



Een inkijk in de voorbereiding van enkele korteketeninitiatieven

Met lokale producten het nieuwe jaar in

Tijdens de eindejaarperiode wordt er goed getafeld. We hopen allemaal dat de coronamaatregelen het toelaten om ook dit jaar weer gezellig bij vrienden en familie aan tafel aan te schuiven. We gingen bij enkele bedrijven die actief zijn in de korte keten na hoe zij de eindejaarsperiode zullen aanpakken.

Bart Thoelen, Steunpunt Korte Keten

In 2019 onderzocht VLAM onze eetgewoonten tijdens de feestdagen. Een van de bevindingen was dat de Belg best frequent feest: gemiddeld een drietal kerstfeestjes. Daarvoor steken we vaak zelf de handen uit de mouwen. De meeste feestmaaltijden worden bereid door de gastheer of -vrouw zelf. Respondenten gaven aan dat smaak en kwaliteit centraal horen te staan in het kerstmenu. De ingrediënten mogen al eens wat meer kosten. Tijdens het eindejaar draait het rondom de tafel immers vooral rond genieten, zo besloten de onderzoekers. Veel producenten van ambachtelijke voeding proberen in december welgemikt hun assortiment in de kijker te zetten. Hoe pakken zij dat aan? We legden ons oor te luisteren bij vijf Vlaamse ondernemers.

Straffe Streek, Vlaams-Brabant

De vzw Straffe Streek promoot en ondersteunt streekeigen producten. Elk jaar zet ze een unieke eindejaarsactie op poten. Omdat het fysieke samenkomen onzeker is, trekken ze in Vlaams-Brabant volop de digitale kaart. Via www.straffestreekbox.be zullen er drie verrassingsboxen met straffe streekproducten worden aange-

boden: voor ontdekkers, durvers en ambassadeurs. Via een QR-code in de box kan de klant digitaal de streek, haar producenten en streekproducten ontdekken. Extra element in de formule: wie intekent weet op voorhand niet wat er in de box zit. “Daarmee willen we het verrassingseffect uitspelen, vertelt projectdeskundige Daan Vanhorenbeek. “Het laat ons ook toe om de ruime smaakdiversiteit van de streek te laten proeven.”

Door samen te werken met een maatwerkbedrijf, maakt Straffe Streek dit jaar ook thuislevering mogelijk. De vereniging kiest bewust voor deze extra klantenservice. Doordat de klant op voorhand niet weet wat er in de box zit, gaan ze hiermee niet in concurrentie met verkooppunten van de eigen leden. “Zo kunnen we onze kracht als

Fruitteler Mario Vanhellemont:

“Met de verrassingsboxen bereiken we een breder publiek dan vanuit ons eigen verkooppunt.”

groep uitspelen”, vertelt fruitteler Mario Vanhellemont, penningmeester van de vzw. We bereiken met dit soort initiatieven een breder publiek dan mogelijk is vanuit ons eigen verkooppunt.”

Goriënberg, Retie

Sofie Smits zal dit jaar voor de eerste keer ijstaarten maken met kerst. Op de Goriënberg, het landbouwbedrijf dat ze samen met haar man Roel uitbaat, werkt ze ondertussen ruim een jaar verse schapenmelk op de hoeve. Initieel zijn ze gestart met yoghurt. Nadien volgden plattekaas en desserts, en in mei hebben ze een ijsmachine gekocht. Het schapenijs op basis van een uniek eigen recept kende deze zomer veel succes. Sofie volgde ondertussen een workshop ijstaarten versieren. Ze zorgt dat iedere creatie een persoonlijke toets krijgt. Foto's van de kerststronken die Sofie ter voorbereiding maakte, lokten al veel positieve klantreacties uit. Momenteel laat ze de creaties voor zich spreken door er foto's van te posten op Facebook en Instagram. Wanneer de eindejaarsperiode nadert, volgt een flyer met concrete bestelinfo. En ook via Boeren & Buren, de webshop waarmee ze al langer samenwerken, worden de eindejaarsproducten in de kijker gezet.

De bestelformule is laagdrempelig: klanten kunnen via de webshop, mail of telefonisch hun wensen doorgeven. Om kwaliteit te kunnen garanderen, moet er wel op voorhand worden besteld. Wordt het dit jaar een drukke kerst? “We gaan er ons op ▶

5 tips om extra omzet uit thuisverkoop te halen



1 Toon wat je hebt

Zorg voor een mooi eindejaarsaanbod en maak dit breed bekend. Een folder in de winkel kan ook huis-aan-huis worden verdeeld. Toon de inhoud ook via website en sociale media. Een aparte folder voor kerst en nieuw kan een meerwaarde zijn.



2 Leg uit hoe het werkt

Informeer geregeld over hoe en tot wanneer men kan bestellen. Leg ook uit hoe het afhalen en het betalen in zijn werk zal gaan. Vergeet niet om extra service, zoals ruimere openingsuren of -dagen, extra in de verf te zetten.



3 Lanceer een actie

De verwachting is dat de coronacrisis beslissingen rond het eindejaarsmenu zal doen uitstellen. Met alle gevolgen van dien voor jouw werkplanning. Een vroegboekkorting kan klanten overhalen om toch tijdig te bestellen. Met een feestspaarkaart zet je klanten aan om korting op te sparen die ze later in het jaar kunnen inwisselen. Speciale eindejaarsgerechten kan je op voorhand voorstellen in kleinere porties, zodat men die kan testen alvorens te bestellen.



4 Ontwikkel 'limited editions'

Een speciale ijsstronk, een unieke vleessoort, een boerenfondue-gourmet, mini-appeltjes voor bij het wild, speciale kruiden of mini-groenten ... Allemaal een reden om in de kijker te lopen met jouw smaakmakers. Een op-is-op-for-mule rond een beperkt uniek aanbod zorgt doorgaans ook voor bestellingen vooraf.



5 Vergroot je aanbod via samenwerking

Laat je aanbod vertrekken vanuit de menukaart van de klant: aperitiefhapjes, groenten, vlees, aardappelproducten, desserts ... Stel eventueel zelf menu's samen en zorg voor een duidelijke receptuur. Collega-landbouwers met een specifiek horeca-assortiment zijn een aangewezen partner. Samenwerking met de horecasector rond een 'take-away'-concept voor lokale gerechten kan mogelijk extra klantcontacten genereren.

GEEF JE STREEK CADEAU

STEUN
MAAK STRAFFESTREEK
KOOP LOKAAL

DOE 'S LEKKER ORIGINEEL TIJDENS DE FEESTDAGEN EN GEEF JE STREEK CADEAU.
Koop een streekpakket en steun zo je lokale handelaars!
Ontdek alle verkooppunten en streekproducenten op www.straffestreek.be

STREEKPRODUCTEN
VLAAMS-BRABANT



Landbouwverbreding

organiseren”, reageert Sofie. “Een kerstbuche kan je deels voorbereiden. Het versieren neemt inderdaad zijn tijd. Maar zoals steeds zullen we er weer volop tegenaan gaan. Samen moet dat lukken.”

Melk Kan, Kinrooi

Sinds 2018 is de kleurrijke Melk Kan van Ester Nietvelt te vinden op verschillende Limburgse markten. Het is een mobiele melktank die deel uitmaakt van het melkveebedrijf LV Linsen Beckers in Kinrooi. Melk vormt de basis van het marktassortiment, dat voortvloeit uit diverse zuivelproducten en kazen bestaat. Die kazen worden met melk van het eigen bedrijf gemaakt op de kaasmakerij van een collega-marktkramer uit de buurt.

Verandert de markt met kerst? “In de dagen ervoor zijn er wel wat piekmomenten” vertelt Ester. “Zowel harde kazen als smeerkazen kennen dan succes als aperitiefhapje of in bereidingen.” Vorig jaar werd de kraam versierd met kerstlichtjes. Dit jaar hebben Esters kinderen een mooie kerstboom op doek geschilderd. Die krijgt binnenkort een centrale plek in de kraam. Nieuw dit jaar zijn kaasschotels. Daarvoor werden mooie kaasplankjes aangekocht voor aperitief- en maaltijdschotels. Bijzonder aan dit initiatief is de samenwerking met een jeugdzorgcentrum uit de buurt. “Met eindejaar denken we ook graag aan een goed doel”, vertelt Ester. “Elke kaasschotel krijgt een mooie kindertekening mee, gemaakt door kinderen uit het zorgcentrum.” Wie door corona twijfelt om naar de markt te komen, kan sinds kort online bestellen. Daarnaast worden producten van Melk Kan sinds kort ook verdeeld door een collega die de buurt al jaren van vleespakketten bedient. Proevertjes uitdelen zal dit jaar niet kunnen, maar Ester blijft positief: “Als alternatief wil ik onze klanten dit jaar een extra goede gezondheid toewensen.”

