

De korte keten of directe verkoop van producent naar consument heeft de wind in de zeilen. Met welk onderscheidend verhaal of toegevoegde waarde verleiden vleesveehouders hun klanten?

deel 1 Ras

deel 2 Voeding
deel 3 Dierenwelzijn
deel 4 Locatie
deel 5 Smaak

deel 6 Klimaat

deel 7 Natuurbeheer
deel 8 Maatwerk
deel 9 Bio
deel 10 Samenwerking



Verbeterd roodbont spreekt aan als Nederlands ras

BEDRIJFSPROFIEL



namen	Peter Vermeulen en Marije van Herk
plaats	Ammerstol
aantal dieren	16
aantal kalvingen per jaar	6 tot 8
merknaam	't Ammerse Land
start vleesveehouderij	circa 20 jaar geleden
start vleesverkoop aan huis	2019
vleesomzet per jaar	circa 3250 kg
prijs/kg vleespakket	14 euro
prijs entrecote/kg	24 euro



De overstap naar huisverkoop was noodgedwongen, omdat de hobby te veel geld kostte. Maar inmiddels weten Peter en Marije dat de vraag naar eerlijk vlees veel groter is dan hun aanbod. Dat verbeterd roodbont het enige Nederlandse vleesras is, wordt gebruikt als verkoopargument.

TEKST FLORUS PELLIKAAN

Het is inmiddels een vertrouwd beeld: de roodbonte dikbilkoeien die grazen aan de rand van het 1700 inwoners tellende dorpje Ammerstol. De thuishaven van deze koeien is meer dan bekend voor de dorpsbewoners. Ze horen bij de enige boerderij die het dorp nog rijk is. Boer Peter Vermeulen (50) en boerin Marije van Herk (40) kwamen er vijf jaar geleden wonen, bliezen de vervallen boerderij nieuw leven in en zijn onder andere door de vleesverkoop al lang geen vreemden meer in het dorp aan de rivier de Lek. Peter Vermeulen begon twintig jaar geleden al met het houden van vleesvee en de keuze viel direct op roodbont, eerst in de vorm van zware mrij-koeien en later verbeterd roodbont. 'Ik houd van het rode vee, zowel wat kleur als wat karakter betreft. Daarnaast zijn de dieren ook nog eens fijn bespied en hebben daardoor een perfecte vleeskwiteit. Een witblauwe kan nog wel eens wat grof of droog zijn. Maar dit vlees is perfect in verhouding en ontzettend fijn van structuur. Het vlees valt nooit tegen en dat komt ons nu goed van pas', zo verwijst Vermeulen direct richting de huisverkoop.

Geen grote vrieskisten meer

De hobby groeide op de nieuwe locatie snel in omvang, maar zorgde ook voor discussie. 'We zijn na verloop van tijd eens gaan rekenen aan de hobby en die kostte flink geld', vertelt Marije van Herk. 'Met het verkopen van een stiertje voor 650 euro kun je de kosten niet betalen. En dat terwijl je weet dat je dieren hebt die voor een heel exclusief stukje vlees staan.' Na rijp beraad besloten de vleesveehouders om 'de kracht van het vlees' meer te gaan benutten. Niet alleen familie en vrienden werd het vlees aangeboden, maar het oude tanklokaal werd als winkeltje ingericht en er volgde een folderactie in de dorp. 'We hebben daarbij één grote fout gemaakt en dat was het vlees aanbieden als pakket van 25 kilo. Wij waren bang dat we met het mindere vlees zouden blijven zitten en verkochten daarom alleen in een pakket. Maar niemand heeft tegenwoordig nog een grote vrieskist', vertelt Van Herk. De verwachte storm aan mensen bleef dan ook uit. 'Mensen willen net als in de supermarkt een individueel stukje vlees kunnen kopen. We kregen die tip van vrienden die zelf een

boerderijwinkel hebben. Pas toen we losse porties vlees zijn gaan verkopen, begon het harder te lopen. Mensen komen nu op zaterdag om vlees voor de volgende week te kopen.' De verkoop van de diverse soorten vlees gaat volgens Van Herk prima gelijk op en ze houden nog eerder biefstuk dan gehakt over. 'Hebben we wat veel voorraad van een soort vlees, dan maken we een recept voor dat vlees, zetten dat op Facebook en je bent het vlees ook zo weer kwijt. De hele koe verkopen is nu een sport geworden.'

Emotie verkopen

Nu twee jaar na de start verkopen de vleesveehouders het vlees onder de naam 't Ammerse Land op zaterdagochtend vanaf het eigen erf en ze leveren het aan twee boerderijwinkels in de omgeving. 'We hebben nog veel meer aanvragen gehad van andere boerderijwinkels, restaurants en een speciale supermarkt met alleen streekproducten. Maar zoveel vlees produceren we niet. Nu koop ik twee keer per jaar al een koe van exact dezelfde kwaliteit erbij. Verder opschalen in vleesverkoop past nu niet bij ons', vertelt Vermeulen. 'Maar al zouden we willen, dan zouden we met gemak iedere week een koe kunnen verkopen.' Het succes van de vleesverkoop ligt volgens de veehouders echt in de kracht van een eerlijk en lokaal product. 'Je koopt emotie. Mensen komen op de boerderij hun eten kopen en lopen een rondje door de stal. Dat past bij deze tijd en corona heeft dat nog verder aangewakkerd. We zijn in een jaar tijd meer dan verdubbeld in omzet', aldus Van Herk. Het verbeterd roodbontras wordt door de vleesveehouders als extra verkoopargument gebruikt. 'Maar je merkt dat mensen vooral voor kwaliteit gaan en hoe het ras dan heet, zegt ze dikwijls niet zoveel. Maar wanneer wij vertellen dat dit het enige echte Nederlandse vleesras is, dan spreekt dat wel extra aan', vertelt Vermeulen. 'Het ras verbeterd roodbont kennen veel mensen niet, maar als je uitlegt dat het voortkomt uit mrij, dan zie je al veel vaker herkenning. Hier aan de dijk van de Lek, die voortkomt uit de Rijn, past dat mooi natuurlijk. Je merkt dat mensen het verhaal van ons vlees op de verjaardag aan anderen vertellen en dat maakt ons absoluut trots.' |