



© T KASSETJE

# Hoewewinkels zien verkoop toenemen

In oktober vorig jaar gingen de deuren van Hoewewinkel 't Kasseitje voor het eerst open. Aan het landbouwbedrijf van familie Picard, aan de Romeinse Kassei in Tongeren, stonden al enkele automaten met eigen producten. Bij dochter Leen kriebelde het om mee in het landbouwbedrijf te stappen. Tijdens haar laatste jaar Agro- en Biotechnologie aan de PXL bereidde ze de opstart van een eigen hoewewinkel voor. Vandaag toont ze de troeven van vrouwelijk ondernemerschap ten volle in de maatschap die ze samen met haar broer Pieter en haar vader uitbaat.

**Ann Detelder**, Steunpunt Korte Keten

**N**aast verantwoordelijkheid over de winkel helpt Leen ook nog steeds mee op het landbouwbedrijf. “Zeker op drukke momenten, zoals tijdens de fruitoogst, steek ik graag nog een handje toe of kan je mij op de tractor vinden”, vertelt Leen. De winkel draaide al goed maar vanaf de coronacrisis ging het plots nog har-

der. “Behalve de vaste klanten krijgen we nu vaak ook nieuwe klanten over de vloer. Mensen uit de regio die via via over onze winkel hoorden vertellen. Men lijkt in deze periode meer belang te hechten aan wat er op tafel verschijnt en waar dat vandaan komt.” In het begin was het voor veel winkeliers wel wat zoeken hoe ze de veilig-

heidsaanbevelingen in de praktijk konden omzetten. Soms moet je dan roeien met de riemen die je hebt. “Handschoenen en handgel waren ook hier in de regio heel snel uitverkocht. Daardoor ging ik tussen het bedienen van twee klanten door steeds mijn handen wassen met zeep. Daar verlies je wel wat tijd mee. Gelukkig werden we kort nadien verder geholpen door mijn schoonzus Ilka die in een apotheek werkt.”

## Appelkisten voor de juiste afstand

Enkele voorzorgsmaatregelen die de winkel neemt, refereren naar de landbouw. Zo werd de vereiste afstand bijvoorbeeld afgebakend met appelkisten. “Klanten houden zich goed aan de richtlijnen die we op voorhand meegeven. Omdat onze winkel niet heel groot is, kiezen we ervoor om slechts één klant tegelijkertijd in onze winkelruimte toe te laten. Tijdens de weekends, wanneer er ook vleesproducten van eigen kweek verkrijgbaar zijn, kan dat buiten wel voor wachtrijen zorgen. Maar de mensen hebben daar ook begrip voor. Zeker als ze zien dat we ons inspannen om hen zo efficiënt



mogelijk verder te helpen.”

Op enkele producten van landbouwbedrijven uit de buurt na, zijn er in de hoevewinkel van de familie Picard voornamelijk producten van eigen teelt terug te vinden. Die diversiteit is een troef. “Onze aardbeien bijvoorbeeld vliegen momenteel zeer vlot de deur uit. Het is een eyecatcher voor mensen die, eenmaal in de winkel, ook onze andere seizoengroenten meenemen”, vertelt Leen. Ook wordt er naar de behoeften van de klanten geluisterd. Zo is broer Pieter op vraag van klanten gestart met enkele nieuwe teelten zoals witloof, asperges en champignons.

Heel wat hoevewinkeliers zien de rechtstreekse verkoop toenemen. Toch zorgt de crisis ook voor gedupeerden onder de multifunctionele landbouwers. Winkels in de grensstreken, die gedeeltelijk gericht zijn op klanten uit het buitenland, zagen bijvoorbeeld het aantal winkelbezoekers sterk dalen. Daarnaast krijgen ook heel wat landbouwbedrijven met verbreding naar educatie of recreatie te maken met een berg annuleringen. Wie een scheptoo uitbaat, heeft ervaren dat het niet eenvoudig is om klanten te bedienen en ervoor te zorgen dat ze hun ijsje niet ter plaatse consumeren. ■

## Corona doet landbouwers nadenken over hun afzet

Corona heeft aangetoond dat sommige economische sectoren bijzonder kwetsbaar zijn. Wanneer de grenzen dichtgaan, de export stilvalt, de horeca maandenlang noodgedwongen gesloten blijft, heeft dit heel wat gevolgen, ook voor de land- en tuinbouw.

Menig land- en tuinbouwer dacht er de laatste weken aan om met korteketenverkoop te starten. Steunpunt Korte Keten is natuurlijk blij met de verhoogde interesse, maar we raden de land- en tuinbouwers toch aan om niet over één nacht ijs te gaan en je goed te informeren vooraleer je van start gaat. Met een mailtje naar onze adviseurs kom je al een heel eind op weg. Contacteer ons via [ferm.steunpuntkorteketen@samenerm.be](mailto:ferm.steunpuntkorteketen@samenerm.be). ■

## Corona brengt ook landbouwers dichterbij

Heel wat ondernemers nemen de coronamaatregelen als opportuniteit en experimenteren met nieuwe vormen van samenwerking en verkoop. Producten werden uitgewisseld, nieuwe bestel- en distributiesystemen werden opgezet, goede praktijken uitgewisseld ... Deze vorm van netwerking zorgt voor een versterking van de keten en een smaakvol, authentiek en duurzaam aanbod voor de regio. Deze aanpak loont. Steunpunt Korte Keten dankt alle korteketenondernemers die zich de afgelopen weken enorm hebben ingespannen om een positief antwoord te bieden op een nieuwe situatie. Samen zorgen we voor veerkracht!

Broed je samen met collega's al langer op een samenwerkingsverband rond rechtstreekse verkoop en kan je hierin nog begeleiding gebruiken? Contacteer onze consulenten per mail via [ferm.steunpuntkorteketen@samenerm.be](mailto:ferm.steunpuntkorteketen@samenerm.be). ■



**Patrick Pasgang**

innovatieconsulent  
[patrick.pasgang@innovatiesteunpunt.be](mailto:patrick.pasgang@innovatiesteunpunt.be)

## 6 W's voor blijvende verkoop

1. Weet wie je klanten zijn en wat ze willen. Durf het hen te vragen en verzamel verkoopgegevens.
2. Zeg wie je bent en wat je te bieden hebt. Wees aanwezig op [www](http://www), Google Mijn Bedrijf en diverse overkoepelende websites zoals [rechtvanbijdeboer.be](http://rechtvanbijdeboer.be), [webshop-vanbijons.be](http://webshop-vanbijons.be), [koopinjebuurt.be](http://koopinjebuurt.be) en sociale media.
3. Wees zichtbaar. Zorg voor stopkracht. Zorg voor een duidelijke aanduiding en bewegwijzering.
4. Weet welke acties werken. Spaarkaarten werken nog steeds. Bied geschenkaarten aan en organiseer waar mogelijk een event en/of pop-upactiviteit om je bekend te maken. Laten proeven is een must.
5. Wees welkom. Klantvriendelijkheid en enthousiasme staan boven alles. Ze bepalen 50% van je succes en zijn de stuwende kracht voor mond-tot-mondreclame.
6. Werk samen.  $1 + 1 = 3$  en past binnen diverse activiteiten zoals samen aankopen, samen verkopen, samen organiseren en diensten leveren.