

Copyright foto



**Studieclub huisverkoop varkensvlees**

# 'Goed verhaal is verkoopargument'

Steeds meer Nederlanders vinden het belangrijk om varkensvlees te eten waarvan ze de herkomst weten. De huisverkoop van varkensvlees is een goed idee wanneer je als varkenshouder direct contact met de klanten wilt hebben. Voorwaarde voor huisverkoop is wel dat je een goed verhaal te vertellen hebt, concludeerden de deelnemers aan een workshop Huisverkoop tijdens de Biobeurs 2015.

Tijden veranderen. Was de gemiddelde consument vroeger niet geïnteresseerd waar het vlees vandaan kwam en hoe het smaakte, tegenwoordig zoeken steeds meer mensen bewust naar meer smaak en ze willen weten waar en wie het vlees produceert. Deze klanten kopen hun producten in speciale boerderijwinkels of bij de boer zelf. De huisverkoop vraagt echter om een andere ondernemersaanpak, wil het initiatief succesvol zijn. Bionext en Vereniging Biologische Varkenshouders (VBV) organiseerden daarom een workshop Huisverkoop tijdens de sfeervolle Biobeurs 2015 in de Zwolse IJsselhallen. „Er zijn verschillende trends zichtbaar en huisverkoop wordt steeds populairder”, vertelt Gerdien Kleijer aan ruim vijftientig bezoekers van de workshop. Gerdien is projectleider bij LTO Noord en daarnaast secretaris van de VBV. „Je ziet dat vele initiatieven als paddenstoelen uit de grond schieten. Op dit moment verkoopt ongeveer 30 procent van de biologische varkenshouders vlees aan huis. Er is dus een behoefte aan huisverkoop. Veel consumenten willen namelijk de herkomst weten. Ze willen geen anoniem vlees. Daarnaast zie je ook dat er meer flexitariërs komen. Ze geven gehoor aan de oproep om minder vlees te eten en als ze dan vlees eten, kiezen ze bewust. Ze willen weten hoe het vlees wordt geproduceerd. Is het milieu- en diervriendelijk?” Gerdien ziet ook dat er meer vraag is naar ambachtelijke en pure producten. „Nederland staat niet bekend om zijn goede eetcultuur, maar dat is ook aan het veranderen. Men wil meer specialiteiten, kwaliteit en betere smaak.”

Bijna alle initiatieven maken gebruik van de ‘social media’ om met klanten te communiceren en volgens de LTO-projectleider is dit een effectieve manier om huisverkoop te promoten.

Een andere trend die ze ziet, is dat de boer zelf steeds meer op de voorgrond treedt. „De mens in plaats van het merk. De boer die trots is op zijn product en zijn product en zichzelf verkoopt. Zelfs Unox maakt hier gebruik van, maar ook bedrijven als de Groene Weg en Zuivelhoeve. Op hun websites vind je ‘Onze Boeren’. Overigens zijn het niet alleen de biologische varkenshouders die initiatieven opstarten. Ook de gangbare sector doet mee. Voor een aantal varkenshouders zijn de eisen voor een biologische varkenshouderij te hoog of teveel, maar ze hebben hun varkens wel buiten in de wei lopen en zijn antibioticavrij.”

## Kampeerders

Belangrijk bij de verkoop van vlees aan huis,

is dat er een goed ondernemersplan wordt opgesteld met duidelijk antwoorden op het waarom, voor wie, welke boodschap en welke klant je wilt bereiken. Gerdien: „Je moet je eigen verhaal vertellen. Het verhaal achter het product is wellicht nog belangrijker dan het product. Je wilt namelijk het vertrouwen winnen van de klant, zodat ze specifiek bij jou willen kopen. Een goed verhaal is een verkoopargument.”

Om afzet te vinden voor het huisverkoopvlees moet een varkenshouder creatief zijn. In ieder geval moet de lokale markt worden benut. Dat kan door een online webshop, maar door je ook op de menukaart te laten zetten van een restaurant waar vlees aan wordt verkocht. Campings en zelfs tankstations zijn een mogelijk afzetkanaal.

Varkenshouders Nieske en Jeroen Neimeijer uit Heino hebben zo'n tachtig zeugen op een gesloten bedrijf en zij willen graag met huisverkoop beginnen. Ook zij zien de trend dat steeds meer mensen de herkomst van het vlees willen weten. „Er komen in het vakantie-seizoen veel mensen vanaf de camping naar ons toe. Als ze vragen waar ze ons vlees kunnen kopen, heb ik daar geen antwoord op. Ze willen niet het vlees van de supermarkt, maar ons vlees. Zelfs de campinghouder wil graag ons vlees verkopen. Er is dus een afzet voor ons.”

Jaap de Wit junior van Westfort Vleesproducten en voorzitter Keten Duurzaam Varkensvlees luistert aandachtig en heeft meteen een prachtig verkoopidee voor Jeroen. „Dat is een ideale markt voor bbq-pakketten voor kampeerders en campinghouder.” Jeroen knikt: „Bbq-pakketten klinkt als een goed idee. We willen niet echt een winkel, want daar hebben we de tijd niet voor. We geven op ons bedrijf namelijk ook excursies voor de campingmensen en vleespakketten past prima.”

Biologisch varkenshouder Peter van Leeuwen uit Buren heeft een gesloten bedrijf met ongeveer 270 zeugen en de mooiste modderpoel van 2012. Op dit moment verkoopt hij zijn vlees aan de boerderijwinkel, maar hij wil zich oriënteren op de huisverkoop. „Ik zit te denken aan een samenwerking met bijvoorbeeld een melkveehouder.”

Johan Braakman uit Lochem wil ook met huisverkoop beginnen. Hij heeft een biologische vleesvarkenshouderij met 350 varkens. „Tijdens open dagen en het 'Weekend van het Varken' komen mensen naar ons toe en we hebben toen eerst een speciale verse worst gemaakt, die goed verkocht. Daarna begonnen we met vleespakketten, maar we bleven met het vlees zitten en de mensen kwamen ▶

## De deelnemers

### Janny van den Bogert-Hoeflaken,

Hedel, gesloten biologisch varkensbedrijf:

**„Vleespakketten op bestelling kost niet veel extra arbeid.”**

Copyright foto

### Johan Braakman,

Lochem, gesloten biologisch varkensbedrijf:

**„Mijn drijfveer is dat ik de consument wil laten zien wat we doen.”**

Copyright foto

### Peter van Leeuwen,

Buren, gesloten biologisch varkensbedrijf:

**„Verkoop van alleen varkensvlees is onvoldoende voor de huisverkoop met een winkeltje.”**

Copyright foto

### Jeroen Neimeijer,

Heino, gesloten biologisch varkensbedrijf:

**„Huisverkoop is niet zozeer voor extra inkomen, maar voor bekendheid en imago.”**

Copyright foto

### Jaap de Wit jr,

Directielid Westfort en voorzitter Keten Duurzaam Varkensvlees:

**„We hopen via onze klantengroep van 300 boeren vleespakketten aan huis te verkopen.”**

Copyright foto



Copyright foto

ook niet meer terug. We willen echter wel ons vlees zelf gaan verkopen aan huis of via een winkel.”

### Op bestelling

Varkenshoudster Janny van den Bogert-Hoeflaken uit Hedel verkoopt al een tijd vlees vanuit huis. Zij heeft met haar man een gesloten biologisch bedrijf met 130 zeugen. „We houden elk jaar een open dag en mensen vroegen ons waar ze het vlees konden kopen. We hadden gedacht aan een winkel, maar dat hebben we niet gedaan. Je moet al snel een paar dagen open zijn en daar ontbreekt de tijd voor. In de winkel verkoop je ook vaak kleine pakketjes en blijf je misschien met vleesproducten zitten. We hebben toen met de slager overlegd en we leveren nu pakketten vers vlees op bestelling. Dit zijn pakketten van 10 of 20 kilo ofwel eenachtste of eenvierde varken. Als we voldoende bestellingen hebben dan slachten we een paar varkens. De klanten halen het dan bij ons thuis op.”

Het systeem werkt volgens Janny goed en is eigenlijk een soort vierkantsverwaarding van het varken, want in het pakket zitten alle onderdelen van het varken. Jaap is in de bevindingen en ervaringen van Janny geïnteresseerd: „Dit is precies hoe wij het ook willen doen. We zijn van plan om pakketten van eenachtste varken te introduceren, maar we zaten even met het varkenshaasje. Na lang filosoferen hebben we bedacht om er vier satéstokjes van te maken.” Janny beaamt dat een varkenshaasje te klein is om in verschillende pakketten te verdelen.

Janny heeft heel bewust gekozen voor een bepaalde doelgroep waar ze het vlees aan verkoopt. „Ik vind niet dat mijn product voor alle consumenten geschikt hoeft te zijn. Ik

ga bijvoorbeeld voor de grotere gezinnen en vooral de mensen die in een straal van 15 kilometer om ons heen wonen. Soms is er echter iemand, die er een uur rijden voor over heeft om en pakket op te halen. We benaderen onze klanten actief met een soort nieuwsbrief en we hebben inmiddels al een aardige klantenkring opgebouwd.”

### Geen internet

Westfort gaat op korte termijn de verkoop van pakketten breed uitrollen. „We wilden dit eerst via internet gaan aanbieden”, vertelt Jaap.

„Maar het vlees kwam er niet echt lekker en half bevroren uit te zien. Dus dit is niet de manier. We hebben echter 300 boeren en we dachten: ‘waarom verkopen wij deze pakketten niet via deze boeren. De boer is tenslotte trots op zijn product’. We hebben testen gedaan en dat ging goed.” Of de varkenshouder die het vlees aan Westfort levert ook zijn eigen vlees terugkrijgt, kan Jaap niet helemaal garanderen. Ze zijn er wel mee bezig om dit in de toekomst voor elkaar te krijgen.”

Janny werkt met een lokale slager, maar volgens haar zijn er nog weinig echte dorpsslagers over en kan dat voor de huisverkoop van varkensvlees een probleem in de toekomst worden. Het initiatief van Westfort om vleespakketten te maken voor hun boerenklanten lijkt in te springen op deze vraag. Het kan de varkenshouder faciliteren in de slacht en samenstelling van pakketten.

### Extra inkomen

Huisverkoop van vlees lijkt een mooie manier te zijn om meer inkomen te genereren, maar dat blijkt in de praktijk toch anders te zijn. De verkoop is niet substantieel. De afzet via een slager of boerderijwinkels is groter. Bovendien

is varkensvlees een moeilijker product dan eieren of appels. Janny: „In vergelijking met De Groene Weg is de afzet van huisverkoop erg klein. Het gaat niet om grote hoeveelheden, maar om een paar varkens. We willen de consument echter de kans geven om voor een acceptabele prijs goed vlees te kopen. We vragen daarom tien euro per kilo.” Jaap vindt dat weinig en ook Johan denkt dat de extra arbeid meer geld moet opleveren. Volgens Janny liggen de extra kosten van slacht en arbeid op zo'n 3,50 euro per kilo.

Huisverkoop is dus niet zozeer belangrijk om meer inkomen te genereren. Het financiële gewin valt tegen door de kleine hoeveelheden en soms kleine marges. Huisverkoop is juist om imago en bekendheid te vergroten. Dat is ook de inzet van Johan: „Naast de mogelijkheid van huisverkoop kijken we ook naar een samenwerking met een winkel waar we producten willen verkopen met een etiket van onszelf erop. Mijn drijfveer is dat ik de consument wil laten zien wat we doen, maar dan moet je wel een goede website hebben.” Peter: „Je moet het inderdaad niet doen voor het extra inkomen.” „Het is vooral voor de promotie van je vlees en om contact te hebben met de consument”, vindt Jeroen.

Met alle trends van de afgelopen tijd lijkt het alsof huisverkoop de toekomst heeft, maar vinden de varkenshouders dat ook? Peter: „Het zal niet voor iedereen zijn weggelegd, maar huisverkoop heeft wel degelijk de toekomst. Zeker als je de samenwerking zoekt, want alleen verkoop van varkensvlees in een winkeltje op het erf is onvoldoende voor de huisverkoop. Je moet eigenlijk meerdere producten kunnen verkopen.” Jaap verwacht ook dat de huisverkoop zal toenemen, maar plaatst daar wel even een kanttekening bij: „Denk niet dat je het er even bij kunt doen. Het moet bij je passen en het kost extra tijd.” Janny denkt echter dat haar methode van pakketten op bestelling een goede manier is om efficiënt aan huis te verkopen. „Hoe wij het doen, is eigenlijk niet zo heel veel werk.” ■



**Reageren?**  
redactie@pigbusiness.nl