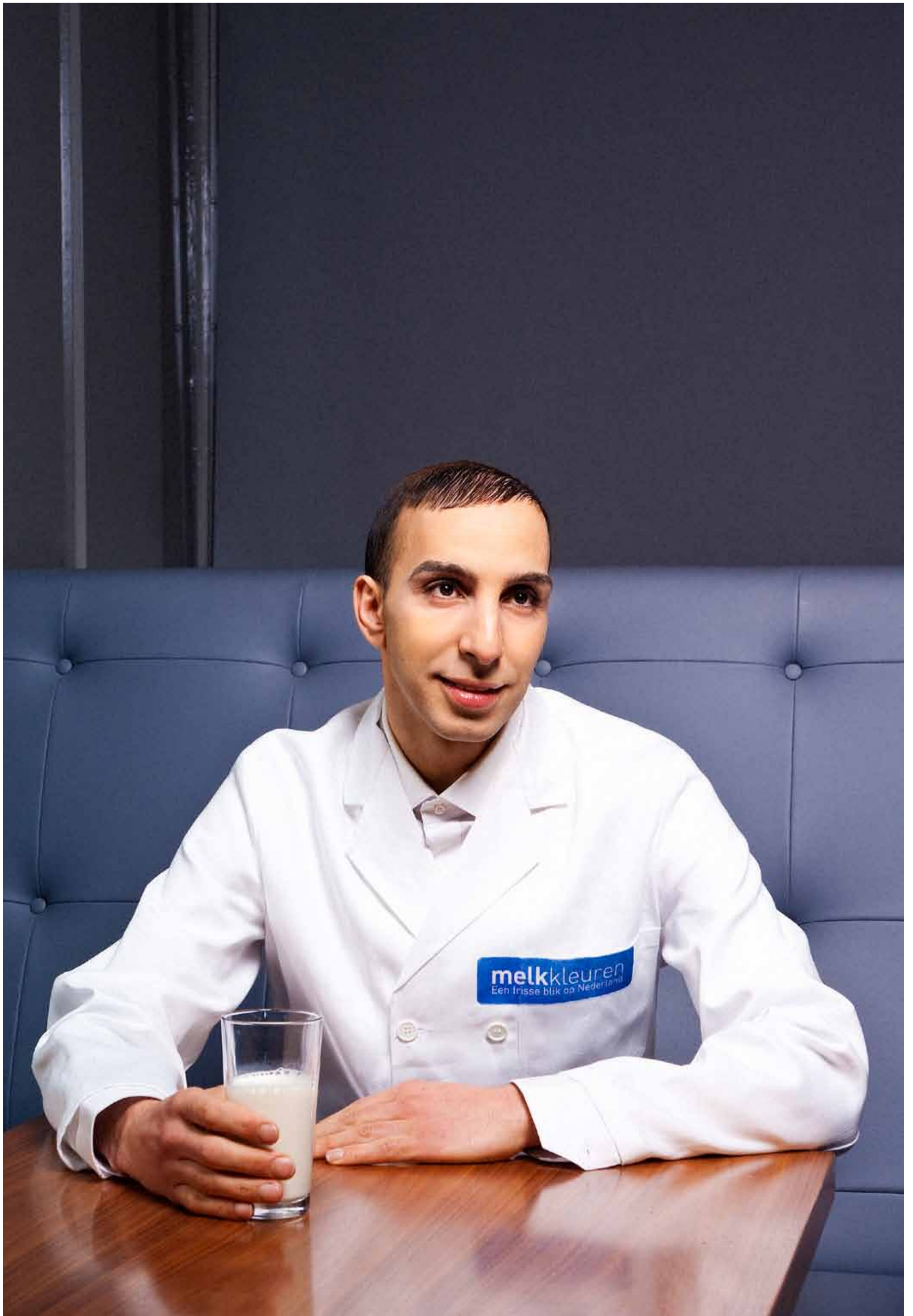


Patrick Poelmann



Inhoud

Aziz Bekkaoui <i>Melk als metafoor</i>	4
Cees Veerman <i>Boerenethiek</i>	6
Blaxtar <i>Melk: assimilatie en integratie</i>	8
Agnes Jongerius <i>Melk als invloed in de sociale context</i>	10
De makers van Melk	12
Patrick Poelmann <i>Melk en water vullen de aderen van Holland</i>	14
Rajae <i>Muziek in melk</i>	16
Anneke Raven <i>Melk en het landschap</i>	18
Arla Foods (Louis Rippen & Carin van Leeuwen) <i>Melk en lifestyle</i>	20
Agenda	22



