duiding

Logistiek korte keten

duiding

Lokaal product zkt lokale consument

22 SEPTEMBER 2014 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:53



De wereld is een dorp, zo luidt de welbekende boutade. En dat geldt meer dan ooit voor onze voedselvoorziening. Op de etiketten van de producten in ons winkelkarretje staan vlagjes uit alle mogelijke windstreken. Maar de hoorn des overvloeds heeft ook een keerzijde. Boeren worden blootgesteld aan een ongenadige internationale prijzenslag, en de vele voedselkilometers en het verpakkingsafval zorgen voor heel wat schadelijke CO2-uitstoot. Steeds meer wordt daarom - ook in Vlaanderen - gezocht naar duurzame, lokale afzetsystemen met een rechtstreekse relatie tussen de producent en de consument.
Lokale afzetsystemen zijn terug van nooit helemaal weggeweest: steeds meer boeren doen aan verbreding - een topprioriteit voor kersvers landbouwminister Joke Schauvliege - en experimenteren met hoevewinkels, voedselteams, boerenmarkten, een automaat, een zelfpluktuin of een groenteabonnement. In het korte ketenverhaal bepaalt de landbouwer zelf zijn prijs, zijn productiemethode en zijn aanbod. Hij probeert zijn producten aan de man te brengen via zo weinig mogelijk tussenschakels, waardoor niet alleen de betrokkenheid van de consument vergroot, maar je als boer ook meer ruimte krijgt in je prijszetting. Dat je klanten ook je buren zijn, zorgt voor een sterke lokale verankering van je product.

Maar hoe begin je er aan? We legden ons oor te luister bij Gunter en Hilde Roes, fruittelers met tien jaar korte ketenervaring. Sinds drie generaties telen ze appels en peren in Oud-Turnhout: vers fruit dat rechtstreeks aan de consument word verkocht. In hun smaakvol ingerichte winkel vind je overigens ook tomaten, aardappelen, vruchtensappen en confituur van naburige collega-telers. Wat bracht hen ertoe hun bedrijfsmodel om te gooien? Alles begon met een buurman die aanbelde met de vraag of hij geen zakje appels kon kopen, zo blijkt.

"Dat heeft ons aan het denken gezet", legt Hilde uit. "We zijn heel eenvoudig begonnen, met een deeltje van onze oogst apart te verkopen. Daarna zijn we appelsap beginnen persen en ook producten van bevriende telers uit de buurt gaan verkopen. Vandaag zijn we vooral bezig met de ontwikkeling van nieuwe producten: we hebben rode bessen en kersen aangeplant om combinatiesappen te maken." Verder maakt het bedrijf ook honderden schoolkinderen wegwijs in de wondere wereld van de bloesemende fruitbomen. "Sinds dit jaar hebben we zelfs een mascotte in een appelkostuum."
shop-Roes_gevilt_appelenRoes.jpg
"Eerst deed ik zelf de winkel", schetst Hilde de evolutie die het bedrijf doormaakte. "Toen dat te druk werd, hebben we iemand aangenomen. Tegenwoordig werk ik meer achter de schermen: het overzicht behouden. Zeker wanneer het plukseizoen eraan komt, is er heel wat sturing en organisatie nodig. Dat de combinatie met een normaal gezinsleven niet evident is, hoeft niet te verwonderen. We zijn van maandag tot zaterdag open, en zeker toen ik dat allemaal zelf deed, was het een hele uitdaging om onze korte ketenverkoop te combineren met het gezinsleven."

Een collectieve oplossing

De appels en peren van Gunter en Hilde worden niet alleen aan particulieren verkocht. Ook lokale horeca, scholen, jeugdverenigingen en kindercrèches smullen mee van deze gezonde streekproducten. De teler krijgt zo erkenning van zijn buren, dorps- en streekgenoten, die op hun beurt zeker zijn van de afkomst en de kwaliteit van hun product. Maar hoe organiseer je zo'n netwerk in de praktijk? Hoe krijg je relatief kleine hoeveelheden appels, peren en afgeleide producten op de meest efficiënte manier bij je klant?

