

Korte keten zit in de lift

nieuws

De coronacrisis zet veel Vlamingen aan om de eigen buurt te (her)ontdekken en vers voedsel aan te kopen in de korte keten. 67 procent van de producenten in de korte keten zegt nu een hogere omzet te draaien dan normaal, maar dat resultaat kwam er niet vanzelf. Ruim de helft van de producenten deed hiervoor ook extra inspanningen. Dit blijkt uit onderzoek dat VLAM, Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing vzw, uitvoerde bij producenten en klanten van de korte keten.

19 MEI 2020 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:54



De coronacrisis zet veel Vlamingen aan om de eigen buurt te (her)ontdekken en vers voedsel aan te kopen in de korte keten. 67 procent van de producenten in de korte keten zegt nu een hogere omzet te draaien dan normaal, maar dat resultaat kwam er niet vanzelf. Ruim de helft van de producenten deed hiervoor ook extra inspanningen. Dit blijkt uit onderzoek dat VLAM, Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing vzw, uitvoerde bij producenten en klanten van de korte keten.

De coronacrisis heeft een grote invloed op het koop- en kookgedrag van de Vlaming. De Vlaming is verplicht om zelf zijn potje te koken en koopt meer voeding aan. Niet alleen voedingswinkels zien hun omzet stijgen, ook de producenten in de korte keten. In week 12 en 13, ná de hamsterweek bij de aankondiging van de lockdown, steeg de omzet in de korte keten met 29 procent. Het aantal klantenbezoeken nam ook toe, terwijl de supermarkten net minder winkelbezoeken tellen per klant maar wel meer aankopen per winkelbeurt.

Uit een bevraging die VLAM organiseerde bij producenten in de korte keten blijkt bovendien dat 67 procent zegt nu een hogere omzet te draaien (40% spreekt over een omzetsijging van meer dan 20%). Daarnaast merkt 31 procent dat de meeste vaste klanten nu vaker kopen dan normaal (tegenover 16% die stelt de meeste vaste klanten nu minder vaak kopen) en 83 procent zegt nu meer nieuwe klanten te hebben dan normaal. Opvallend is dat vooral boeren die groenten, fruit, aardappelen of eieren verkopen, beduidend positievere cijfers halen.

Deze gunstige resultaten kwamen er niet vanzelf. Ruim de helft van de producenten heeft extra inspanningen gedaan. Zo zetten ze 50 procent meer in op meer communicatie en reclame via onder meer Facebook, mailings, overkoepelende initiatieven, straatborden, flyers, 1 op 4 hanteerde ook ruimere openingsuren, thuislevering, afhalingen, op afspraak, ... en 18 procent zette extra kanalen in zoals online verkoop, via een automaat of op bestelling.

Misvattingen ontkracht

De producenten verloren een deel van hun gewone cliënteel: klanten op (boeren)markt(en) of die verder weg wonen, horeca, scholen en bedrijven. Maar tegelijk kwamen er ook nieuwe klanten bij zoals consumenten die de lokale boer willen steunen, winkelbezoeken willen vermijden en in eigen buurt willen kopen. De ervaringen van de nieuwe kopers waren positief, namen aankoopdrempels weg en ontkrachten enkele misvattingen die heersen over korte keten.

Zo denken velen dat het assortiment klein is of dat de openingsuren beperkt zijn, terwijl er vaak ook automaten 24/24 beschikbaar zijn. Vaak heerst ook de perceptie dat korte ketenproducten duurder zijn, maar dit is niet altijd het geval en is sterk afhankelijk van het product. Ten slotte denken veel mensen dat ze er enkel cash kunnen betalen, terwijl alternatieve betaalwijzen ondertussen goed ingeburgerd zijn.

70 miljoen omzet in 2019

Eén op de vijf Vlamingen kocht vorig jaar al eens op de hoeve en/of de boerenmarkt en hij deed dit gemiddeld 9 keer over heel het jaar. In 2019 bedroeg de omzet van de rechtstreekse verkoop op de hoeve en de boerenmarkten 70 miljoen euro in Vlaanderen.

De grootste omzetmakers in de korte keten waren groenten en fruit (35%), gevolgd door vlees (22%), aardappelen (14%), zuivel (11%) en bloemen en planten (6%).

Vele vormen van korte keten

Korte keten kent heel wat aanbodsvormen. De meest gekende zijn hoevewinkels en boerenmarkten maar korte keten omvat ook automaten op de hoeve, buurderijen (Boeren & Buren), groenteabbonementen, zelfpluktuinen, CSA-initiatieven en voedselteams.

Waarom kopen in de korte keten?

De consument heeft een positief gevoel over korte keten omwille van de kwalitatieve producten, de winkelbeleving en duurzaamheid. Hij wil ook de lokale boer steunen en minder voedselkilometers afleggen. Voor een aantal producten ervaart hij ook een prijsvoordeel. De hoeve is het goedkoopste aankoopkanaal voor aardappelen. Voor groenten, fruit en onbewerkt vlees zijn de prijzen op de hoeve vergelijkbaar met de prijzen van de supermarkt. Voor vleesbereidingen en huisbereide zuivelproducten zoals yoghurt, ijs en kaas daarentegen is de hoeve duurder dan de supermarkt en zijn de prijzen vergelijkbaar met die van een speciaalzaak.

Meer info en verkooppunten in je buurt vind je op www.rechtvanbijdeboer.be.

Bron: Eigen verslaggeving

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](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)