Melk als metafoor

“Denkend aan Holland zie ik breede rivieren traag door oneindig laagland gaan, rijen ondenkbaar ijle populieren als hoge pluimen aan den einder staan; en in de geweldige ruimte verzonken de boerderijen verspreid door het land...” Deze onvergetelijke zinsneden stammen uit het gedicht ‘Denkend aan Holland’ van de dichter Hendrik Marsman. Het verscheen in 1936 en een storm zou weldra over Nederland uitbreken. Na de Tweede Wereldoorlog kende Nederland roerige decennia, maar het beeld van rivieren en boerderijen is voor altijd verankerd in de ziel van wat dit land zo uniek maakt. Nederlanders hebben altijd uitgevonden, gebouwd en geordend; van het Planetarium van Eise Eisinga tot de microscoop van Anthonie van Leeuwenhoek, van de Deltawerken tot de voor Nederland al even iconische zwart-wit gevlekte koeien in de wei. En behalve water stroomt er ook melk door de aderen van dit land. Nederland behoort tot de grootste melk-exporteurs van de wereld. Al deze takken, van dichtkunst tot bouwwerk tot de reputatie van ons land als productielid van Europa, worden samengebundeld en gevolgd tot aan de wortel in het Melkkleuren project. Daarbij wordt melk als metafoor gebruikt om de oorsprong van onze samenleving en cultuur anno nu te duiden. Multidisciplinair kunstenaar Aziz Bekkaoui ontdekte in melk de treffende metafoor voor het teruggaan naar die oorsprong om het heden te duiden. “Alles wat in het verleden gemaakt is, heeft ook een hedendaagse betekenis. Het is de kunst om dat te zien en te vertellen. Mensen van toen hadden dezelfde passie en inspiratie als de mensen van nu met de huidige technologie, alleen beschikte men toen over andere middelen.”

De essentie

In onze hightech wereld, waarbij mensen voor het merendeel hun bestaan vinden in de grote steden en steeds meer tijd doorbrengen in de virtuele cybersphere, raakt de essentie van eenvoudige dingen snel uit het oog verloren. Kinderen denken dat melk uit de supermarkt of van de fabriek komt, in plaats van een koe. De geur van een bos wordt geassocieerd met de geur van shampoo en niet andersom. Aziz geeft aan dat met het duiden van die essentie, die weg terug weer gevonden wordt: “het belang van teruggaan naar de essentie, is om het hedendaagse in perspectief te kunnen zien en begrijpen. Zo ben je beter in staat om daarmee, lokaal en globaal, om te gaan. Het vertelt over onze culturele vorming en wat de invloed daarvan is op ons huidige leven, bijvoorbeeld qua design, architectuur en het ontstaan van landschappen. Ons landschap is ontstaan vanuit een noodzakelijk vakmanschap. In het verleden hadden de boeren geen koelcellen, dus de net gemolken melk moest snel naar de fabriek. Er werden waterwegen en landwegen aangelegd om dat efficiënt en snel te doen. Een ander voorbeeld is het maken van kaas. Dat moest heel klinisch gebeuren, want één bacterie kon alles bederven. Dus het proces werd goed georganiseerd en gepland. Dat is van invloed geweest op hoe wij nu dagelijks ordenen en vormgeven. We willen alles netjes organiseren en we hebben overal wetten voor. Dutch design is klinisch, zonder poespas, heel efficiënt en praktisch, en het ziet er ook nog mooi uit. Ik ontdekte dat de mentaliteit van de agrarische ondernemingen, en met name die van de melkveehouders, van grote invloed is op deze tijd, van politiek en design tot aan het maatschappelijke.” Aziz koos derhalve bewust voor melk, om mensen via hun ijskast in aanraking te laten komen met kunst, cultuur, afkomst, vooruitblik en dialoog, op een toegankelijke manier. Aziz: “melk is het bindende element om dat verhaal vertellen, want bijna iedereen in Nederland heeft een band met melk.” Melk in de Boksring op 3 februari, is een onderdeel van dat verhaal. Aziz benadert dit vanuit de inspiratie die hij opdeed in de agrarische sector. Aziz: “ik wil in het voorjaar zaaien met de voorstelling in februari, en in het najaar oogsten.”

www.azizbekkaoui.com / www.melkkleuren.nl



Boerenethiek

mogen we de waardigheid van het dier en

de waarde van het leven niet uit het

zicht verliezen. Je moet als boer diep

overtuigd blijven van het feit - ook al

heb je 500 koeien - dat het geen ma-

teriaal is waarmee je werkt, maar dat het

schepselen zijn, medegenoten in de kring van

het leven en de natuurlijke processen, waar je ver-

antwoordelijkheid voor draagt. En als een dier ziek

is, is dat niet alleen maar een economisch nadelig

feit. In de allereerste plaats en vanuit het mededo-

gen met het dier, moet je proberen het te helpen

herstellen. Het dier moet niet gezien worden als

exploitatiemiddel, zoals je een plant of de grond

niet als exploitatiemiddel ziet. Dieren zijn mid-

delen waarbij de mens het grote voerecht heeft

die te mogen besturen. Tegelijkertijd hebben we

de verantwoordelijkheid om de ecologie in stand

te houden. Dat bedoel ik met boerenethiek. Het

ligt dicht bij elkaar: het eigen bestaan veiligstel-

len en het zorgen voor alles wat je omringt." Cees

constateert dat de tekenen daarvan ook zichtbaar

zijn: "je ziet tuinders, akkerbouwers en veehou-

ders zich heel bewust zijn van wat ze doen. De

verantwoordelijkheid krijgt gestalte, niet alleen

vanuit economische motieven, maar ook vanuit

de gedachte dat we met wat ons omringt de ko-

meende vele eeuwen verder moeten. We kunnen

de toekomst niet op het spel zetten. Dat zie je ook

in de grote, moderne veebedrijven met uitdruk-

kingen als dierenwelzijn, waarbij een dier een

dierwaardig leven heeft. Het dier moet tot zijn be-

stemming komen. Het 'dingkarakter' van het dier

moet naar de achtergrond raken. Veehouders in

hart en ziel zijn ook betrokken met hun veestapel.

Die hebben een binding. Kun je met 500 koeien

een binding hebben? Ja, dat kun je. Als er tussen

loopt en je ziet hoe de dieren zich gedragen en of

er rust is in de stal... Dat komt voort uit het be-

schaafd omgaan met dieren."

Naast landbouwer, was Cees Veerman van 2002 tot 2007 minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit. Tegenwoordig is hij onder andere voorzitter van Natuurmonumenten. In 2001 schreef hij een vooruitstrevend rapport voor het CDA, waarin hij pleitte voor een revival van 'de oude boerenethiek'. Op zijn advies koos het CDA voor duurzame landbouw. Cees: "je moet je als boer realiseren dat je met waarden omgaat die heel kwetsbaar zijn, en dat je ook de verantwoordelijkheid moet nemen om die te willen bewaren. Vanuit de diepe overtuiging dat je met levend materiaal werkt, dat van je afhankelijk is. Je dankt er je bestaan aan, dus moet je dat ook met waardigheid behandelen. Het is geen materiaal wat je gebruikt zoals een auto, ten bate van je eigen comfort of ten bate van je eigen bestaan. Dieren zijn een onderdeel van onze leefwereld. Wij staan daar middenin. Wij zijn deelgenoot in de totaliteit van wat ik als christen de Schepping noem, de natuur. In onze moderne landbouw is de natuur naar de achtergrond geraakt omdat die vertechniseerd is. We beschouwen dieren als middel en dat is natuurlijk ook zo. Maar daarmee



Melk assimilatie en integratie

Rapper Blaxtar werd geboren in Roermond, Limburg. In 2006 lanceerde hij zijn cd 'Ozmoses'. Vervolgens deed hij mee aan De Grote Prijs van Nederland en won. Blaxtar bracht zijn tweede plaat 'Chronozbaal' in 2008 uit, via zijn eigen muzieklabel Raen Music. Inmiddels is zijn label uitgegroeid tot het culturele platform Raen Industries. Blaxtar's vader groeide op een boerderij op en was veehouder. Blaxtar: "toen ik terugging naar Suriname, mocht ik van mijn oma op de boerderij een koe uitzoeken om op te rijden. Ik koos een stier, maar dat mocht dan weer niet. Dat zijn mijn linkjes met het boerenbedrijf."

"Ik was op zoek naar de insteek bij het woord Melkkleuren, waarbij ik 'kleuren' als werkwoord heb gebruikt. Toen kwam ik automatisch uit bij identiteit en achtergrond. En een zin als deze: 'caseïne en calcium moleculen mogen dan witachtig zijn, dat maakt ze nog niet beter dan 'chocolademelk' moleculen.' Ik ben zelf een goed voorbeeld van het kruisproduct dat uit de integratie is voortgekomen, als je het vergelijkt met melk en de agrarische cultuur in Nederland. Ik ben opgegroeid in 't Harde, een dorpje vlakbij Zwolle, waar ik naar een eenzame melkboer moest fietsen om melk te halen. Het heeft voor mij ook een herinnering, Melkkleuren is niet alleen maar een project. Wij waren de enige zwarte familie in de omtrek, maar de boer reageerde niet vreemd op me. Zo ken ik de plattelandse nuchterheid ook wel, het gaat om wie je bent. Natuurlijk vroegen mensen me soms op verjaardagsfeestjes waar ik vandaan kwam. Als ik dan Suriname zei, was het antwoord: 'misschien ken je de badmeester, die is ook Surinaams.' Dat was meer lollige, positieve discriminatie." "Ik zie integratie in Nederland een beetje als in Amerikaanse films, waarin een of ander overheidsproject wordt stopgezet omdat het mislukt is. Dan zijn er een of twee exemplaren over die het resultaat zijn van dat project, maar niet meer weten wat ze moeten doen omdat het project gestopt is. Dat is ook het gevoel wat ik heb bij integratie in Nederland. Voorheen lag de nadruk op integratie en assimilatie. Dat hebben mijn ouders heel goed gedaan, zo goed zelfs dat wij thuis niet eens Surinaams spraken. Dan zie je dertig jaar later dat de stekker er compleet uit is getrokken. Het is een beetje mijn gevoel, het is niet de realiteit, dat het nu meer 'wij' en 'zij' is. Aziz zei dat al onze moderne ideeën ten spijt, we nog steeds leunen op dezelfde bedrijfssector, de agricultuur, voor onze dagelijkse behoeften. Er is niks veranderd. We denken dat we heel 'advanced' zijn, maar als alle boeren nu stoppen met aanleveren, dan is er twee dagen later een groot schaarsteprobleem. We zijn allemaal gewoon mensen, die basisvoorzieningen nodig hebben. De boeren staan aan die basis, maar krijgen er niet de credit voor. Ik zie veel parallellen tussen ons moderne tijdperk en het inhoudelijke aspect van 'Melk'.

www.blaxtar.com



Melk als invloed in de sociale context

Agnes Jongerius werd door Opzij in 2009 uitgeroepen tot 'de machtigste vrouw van Nederland'. De Volkskrant zette haar op de zevende plaats van de 200 meest invloedrijke Nederlanders. Alexander Pechtold noemde haar eens 'de echte Minister van Sociale Zaken'. Haar kantoor is echter even eenvoudig als haar komaf en verradt haar levenspad tot op heden: van tuinderdochter in de buurt van Utrecht tot de eerste vrouwelijke vakbondsbestuurder met een gemiddelde werkweek van 80 uur. Agnes woonde als kind tussen de koeien. Haar vader, tuinder van beroep, werd uitgekocht. Haar moeder, een onderwijzer, werd bij haar huwelijk ontslagen. Dat was toen (in de jaren vijftig) nog heel gewoon. Agnes: "wij woonden ver buiten het dorp de Meern, als kleutertje was het zeker een half uur fietsen naar school. En als het sneeuwde moesten we lopend naar school." Melk is iets typisch Nederlands, maar ook iets van andere culturen, observeert Agnes. "Daar schuurt het. Dat vind ik een mooie vondst. Langs de lijnen van melk kan getoond worden hoe het de Nederlandse samenleving heeft gevormd, hoe het land

er uitziet, de infrastructuur, tot aan design

toe. Als kind moest ik koeien verkam-

pen, anders was het risico dat de

koeien de weg op liepen. Ik deed dit

met mijn broer en mijn buurmeisje.

Ik weet nog dat ik als kind altijd wanho-

pig werd omdat we met zijn drieën een gulden

kregen. Geef ons desnoods drie kwartjes of negen-

tig cent, maar je kunt het kinderen toch niet aan-

doen: een gulden kun je niet door drieën delen.

We hadden altijd ruzie over die ene gulden. Als

het over arbeidsverhoudingen zelf gaat, is juist in

het boerenbedrijf heel veel onbetaalde arbeid. In

het boerenbedrijf zitten nauwelijks werknemers

omdat dat in de familie zit. De melkfabrieken zijn

eigenlijk al van oudsher 'nesten' van de georga-

niseerde arbeidersbeweging. Bij de herenboeren

konden de boerenknechten moeilijk tegen hun

bazen op. De herenboeren hadden vaak ook de no-

tabelen in het dorp achter zich staan, de dominee,

de onderwijzer en de notaris. Op het moment dat

de boerenknechten in de fabriek gingen werken,

hadden zij opeens hun arbeid te verkopen, waren

er minder patriarchale verhoudingen, dus kun je

zeggen dat het feit dat er melkfabrieken kwamen,

maakte dat mensen ook konden gaan onderhan-

delen en zich meer konden bemoeien met het in-

richten van hun eigen leven. Dit was ook het begin

van de vakbonden. De industriële revolutie en de

melkfabrieken zijn daar een voorbeeld van, ston-

den aan de basis van de vakbeweging. De mensen

in de fabrieken waren een stuk beter af dan dege-

nen die tegenover de hereboer woonden. Je hele

hebben en houden hing af van de luimen van die

hereboer. Dat waren wel feodale verhoudingen. In

de melkfabriek had je als fabrieksarbeider eigen

geld. Daar is geleidelijk aan die verzelfstandiging

uit ontstaan."



De makers van Melk

Melk en daaraan gerelateerde zuivelproducten, zoals kaas en boter, zijn zo alomtegenwoordig, dat je op zijn minst een van deze producten bij iedereen in de koelkast aantreft. De makers van melk zijn veel minder bekend. Toegegeven, de boer staat bekend als een harde werker en een nuchter persoon, maar veel consumenten denken bij melk en kaas toch eerst aan een karton en aan de rekken in de supermarkt. Maar aan de basis van een van onze grootste exportproducten staat de Nederlandse boer. De zuivelindustrie is in Nederland zelfs een van de grootste, agrarische bedrijfstakken.