"Het zit zo: hier in de Antwerpse Kempen waren er verschillende producenten die rechtstreeks verkochten aan de consument, maar ook aan lokale handelaars en horecazaken", legt Gunter uit. "We merkten dat de ene soms een halve dag na de andere op dezelfde plaats leverde, en dus hebben we de koppen bij elkaar gestoken en met de hulp van het Innovatiesteunpunt nagedacht hoe we dat efficiënter konden organiseren. Uiteindelijk hebben we met vijf producenten (geitenboerderij De Polle, akkerbouwbedrijf Franken Agro, zuivelbedrijf De Ploeg, de Wolkenhoeve, de Zwaluwhoeve en wijzelf) een zelfstandige distribiteur gevonden die de administratie en het transport voor z'n rekening neemt. Ondertussen kunnen wij ons volledig focussen op onze teelt."

roes-boomgaard_Gevilt_appelen Roes.jpg

Die zelfstandige distributeur is Distrego, een zelfstandig distributiebedrijfje opgericht door broer en zus Geert en Dorien Goris. "Dorien is zaakvoerder en neemt de administratie en de planning voor haar rekening via een op maat gemaakt computersysteem", legt Geert de taakverdeling uit. "Ik doe zelf het transport volgens het zogenaamde pick-and-drive systeem. Dat wil zeggen dat ik twee keer per week met onze koelwagen naar de bedrijven rijd om een lading verse producten op te halen. Dezelfde dag nog lever ik alles bij de klanten, zodat ik 's avonds eindig met een lege camionette. Sinds kort werken we ook samen met Bpost om de producten aan huis te leveren."

Samen sterk(er)

De logistiek van Distrego is op die manier perfect afgestemd op de specifieke kenmerken van het Distrikempen-initiatief en vormt de verbindende schakel tussen lokale producent en lokale consument. Een schoolvoorbeeld van logistiek maatwerk. Samenwerking blijkt daarbij het geheim tot succes, zo leert ons een rapport over logistiek in de korte keten dat de afdeling Monitoring en Studie van het Departement Landbouw en Visserij eerder dit jaar neerpende. Wat zijn de voordelen?

Je vermijdt overbodige logistieke kosten (zowel opslag als transport), je krijgt een betere beladingsgraad, je verhoogt de energie-efficiëntie, je creëert schaalvoordelen in de belevering van de klant, je verkort de doorlooptijd van een klantenorder, je kan je klanten vaker beleveren, je minimaliseert de transactiekosten, je bereikt samen makkelijker nieuwe klanten, je verbetert je marktpositie en er ontstaat een kennisplatform. Samenwerking kan horizontaal (met collega-boeren), of verticaal (met andere schakels in de keten).

De auteurs van het rapport onderzochten drie Vlaamse case-studies, consulteerden de (internationale) literatuur rond korte keten, en vonden verschillende succesfactoren voor samenwerking. Als de handen beginnen kriebelen en je samen met andere producenten een korte ketenverhaal uit de grond wil stampen, dan vertrek je best vanuit een organisatie- en businessmodel. Bepaal de doelstellingen en strategieën van het bedrijf, de sterktes en zwaktes, de ruimte voor innovatie, de vraag, de meerwaarde van je product. Heb daarbij aandacht voor kosten, middelen, communicatie en wettelijke beperkingen.

Roes-winkel_gevilt_appelen-Roes.jpg
Weet ook in welk actiegebied je aan de slag gaat: breng mogelijke producenten en klanten in kaart. Zoek ook strategische partners en werk samen of besteed uit, afhankelijk van wat jou en je initiatief het best uitkomt. Meet tenslotte de logistieke prestaties en stuur bij waar nodig: ga na waar welke activiteit plaatsvindt binnen de logistieke keten en of deze activiteit nuttig is en op de juiste plaats en manier verloopt. De rol van de overheid is volgens het rapport om een faciliterend kader te creëren en via gerichte subsidies jonge initiatieven levensvatbaar te maken.

Korte keten in de supermarkt?

De land- en tuinbouwers van DistriKempen tonen hoe het korte ketenverhaal tot een inspirerende samenwerking kan leiden. Maar lokale landbouwproducten kunnen ook via de traditionele kanalen tot bij de lokale consument geraken. In verschillende supermarktketens vind je deze dagen steeds meer producten die niet verder dan een paar kilometers van het winkelrek zijn geteeld of gekweekt. In een vestiging van supermarktketen Carrefour in Lier spraken we af met Dirk Nijs, regionaal manager lokale producten.

"Vandaag hebben we ongeveer 4.950 lokale producten in onze winkelrekken liggen, aangeleverd door 440 producenten. Die producenten zijn voorlopig voornamelijk afkomstig uit Wallonië, omdat we bij Carrefour in Vlaanderen eigenlijk pas eind 2013 gestart zijn met de korte ketenwerking. Carrefour beschikt over één van de grootste assortimenten lokale producten van België", aldus Nijs. Maar wat verstaat Carrefour precies onder lokaal product? "Een lokaal product is een product dat gemaakt wordt naar

aloude tradities en recepten. Ze komen meestal recht van de hoeve, waar ze vaak ook nog ter plaatse verkocht worden."

