nieuws

Hoeveverkoop daalt in 2010, maar boerenmarkten plussen

nieuws

In 2010 werden 11,3 procent meer hoeveproducten verkocht op boerenmarkten. Hoeveverkoop kon de sterke lijn van 2008 en 2009 - toen de crisis de Belg naar de korte keten leidde - niet doortrekken (-8,5%). Groenten, fruit en aardappelen blijven de meest aangekochte producten. Dit blijkt uit onderzoek dat GfK Panel Services Benelux uitvoerde in opdracht van VLAM.

12 APRIL 2011 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:59

Lees meer over:
diversificatie

In 2010 werden 11,3 procent meer hoeveproducten verkocht op boerenmarkten. Hoeveverkoop kon de sterke lijn van 2008 en 2009 - toen de crisis de Belg naar de korte keten leidde - niet doortrekken (-8,5%). Groenten, fruit en aardappelen blijven de meest aangekochte producten op de hoeve en op boerenmarkten. Dit blijkt uit onderzoek dat GfK Panel Services Benelux uitvoerde in opdracht van VLAM.
De korte keten omvat meer dan enkel boerenmarkten en hoeveverkooppunten. Hoeveverkoop neemt met bijna 80 procent van de omzet van de korte keten wel het leeuwenaandeel in. Maar hoeveproducten worden steeds vaker verkocht via voedselteams, groenteabonnementen, automaten, zelfpluk, enz. Gegevens van deze alternatieve kanalen maken geen deel uit van het GfK-onderzoek.
De ‘back to basics’-trend, inclusief de aandacht voor de natuurlijke cyclus van de seizoenen en de zoektocht naar regionale producten, zet de consument aan om op de hoeve te kopen. Naast het directe contact met de boer, de versheid en de meerwaardebeleving, biedt de hoeve meestal ook een prijsvoordeel. De prijzen op de hoeve liggen 20 procent lager dan gemiddeld. Dit prijsverschil is over de jaren heen vrij stabiel, maar verschilt sterk van product tot product. De hoeve is voor aardappelen bijvoorbeeld het goedkoopste aankoopkanaal.

De rechtstreekse verkoop van verse voeding op de hoeve en de verkoop via boerenmarkten in België was vorig jaar goed voor ruim 126 miljoen euro. Vlaanderen neemt driekwart van de totale omzet voor zijn rekening. Hoeveverkoop viel terug met 8,5 procent ten voordele van de hard discount. Boerenmarkten bleven het wel goed doen en kennen een continue groei. De stijgende verkoop op de boerenmarkten kon het verlies van de hoeveverkoop niet volledig compenseren waardoor de totale rechtstreekse verkoop daalde met 5,2 procent. “De economische crisis en de ‘back to basics’-trend zorgden in 2008 en begin 2009 voor een boost van de omzet van de korte keten”, verklaart VLAM de terugval in 2010.
Zo’n 17 procent van de Belgische gezinnen kocht in 2010 minstens één keer voedingsproducten op de hoeve. In Vlaanderen kopen gevoelig meer mensen op de hoeve, namelijk 21 op honderd. Het aantal kopers op de hoeve is weliswaar gedaald, maar de overgebleven kopers gingen wel iets vaker naar de hoeve, zo’n 8,4 keer per jaar. Het gemiddelde bestede bedrag per gezin steeg van 130 naar 133 euro. Het gemiddelde bedrag per aankoop bedroeg net geen 16 euro. Aardappelen zijn het meest in trek.
Met een omzet van 75 procent van het totaal, is hoeveverkoop in Vlaanderen relatief belangrijker. Hoeveverkoop daalde bij ons met slechts 5,2 procent, terwijl de verkoop op de boerenmarkt met 10 procent steeg waardoor de rechtstreekse verkoop maar met 2,7 procent achteruit ging. Niet alleen kopen er meer Vlaamse gezinnen op de hoeve, ze spenderen er ook meer dan Waalse of Brusselse gezinnen, namelijk ruim 142 euro op jaarbasis (of 17,2 euro per aankoop).
Aardappelen, groenten en fruit zijn veruit de belangrijkste productcategorieën binnen de hoeveverkoop. Zij hebben een aandeel van 56 procent in de Belgische omzet van hoeveverkoop. In Vlaanderen is deze categorie voedingsmiddelen zelfs goed voor bijna 64 procent van de omzet. Aardappelen, groenten en fruit winnen nog aan belang, maar de omzet van vlees is met 13,8 procent niet onbelangrijk, al boet het wel aan belang in. Daarna volgen zuivel (9%), gevogelte/wild (6,1%) en eieren (6%).
Op de totale besteding op de hoeve is 11 procent van biologische origine. Dit is beduidend hoger dan het gemiddelde marktaandeel van biologische voeding (1,8%). Voor zuivel loopt het bio-aandeel op de hoeve zelfs op tot 16 procent. In het algemeen neemt hoeveverkoop slechts 0,42 procent in van de totale voedingsomzet. In Vlaanderen is de hoeve met een marktaandeel van 0,57 procent iets belangrijker als verkooppunt. Per categorie zijn er wel grote verschillen. Zo haalt de hoeve voor aardappelen het hoogste marktaandeel binnen de totale distributie, namelijk 4,2 procent. In Vlaanderen is dit zelfs zes procent. Eieren komen op de tweede plaats met

een aandeel van 3,2 procent, dat weliswaar daalt. Nadien volgen groenten en fruit met elk 1,3 procent.

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 |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen
Crafted by Brigada