De Nederlandse boer anno nu is veelzijdig en goed op de hoogte van de laatste technologieën, omdat er nu eenmaal dagelijks mee wordt gewerkt. Boeren zijn voortdurend bezig met het produceren van hoogwaardige, gezonde en verantwoorde voedingsmiddelen. Die veelzijdigheid komt goed tot uitdrukking in het viertal boeren dat zich verzameld heeft om mee te werken aan deze editie van de Melkpers. Zo runt Lu Nijk in Kallenkote, onder de rook van Steenwijk, zijn melkveehouderij met 200 melkkoeien in combinatie met een zorgboerderij en een theeschenkerij. Klaas de Lange bestiert een groot biologisch melkveebedrijf met zuivelverwerking en de verkoop van biologische producten. Melkveehoudster Agnes van der Ven is momenteel bezig met de doorontwikkeling van haar bedrijf. Zij werd bekend door haar optreden in het programma Boer Zoekt Vrouw, editie 2007. Jeanet Brandsma runt samen met haar man Peter Aalberts hun melkveebedrijf en een fokkerij van koeien, met passie, zoals ze zelf aangeeft. Ze zijn allemaal lid van de LTO (Land- en Tuinbouw Organisatie, red.). Jeanet: “het is een stukje belangenbehartiging om samen de agrarische sector sterker te maken door gezamenlijk aan dezelfde onderwerpen te werken. Het is ook belangrijk dat meer burgers zien wat er op het platteland gebeurt, dat melk echt uit een koe komt en niet uit een fabriek. Dat mensen de verbinding maken tussen het product en datgene wat ermee gebeurt op het platteland.”

Ontwikkeling en uitdaging

Wat zien deze boeren als meest belangrijke ontwikkeling in de laatste 10 jaar? Jeanet: “de schaal van de melkveehouderij vertoont nog steeds groei. Er komen steeds minder bedrijven en de bedrijven die overblijven, nemen die groei over. Aan de andere kant is er in de agrarische sector wel steeds meer het besef dat het belangrijk is om goed met je grondstoffen om te gaan. En je wilt aan het einde van het jaar ook nog wat overhouden.” Lu: “dat werkt die groei ook in de hand. De marge wordt toch wat kleiner. Vroeger had je aan een bedrijf met 20 koeien genoeg, maar dat red je niet meer.” Agnes: “60 koeien of iets meer is het landelijk gemiddelde. Wat ook belangrijk is, is de continuering. Je wilt je bedrijf klaar hebben, zodat de generatie die na je komt ook nog boer kan zijn.” Naast meer zichtbaarheid en een duidelijker imago, ziet het viertal het kunnen blijven voeren van hun bedrijf als gezinsonderneming als grootste uitdaging. Agnes: “dat is de kracht van de Nederlandse veehouderij. Dat je het bedrijf op je eigen manier kunt inrichten en dat je het ook zelf kunt bolwerken. Dat ik 's morgens opsta en mijn koeien melk.” Klaas: “dit is ook wel de draager van het Nederlandse landbouwconcept. Familiebedrijven hebben in tijden van recessie toch iets meer ruggengraat. Dat geeft eveneens ruimte voor passie.”



Melk en water vullen de aderen van Holland

Een enorme kaart aan een muur, in de werkkamer van Dijkgraaf Patrick Poelmann, maakt in een oogopslag duidelijk hoezeer water door een uitgestrekt, complex en fijnmazig netwerk van rivieren, sloten en grachten in de provincie Utrecht geleid wordt.

De analogie met het aderenstelsel in een menselijk lichaam dient zich aan.

En het is Poelmann's taak om erop toe te zien dat het water zonder problemen door dit stelsel wordt gevoerd, indammend in tijden van te veel, bijsturend in tijden van te weinig.

Poelmann, werkzaam als Dijkgraaf bij Hoogheemraadschap De Stichtse Rijnlanden in de provincie Utrecht, verduidelijkt de onmisbare plaats die de boer inneemt in de waterhuishouding van het veenweidegebied: "het werk van de waterschappen is van groot belang voor de melkveehouderij. Ons werk bepaalt in hoeverre een boer fatsoenlijk zijn werk kan doen, omdat de waterstanden precies in balans moeten zijn. Tegelijkertijd hebben wij de missie om de bodemdaling af te remmen. Bodemdaling door inklinken van het veen. Veenweiden zijn dikke pakketten, variërend van een tot acht meter. Vroeger stonden

hier oerbossen, de

restanten daarvan zijn verworden tot veen. Veen kan heel lang blijven bestaan als het nat is.

Als het veen droog wordt, dan klinkt het

in. Door het drogen verpulvert het, dat

heet 'het verbranden van het veen.'

Sinds wij hier zo'n 2000 jaar geleden

zijn gaan wonen, zijn wij de grond gaan

bewerken. Als je grond gaat bewerken ga je

het droger maken, dan klinkt het veen dus in.

