



MEER MARGE IN EIGEN ZAK

In 2013 waren er 2.720 agrarisch ondernemers die hun producten rechtstreeks aan de consumenten verkochten. Gezamenlijk haalden ze daarmee een omzet van 142 miljoen euro. Welke mogelijkheden zijn er en waar moeten ondernemers rekening mee houden?

Directe verkoop is een extra inkomstenbron en een manier om het contact met de consument te versterken. Van een professionele boerderijwinkel tot een automaat langs de weg of online verkoop. Er zijn veel verschillende manieren waarop agrarisch ondernemers die niet (alleen) afhankelijk willen zijn van de gebruikelijke afzetkanalen hun producten aan de consument kunnen verkopen.

GROEIENDE BRANCHE

Steeds meer ondernemers kiezen voor deze directe verkoop en de omzetten stijgen. "Het aantal verkoopadressen stijgt, ook al blijkt dat door een aangepaste meetmethode niet uit de cijfers voor 2013. Wat de cijfers wel laten zien is een enorme stijging van de verkopen via boerderijwinkels: maar liefst 20 procent van 2011 tot 2013", vertelt Marcel Vijn, onderzoeker

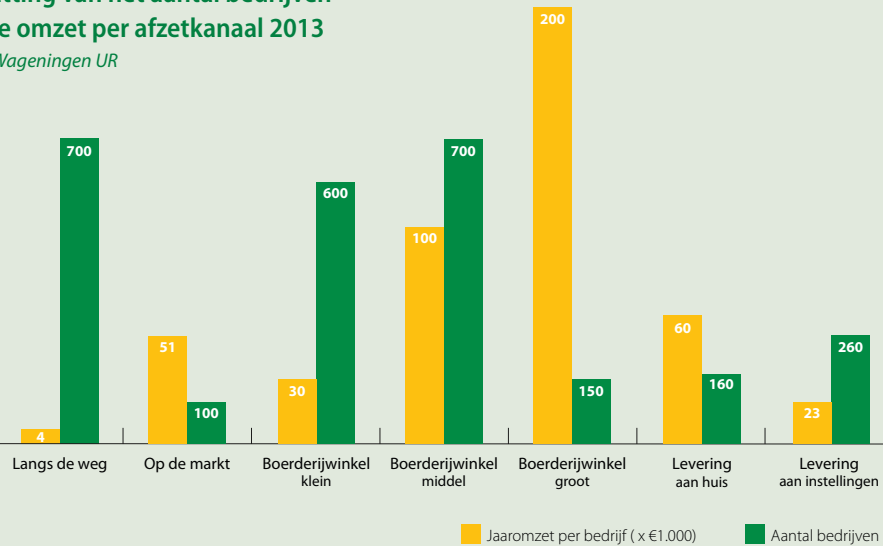
Stad-Land Relaties bij Wageningen UR PPO. "Dat komt vooral doordat winkels steeds groter en professioneler worden. De grote en middelgrote winkels zijn verantwoordelijk voor meer dan tweederde van de totale omzet uit directe verkoop."

VOORAL FRUIT EN ZUIVEL

Vooral in de fruitteelt en in de melkveehouderij kiezen ondernemers vaak voor een winkel als tweede tak. Van de aangesloten ondernemers bij de Coöperatie Landwinkel is 60 procent fruitteeler en 30 procent melkveehouder. "Vaak is dit van oudsher zo gegroeid", denkt Pieterjan Brandsma, directeur van Landwinkel. "Daarnaast is het in de fruitteelt in de laatste zes, zeven jaar in een stroomversnelling gekomen door een aantal slechte jaren. Ondernemers gingen daardoor op zoek naar extra inkomsten. Vaak zijn economische redenen toch de drijfveer."

Schatting van het aantal bedrijven en de omzet per afzetkanaal 2013

bron Wageningen UR



KANSEN VOOR VLEES

Een duidelijke achterblijver in de directe verkoop is de vleessector. "Vlees wordt nog maar nauwelijks vanaf het erf verkocht, terwijl dat toch heel interessant kan zijn", aldus Marcel Vijn. "Vaak zien ondernemers beren op de weg, terwijl het helemaal niet ingewikkeld hoeft te zijn. Zeker diepgevroren vlees is simpel te verkopen, maar uit onderzoek blijkt dat ook de verkoop van vers vlees van eigen dieren goed rendabel is te maken. Dat mag ook gewoon, zolang je het snijden en verwerken maar aan de slager overlaat. Iedere ondernemer mag, zonder vergunningen, zijn eigen producten vanaf het erf verkopen, mits je aan de veiligheids- en hygiëneregels voldoet."

