



Bedrijfsgegevens

Michael en Gert Swinkels begonnen in 1993 in Helden met slachtkuikenmoederdieren. In 1997 stapten zij over op scharrelkippen. In de loop van de jaren groeide het bedrijf en schakelde het echtpaar over op een voliëresysteem. Inmiddels houden de ondernemers 69.000 scharrellegghennen. Dit jaar worden de vier oudste stallen, die stammen uit 1979, afgebroken en vervangen door één nieuwe stal. Dit betekent ook een verdere uitbreiding van het aantal dieren, dat straks zal uitkomen op 83.000 leghennen.



Promotie vanzelfsprekendheid voor Heldense pluimveehouders

'Verschil maken in eigen omgeving'

Pluimveehouders Michael en Gert Swinkels uit Helden zetten sterk in op promotie van hun bedrijf en van de pluimveesector als geheel. Zij zijn aangesloten bij diverse lokale initiatieven, nemen deel aan publieksevenementen én lieten een bedrijfsfilm maken. „Promotie is onlosmakelijk verbonden met het ondernemerschap.”

Het legkippenbedrijf van Michael en Gert Swinkels ligt zo'n drie kilometer buiten de kern van het Noord-Limburgse Helden, in de driehoek Helden-Egchel-Neer. Voorbijgangers kan het bijna niet ontgaan dat hier een pluimveebedrijf gevestigd is: langs de weg staat een groot bord met de tekst 'Dagelijks verse scharreleieren'. Ook springt het houten schuurtje met de eierautomaat vrijwel meteen in het oog. De grote groene spade op het erf is echt in het oog lopend. „Alle ondernemers die zijn aangesloten bij het project 'Geworteld in onze omgeving' hebben deze spade op hun erf staan”, vertelt Michael Swinkels, zittend aan de keukentafel. „Wij waren de eerste ondernemers die zich aansloten bij dit project dat inwoners van de gemeente Peel en Maas wil informeren over en betrekken bij de agrarische sector. Hoewel Peel en Maas nog altijd relatief veel agrarische bedrijven telt, loopt het aantal mensen dat bin-

ding heeft met de agrosector terug.” „Steeds minder burgers weten wat er gebeurt op een pluimveebedrijf, en op andere agrarische bedrijven. Dat merken we ook aan de vragen die we krijgen. Veel burgers zijn er bijvoorbeeld van overtuigd dat de kippen op een scharrelbedrijf buiten lopen. Ook krijgen we regelmatig de vraag waarom ons bedrijf zo groot is. Dan benadruk ik dat we nog steeds een familiebedrijf zijn - Gert en ik doen samen al het werk - en dat deze omvang nodig is om een boterham te kunnen verdienen.”

Positief beeld uitdragen

Hoewel het echtpaar sterk inzet op promotie van het product en de pluimveesector, zijn zij ze er volgens eigen zeggen niet de personen naar om in de belangstelling te staan. „We beseffen dat dit tegenstrijdig klinkt”, lacht Gert Swinkels. „Maar we vinden dat we dit móeten doen. Het stoort ons enorm dat de media vaak een foutief en negatief beeld schetsen van de agrarische sector. We moeten als sector niet steeds in de verdediging schieten, maar uitgaan van onze eigen kracht. Daarom willen wij laten zien wat er gebeurt op ons bedrijf en een reëel en positief beeld naar buiten brengen.”

De pluimveehouders proberen dit positieve beeld op diverse manieren uit te dragen. Het begon eigenlijk allemaal in 2004, toen Michael en Gert besloten om eieren aan huis te gaan verkopen. „We wilden op deze manier toegevoegde waarde creëren en in contact komen met de burger”, vertelt Michael Swinkels. „Eerst lagen

de eieren in een oude koelkast met daarnaast een geldkistje. Dit sloeg aan: passerende fietsers, gasten van de nabijgelegen camping, maar ook inwoners van de omliggende dorpen wisten ons te vinden. En de meeste bleven terugkomen, vooral vanwege de versheid, de smaak én de gunstige prijs van de eieren. Drie jaar geleden hebben we een eierautomaat bij ons bedrijf geplaatst. Hoewel de huisverkoop slechts een fractie is van het aantal eieren dat naar de handel gaat, is dit afzetkanaal nog altijd groeiende. Daarbij is het enorm leuk en motiverend om feedback te krijgen van burgers.”

4.300 views

De pluimveehouders hadden de afgelopen twee jaar ook een stand op de 'Asperge shopdag': een groot publieksevenement in buurdorp Panningen. „We hebben hier natuurlijk onze eieren verkocht, maar ook geprobeerd om burgers te informeren over de pluimveehouderij. Zo hadden we speciale informatiebanners van de Stichting Blij met een Ei, waar we ook bij zijn aangesloten. Deze dagen waren erg intensief, maar ook heel erg leuk.” De bedrijfsfilm die het echtpaar afgelopen jaar liet maken, vormde tot nu toe de grootste investering op het gebied van promotie. „Mensen die eieren kwamen kopen, vroegen ons regelmatig of ze een kijkje in de stal mochten nemen. Vanwege het risico van ziekteoverdracht is dat geen optie. Toen ontstond het idee om een bedrijfsfilm te laten maken, met daarin uitleg over het proces en de gang van zaken op ons bedrijf. Nog diezelfde avond hebben we een professionele cameraman benaderd. Als wij een idee hebben, laten we er meestal geen gras over groeien”, benadrukt Gert Swinkels, terwijl ze nog een keer koffie inschenkt. Hun zoon Thijs, die

de keuken inkomt, lacht en knikt instemmend als hij deze laatste zin hoort. Begin november was de film gereed en werd deze op Facebook geplaatst. Inmiddels is de bedrijfsfilm ruim 4.300 keer bekeken. „We hebben veel reacties gekregen. Van familie, vrienden en collega's, maar ook van burgers. De meeste mensen zijn positief verrast over hoe efficiënt en professioneel ons bedrijf is ingericht. We willen de film ook gaan vertonen op een scherm bij de eierautomaat. Zo kunnen we bezoekers toch een kijkje achter de schermen geven.”

Meer focus op promotie

Swinkels is ervan overtuigd dat investeringen op het gebied van promotie zich terugbetalen. „We hopen dat meer mensen onze eierautomaat zullen weten te vinden. Daarnaast willen we ons steentje bijdragen aan een hogere eierconsumptie”, zegt Michael Swinkels. „Het is natuurlijk niet te achterhalen wat dit concreet oplevert voor ons eigen bedrijf. We doen dit echter niet alleen voor onszelf, maar ook voor de sector als geheel. Dat hoort bij ondernemen, zo is onze overtuiging.” Het echtpaar Swinkels is van mening dat de agrosector sowieso meer moet inzetten op promotie. „Van vroeger uit zijn we alleen maar bezig met produceren en houden we ons nauwelijks bezig met de afzet. Dat is echter wel noodzakelijk om naar de toekomst toe een 'license to produce' te houden. Wanneer alle individuele ondernemers hiermee aan de slag gaan in hun eigen omgeving, kunnen we veel bereiken. Wij hopen in onze eigen omgeving een verschil te kunnen maken.”

Tekst: Ank van Lier
Beeld: John Peters, Susan Rexwinkel



De leghennen produceren verse eieren voor de huisverkoop.

Bekijk de bedrijfsfilm op www.pluimveeweb.nl

Wilt u reageren?
redactie@agrio.nl
of tel. 0314 - 62 64 38