

“Korte keten als grootschalig businessmodel is moeilijk haalbaar”

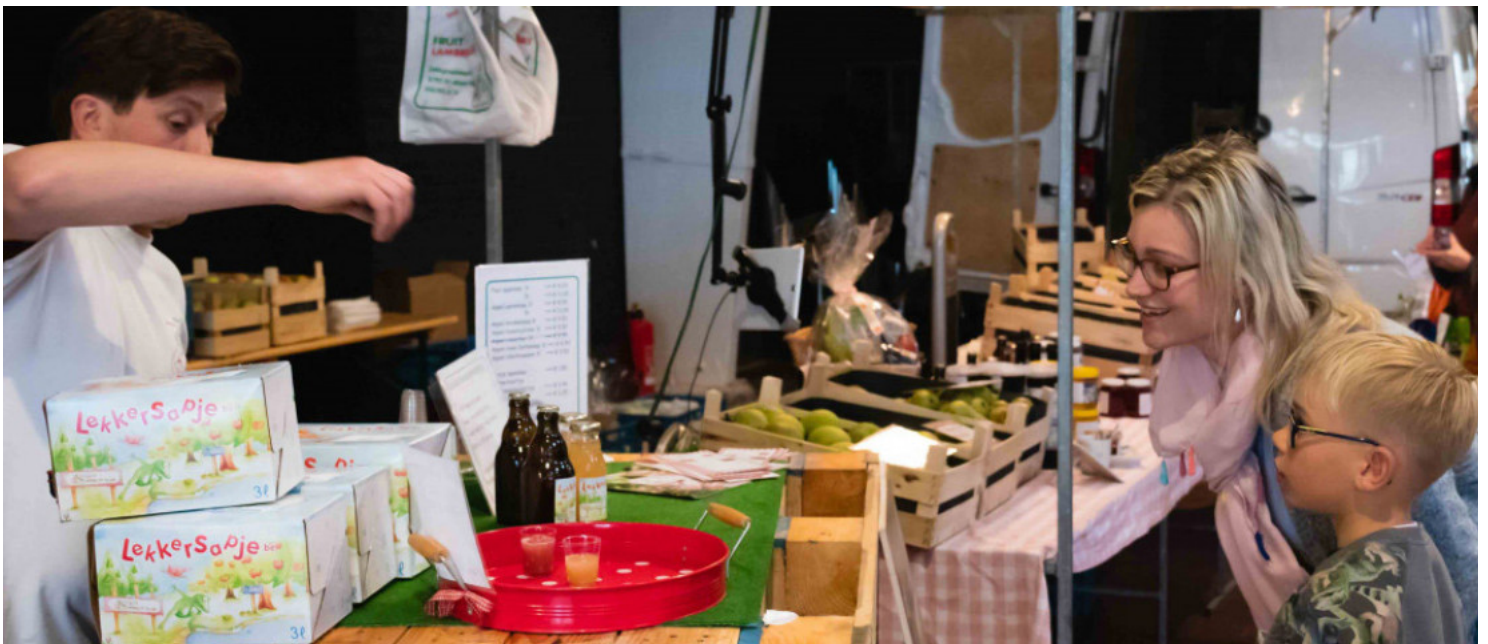
De marges in de korte keten zijn te klein voor een duurzaam, grootschalig businessmodel. Dat zegt Sjarel Buysschaert, medevennoot van vzw Lokaal dat het korteketen netwerk Lokaalmarkt beheert. Hij maakt deze conclusie nadat op een maand tijd drie filialen van de Lokaalmarkt de deuren sloten en het management beslist heeft om het project op een laag pitje te zetten. Buysschaert blikt in een interview terug op een roerige tijd waarbij positieve herinneringen bij hem domineren. “We hebben 50.000 consumenten een leuke tijd bezorgd en kennis van lokaal geproduceerde voeding bijgebracht.”

🕒 5 JULI 2022 – LAATST BIJGEWERKT OM 5 JULI 2022 17:05

Lees meer over:

[korte keten](#)

[lokaal](#)



Na een flitsende start in 2016, waarna er op het hoogtepunt wekelijks 8 Lokaalmarkten in Vlaanderen plaatsvonden, is er aan het korteketenproject een einde gekomen. Alhoewel de markt in Heule blijft voortbestaan, heeft de overkoepelende vzw Lokaal besloten het project niet langer proactief verder te zetten.

Laten we bij het begin beginnen. Waarom zijn jullie opgestart en hoe verliep de aanvankelijke ontwikkeling?

We zijn in 2016 als een groep vrienden, waaronder ik en boerenzoon Bert Destoop, begonnen met een boerenmarkt in Deerlijk. Met een gezonde portie idealisme, ons motto was: lokale voeding als sleutel voor een duurzame toekomst. Wij wilden zonder veel poespas lokale, ambachtelijke boeren bijeenzetten en in contact brengen met de consument. De start verliep zeer goed met veel interesse van het publiek en boeren. Het was aanvankelijk trouwens helemaal niet het plan om er een business van de maken.