SAMENWERKEN

Bovendien, benadrukt Vijn, hoef je het als ondernemer niet alleen te doen. "Er zijn mooie voorbeelden van samenwerkingen met bijvoorbeeld bakkers of slaggers." Samenwerken met een bestaande winkel kan een oplossing zijn voor ondernemers die wel hun producten op een andere manier willen vermarkten, maar de verkoop liever aan een ander overlaten. Ook zijn er andere opties dan een winkel, zoals de eerder genoemde eier- of fruitautomaten. De investeringen variëren sterk per alternatief: een automaat kost meer dan een stalletje aan de weg en een professionele winkel is duurder dan een diepvries waar klanten het vlees kunnen halen. Uit de grafiek blijkt wel dat de inkomsten net zo sterk

variëren, maar wie het professioneel aanpakt kan een goede boterham beleggen van de extra inkomsten. Over online verkoop is Vijn sceptisch. "Het kan werken, als je bijvoorbeeld met een afhaalpunt werkt, maar als je het bij mensen thuis wilt bezorgen kost dat veel tijd en geld. Het is niet voor niets dat Albert.nl, de online bezorgdienst van Albert Heijn, nog nooit winst heeft gemaakt."

COÖPERATIEVE AANPAK

Wie het wat groter aan wil pakken en er niet alleen voor wil staan, kan er ook voor kiezen zich aan te sluiten bij een organisatie als Coöperatie Landwinkel. Deze franchiseformule ondersteunt haar 94 leden in het runnen van hun winkel. "De leden investeren in de coöperatie

en in ruil daarvoor bieden we een assortiment, zorgen voor promotie en bieden kennis en begeleiding. De ondernemer moet het zelf doen, maar gezamenlijk is de slagkracht groter", vertelt directeur Brandsma. "Om te blijven groeien, moet je snel kunnen vernieuwen. Als coöperatie kunnen we tegen lagere kosten nieuwe producten ontwikkelen, waarmee ondernemers zich kunnen onderscheiden."

PASSIE EN ENTHOUSIASME

Een voorwaarde om aan te sluiten bij een dergelijke formule is wel dat je als ondernemer in de koers van de coöperatie kunt vinden en het niet erg vindt om niet zelf al je keuzes te maken. "Wie liever zijn eigen route volgt, kan beter op eigen houtje te werk gaan. Ook daar zijn heel succesvolle voorbeelden van", vertelt Vijn. "Als je maar doet wat bij je past." Vijn en Brandsma zijn het er over eens dat dat sowieso een belangrijke voorwaarde voor succes is: de directe verkoop moet bij je passen. Brandsma: "De ondernemer moet het in zich hebben. Dat zijn ondernemers

die graag mensen ontvangen, communicatief sterk zijn, voorop durven te lopen en ook eens een risico durven te nemen. Passie voor het product en enthousiasme in de omgang met mensen zijn absolute voorwaarden."

GESCHIKTE LOCATIE

Daarnaast moet het bedrijf zich lenen voor directe verkoop. "Een geschikte locatie is makkelijk bereikbaar, liefst aan bestaande routes", vertelt Vijn. "Zorg daarnaast dat je bedrijf er netjes bij ligt en dat er iets te zien is, dat je transparantie biedt. Al is het maar een raam in de stal. Daarnaast is het een groot voordeel als je ook eigen producten aanbiedt: daarmee verdien je het meest. Zorg dat ook het personeel alles weet van de producten: waar het vandaan komt, hoe het wordt gemaakt. Dat wekt vertrouwen en daarvoor kiezen mensen voor verkoop bij de boer."

ECONOMISCH INTERESSANT

Als aan deze voorwaarden wordt voldaan, kan directe verkoop economisch zeer interessant zijn, stellen zowel Vijn als Brandsma. "Het is hard werken, maar dan kan een winkel zeker een wezenlijk deel van het inkomen opbrengen. Het kan dan bijvoorbeeld een volwaardige tak zijn voor ondernemers die niet verder kunnen of willen groeien in de landbouwtek", aldus Brandsma. Vijn vult aan dat ook directe verkoop in andere vormen al snel geschikt is als extra inkomstenbron. "Ga maar na: er zit niemand tussen, alle marges hou je zelf en bij de retail gaat dat al gauw om een marge van 35 procent. Die steek je mooi in je eigen zak." <



PRAKTISCHE TIPS

- Zorg dat de verkooplocatie goed bereikbaar is, er netjes uitziet en laat zien wat je doet.
- Verkoop in ieder geval één product(groep) uit eigen stal of van eigen teelt.
- Werk voor enthousiast personeel met kennis van de producten.
- Werk eventueel samen met een andere ondernemer, zoals een collega producent of een verwerker of retailer.
- Online verkopen? Werk dan met afhaalpunten. Zelf bezorgen is zelden rendabel.