

Copyright foto



**Varkenshouders die zelf varkensvlees verkopen:**

# Nog geen vetpot, wel waardering

De varkenshouderijfamilies Kools uit Achtmaal en Peters van Dijk uit Odiliapeel zetten zelf kleinschalig hun varkensvlees aan huis af. Veel en vaak nog onbetaalde uren zijn ze bezig met de vleesverkoop. De waardering en positieve energie die ze krijgen, vergoedt veel. „We krijgen veel positieve en hartverwarmende reacties.”

Copyright foto

**Ellie Kools en haar man Frans verkopen sinds anderhalf jaar varkensvlees aan huis. In de vriesautomaat bieden ze hun vlees aan onder de naam Elfra Hoeve. „We krijgen nu veel meer erkenning dan toen we alleen varkens produceerden.”**

Ze weet nog goed wat voor hen de welbekende druppel was. „Onze plaatselijke supermarkt ging stunten met varkensvlees van de Keten Duurzaam Varkensvlees.” Als deelnemende varkenshouder aan het concept voelde het echtpaar Kools zich tekort gedaan. „Je moet niet stunten met een goed product.” En omdat ze al langer op zoek waren naar meerwaarde voor hun bedrijf, besloten ze de sprong in het diepe te wagen. We wilden ook weer meer in contact komen met onze omgeving, zegt Ellie. Ze heeft samen met haar man Frans een gesloten varkensbedrijf met 200 zeugen en 1.800 vleesvarken in het Brabantse Achtmaal. Ze begonnen met iedere week één varken te laten slachten om aan huis te verkopen. Inmiddels slachten en verkopen ze meerdere varkens. Hoeveel precies willen ze liever niet zeggen.

### Vriesautomaat ontwikkeld

Omdat ze niet de tijd hebben om elke dag in de winkel te staan, besloten ze te kijken naar de mogelijkheden voor een varkensvleesautomaat waar ze het vlees diepgevroren kunnen aanbieden. Die was tot op dat moment niet beschikbaar. Samen met een ontwikkelaar van voedingsautomaten gingen ze aan de slag met het ontwikkelen van een automaat die het varkensvlees tot min18 graden bewaart en waar het vlees bij het aanbieden niet naar beneden valt. „We wilden niet dat het vlees rolt in de automaat. Dit vinden wij afbreuk aan het product doen.” Driekwart jaar waren ze bezig om een vriesautomaat te ontwikkelen die ze nu op hun bedrijf hebben staan. Bij een kleine slachterij in de buurt laten ze hun varkens slachten. Een bevriende slager verwerkt de karkassen tot verschillende vleesproducten. Zelf verpakken, etiketteren en vriezen ze de producten in. De varkens zijn volgens de eisen van de Keten Duurzaam Varkensvlees geproduceerd. Zo gebruikt het koppel standaard jute zakken in de kraam-

stal en voldoen ze aan extra eisen voor het antibiotica- en energieverbruik op hun bedrijf. Verder onderscheidt het product zich niet van de gangbare varkens. „We zijn wel een klein familiebedrijf en de mensen kunnen zien waar het vlees vandaan komt”, vult Ellie aan.

### Prijsniveau supermarkt

Volgens Ellie Kools moet je niet de illusie hebben dat je rijk wordt van vleesverkoop. Het prijsniveau van hun varkensvlees is op dit moment nog vergelijkbaar met dat van de supermarkt. „We hadden toen we begonnen geen klantenkring en we wilden het zo laagdrempelig mogelijk maken”, motiveert de Brabantse het besluit om het vlees tegen deze prijzen aan te bieden. Ze houden aan de vleesverkoop momenteel nauwelijks geld over. Zij, Frans, hun kinderen Kevin en Kimberley en schoondochter Anne-Marie zijn afwisselend druk met het vlees verpakken, etiketteren en het vullen van de automaat. Ellie schat dat ze in totaal gemiddeld 25 uur per week bezig zijn. De tijd en energie die dit kost, is één van

de dingen die ze is tegengevallen. „Toen onze schoondochter nog niet meehielp, waren we soms bezig tot in de late uren. Dat houd je niet vol.” De verwaardiging van het varkens is hun 100 procent meegevallen. „In de zomer lopen bijvoorbeeld de hamlappen iets minder, terwijl gehakt jaarrond een gewild product is. Dan zorg je dat je minder hamlappen maakt en meer gehakt.”

Wat hen vooral opvalt, is de erkenning die ze nu wel krijgen. „We krijgen veel positieve en hartverwarmende reacties. We zitten niet langer in het verdomhoekje.” Volgens haar moet je bij eigen vleesverkoop goed kunnen communiceren en vooral luisteren naar je klanten. Zo heeft ze sinds kort op verzoek van klanten kleinere porties voor alleenwonenden en biedt ze barbequepakketten aan met als extra kipsaté. De bedoeling is dat ze op termijn wel geld gaan verdienen aan de vleesverkoop. Daarom willen ze hun merk Elfra Hoeve verder uitbouwen. „Ik merk dat mensen van de boer zelf willen horen hoe de varkens worden gehouden.”