Dat zie je op allerlei plekken in Nederland. De bodem daalt en daardoor zijn we onder de zeespiegel komen te liggen. Vervolgens hebben we dijken gebouwd om ervoor te zorgen dat het water

buiten blijft." "Je kunt de bodemdaling stoppen door alles onder water te zetten, maar dat is natuurlijk niet de bedoeling. Wij zitten dus altijd op

de balans van wat nog aanvaardbaar is. Je ervaart min of meer met elkaar dat de bodem daalt, maar het moet wel zo langzaam mogelijk, want elke bodemdaling levert weer een nieuw probleem op.

Nu worden we geconfronteerd met klimaatveranderingen en het rijzen van de zeespiegel buiten de dijken, en de daling van de bodem binnen de dijken. De uitdaging is om Nederland klimaatproof te krijgen." Wat is daarbij het belang van het

boerenbedrijf? "Het Groene Hart is voor mij het mooie veenweidelandschap met koeien in de wei, want geen Groene Hart zonder koe. Een koe kan niet zonder een agrariër. Dus heb je de agrariër

keihard nodig om het karakteristieke landschap van het Groene Hart te kunnen laten functioneren", aldus Poelmann, die achter zijn bureau een schilderij heeft hangen van koeien in de wei. "Ik heb de waarde van het agrarisch bedrijf goed leren

kennen. Het is een beroepsgroep die ook nog eens erg belangrijk is voor de B.V. Nederland, omdat wij met ons dichtbevolkte land enorm veel geld verdienen met de export van agrarische midde-

len, waaronder melk. Het Waterschap moet er dus voor zorgen dat er niet te veel water in de polder staat, anders kunnen de koeien niet naar buiten,

en in tijden van droogte moeten wij ervoor zorgen dat er voldoende zoet water wordt aangevoerd. Een boer moet geld kunnen verdienen. Een boer is ondernemer. Wij zijn permanent bezig met het

maken van zodanige omstandigheden dat de boer een fatsoenlijke boterham kan verdienen."

de

de

de

de



Muziek in melk

Het multitalent Rajae ziet zichzelf bovenal als artiest. Haar moeder is Algerijns, haar vader Marokkaans, zelfs ze een Amsterdamse in hart en nieren. Rajae bracht twee cd's uit en werkte samen met muzikanten en producers over de hele wereld. Haar derde album wordt een interactieve release. Rajae gebruikt haar kunst om de wereld te helpen veranderen. Ze is dan ook actief betrokken bij diverse internationale vredes- en emancipatieforums.

Begin 2007 werd ze door het koningshuis in Qatar en The US-Islamic World Forum uitgenodigd om in Qatar op te treden voor Amerikaanse en Islamitische wereldleiders. Daar gaf ze een presentatie over de kracht van muziek, jongeren, popcultuur en technologie. Ze pleitte voor minder censuur, aangezien alle jongeren experimenteren en inspiratie zoeken. Jongeren moeten in hun waarde worden gelaten, zonder bang te zijn voor het verlies van waarden en identiteit. Rajae: "ik zoek overal een stukje waarheid, in alle culturen en religies. Daardoor vorm ik een beter wereldbeeld.

Ik wil in het hart leven van wat religie is, zodat mijn hart openstaat voor iedereen en voor alle culturen. Het mooie van melk is dat je een Nederlands product pakt dat universeel is en tegelijkertijd 'oer'. Aan de ene kant is het superabstract, aan de andere kant juist weer heel gewoon, dat is zo inspirerend. Ik vind de metafoor sterk."

Cadeautje van het universum

Speciaal voor de manifestatie Melkleuren, schreef ze een nieuwe track. Rajae: "toen ik de track ging schrijven, ben ik gaan kijken naar beelden van de Hollandse identiteit, het landschap en hoe de Hollandse wortels wereldwijd hun sporen hebben nagelaten. Het maakt mij als nieuwe Nederlandse trots op wat Nederland heeft achtergelaten, in design, in het aantal uitvindingen. Als ik nu kijk, is er ook plek voor mij in Nederland. Ik leef niet in een land waar mijn mond wordt gesnoerd." Haar track, Milk for Today, die gratis te downloaden is via <http://listn.to/Rajae/player>, refereert aan het bekende lied van de Engelse band Herman's Hermits, die de song in 1966 uitbracht. Rajae kwam met eigen songteksten en voorzag zo de melodie van een geheel nieuwe interpretatie. Rajae: "soms moet je zware materie versimpelen om het voor een grotere groep behapbaar te maken. Daarin vind ik melk zo'n sterke metafoor. In de popcultuur wordt veel met melk gedaan. Ik vroeg me af hoe ik het verschil kon maken. Ik ben gaan spelen met woorden. Het liedje van Herman's Hermits bleef maar door mijn hoofd spoken. Ik kon niet slapen en op een nacht kwam het lied er in één keer uit. De dag erna ging ik naar Aziz en zei: 'ik heb een cadeautje van het universum gekregen', waarop hij zei: 'ga het maar opnemen.' In een dag had ik de helft al af."

www.mynameise.com/rajae



Melk en het landschap

Anneke Raven is lid van Gedeputeerde Staten van de provincie Utrecht. Haar portefeuille is Financien, Cultuur en Samenleving. Utrecht, de op een na mooiste provincie van Nederland, staat voor een flinke uitdaging. Er is immers sprake van groei en dus woningbouw, maar het unieke landschap moet eveneens worden bewaard. Anneke: “we zetten als provincie in om binnenstedelijk te bouwen. We hebben een heel zorgvuldig beleid op ruimtelijk ordening, waar ook in het verleden goed mee is omgegaan.”

