nieuws

"Hoeveverkoop heeft toekomst"

nieuws

Hoewel de consument doorgaans de supermarkt boven een boerderijwinkel verkiest, zien onderzoekers van de Nederlandse Wageningen Universiteit toch toekomst voor boerderijwinkels. Boeren kunnen consumenten verleiden tot meer aankopen door het assortiment uit te breiden en door beter bereikbaar te zijn.

9 JULI 2010 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:55

Lees meer over:
diversificatie
consument

Hoewel de consument doorgaans de supermarkt boven een boerderijwinkel verkiest, zien onderzoekers van de Nederlandse Wageningen Universiteit toch toekomst voor boerderijwinkels. Boeren kunnen consumenten verleiden tot meer aankopen door het assortiment uit te breiden en door beter bereikbaar te zijn. Ook samenwerking met de plaatselijke supermarkt zou de verkoop kunnen stimuleren.
De laatste jaren neemt hoeveverkoop steeds professionelere vormen aan. Uit onderzoek van de universiteit van Wageningen blijkt dat consumenten positief staan tegenover het kopen van producten op de boerderij. Toch beschouwen ze winkelen in de supermarkt als gemakkelijk en dichterbij. Dit is volgens de onderzoekers de reden waarom het aantal aankopen in hoevewinkels nog beperkt is.
De voordelen van een hoevewinkel tegenover de supermarkt zijn kennis van zaken, betrouwbaarheid, klantvriendelijkheid, smaakvolle producten en genieten. Groenten, fruit, eieren en aardappelen worden in Nederland het vaakst gekocht op de hoeve. De belangrijkste aankoopmotieven zijn prijs, smaak en kwaliteit. Ook ‘vers’ en ‘lekker’ zijn belangrijke pluspunten. Afstand en tijdgebrek zijn de grootste drempels voor het kopen op een boerderij.
Het bezoek aan een landbouwbedrijf is voor veel mensen belangrijker dan de manier (biologisch of niet-biologisch) waarop geproduceerd wordt. Consumenten vinden het

belangrijk om zowel de dieren te zien als de boer of boerin. Bovendien stellen ze graag met eigen ogen vast hoe voedsel wordt gemaakt. Een hoeve wordt vaak gezien als een authentieke en veilige omgeving.
Om de hoeveverkoop te stimuleren, stellen de onderzoekers voor om een aantal acties te ondernemen. Zo kunnen landbouwers hun bestaande klanten tevreden houden door het productaanbod uit te breiden of door meer producten in voorraad te hebben. Het tonen van dieren, klantgerichtheid en transparantie van het productieproces en de producten zelf zijn belangrijke aandachtspunten.
Hoeveverkopers moeten hun aanbod ook promoten als aanvullend op de supermarkt. Samen met een plaatselijke supermarkt strategieën ontwikkelen om een win-winsituatie te creëren, is een mogelijkheid. Land- en tuinbouwers moeten er zich ook van bewust zijn dat biologisch niet hét argument is voor de klant. Dierenwelzijn, milieuvriendelijkheid, klantvriendelijkheid en smaak wegen veel zwaarder door.
Tot slot raden de onderzoekers ook aan dat hoeveverkopers achterhalen wat de consument als belemmering ervaart om de hoevewinkel te bezoeken zodat die belemmeringen weggenomen kunnen worden. Ook een betere bereikbaarheid is een belangrijk aandachtspunt zodat de frequentie van het kopen op de hoeve omhoog kan gaan.
Meer informatie: 'Food op de boerderij. Consumentenonderzoek naar bedrijfsbezoeken en koopgedrag in de boerderijwinkel'

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

𝕏 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