Bert Destoop en Sjarel Buysschaert, grondleggers van het korteketenconcept Lokaalmarkt

Wanneer is de professionaliseringsslag ingezet?

Dat veranderde toen de stad Roeselare ons benaderde om een soortgelijke markt op de zetten in een leegstaande kerk in de stad. Vanaf dat moment zijn we er een businessmodel in gaan zien en zijn we gaan professionaliseren om het comfort van klanten en boeren te vergroten. Zo hebben we een betalingssysteem opgezet voor mensen die met de kaart wilden betalen en zijn we ook begonnen met een online bestelsysteem en afhaalpunt voor mensen die niet in staat waren om fysiek naar de markt te komen. Ons concept ging overigens breder dan alleen het samenbrengen van boer en consument. Met een bar en een kinderatelier wilden we extra beleving creëren voor de bezoekers.

Jullie breidden snel uit. Kun je de groei schetsen en verklaren?

De eerste jaren liepen erg goed. Er kwam veel volk langs en op een gegeven moment waren er 8 verschillende Lokaalmarkten in Oost-Vlaanderen, West-Vlaanderen en Antwerpen. Gezamenlijk trokken de markten wekelijks een paar 1.000 klanten. Gemiddeld stonden er een 15-tal boeren met een uitgebreid aanbod variërend van zuivel, tot brood, vlees, groente en fruit. Bezoekers konden op de markt voor zeker 80 procent van hun voedingsbehoeften terecht. Voor een banaan of pasta of rijst moesten ze nog wel aanvullend naar een supermarkt.



Wat is er dan misgegaan?

Toen wij net aan het opschalen waren, sloeg corona toe en moesten we dicht. Na verloop van tijd mocht de markt weer open, maar de bar en het kinderatelier niet. Omdat hierdoor de beleving weg viel – de helft van ons concept – liep het bezoek sterk terug. De schwing die voor corona was ontstaan, was helemaal weg. Hierdoor haakten ook sommige boeren af en kwamen we in een vicieuze cirkel terecht. Niet overal trouwens. Sommige markten bleven het wel behoorlijk doen.

Nu is corona voorbij.

Inderdaad, maar wij zijn er niet in geslaagd de schwing terug te brengen en mensen naar de markten te lokken.

Hoe komt dat? Corona heeft toch juist een boost gegeven aan de korte keten en lokale voeding?

Corona heeft inderdaad een grotere interesse in gezonde en lokale voeding teweeggebracht. In de eerste maanden na de uitbraak van de pandemie boemde ook ons bestelsysteem. Ruim twee jaar na datum is er van het veranderde consumptiepatroon van de burgers echter weinig over. De interesse in lokale productie ligt op het niveau van voor corona, zo niet lager. Misschien ook omdat mensen lange tijd thuisgezeten hebben, dat ze er nu op uit willen. “Het redden van de planeet komt later wel, nu ben eerst ik aan de beurt.” Dat is een beetje het motto van de consument op dit moment.

Zijn er geen andere redenen waarom het concept niet aansloeg?

In de beginfase was lokaal echt ons thema en dat van concullega's als Voedselteams en Boeren en Buren. Na verloop van tijd kwamen hier echter de supermarkten bij. Deze zijn lokaal voedsel ook centraal gaan zetten en speelden hier met hun marketingssysteem op in. Dat heeft ons veel klanten gekost, klanten die de supermarkt prefereerden omdat deze zogenaamd ook lokale producten hadden en waar ze daarnaast ook de rest van hun producten konden kopen.

“**Wij waren de eerste met een lokaal aanbod. Later kwamen hier de supermarkten bij, die lokaal voedsel ook centraal stelden en hierop in speelden met hun marketing. Dat heeft ons veel klanten gekost**

Sjarel Buysschaert - grondlegger Lokaalmarkt

Wat heeft je uiteindelijk doen besluiten om te stoppen?

De nekslag was de sluiting van drie filialen in juni. Dat begon met het filiaal in Gentbrugge, ons best lopende filiaal. De franchisehouders besloten een maand geleden op eigen benen verder te gaan. Daarnaast speelden er vestigingsproblemen in Antwerpen en Roeselare waar we niet op de bestaande locatie verder konden. De markt in Roeselare liep behoorlijk waardoor we nog wel naar alternatieven hebben gekeken, maar dat is niet gelukt. De markt in Antwerpen liep niet goed, waardoor we daar niet verder hebben gekeken. De sluiting van deze drie filialen betekende eigenlijk het einde van Lokaalmarkt. Er is nog een markt over in Heule die door een groep vrienden onder franchise gerund wordt. Zij blijven onze ondersteuning krijgen. Maar daarnaast zullen we niet meer actief nieuwe vestigingen openen.