Dat de provincie meedoet aan Melkkleuren, vindt zij vanzelfsprekend: “in het thema ‘melk’ en de manier waarop het aangepakt wordt, komt alles bij elkaar waar we als provincie voor staan. Melk zegt iets over koeien en dat zegt weer iets over het landschap. De provincie Utrecht heeft vijf nationale landschappen, van de Utrechtse Heuvelrug tot de Nieuwe Hollandse Waterlinie, een unicum in Nederland. We willen het landschap bewaren, maar je mag er ook van genieten. Je doet dat door middel van wandel- en fietspaden. En wat is er nou mooier om daar de historische paden voor te gebruiken? Er zijn klompenpaden, kerkpaden en melkpaden, die herstellen en onderhouden we.”

“De aard van dit landschap maakt veeteelt mogelijk. Een veenweidegebied met drassige grond is niet geschikt voor akkerbouw, daar zijn koeien veel logischer. Akkerbouw heb je vaker op de klei. En melk hoort bij Nederland. Er zijn wel minder boeren, maar melk is nog steeds een basisproduct. Ook mogen we trots zijn op onze Hollandse koeien, die wereldwijd zijn geëxporteerd. Daar hebben wij een hele rijke traditie in. De veehouderij hoort bij onze geschiedenis. Het is mooi dat dit gegeven wordt gekoppeld aan cultuur en cultuurhistorie. Ik heb begrepen dat Aziz een choreografie schrijft op de bewegingen die de boerenknechten maakten om de melkbusen op de wagens te zetten, een prachtige manier om cultuur en melk bij elkaar te brengen. Daarnaast vinden we participatie belangrijk. Een van onze doelstellingen is om zoveel mogelijk mensen te laten deelnemen aan cultuur. Participeren hieraan is deelnemen aan de samenleving. Een provincie met een goed cultureel klimaat vormt bovendien een goede vestigingsplaats voor bedrijven. Cultuur heeft een optionele waarde, net als recreatie en natuur. Je kunt het thema melk ook verbinden met cultureel en industrieel erfgoed. Een oude melkfabriek kan een cultureel erfgoed zijn. Je kunt een andere bestemming geven aan je cultureel en industrieel erfgoed, maar zodanig dat dat ook behouden blijft. Wij investeren als provincie dan ook flink in het behoud van industrieel erfgoed. Denk aan een kleine zeepfabriek in Amersfoort, of een fabriek waar lijnolie werd geperst in de stad Utrecht. Deze laatste fabriek wordt hersteld, daar komt een school, een bibliotheek en horeca in. Zo bewaren we een stukje geschiedenis. Dat zegt namelijk iets over waar we vandaan komen.”



Melk en lifestyle

Melk lekker gemaakt

Melk is als belangrijke voedingsstof niet weg te denken uit onze samenleving. Hoe is de kijk vanuit de consument op melk anno nu? Opgroeiende kinderen, ouders en ouderen drinken het, maar een deel van de jongeren laat het links liggen. Aan het woord zijn Marketing Director Louis Rippen en Sales Director Carin van Leeuwen van Arla Foods B.V.

Carin: “het hangt er van af wat je meekrijgt in je opvoeding.

Melk begint met de moedermelk, dat drink je om te groeien. Dat is primair de functie van melk. Melk is een belangrijke bron van eiwitten en calcium en kinderen die dat met de paplepel ingegoten krijgen, blijven het later ook consumeren. Op het moment dat melk wat minder hip is, zie je dat sommige consumenten afhaken tot het moment dat ze zelf weer kinderen krijgen, dan verandert dat beeld volledig. Dat is eigenlijk de kern van hoe de consument naar melk kijkt.” Louis: “melk wordt niet gezien als een verwenartikel. Melk wordt wel geassocieerd met lekker en fris en wordt vaak aan het lunch- en ontbijtmoment gekoppeld. Eigenlijk is melk een ondergewaardeerd product. Het is een drank met een hoge nutriëntdichtheid, met veel waardevolle voedingsstoffen, maar in de supermarkt is het goedkoper dan een fles mineraalwater.” Carin: “wij zijn opgegroeid met de slogan ‘melk moet’. Dat draagt niet echt bij aan een positief imago. Dat melk moet om te groeien, maakt het product op zich niet sexy.” Toch is het Arla Foods gelukt om ook de jongeren tussen 13 en 18 jaar te bereiken Carin: “de consument die op een bepaalde leeftijd afhaakt, kun je ook op een andere manier laten profiteren van zuivel. Een mooi voorbeeld is Breaker, een van onze succesconcepten, waarin je de groep 13 tot 18 jarigen aan zuivel helpt door ze op een hele aansprekende manier yoghurt te laten consumeren. Je kunt melk ook ‘lekker’ maken. Wij hebben bijvoorbeeld Milk & Fruit, een combinatie van melk en vruchtensap. We hebben dit product op de markt gebracht vanuit het inzicht dat mensen soms willen variëren op melk. Je hebt daarnaast ook mensen die melk niet lekker vinden, maar die zich realiseren dat het goed is om melkproducten tot je te nemen.”

