

Hoe presenteert je als melkveehouder je bedrijf en je sector aan de burger? In deze editie: **voedselteams**

Naam: **Joost Keymeulen**

Woonplaats: **Hofstade**

Leeftijd: **42**

Presentatie: **rechtstreekse**

**verkoop aan klanten**

Aantal koeien: **30**



Hoeve Keymeulen focust op rechtstreekse afzet en klantencontact

## Zuivel aan de deur

tekst Annelies Debergh

**J**oelende kinderen hollen in het rond op het melkveebedrijf van de familie Keymeulen in Hofstade, een deelgemeente van Aalst. Het is het eerste jaar dat er vakantieopvang plaatsvindt. Naast het thuis verwerken van melk tot onder meer verschillende soorten kaas en diverse yoghurt- en kwarksoorten kozen de broers Joost en Lieven Keymeulen voor een erg brede diversificatie met schoolbezoeken, kinderpartijtjes en nu dus ook vakantie-opvang.

‘Het was meteen volledig bezet’, zegt Joost Keymeulen over het nieuwe initiatief. ‘Er is ruimte voor 35 kinderen, maar we kregen wel honderd aanvragen.’ Terwijl Joost de zuivelverwerking in goede banen leidt, neemt zijn broer Lieven de dagelijkse zorg voor de 30 koeien in handen. De verbreding in activiteiten was in

eerste instantie noodzaak. ‘We hebben met 100.000 liter quotum een klein melkveebedrijf’, gaat Lieven verder. ‘We moesten of massaal investeren in quotum of meer marge creëren op de geproduceerde melk om het bedrijf ook in de toekomst leefbaar te houden.’

Toen Joost zeven jaar geleden in het bedrijf stapte, kozen de broers ervoor om zelf alle melk te verzuivelen. Behalve de thuisverkoop via een eigen winkel, leveren ze ook zuivelproducten aan voedselteams. Het systeem is gebaseerd op groepen van twintig gezinnen – de zogenaamde voedselteams – die elke week hun geplande voedingsaankopen groeperen. Die bestelling komt rechtstreeks bij een boer of tuinder, via internet. ‘Via een centraal verkooppunt leveren wij de zuivelproducten aan.’

Het voornaamste doel in de filosofie rond de oprichting van voedselteams is het aantal voedselkilometers beperken en streven naar een regionaler aankoop-

beleid. ‘De vraag kwam naar ons doordat in deze regio weinig zelfzuivelaars actief zijn. Omdat het systeem kansen biedt voor afzetzekerheid besloten we in te stappen. Nu leveren we wekelijks producten aan verschillende teams in Oost-Vlaanderen.’

De gedachtegang rond voedselteams sluit nauw aan bij de bedrijfsfilosofie, geeft Joost Keymeulen nog mee. Op de hoeve draait alles om het handhaven van het breekbare evenwicht tussen boer, koe en omgeving. In die zin kiezen de broers bij voorkeur voor rechtstreekse verkoop aan de consument en houden ze van het dagelijkse klantencontact. ‘We hebben dit jaar het ijsassortiment fors uitgebreid’, haalt Joost aan. Het koelvak in de winkel telt meer dan twintig soorten roomijs. ‘Het roomijs werkt drempelverlagend. Voorbijgangers komen nu sneller even binnen, ze eten een ijsje en maken tegelijk kennis met andere producten en activiteiten.’