

naam: **Greet Willems**
woonplaats: **Bogaarden**
aantal stuks melkvee: **60 melkkoeien**
aantal stuks vleesvee: **30 zoogkoeien**
rassen: **blonde d'Aquitaine en holstein**
nevenactiviteit: **vleesverkoop in
hoevewinkel en marktkraam**



Greet Willems: **‘Voor de melkfabriek produceren is anders dan vlees produceren voor verkoop aan consumenten’**

Risicospreiding een belangrijk argument

Cleyn Hof ten Bautebrugge telt naast dertig zoogkoeien van het blonde d'Aquitaineras ook zestig melkkoeien. Het handhaven van twee takken vergt energie en veel arbeid, maar blijft ook in de toekomst behouden.

TEKST ANNELIES DEBERGH

Een gezellige sfeer heerst op Cleyn Hof ten Bautebrugge in Bogaarden. De kerstlichtjes contrasteren met het gure, grauwe weer en geven de gezellige binnenkoer van de vierkantshoeve van Greet Willems een nog warmere aanblik.

Met de melkkoeien en de blonde d'Aquitaines op stal geniet het gemengde Vlaams-Brabantse bedrijf van de wintermodus. De hoevewinkel blijft jaarrond open. Terwijl de twee oudste dochters komen binnenwaaien, terug van de vleesverkoop met hun marktwagen, heeft Greet het over de keuze om de bedrijfsactiviteiten uit te breiden. 'De vleesverkoop kwam erbij toen als gevolg van verschillende crisissen in de vleessector de verkoop van vleesvee niet echt meer wilde vlotten. Zo zijn we stilaan op vraag van consumenten gegroeid van witblauwen naar blonde d'Aquitaines. Blondes zijn natuurlijker en passen beter bij de wensen van onze klanten.'

Toen Greet na het overlijden van haar man Guy Decrem in 2006 alleen kwam te staan op het bedrijf, besloot ze na goed overwegen zowel de melk- als de vleesveetak te behouden. 'We hadden juist in een nieuwe melkveestal geïnvesteerd en ik kon eigenlijk niet anders dan doorgaan met het bedrijf. Landbouw is een van mijn grote passies. Ik kon niet alles opgeven.' Al heeft ze in de bedrijfsvorm wel een voorkeur voor een bepaalde tak van sport, geeft Greet Willems eerlijk toe. 'De melkkoeien liggen me toch wel nauwer aan het hart dan de vleeskoeien.'

Risicospreiding vindt Greet door de jaren heen een belangrijk argument in de keuze om gemengd te blijven. Het bedrijf telt op dit moment een dertigtal blonde fokkoeien en daarnaast nog eens zestig melkkoeien, alles met bijhorend jongvee. Met name de melkveetak is de afgelopen jaren nog wat gegroeid. 'De melkveestal was gebouwd met ruimte voor een zestigtal melkkoeien en zit nu echt vol.'

Oogje in het zeil houden

In het ruwvoermanagement zijn beide takken voor een groot deel complementair, zo legt Greet uit. Daar waar het melkvee vooral de hoogwaardige ruwvoerproducten gevoerd krijgt, is het blonde d'Aquitainevee wat armer gevoerd. Het voorbije grasrijke najaar is daar een goed voorbeeld. 'De blondes hebben dit jaar alle restgras kunnen benutten en bleven nog wat

langer grazen op de weides dan het melkvee. Dat past dus wel goed. Dat ras kan ook gemakkelijk tegen een stootje.'

Wat management betreft en zeker afkalfmanagement ziet Greet Willems echter amper verschillen tussen de beide rassen. 'Bij de blondes die gaan kalven, moet je toch ook altijd wel een oogje in het zeil houden', ervaart ze. 'Dat betekent ook 's nachts opstaan om te controleren of de kalving goed verloopt.' Meestal gaat het wel goed, zegt ze. 'Maar net als bij het melkvee houd ik ze wel graag in de gaten.'

Vleesverkoop vanuit marktwagen

Arbeid was vaak een beperkende factor om het bedrijf, maar ook de hoeveverkoop nog door te ontwikkelen. De focus lag in eerste instantie op de verkoop van vlees in de eigen winkel en aan voedselteams en horecazaken uit de buurt.

Nu de kinderen bijspringen, is er inmiddels meer arbeid beschikbaar op het bedrijf en ook bij de vleesverkoop. 'Het melkvee heb ik in de loop der jaren uitgebreid, dat is zowat verdubbeld', vertelt Greet. Ook de vleesverkoop op markten komt ter sprake. 'Met de marktwagen ontstaan kansen om de verkoop van vlees wat uit te breiden en dat biedt mogelijk kansen om onze vleestak te verruimen.'

Melk- en vleesvee vullen elkaar volgens Greet voor een groot deel aan, ook in moeilijker periodes. Dat geldt niet alleen voor de financiële kant. 'Door consumenten te spreken kun je zaken als de recente dierwelzijnsdiscussie rondom de slachthuisbeelden beter plaatsen. Dat zorgt voor wederzijds begrip.'

Het contact met burgers is wat Greet het meeste waardeert in de verkoop. 'Het contact met de klanten en de waardering van buitenaf vind ik een pluspunt. Het boer zijn is anders eigenlijk een eenzaam beroep. Op deze manier krijg je meer terug.' In melkvee is die waardering anders, vindt ze zelf. 'Aan de productkant is er minder voldoening over het produceren van melk voor een fabriek. Dat is anders produceren dan vlees voor verkoop rechtstreeks aan de consument.'

Voldoening halen uit wat je doet noemt Greet een belangrijk element om het bedrijf op deze manier en in deze omvang te laten doorgaan. 'Mensen die op je bedrijf komen om producten te kopen, doen echt die inspanning omwille van je product, omwille van die kwaliteit. Dat geeft een goed gevoel en daar liggen nog wel kansen.'