Sofie Smits:

“Foto’s van mijn kerststronken op Facebook en Instagram lokten al veel positieve reacties uit.”

Hoeveslagerij De Nil, Berlare

Karel en Mieke De Nil namen bijna tien jaar geleden het landbouwbedrijf van Karels ouders over. Ze houden witblauwe runderen en Durocvarkens. De dieren krijgen een voedermengeling van voornamelijk eigen teelten. “Met onze constante voedersamenstelling kunnen we voor een uniek stukje hoevelees zorgen. Daarin schuilt alvast een deel van ons onderscheidend vermogen”, vertelt Mieke.

De hoeveslagerij werkt volgens een bestelsysteem. Om de veertien dagen komen klanten hun producten afhalen op de hoeve. De voorjaarslockdown lokte ook nieuwe klanten. Door samen te werken met een lokale supermarkt en de lokale hoevewinkel ‘t Groenselhof, is een gedeelte van het assortiment ook te verkrijgen buiten de afhaaluren van de hoeveslagerij.

Tijdens de feestdagen vinden traditionele feestproducten zoals gourmet en fondue gretig aftrek, maar ook pure stukken zoals rosbief en varkenshaasje. Via hun website en Facebookpagina wordt de keuze voor de klant in de kijker gezet. Als extra dienstverlening is er de traiteurservice: een volledige maaltijd voor thuis, met aangepaste sauzen en groenten. Tijdens de coronacrisis stimuleerde de gemeente Berlare het ‘lokaal kopen’. Er was ook een mooie herfstactie die lokale ondernemers in de kijker zette. “Buurtbewoners kunnen sinds kort ook in onze hoeveslagerij terecht met een waardebou van de gemeente”, vertelt Mieke. “Als lokale ondernemer bereik je zo buurtbewoners

die je met eigen communicatiekanalen misschien niet zo snel zou bereiken.”

Lambrecht-Baart, Sint-Eloois-Vijve

Els en Arne Lambrecht-Baart telen twaalf appel- en zeven perenrassen, waarmee ze met uitzondering van de zomer bijna het jaar rond fruit kunnen aanbieden. In de recent vernieuwde winkel wordt door samen te werken met een twintigtal collega’s en een groothandelaar een ruim aanbod van Belgische producten overzichtelijk uitgestald.

Traditioneel waren de feestdagen wat rustiger in de hoevewinkel van Els: “Vooral ná de feestdagen, wanneer gezonde voeding weer aan aandacht wint, zien we dat ons fruitassortiment weer aan belang wint bij de klant.” Met de vernieuwing van de winkel is het aanbod gevoelig uitgebreid. Dit jaar zullen ze ook feestelijke ingrediënten aanbieden, zoals kaasschotels met producten van collega’s met een kaas- en geitenboerderij. Ook uitzonderlijke producten zoals escargots, frambozen of specifieke desserts krijgen tijdens het eindejaar hun plaats in de hoevewinkel. “Door de verstrengde coronamaatregelen gunnen de klanten zich zulke extra-tjes”, merkt Els op. Door zelf gezelligheid en warmte centraal te zetten, maakt ook de winkelbeleving in deze periode een verschil: “Je merkt toch dat de nieuwe maatregelen wegen op het gemoed van sommige klanten. Als we met de positieve en persoonlijke aanpak van een buurtwinkel daar wat aan kunnen veranderen, dan doen we dat graag.” ■

Mieke Gelaude:

“Buurtbewoners kunnen in onze hoeveslagerij terecht met een waardebou van de gemeente.”