## Familie Kools, Achtmaal

# ‘We zitten niet langer in het verdomhoekje’

Copyright foto

**Henk en Nelly Peters verkopen al decennialang varkensvlees aan huis. Ze gebruiken hiervoor uitsluitend vlees van hun opfokgelten van het varkensbedrijf van hun dochter Mariëlle en haar man Mark van Dijk. Mariëlle wil de komende jaren meer marge uit de vleesverkoop halen.**

Mariëlle en Mark van Dijk zijn in eerste instantie vooral varkenshouder. Ze hebben een kernfokbedrijf voor Topigs met 1.100 zeugen en 5.500 opfokplaatsen voor fokgelten in het Brabantse Odiliapeel. Op jaarbasis leveren ze tussen de 10.000 en 11.000 Topigs-20 gelten. De afzet van hun eigen varkensvlees is vooral opgezet door de vader en moeder van Mariëlle. Henk en Nelly Peters begonnen in de jaren tachtig met de kleinschalige afzet van hun eigen varkensvlees. Familie, vrienden en kennissen werden voorzien van varkensvlees afkomstig van hun bedrijf. In 1997 droegen Henk en Nelly Peters het varkensbedrijf over aan dochter Mariëlle en haar man Mark van Dijk. Vanaf dat moment zocht de destijds vijftigjarige Henk een nieuwe uitdaging. „Ons pap is een echte handelaar die graag onder de mensen komt”, zegt Mariëlle. In het professioneler opzetten van de varkensvleesverkoop zag de oud-varkenshouder dan ook een nieuwe uitdaging.

### Vlees van opfokgelten

Voor hun varkensvlees gebruiken ze louter opfokgelten. Het zijn de minder uniforme dieren uit de fokkerij. Gemiddeld zetten ze 6 à 7 opfokgelten per week af voor de vleesverkoop. „De gelten zijn iets langzamer gegroeid, hebben ander voer en iets meer ruimte gehad in vergelijking met een vleesvarken”, vertelt de Brabantse. Toch is dat volgens haar niet het grootste pluspunt aan hun vlees. „Al het varkensvlees komt rechtstreeks van ons bedrijf. We kunnen het verhaal erachter vertellen en stralen de passie uit en geven de klant zo een stukje beleving mee.”

Mariëlle schat dat haar ouders gemiddeld minimaal 50 uur per week met de vleesverkoop bezig zijn. Bovendien hebben ze nog een educatieve ruimte en vleesproeverij, waar Nelly gemiddeld een paar keer per maand informatiebijeenkomsten organiseert voor belangstellenden. Per week kost dit haar zeker 4 uur. De verdienste die er tegenover staan, zijn mager. Volgens Mariëlle is dat ook nooit de insteek van haar ouders geweest. „Ons pap en mam zijn vooral opgegroeid met het idee dat ze veel en goed vlees voor weinig

moeten aanbieden. Ze kunnen het niet over hun hart verkrijgen dat mensen eventueel te weinig vlees zouden hebben.” Voor 4 à 5 euro per persoon hebben klanten een uitgebreid barbecuepakket.

### Meer marge

Op maandag brengt Mark van Dijk de opfokgelten naar een nabijgelegen slachthuis. Na een paar dagen gaan de karkassen naar een ambachtelijke slagerij, die de karkassen uitbeent en er vleesproducten van maakt. Op vrijdag haalt Henk Peters de vacuüm verpakte vleesproducten op bij de slager. Vrijdag en zaterdag kunnen klanten het vers gekoeld kopen, vanaf zondag tot en met donderdag is het vlees bevroren op afspraak te koop. Naast vleesverkoop aan huis, leveren ze nog aan een aantal restaurants en een cateraar in de buurt. Mariëlle is verguld met de waardering die de vleesverkoop oplevert. „Vorige week hadden we nog een barbecue georganiseerd, omdat één van onze kinderen kampioen was geworden met zijn voetbalteam. Als

je dan hoort hoe lekker de mensen het vlees vinden, voel je je een trotste varkenshouder.” Om meer marge uit de vleesverkoop te halen, wil Mariëlle er een concept van maken. Ze wil de nu nog naamloze verpakking voorzien van een eigen merk. De naam die ze in gedachten heeft is 'De Knoerishoeve'. „In onze streek heet een varken een Knoeris.” Verder willen ze een varkensstal opnieuw inrichten als zichtstal voor bezoekers. In de stal moet een strobed komen waar een aantal varkens komt te lopen. Haar doel is om meer beleving aan het merk toe te voegen. „Ik wil de mensen meer bieden.”

Ze hoopt zo op termijn door te groeien naar afzet van circa 10 à 11 opfokgelten in de week. Dit mag volgens Mariëlle niet ten koste gaan van de verkoop van levende opfokgelten. „Het varkensbedrijf blijft onze hoofdzaak. Met de vleesverkoop kunnen we beter onze passie beter uitdragen.” ■

 **Reageren?**  
r.vanboekel@pigbusiness.nl

### Familie Peters van Dijk, Odiliapeel

## ‘Een uit de hand gelopen hobby’