



MARKTKANSEN VOOR LAMSVLEES

Er zijn veel modellen die producent en consument dichterbij elkaar brengen. De verkoop via de korte keten biedt heel wat kansen die vaak nog te weinig benut worden. Wat zijn de mogelijkheden op dit vlak in de schapehouderij? – *Luc Van Dijck*

In het demoproject 'Marktkansen voor vlees van kleine herkauwers' gaan de projectpartners op zoek naar alternatieve verdienmodellen in de schape-, geiten- en hertenhouderij. Dit project loopt nog tot april 2019 en wordt uitgevoerd door Vlaamse Schapehouderij vzw, Diergezondheidszorg Vlaanderen (DGZ), Dier & welzijn, ABEC (beroepsvereniging van hertenhouders) en de beroepsvereniging van Vlaamse geitenhouders. De voorbije winter waren er enkele discussievergaderingen waarbij schapehouders hun werkwijze in de korteketenverkoop kwamen toelichten. Met André Calus, voorzitter van de Vlaamse Schapehouderij, gaan we hier dieper op in.

Op zoek naar rendement

Als we onder ogen zien dat volgens boekhoudcijfers de jaarlijkse kosten per ooi in de buurt liggen van 200 tot 220 euro

en dat de verkoop van een lam bruto ongeveer 100 euro opbrengt, dan kunnen we concluderen dat de schapehouder twee verkoopbare lammeren per ooi per jaar moet hebben, om geen verlies te maken. Hij heeft dan ook nog niets verdiend. Wat we daaruit moeten leren, dat is dat de verkoop van lammeren aan een handelaar via het reguliere circuit, weinig of geen rendement oplevert. Met andere woorden, aan de handelsprijzen van de afgelopen jaren verdient de schapehouder zijn kosten niet of nauwelijks terug. Hoewel de verkoopprijs momenteel iets

.....
**In de korteketenverkoop
 gaan economie en idealisme
 hand in hand.**

beter is, kan de zoektocht naar alternatieven beginnen.

"Een mogelijke piste is die van natuurbeheer tegen vergoeding", aldus André Calus. "Maar de verantwoordelijke instanties zijn niet steeds bereid daarvoor een redelijke vergoeding te betalen. Er is wel wat concurrentie en dat drukt de prijzen. In de stamboekfokkerij liggen ook kansen. Wat voor een beperkte groep van stamboekfokkers een zeker rendement oplevert, is de verkoop van waardevolle fokdieren. Het gaat vooral over de export van rammen naar Groot-Brittannië. Lokale Engelse rassen die niet zo goed beveleesd zijn, worden bijvoorbeeld gekruist met Texelrammen. Homogene loten vrij goed beveleesde slachtlammeren komen terug naar het vasteland om hier via de groothandel gecommercialiseerd te worden. En een derde mogelijkheid is de verkoop van vlees via de korte keten."

Welke kansen hier liggen bekijken we in dit artikel.

Relatie producent-consument

Wat is een korte keten? Uit het strategisch plan voor de korte keten (2011) van de Vlaamse overheid leren we dat 'een korte keten wordt gezien als een duurzaam afzetsysteem waarbij een rechtstreekse relatie bestaat tussen de producent en de consument. Daardoor blijft de landbouw in relatie staan met de producent in de regio en zijn sociale, culturele, ecologische en economische eigenschappen. De basisprincipes zijn betrokkenheid van de consument via een rechtstreekse relatie met de producent, een beperkt aantal schakels, zelfstandigheid van de producent in zijn prijszetting, zijn aanbod en zijn productiemethode en het lokale karakter, wat zorgt voor een territoriale verbondenheid met het product'.

Verkoop via de korte keten zit in de lift en kan onder heel verscheiden vormen. In de korteketenverkoop gaan economie en idealisme hand in hand. De consument staat dicht bij de producent en betaalt een eerlijke prijs voor een kwaliteitsproduct. De producent staat dicht bij de consument en ontvangt een eerlijke prijs voor de kwaliteit die hij levert. Voor de schapenhouder kan rechtstreekse verkoop aan de consument een bijkomend inkomen opleveren. In het vernoemde project over marktkansen voor kleine herkauwers, wordt onderzocht welke kansen er specifiek voor de schapenhouderij liggen in dit verdienmodel.

