nieuws

"Fruit is belangrijkste product in hoeveverkoop"

nieuws

Fruit is het belangrijkste product in de hoeveverkoop in België (21%) en Vlaanderen (25%). Appels zijn daarbij de populairste soort. Toch bedraagt het marktaandeel van fruit dat rechtstreeks verkocht wordt op een hoeve slechts 1,8 procent. Eén van de redenen is dat de consument de weg naar de hoeve niet vindt. Dat zegt het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM).

23 FEBRUARI 2012 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:03

Lees meer over:
fruitteelt
distributie

Fruit is het belangrijkste product in de hoeveverkoop in België (21%) en Vlaanderen (25%). Appels zijn daarbij de populairste soort. Toch bedraagt het marktaandeel van fruit dat rechtstreeks verkocht wordt op een hoeve slechts 1,8 procent. Eén van de redenen is dat de consument de weg naar de hoeve niet vindt. Dat zegt het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM).
Vlamingen kopen meer fruit op de hoeve dan Walen. Maar liefst 90 procent van het totale volume hoevefruit wordt immers verkocht in Vlaanderen. Daarmee neemt hoevefruit zo'n 1,8 procent in van de totale Vlaamse fruitverkoop, goed voor 9.000 ton.
Elf Vlaamse gezinnen op 100 kochten vorig jaar minstens één keer fruit op een hoeve. Bovendien bezocht een gezin in 2011 gemiddeld 5,4 keer een fruithoeve. Het kerncliënteel van die hoeves bestaat voornamelijk uit welgestelde gepensioneerden en welgestelde gezinnen met kinderen. Samen vertegenwoordigen deze groepen de helft van alle kopers.
In het kader van het project 'Lokale Marketing voor Hoeveproducenten' voerde VLAM, bovenop de normale screening van de markt, een aantal (8) enquêtes uit bij producenten verbonden aan het netwerk en label 'Erkend Verkooppunt

Hoeveproducten”. Uit de resultaten blijkt dat de gemiddelde klant van hoevefruit een vrouw is van meer dan 50 jaar, die in de buurt van de hoeve woont en uit een tweepersoonsgezin komt.
Verder blijkt dat de meeste hoevewinkels appels en peren verkopen, vaak met bijhorend fruitsap. Ook de combinatie aardbeien en confituur is populair. Klanten van hoevewinkels zijn het meest tevreden over de versheid en de smaak van de producten in de winkel, twee factoren die ze bovendien erg belangrijk vinden. Daarnaast waarderen ze de vriendelijke bediening in de winkels erg. Waar ze minder tevreden over zijn, zijn de promotieacties, de productinformatie en de breedte van het assortiment. Maar promotieacties duiden ze tegelijkertijd aan als minst belangrijke factor.
Omdat het gebrek aan zichtbaarheid volgens VLAM de belangrijkste reden is waarom niet meer consumenten fruit kopen in hoevewinkels, roept de organisatie alle fruittelers met thuisverkoop op om het label ‘Erkend Verkooppunt Hoeveproducten’ aan te vragen. Momenteel dragen 240 verkooppunten het label, waarvan er 37 gespecialiseerd zijn in fruit.

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |