nieuws

Aardappel doet omzet hoeveverkoop groeien

nieuws

Doordat vorig jaar meer mensen verse aardappelen kochten in de hoevewinkel is de omzet van de hoeveverkoop in ons land licht toegenomen. De boerenmarkten deden het met een omzetdaling van 6,5 procent opvallend minder goed. De rechtstreekse verkoop was vorig jaar goed voor ruim 92 miljoen euro, waarvan er 82 miljoen op de hoeve werd gerealiseerd. De grootste omzetmaker op de hoeve en op de boerenmarkt is vlees met 26 procent van de omzet. Belangrijkste drijfveren om via de korte keten te kopen zijn het directe contact met de boer, de versheid, de meerwaardebeleving en het prijsvoordeel.

24 MEI 2016 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:35

Lees meer over:
consument
marketing



Doordat vorig jaar meer mensen verse aardappelen kochten in de hoevewinkel is de omzet van de hoeveverkoop in ons land licht toegenomen. De boerenmarkten deden het met een omzetdaling van 6,5 procent opvallend minder goed. De rechtstreekse verkoop was vorig jaar goed voor ruim 92 miljoen euro, waarvan er 82 miljoen op de hoeve werd gerealiseerd. De grootste omzetmaker op de hoeve en op de boerenmarkt is vlees met 26 procent van de omzet. Belangrijkste drijfveren om via de korte keten te kopen zijn het directe contact met de boer, de versheid, de meerwaardebeleving en het prijsvoordeel.

Steeds meer Belgen kopen hun verse voedingsproducten via de korte keten. Dat blijkt uit een Gfk-enquête in opdracht van het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM). Vooral Vlamingen vinden hun weg vlot naar de landbouwer: liefst 70 procent van de rechtstreekse verkopen situeert zich in Vlaanderen. Eén op de vijf Vlamingen koopt al eens in de korte keten. Dat is beduidend meer dan in de zuiderse landshelft, waar slechts één Waal op de tien klant is in de korte keten. De korte keten volgt de globale trend van een dalend aantal winkelbezoeken van de Belg. Zo daalt ook het aantal keer dat men op de hoeve en de boerenmarkt koopt, maar er wordt wel meer uitgegeven per keer.

De Belg koopt gemiddeld 9 keer op de hoeve of de boerenmarkt en hij besteedt er zo'n 116 euro. Dat is 0,5 procent meer dan vorig jaar. Deze stijging kwam volledig op het conto van het hoevekanaal (+1,5%), de boerenmarkten kenden een daling van 6,5 procent. De grootste omzetmaker op de hoeve en de boerenmarkt is vlees met 26 procent van de omzet, gevolgd door de agf-producten (aardappelen: 14%, groenten: 15% en fruit: 17%). In Vlaanderen is de agf-categorie relatief belangrijker dan in de rest van het land. De verkoop van aardappelen, fruit en groenten is in deze regio goed voor ruim de helft (55%) van de omzet op hoeve en boerenmarkten.

Het hoogste aantal hoevekopers vinden we bij aardappelen. 8 Belgische gezinnen op 100 kochten vorig jaar verse aardappelen op de hoeve. Ook fruit scoort, net zoals groenten, met 6 kopers op 100 hoog. Verder in het rijtje volgen eieren met 4, vlees met 3 en zuivel ook met 3 op 100. In Vlaanderen ligt het aantal kopers enkele eenheden hoger dan gemiddeld. Op de boerenmarkt zijn de agf-producten met fruit op kop de belangrijkste omzetmakers en is gevogelte belangrijker dan andere vleessoorten. Voor België wordt meer dan de helft van de omzet op de boerenmarkt gerealiseerd door de agf-categorie. In Vlaanderen is dit zelfs twee derde.
Het kerncliënteel van de hoeve bestaat vooral uit gepensioneerden. Samen met de welgestelde gezinnen met kinderen staan zij in voor ruim 60 procent van de hoeve-omzet. Ook de gezinnen met slechts één kostwinnaar worden belangrijkere klanten voor de hoeve. Op de hoeve koopt men ook vaker producten van biologische oorsprong dan in andere kanalen. 18 procent van de totale besteding op de hoeve gaat naar producten van biologische origine. Dit is beduidend hoger dan voor de totale voedingsmarkt, waar het marktaandeel van verse biologische voeding slechts 2 à 3 procent bedraagt.
Naast het directe contact met de boer, de versheid en de meerwaardebeleving, biedt de hoeve meestal ook een prijsvoordeel. Er zijn wel grote prijsverschillen tussen de verschillende producten. De hoeve is voor aardappelen bijvoorbeeld het goedkoopste aankoopkanaal. Ook voor vlees, groenten, fruit en melk liggen de prijzen op de hoeve op of onder het niveau van de supermarkt. Voor huisbereide zuivelproducten zoals yoghurt, ijs en kaas daarentegen is de hoeve duurder dan de supermarkt en zijn de prijzen vergelijkbaar met die van de speciaalzaak.
Naast hoevewinkels en boerenmarkten komen er steeds meer alternatieve verkooppunten bij. Daarom brengt VLAM ook de evolutie van de verschillende spelers in de korte keten in kaart. In mei 2015 noteerden de verschillende partners voor de eerste keer de grootte van hun netwerk, waardoor de evolutie van het klantenbestand de volgende jaren nauwkeurig zal kunnen worden opgevolgd. Op rechtvanbijdeboer.be, het korte ketenplatform van VLAM, worden 747 registraties geteld die via de zoekmachine terechtkunnen bij 1.457 verkooppunten. 35 boeren bieden groenteabonnementen aan, goed voor 357 afhaalpunten en 7.140 abonnees. Verder telt VLAM 40 CSA-boerderijen met 5.672 leden, 175 voedselteams met 3.130 leden, en 22 Boeren & Buren-teams die samen 12.719 leden hebben.

Beeld: VLAM

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