Rechtstreekse verkoop

Een winstgevende rechtstreekse verkoop van hoevevlees opzetten is niet eenvoudig. Er komt veel bij kijken en je moet met veel zaken rekening houden. "De meest intensieve vorm is de inrichting van een hoeveslagerij waar lamsvlees verkocht wordt", zegt André Calus. "Zo een inrichting moet beantwoorden aan een hele reglementering en brengt heel wat verplichtingen met zich mee. Om te kunnen starten met een hoeveslagerij moest de uitbater tot voor kort zelf over een vergunning beenhouwer-spekslager beschikken of moest hij een vakverantwoordelijke aanstellen die deze vergunning heeft." In Vlaanderen echter werd de vestigingswet per 1 januari 2018 voor enkele activiteiten afgeschaft en aldus werd de vereiste beroepskennis voor onder andere slager-groothandelaar en beenhouwer-spekslager afgeschaft. Voor wie eraan denkt hoevevlees te verkopen

en/of te verwerken en voor al wie wegwijs wil geraken in het kluwen van wettelijke verplichtingen en regelgevingen, heeft het Steunpunt Hoeveproducten een startersmap 'Hoevevlees' ontwikkeld. "De inrichting van een hoeveslagerij betekent ook een grote investering van pakweg tussen 20.000 en 25.000 euro. Je hebt frigoruumte nodig, een koelwagen, winkelruimte en een apart lokaal om bereidingen te maken ... De meeste hoeveslagers halen slechts een deel van hun inkomen uit de verkoop van lamsvlees. Zij verkopen ook een ruimer pakket



André Calus: "De verkoop van lammeren aan een handelaar via het reguliere circuit levert weinig of geen rendement op. De verkoop van vlees via de korte keten kan een alternatief bieden."

vlees, al dan niet van eigen kweek, om zo de kosten over meer verkochte kilo's te kunnen afschrijven. Een hoevewinkel heeft voor de consument het voordeel dat hij deelstukken kan kopen. Voordeel voor de kweker-slager is de eigen prijszetting, zonder evenwel de concurrentie uit het oog te verliezen."

Verkoop volgens beschikbaarheid

Er zijn ook andere vormen van rechtstreekse verkoop. Er zijn veel schapenhouders die hun dieren laten slachten in een slachthuis en laten versnijden door een gediplomeerde beenhouwer. Zij verkopen vers vlees vacuüm verpakt of diepgevroren vlees. Daarbij gaat het overwegend om vleespakketten die een heel, een half of een vierde lam bevatten. Met een klassiek geboortepatroon kan

een schapenbedrijf niet continu lammeren afleveren. Lamsvlees is dan ook in de meeste gevallen niet permanent maar slechts tijdelijk beschikbaar, volgens de beschikbaarheid van slachtrijpe lammeren.

Pakketten kunnen op voorhand gereserveerd worden. Sedert enkele jaren is ook de verkoop via voedselteams en buurderijen sterk in opmars. Deze kanalen bieden de schapenhouder enige flexibiliteit wat de afzet betreft. Hij kan via deze weg bijvoorbeeld via gerichte promoties 'overschotten' wegwerken. Bij de buurderijen moet de kweker bij de verkoop zelf aanwezig zijn; dit betekent een extra engagement. Afzet via restaurants kan ook een meerwaarde bieden, al zijn deze vooral geïnteresseerd in de beste deelstukken. Er zijn ook schapenhouders die via foodtrucks bij speciale gelegenheden veel schapenvlees verkopen.

In beweging

Onafgezien van de aard van de verkoop, blijft het intrigerend om te zien hoe bedrijven een trouw cliënteel opbouwen. Het is duidelijk dat het internet een grote rol speelt om je als bedrijf bekend te maken en te promoten. Eens goed gestart breidt de klantenkring uit vooral via mond-tot-mondreclame. "Het project rond marktkansen loopt nog tot april 2019. Er beweegt een en ander in de schapenwereld. Er zijn veel vormen van directe verkoop. We zien ook kleine bedrijven die een beperkt vast cliënteel beleveren. Andere bedrijven zien de vraag toenemen en zetten verstandig in op groei, stap voor stap. Uit de vele contacten die we al gehad hebben met schapenhouders, leren we dat de inkomsten uit de verkoop van een lam toch minimaal 300 euro moeten bedragen, om nog iets over te houden na aftrek van alle kosten (opfokkosten ooi, vervoer, kosten van slacht en versnijding). In dit project zullen we verder uitgebreid werken, zowel aan de praktische, bedrijfsorganisatorische aspecten als aan de financieel-economische aspecten van de korteketenverkoop", besluit André Calus. ■