



GASTVROUWEN EN -HEREN OP DE MELKVEEHOUDERIJ

Tips voor het ontvangen en rondleiden van bezoekers





Gastheer/vrouw zijn is ook een vak

Goed boeren is een vak, een goede gastvrouw of -heer zijn is een ander vak. Maatschappij en burgers tonen meer interesse voor wat er op het melkveebedrijf gebeurt. Daarom is het nodig om ze op de juiste wijze tegemoet te treden. Een bezoek aan de boerderij is voor veel burgers een belevenis. Zorg dat ze een goede indruk krijgen en je hebt er weer ambassadeurs bij. (Een goede of slechte ervaring wordt gemiddeld aan 10 mensen doorverteld).

Inhoud

- Bekendheid
- Bewegwijzering
- Ontvangstruimte
- Rondleiding
- Proeven
- Hulpmiddelen
- Teksten/folders
- Producten verkopen
- Omgang met de pers



Bekendheid

Persberichten/advertenties in plaatselijke/regionale media

Bezoeken aan de boerderij kan je stimuleren met persberichten en/of advertenties in plaatselijke of regionale media.

Als je een open dag organiseert zijn de plaatselijke bladen meestal wel bereid een (kort) bericht hierover op te nemen. Vermeld de eventuele reden van de open dag, geef aan wat er te zien, of er iets speciaal gebeurt, wat er eventueel te proeven valt. Vergeet plaats (adres) en tijd niet en vermeld ook telefoonnummer en/of e-mailadres (of de naam van de website). Wil je zeker zijn van voldoende publiciteit plaats dan een advertentie met dezelfde gegevens.

Boerderijen die het hele jaar door of in bepaalde seizoenen geopend zijn voor bezoekers, krijgen minder makkelijk publiciteit. Dat ze open zijn is geen nieuws. Probeer toch de krant (met persbericht en/of advertentie) te halen als je iets bijzonders organiseert.

Website

Het is mode om een website te hebben. Denk wel na welke functie de site kan hebben in het bekend maken van het bedrijf. Als je het vooral moet hebben van bezoekers uit de regio kan je beter in de regionale media of op sites van gemeenten en provincies publiciteit zoeken. En als je op toeristen mikt is het aan te raden de VVV's in te schakelen of toeristische gidsen en sites.

Folder (bij VVV, plaatselijke boekhandel)

Leg op plekken waar veel mensen komen (bibliotheek/VVV/plaatselijke boekhandel) een foldertje over het bedrijf neer. Tenminste, vraag eerst even of dat akkoord is .

Zo'n folder hoeft geen duur, vierkleuren-drukwerk te zijn. Een dubbelgebouwen A-4 papier is al voldoende om het bedrijf voor te stellen. Geef in het kort aan wat er te doen en te zien, vermeld de openingstijden en vooral: een goede routebeschrijving, eventueel met kaartje.

Bewegwijzering

Laat in ieder geval weten dat je er bent, met een bord in de voortuin, aan de weg.

Als het mogelijk is (na overleg met gemeente of politie), zorg dan ook voor bordjes langs de weg, op kruisingen.

Zet eventueel ook een bord of pijl op het erf, zodat bezoekers weten waar de ingang is.



Aankleding/inrichting erf/boerderij

De eerste indruk is vaak de belangrijkste. Zorg dat het erf er netjes uitziet. Bloemen of planten zorgen voor verfraaiing en brengen de bezoeker in een betere stemming (en jezelf ook). Kunnen de gasten hun auto of fiets makkelijk neerzetten?

Tekstbord

Je kan aan de weg of bij de ingang een bord zetten met een tekst over de boerderij. Ook interessant voor voorbijgangers die geen tijd hebben voor een bezoek. Degenen die wel naar binnen komen hebbend dan al een eerste indruk. Zet op zo'n tekstbord bijvoorbeeld: naam van familie of boerderij, aantal melkkoeien en ras, melkproductie, hectaren grasland, eventuele andere gewassen, andere beesten op het bedrijf.

Ontvangstruimte

Op sommige bedrijven is een ontvangstruimte gemaakt in de stal, een schuur of in een oude hooiberg. Makkelijk als je vaak bezoekers hebt en daar ook geld voor vraagt. Je kan er een video of diaserie over het bedrijf laten zien, koffie/thee schenken, iets laten proeven. De ruimte hoeft niet luxueus te zijn. Er zijn ook bedrijven waar mensen op strobalen worden gezet en dan een korte uitleg krijgen. Zorg in ieder geval voor een (schoon) toilet.