Zorg voor de natuur

Arla Foods staat op nummer acht in de ranglijst van wereldwijde, grote zuivelbedrijven. Louis: “Arla’s pay-off is ‘Closer To Nature’. Arla wil mensen dichterbij de natuur brengen. We willen het brede publiek natuurlijke zuivel aanbieden, overal en altijd. Onze producten zijn 100% natuurlijk en met zorg voor mens, dier en milieu geproduceerd.” www.arla.nl

AGENDA

melkpers

In De Melkpers wordt melk van alle kanten bekeken. Bekende en minder bekende Nederlanders geven hun visie op melk en Nederland vanuit elke denkbare discipline. De fraai vormgegeven krant wordt in een hoge oplage via (media) partners verspreid en is eveneens te downloaden van de Melkkleuren Website (ook als iPad versie). De eerste editie houdt u nu in handen, de krant verschijnt later in het jaar ook in lokale edities.

mighty milk



Op 3 september 2011 is Utrecht even het middelpunt van de wereld, als AZIZ de Domtoren voor een avond verandert in het grootste melkpak aller tijden. De foto's en reportages hiervan genereren gegarandeerd wereldwijd publiciteit. Op het plein wordt 's avonds een concert gegeven met de 10 grootste melkhits aller tijden: staat 'No Milk Today' op 1 of toch 'Guus kom naar Huus'? Tevens vindt de lancering van de nieuwste Melk Hit plaats.

melknomade

De Melknomade is het rondreizende Melkkleuren circus dat van 3 september tot 3 december 2011 langs melkgerelateerde plaatsen door het land trekt. Het Melkkleuren festival van 3 februari (Melk in de Boksring) wordt in meerdere steden en op het platteland ten tonele gebracht, aangepast aan de lokale cultuur en omstandigheden, vergezeld van lokale versies van De Melkpers. De Melknomade doet ondermeer de volgende plaatsen aan:

Rotterdam

Leeuwarden

Maastricht

Assen

Amsterdam/Purmerend

Utrecht (op 3 december, de finale van Melkkleuren)

melkroman

Twee schrijvers van naam wordt gevraagd naar hun visie op melk en Nederland. Zij beschrijven het verleden en heden van melk in Nederland aan de hand van de lotgevallen van twee Nederlandse melkfamilies in de afgelopen 100 jaar. We kunnen hun levens volgen aan de hand van de kleine en grote gebeurtenissen op en rond de boerderij, in de melk-industrie en in de wereld. De Melkroman verschijnt op 3 oktober in een luxe uitgave van 5.000 exemplaren. De standaarduitgave verschijnt op 3 december in een grote oplage, als bijlage van een krant of tijdschrift. Een digitale versie is dan ook als download beschikbaar. De luxe uitgave is het ultieme kerstgeschenk van 2011.

PARTNERS

Wij bedanken de partners die deze uitgave mogelijk hebben gemaakt:



www.henryhudson500.com



provincie Utrecht

www.provincie-utrecht.nl



nederland bloeit www.nederlandbloeit.nl



AZIZ BEKKAOUI

www.azizbekkaoui.com

COLOFON

De Melkpers is een uitgave van de Stichting Henry Hudson 500 i.s.m. Aziz Bekkaoui in het kader van 'Melkkleuren, een frisse blik op Melk en Nederland'

Concept: Aziz Bekkaoui

Samenstelling: Aziz Bekkaoui en Gert Tetteroo

© Stichting Henry Hudson 500 en Aziz Bekkaoui

www.melkkleuren.nl

info@melkkleuren.nl

Ontwerp en concept realisatie:

melkpers

COMUSE

www.comuse.nl

Eindredactie: Anouk Helder

Redactie: Theo Paijmans

Design en vormgeving: Rens Dekker

Fotografie: Rolf Eijtjes

Coördinatie: Rymond Habiboella

Druk: Drukkerij Slinger





Klaas de Lange



Jeanet Brandsma



Lu Nijk



Louis Rippen



Carin van Leeuwen



Patrick Poelmann

milkgeneration

The Starks

in nummer 2!