"Een producent mag maximum tien voltijdse equivalenten in dienst hebben", verfijnt Nijs de selectiecriteria. "De producten moeten ambachtelijk gemaakt worden, zonder additieven, in een straal van 40 kilometer rond de supermarkt waar ze verkocht worden. We beseffen dat de productie van dit soort producenten variabel kan zijn, en leggen geen afnameverplichting op. Als een product uitverkocht is, dan plaatsen we een bordje: 'dit product is tijdelijk uitverkocht, opnieuw verkrijgbaar vanaf...' En dat is eigenlijk net de charme van een lokaal product."

lokale-producten_gevilt_Carrefour.jpg
Maar verdient een boer niet meer als hij z'n product zelf verkoopt? "De verkoopprijs wordt door de producent bepaald", verzekert Nijs. "Zo garanderen we de producent dat zijn prijs gelijk is aan de prijs in de buurtwinkel. Carrefour zelf past die prijzen nooit zelf aan: we geven de producenten twee keer per jaar de mogelijkheid om zijn prijs aan te passen. Al onze leverings-, betaal- en verkoopsvoorwaarden worden met andere woorden aangepast aan de vraag van deze kleine producent."

Tussen de soep en de patatten
Hoe zit dat bij het fruitbedrijf van Gunter en Hilde Roes? Zorgt de korte keten voor meer inkomenszekerheid? "Toch wel", zegt Gunter. "De appelhandel is een wereldgebeuren geworden. Dat wil zeggen dat politieke (in)stabiliteit een grote invloed kan hebben op ons verkoopverhaal. Kijk maar naar de Rusland-crisis. Als je daarentegen lokaal en rechtstreeks aan de consument verkoopt, dan speelt dat veel minder en ben je dus minder kwetsbaar. Als je klant tevreden is, komt hij terug. Een tevreden klant is de beste zekerheid die een producent zich kan wensen."

"Bovendien is het korte ketenverhaal erg in trek deze dagen, en krijgen we een stevig duwtje in de rug van de Vlaamse overheid en de provincie", gaat Gunter verder, die enthousiastelingen met ideeën de raad geeft voor een professionele aanpak te kiezen. "Als je overweegt te starten: doe het niet tussen de soep en de patatten. Doe het niet zomaar als extraatje, maar benader het even professioneel als de hoofdactiviteit op je bedrijf. Het moet met andere woorden een weloverwogen beslissing zijn."

Eén ding is zeker: de consument houdt (steeds meer) van lokale producten. De jaarlijkse omzet van de korte keten in Vlaanderen bedraagt naar schatting 56 miljoen euro. Vlaanderen is relatief gezien belangrijker voor de rechtstreekse verkoop op de hoeve en de boerenmarkt dan de andere gewesten. Drie kwart van de nationale omzet wordt in Vlaanderen gerealiseerd. Ongeveer 1.200 producenten verkopen rechtstreeks aan de consument. Een op de vijf Vlaamse gezinnen koopt minstens één keer per jaar op de hoeve: het aantal bezoeken steeg in 2012 van 8,2 naar 10,1 keer op jaarbasis. Een gemiddeld kopend Vlaams gezin besteedde in 2012 104,3 euro op de hoeve.

In heel Europa worden in de eerste plaats groenten en fruit via de korte keten afgezet, gevolgd door dierlijke producten en zuivelproducten. De grote meerderheid van die korte ketenproductie is afkomstig uit de biologische landbouw. Ook in Vlaanderen brengt de meerderheid (44%) van de biologische landbouwers zijn producten aan de man via de korte keten. Thuisverkoop (inclusief automaten en website) is bij de biobedrijven veruit het meest populaire korte ketenkanaal met een aandeel van 63 procent, maar groenteabonnementen zijn aan een sterke inhaalbeweging bezig (78% omzettoename). Een weldoordachte inkorting van de voedselketen kan met andere woorden een interessante optie zijn voor de producent.
Meer weten over korte keten?
Bekijk Uitgespit op VILT TeeVee of op PlattelandsTv (deze week woe. om 12u30, vr. om 12u30 en 20u30, zo. om 14u30, 18u30 en 20u30 / volgende week di. om 18u30 en 20u30, do. en zat. om 20u30)

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