Verpakte lamsrollade. Deelnemers van het netwerk 'Lamvlees, lekker dichtbij!' leerden hoe ze thuisverkoop kunnen opstarten.

Netwerk 'Lamsvlees, lekker dichtbij!'

Samen thuisverkoop opzetten

Een jaar lang hebben ze zich laten bijspijkeren, wisselden ze ervaringen uit en schreven ze bedrijfsplannen. Nu zijn twaalf schapenhouders zo ver dat ze professioneel lamsvlees vanaf huis kunnen gaan verkopen. Het netwerk 'Lamsvlees, lekker dichtbij!' moet zich de komende tijd bewijzen.

Waarom zou je als schapenhouder niet zelf lamsvlees verkopen aan mensen in de regio? Die vraag stelde schapenhoudster Berdien van Everdingen in het Brabantse Heesbeen zich een jaar geleden. Thuisverkoop in plaats van de lammeren levend aan de handelaar verkopen. De kans op meer inkomsten is groot.
Hoe pak je echter thuisverkoop aan? Zijn er wettelijke regels voor? Hoe bouw je een klantenkring op? Wegen de hogere inkomsten wel op tegen de extra arbeid? Voor de hand liggende vragen, maar zie er maar eens antwoorden op te krijgen. Van Everdingen, bestuurslid van de landelijke vakgroep Schapenhouderij van LTO, vond nog drie schapenhouders die eveneens met thuisverkoop van lamsvlees wilden starten. Het viertal deed een oproep binnen LTO. Bijna twintig belangstellende collega's meldden zich en kwamen in december 2011 bij elkaar. Na die eerste bijeenkomst vormde zich een groep van twaalf schapenhouders die een netwerk opbouwden voor thuisverkoop. Onder de titel 'Lamsvlees, lekker dichtbij!' hebben ze afgelopen jaar elkaar en zichzelf bijgespijkerd op het gebied van thuisverkoop. Ze zijn klaar om met de opgedane kennis aan de slag te gaan.

BIJEENKOMSTEN

Het netwerk draaide onder het project Netwerken Multifunctioneel Ondernemersschap dat wordt gefinancierd door de overheid. Daardoor kreeg 'Lamsvlees, lekker dichtbij!' een jaar lang geld om op te starten.
Het netwerk heeft zeven bijeenkomsten achter de rug en is in feite praktijkrijp. Elke deelnemer is nu in staat professionele thuisverkoop op te starten of uit te breiden. Daarmee eindigt het netwerk niet. De groep gaat op eigen benen verder. De twaalf zijn divers, al produceren ze allemaal lamsvlees. Onder de deelnemers zitten een melkschapenhouder en een eigenaar van een begrazingskudde. Maar ook een kleinschalige schapenhouder die lammeren laat slachten en de karkassen vers verkoopt en een Swifterfokker die hoopt een nieuwe markt te vinden voor de lammeren die niet de fokkerij in gaan.

THE STORY BEHIND

Volgens Anita Beijers van LTO, die het project afgelopen jaar begeleidde, was het voor de deelnemende schapenhouders het lastigst om hun bedrijfsverhaal zo te houden dat het potentiële klanten zou aanspreken. Ze noemt de bijeen-

komst over dit onderwerp het hoogtepunt van het afgelopen jaar. "Dat was voor de deelnemers een echte eyeopener. Ze leerden hoe ze klandizie konden krijgen. Schapenhouders zijn goed in staat om een technisch verhaal over hun bedrijf te vertellen, maar dit gaat verder. Ze leerden de consument te bereiken, wie er past bij hun producten, hun missie, strategie." De groep had hiervoor het bedrijf ZOZ Concepts ingehuurd, dat is gespecialiseerd in communicatie en marketing. ZOZ leerde de schapenhouders 'The story behind', het verhaal achter hun producten, te vertellen. Dit onderdeel is de kern van het programma, zo blijkt nu. Beijers: "De deelnemers zeggen dat dit ze verder heeft geholpen, terwijl ze het best moeilijk vonden. Eén van de opdrachten die de groep hielp bij het vertellen van hun verhaal was bijvoorbeeld dat ze in een lift stapten met een potentiële klant en tot de vierde verdieping de tijd kregen om die consument te vertellen waarom die nou juist jouw lamsvlees moet kopen."

MARKTONDERZOEK

De deelnemers hebben een klein marktonderzoek gedaan. Beijers: "Elke schapenhouder heeft een vragenlijst uitgezet in zijn of haar eigen regio. Zo konden ze boven tafel krijgen waaraan hun klanten behoefte hebben. Hierop kunnen ze de thuisverkoop van lamsvlees inrichten. Zeker voor de starters was dat marktonderzoek zinvol."

Momenteel stelt elke schapenhouder in dit project een bedrijfsplan op. Daarin werken ze uit hoe ze de thuisverkoop aanpakken, ook financieel. Daarna is het tijd om ermee aan de slag te gaan. De groep gaat als zelfstandig netwerk verder. Voor klanten willen ze te vinden zijn onder de naam 'Lamsvlees, lekker dichtbij!' De twaalf deelnemers zetten een gemeenschappelijke website op met linkjes naar hun bedrijven.

Of ze nu met hun professionele thuisverkoop meer gaan verdienen, is niet zeker. Beijers: "Ze zijn nog lang niet klaar. De theorie hebben ze gekregen. Het komende jaar gaat het gebeuren." <<

'Verhaal rondmaken'

Waarom deed u mee aan dit netwerk?

"Ik fok schapen, maar niet alle dieren zijn geschikt voor de fokkerij. Die gingen tot nu toe allemaal naar een handelaar. Het nadeel is dat ik niet kan vertellen wat er daarna met ze gebeurt. Ik weet het niet. Daardoor kan ik het ook niet uitleggen aan de cliënten en andere mensen die hier komen.

Ik wil het verhaal rondmaken. Fokken, selecteren, houderij en dus ook de afzet. Er komen hier bezoekers die de lammetjes in de wei zien. Mooi, leuk en erg aaibaar. Als ik ze zeg dat die worden geslacht, is dat een 'aaaa-moment.' Maar het is zoals het is. Eten en gegeten worden. Als ik weet wat er met het vlees gebeurt, kan ik het uitleggen."

Wat is u vooral bijgebleven van de bijeenkomsten van het netwerk?

"The story behind. Dat is heel erg leuk. Met open ogen boven je bedrijf hangen en je afvragen: wie ben jij met je bedrijf? Wat straal je uit? Wat zijn je zwakke en sterke punten? Ook het onderdeel over hygiëne was zinnig. Over hoe je producten verpakt en ze verkoopt. Het onderlinge contact was eveneens leuk. Vooraf kende ik maar één andere deelnemer en nu werken we samen aan een gemeenschappelijk doel. Daar heb ik echt iets aan."

Deed u al thuisverkoop?

"Nee, niet echt. Eén à twee lammeren per jaar hooguit."

En nu?

"Ik ga de afzet opbouwen. Van de zomer heb ik op Facebook bekendgemaakt dat ik lamsvleespakketten wil gaan verkopen. Er waren al twintig mensen die reageerden: doe mij er maar één. Deze maand vraag ik ze of ze echt zo'n pakket willen.

Het netwerk maakt een gemeenschappelijke website om landelijk aandacht te krijgen. En op de website van mijn zorgboerderij, www.klein-essen.nl, komt het ook te staan. Ik weet nog niet of er een label komt voor mijn lamsvlees. Daarover moet ik nog meer nadenken."

Hoopt u nu ook meer te verdienen aan de schapen?

"Ik hoop het. Dat speelt natuurlijk wel een rol. Eerst kijken of de verkoop loopt."

ESTHER VAN KEMP

Woonplaats: Kootwijkerbroek (Gld.)
Bedrijf: zorgboerderij Tokhok met 100 Swifters, Vlaamse rammen en ooien en Engelse Texelaars. Verder 4.000 leghennen, ezels, konijnen, cavia's, varkens, enz. Circa tien cliënten bij de dieren. Zelfstandig onderdeel van zorgcomplex Klein Essen. Heeft komend seizoen op zijn minst 120 rammetjes die voor de slacht weggaan.