



NIEUWE REKENTOOL VOOR VERKOOP
VAN VLEES VAN EIGEN DIEREN

MEER WINST UIT VLEESVERKOOP

Streekproducten en boerderijwinkels hebben een grote marktpotentie. Uit eerder onderzoek blijkt dat in boerderijwinkels vooral groenten, fruit, eieren en kaas wordt verkocht. Vlees wordt minder verkocht, laat staan vers vlees. Boeren, tuinders en onderzoekers waren benieuwd hoe de verkoop van die versproducten, zoals dat vlees van eigen dieren zich heeft ontwikkeld. Wat is het rendement, wat gaat goed en wat kan beter?

TEKST MARCEL VIJN & MARIA VAN BOXTEL | FOTO'S DICK BOSCHLOO

Boerin Martine Wismeijer van Boerderij Nieuw Bureveld en Landwinkel De Hooierij verkoopt een breed assortiment vlees, met rundvlees van eigen dieren. “Eerst verkochten we alleen vlees uit de diepvries. Maar nu verkoop ik de eerste twee dagen ook vers vlees. Als een koe op vrijdag geslacht binnenkomt, dan is de winkel vrijdag en zaterdag open. Ik stuur dan van tevoren een mailing de deur uit met de boodschap dat we weer gaan slachten.” Met het gericht benaderen van klanten en het verse vlees verhoogde Martine de verkoop van zo’n 6 koeien per jaar naar nu 16 dieren. Zonder er meer tijd per dier aan te besteden. “Wat niet vers verkocht wordt, vries ik alsnog in. In dezelfde ver-

pakking, dus de prijs wordt niet aangepast. En ik kan mijn winkelpersoneel gericht inzetten in het weekend dat we vers vlees verkopen.”

Behalve uit omzetgroei in boerderijwinkels zoals de Hooierij, blijkt ook uit onderzoek dat er marktpotentie is voor streekproducten (zie ook Ekoland juni 2013). Om die marktpotentie te benutten, zijn nieuwe businessmodellen, professionele boerderijwinkels en betere logistiek nodig. Nu is met aanvullend onderzoek naar de verkoop van vlees van eigen dieren bekeken hoe bedrijven vlees verkopen, wat de financiële haalbaarheid ervan is en wat de succes- en faalfactoren en randvoorwaarden zijn.

De optimale verwaarding van een dier blijkt volgens de ondernemers een samenspel te zijn van ras en opfok, slachten en verwerken en verkoop. Voor het onderzoek 'Verkoop van vlees van eigen dieren' zijn een aantal ondernemers geïnterviewd en is er een workshop met ondernemers georganiseerd. De verschillen tussen runderen, vooral veroorzaakt door ras en manier van afmesten bepalen de geschiktheid van het vlees voor bepaalde vleesproducten. Sommige ondernemers mikken op 'worstkoeien' en 'gehaktkoeien', ook omdat zij er veel klanten voor hebben. Andere ondernemers houden runderen waar veel hoogwaardige stukken vlees van kunnen worden gesneden, of maken een mix van gehaktkoeien en hoogwaardige koeien. Voor de ondernemers draait alles uiteindelijk om de optimale verwaarding van een te slachten koe. Een goed samenspel tussen boer en een vakkundige slager zijn essentieel. Boer en slager maken een optimale verdeling in vleesproducten, passend bij het ras en de kwaliteit van het te slachten rund en bij de vraag van de klanten. Een slimme verwerking van de 'restjes', kan veel uitmaken voor het rendement. Hamburgers, bijzondere worsten of kant-en-klare stoofpotjes zijn oplossingen die de veehouders met succes kiezen. De boerderijwinkels van de geïnterviewde ondernemers, die soms alleen vlees verkopen en soms ook andere producten, hebben een beperkte openstelling van één tot drie dagen per week met een lokaal en een regionaal klantenbestand. Alle ondernemers investeren in klantenbinding.

Hygiënisch werken is een randvoorwaarde. Veehouders verkopen veelal diepvriesvlees omdat ze van mening zijn dat de hygiëne-eisen bij verkoop van vers vlees onwerkbaar zijn. Uiteraard mag bewerking van vers vlees zoals uitbenen, snijden of worst maken, alleen in een ruimte die voldoet aan de hygiëne-eisen voor het slagersbedrijf, sommige handelingen mogen alleen worden uitgevoerd door deskundig slagerspersoneel. Maar er zijn ook tussenvormen die wel mogelijkheden voor vers bieden. Zoals vers vlees dat bij de slager tot porties is verwerkt, dat kun je tot drie dagen na verwerking vers verkopen en dan eventueel alsnog invriezen. Diepgevroren vlees in portieverpakkingen kan de veehouder 6 (voor varkens) tot 12 maanden (voor rund) verkopen na verpakkingsdatum. In het onderzoeksrapport 'de verkoop van vlees van eigen dieren' is de belangrijkste wet- en regelgeving samengevat.

Bij het onderzoek is een rekentool ontwikkeld, waarmee de veehouder zelf zijn rendement kan berekenen. Enkele ondernemers vulden de rekentool al in en dan blijkt: de verkoop is goed rendabel te maken. Bij een variatie van 1 tot 35 geslachte koeien per jaar, draaiden zes van de zeven ondernemers een



Sommige ondernemers mikken op 'worstkoeien' en 'gehaktkoeien'.

goede positieve marge. Omzetsnelheid en -volume zijn geen beperkende factoren, mits afgestemd op de vraag. Het rendement wordt vooral bepaald door de verwaarding van het rund. Optimale verwaarding wordt door een aantal factoren bepaald:

Het ras en de opfok- en afmestkwaliteit.

Het samenspel tussen de ondernemer en de slager, om uit elk dier een optimaal assortiment te snijden voor de klanten van de boerderij.

Een goede kennis van de klantenkring, om de vraag te vertalen naar het aanbod van producten tegen een passende prijs.

Een goede communicatie met de klantenkring, om een geslacht dier vlot af te kunnen zetten en daar de openingstijden van de winkel en het transport efficiënt op aan te passen.

Een slimme afzet van minder courante delen van het rund, in pakketten of producten (gehakt, hamburgers, worst, enz.) met voldoende marge.

Zoek je als veehouder een optimale mix? Gebruik dan ook de rekentool, te downloaden via edepot.wur.nl/298221. De tool maakt het rendement inzichtelijk en stelt ondernemers in staat om verschillende strategieën door te rekenen en te vergelijken.

Naast de verkoop van vers vlees kan ook productvernieuwing leiden tot omzetvergroting. Bijvoorbeeld door het maken van (vers) broodbeleg. Dat vraagt wel samenwerking met de slager en/of een kok, en de juiste voorzieningen. Een ander voorbeeld van succesvolle verwaarding is werken met een bijzonder ras, bijvoorbeeld Brandrode runderen onder het presidium 'slow food'. Dit werkt nog beter met het extra laten rijpen van vlees en het gevacumeerd nog verder laten rijpen van de technische delen.

Dat vraagt om gekoelde opslag en soms extra transportbewegingen, waarmee extra kosten zijn gemoeid. Maar het komt de smaak en daarmee de vermarkting naar speciale klantengroepen ten goede. ■

Marcel Vijn is onderzoeker bij PPO Wageningen UR en Maria van Bostel is adviseur bij Land & Co

Download het rapport 'De verkoop van vlees van eigen dieren', edepot.wur.nl/306454. De bijbehorende rekentool edepot.wur.nl/298221.