Kun je zeggen dat jullie concept mislukt is?

We hadden ooit acht filialen en nu nog maar één. Dan kan je moeilijk zeggen dat het een succesverhaal was. Al hebben we wel impact gehad en veel mensen bewust gemaakt van lokale voeding. Heel wat mensen geven ook aan dat ze via ons de weg naar de lokale boer teruggevonden hebben.

“**Als je kijkt naar de maximale prijs die consumenten willen betalen dan is er weinig marge. Deze marge staat het niet toe om een professionele schakel tussen de artisanale boer en consument te hebben**

Sjarel Buysschaert - grondlegger Lokaalmarkt

Bewijst jullie verhaal de grenzen van de korteketenverkoop? Zie jij überhaupt mogelijkheden voor dergelijke concepten?

Ik zie zeker kansen voor de korte keten, maar ik denk dat we moeten accepteren dat dit gefragmenteerd en kleinschalig is. Boerderijwinkels zullen perfect mogelijk zijn en een periodieke boerenmarkt in combinatie met eventueel een kermis bijvoorbeeld ook. Korte keten als een grootschalig professioneel businessmodel is een ander verhaal. Dat zie ik niet voor mij.

Waarom niet?

De productiekosten voor lokale, artisanale boeren liggen hoog. Als je kijkt naar de maximale prijs die consumenten willen betalen – ik neem als richtsnoer altijd de Colruytprijzen plus 20 à 30 procent – dan is er weinig marge. Deze marge staat het niet toe om een professionele schakel tussen producent en consument te hebben. En dat is wel nodig als je het concept grootschalig wil uitrollen en er ook nog een boterham aan wil verdienen. Ik baseer deze mening niet alleen op ons verhaal. Ook buiten ons zie ik nergens een grootschalig korteketenconcept dat echt succesvol is, ook niet in de ons omringende landen.



Hoeveel marge namen jullie?

Wij namen een commissie van 18,86 procent op de verkoop. Daarvan moesten wij alle kosten betalen: de huur van het gebouw, ontwikkelingskosten van betalingssysteem en afhaal- en bestelsysteem, de man of vrouw achter de kassa, de marketing, enz. Deze commissie werden door de producenten vaak (deels) doorgerekend in hun verkoopprijs met het gevolg dat we door de consument als duur gepercipieerd werden.

Waren jullie duur?

Je moet onze prijzen met de kleinhandel vergelijken, niet met de supermarkten. Deze werken met partijen die op industriële schaal produceren en verwerken en die tegen lagere prijzen kunnen leveren dan ambachtelijke boeren. Daardoor lag de prijs in de supermarkt inderdaad lager. Maar je kunt de producten niet met elkaar vergelijken.

Hoe kijk je terug en welke conclusies trek je voor jezelf?

Mijn conclusie is dat een professioneel, grootschalig korteketenconcept zeer moeilijk, zo niet onmogelijk, te realiseren is. Ondanks het mislukken van ons project, overheersen bij ons positieve gevoelens. Het was een zeer leerzaam proces waarbij het enige tijd wel zeer goed ging en we uiteindelijk

tienduizenden mensen een leuke tijd hebben bezorgd en dichterbij de voedselproductie hebben gebracht. Deze herinneringen zal ik altijd blijven koesteren.

“**Ondanks het mislukken van ons project, overheersen bij ons positieve gevoelens. Het was een zeer leerzaam proces waarbij we tienduizenden mensen dichterbij voedselproductie hebben gebracht**

Sjarel Buysschaert - grondlegger Lokaalmarkt

En nu?

Lokaal zal de overgebleven markt in Heule blijven ondersteunen. Daarnaast zal de vzw zeker niet ophouden te bestaan. We baten ook het online bestelplatform deeleenkoe.be uit. Daar kunnen mensen online een deel van een koe of ander dier bestellen en dat loopt goed. Hier gaat mijn medevenoot Bert Destoop mee verder. Zelf ga ik op zoek naar een andere uitdaging.



Uitgelicht

Na forse inkrimping blijft er nog maar een filiaal over van Lokaalmarkt

nieuws

Lokaalmarkt, dat een aantal indoor boerenmarkten uitbaat in Vlaanderen, stopt ermee. De organisatie startte in 2008 met 9 filialen. Door corona stopten er een aantal en de laa...

🕒 24 JUNI 2022

[Lees meer](#)

Bron: Eigen berichtgeving

VILT vzw

Koning Albert II Laan 35
1000 Brussel
Belgium

Contact

T • 0473 59 41 39
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 twitter page: https://twitter.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>

© 2024 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)
[Copyright](#)
[Cookie Policy](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)