**Let op dat bezoekers niet overal kunnen binnenlopen en zeker niet op plekken waar ze zichzelf kunnen verwonden of het bedrijf schade aandoen. Ga na of de aansprakelijkheidsverzekering voldoende dekking biedt tegen eventuele schadeclaims van bezoekers.*



Rondleiding

Bezoek na een korte uitleg vooraf: de stal, de melkstal, het tanklokaal, de weide (als de koeien buiten lopen en het weer het toelaat), de kalverstal. Op zuivelboerderijen kan ook de productieruimte bekeken worden (vanachter glas), de opslag en de winkel.

Vertel in het kort het verhaal van gras tot klas (of: van koe tot consument):

- de koe
- het gras en ander voer
- melkproductie door de koe (kalfjes)
- het melken
- kwaliteitszorg (controle op voer, geneesmiddelen, hygiëne bij het melken, controle op de melk)
- wat er met de melk gebeurt in de fabriek: de verschillende zuivelproducten

Hou het kort; sommigen hebben de neiging om lang stil te staan bij technische details. Geef vooral gelegenheid tot vragen stellen. Verdeel de tijd evenwichtig over de verschillende onderdelen. In totaal is een uur tot anderhalf uur voldoende om het grootste deel van het bedrijf te laten zien.

Proeven

De meeste mensen vinden het fijn om iets te kunnen proeven na afloop van een rondleiding. Als er op het bedrijf producten worden gemaakt is dat geen enkel probleem. Vertel dan eventueel iets over het product. Zoiets is ook een stimulans om later iets in de (boerderij)winkel te kopen.

NB Maak van de gelegenheid gebruik om het verband aan te geven tussen de grondstof melk van de boerderij en de zuivelproducten die uw bezoekers in de supermarkt kopen en consumeren. De kans is groot dat ze bij een volgend winkelbezoek het zuivelschap met andere ogen zullen bekijken. Daarmee levert u een bijdrage aan een goed imago van de Nederlandse zuivelproducten.

Hulpmiddelen (video/dia)

Een diaserie of video over het bedrijf of de zuivelbereiding kan een goede inleiding zijn op de eigenlijke rondleiding. Ook hier geldt: niet te lang. Het is niet de bedoeling zoveel mogelijk feiten op een rij te zetten. Het gaat er meer om een globaal beeld te schetsen. Met de rondleiding en de vragen/antwoorden wordt het beeld compleet.



Teksten (folders) meegeven

Zet sommige gegevens over het bedrijf op papier. Veel feiten en cijfers onthouden mensen niet. Met een tekst of een folder kunnen ze die later nog eens teruglezen. Je kan een foldertje maken met de voornaamste gegevens over het eigen bedrijf. Daarin kunnen ook bijzonderheden worden opgenomen, bijvoorbeeld over bijzondere koeienrassen op het bedrijf, andere beesten, natuurbeheer, kwaliteitszorg, het assortiment in de boerderijwinkel enz.

**Er zijn algemene folders verkrijgbaar bij de zuivelondernemingen of bij de Nederlandse Zuivel Organisatie (www.nzo.nl)*

Omgang met de persmedia

Wat voor de ontvangst van een groep en een rondleiding geldt, dat geldt ook voor contacten met kranten, radio of televisie: bereid je goed voor. Denk na over de volgende punten:

- vraag aan de journalist wat hij/zij wil weten en waarom en welke vragen je allemaal kan verwachten
- vraag waar het artikel/de reportage voor bedoeld is: nieuwsbericht, achtergrondartikel, nieuwsuitzendingen. Daarmee kan je inschatten in welke omgeving jouw woorden geplaatst worden.
- hou rekening met het publiek van het medium. In het algemeen gaat het om burgers die geen verstand hebben van melkveehouderij. Vermijd vakjargon.
- zet de voornaamste punten van het bedrijf op een rijtje. Zorg dat die aan bod komen. Zet ook cijfers en feiten op papier en geef die tekst mee.
- bereid je voor op moeilijke vragen
- praat alleen over de dingen die je zeker weet (meestal rond het eigen bedrijf). Verwijs voor andere punten naar de deskundigen bij bedrijven en organisaties.
- klaag niet te veel, ook als u reden tot klagen hebt. Collega's en de hele sector zijn meer gebaat bij een positief verhaal. Het publiek houdt in het algemeen meer van enthousiaste winnaars dan van sombere verliezers.