Reportage

Week van Korte Keten neemt frisse start tussen het hoeveijs

Reportage

De achtste editie van de Week van de Korte Keten is donderdag afgetrapt start bij Mili Hoevezuivel in Lokeren. Boeren Bavo en Isabelle De Cuyper-Vandenbroucke ontvingen diverse hoogwaardigheidsbeklederes op hun melkveebedrijf en hoevewinkel, waaronder Vlaams minister Jo Brouns (cd&v) en gedeputeerde voor Landbouw van provincie Oost-Vlaanderen Joke Schauvliege (cd&v). Er was veel reden om te vieren, want in heel Vlaanderen is de verkoop in korte keten fors toegenomen.

15 MEI 2025

Ruben De Keyzer

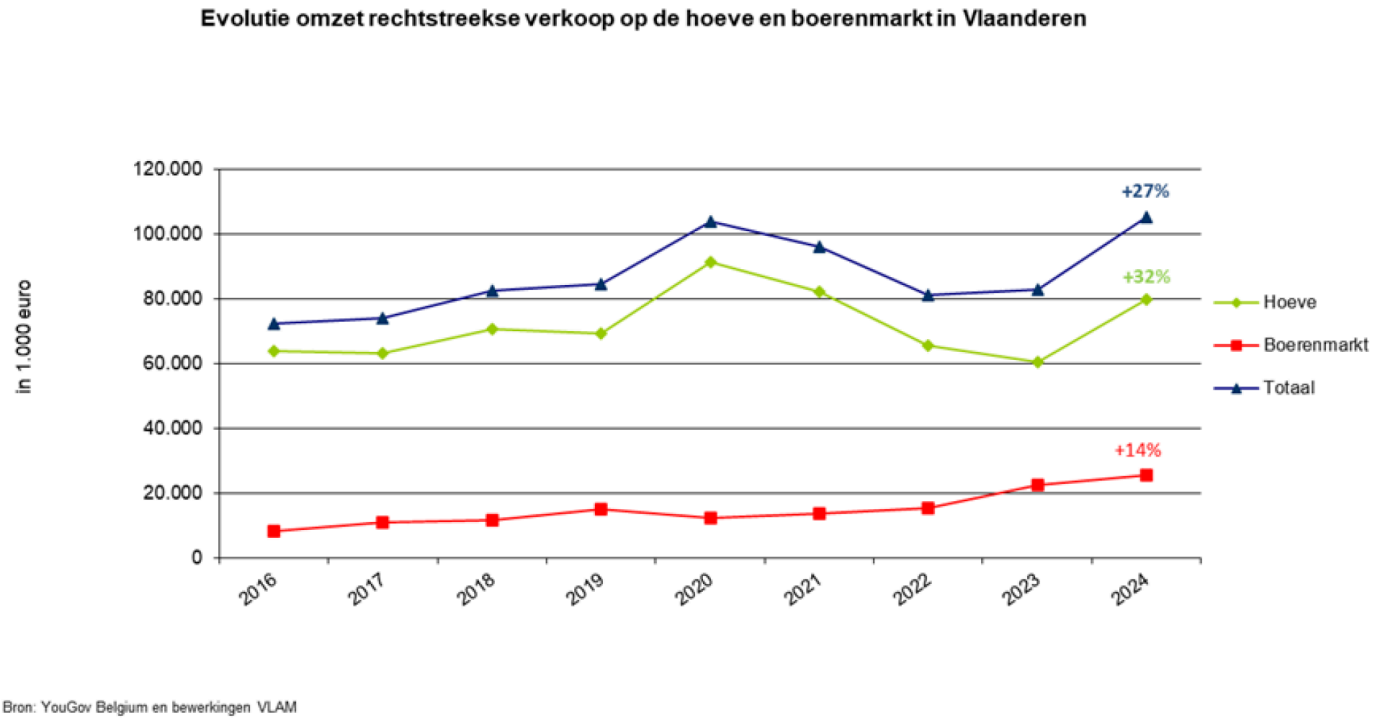
Lees meer over:
korte keten
VLAM
zuivel
melk
ijs
melkvee

De korte keten zit sterk in de lift: voor het eerst zijn de omzetcijfers hoger dan tijdens de coronaperiode. Tegenover 2023 zijn de omzetcijfers in 2024 voor de gehele korte keten met 27 procent gestegen. De verkoop op de hoeve is toegenomen met 32 procent, de verkoop op boerenmarkten met 14 procent. Het ziet er dus naar uit dat de sector zijn post-coronadip nu goed en wel verwerkt heeft. Dit blijkt uit marktonderzoek van YouGov en iVox in opdracht van VLAM.

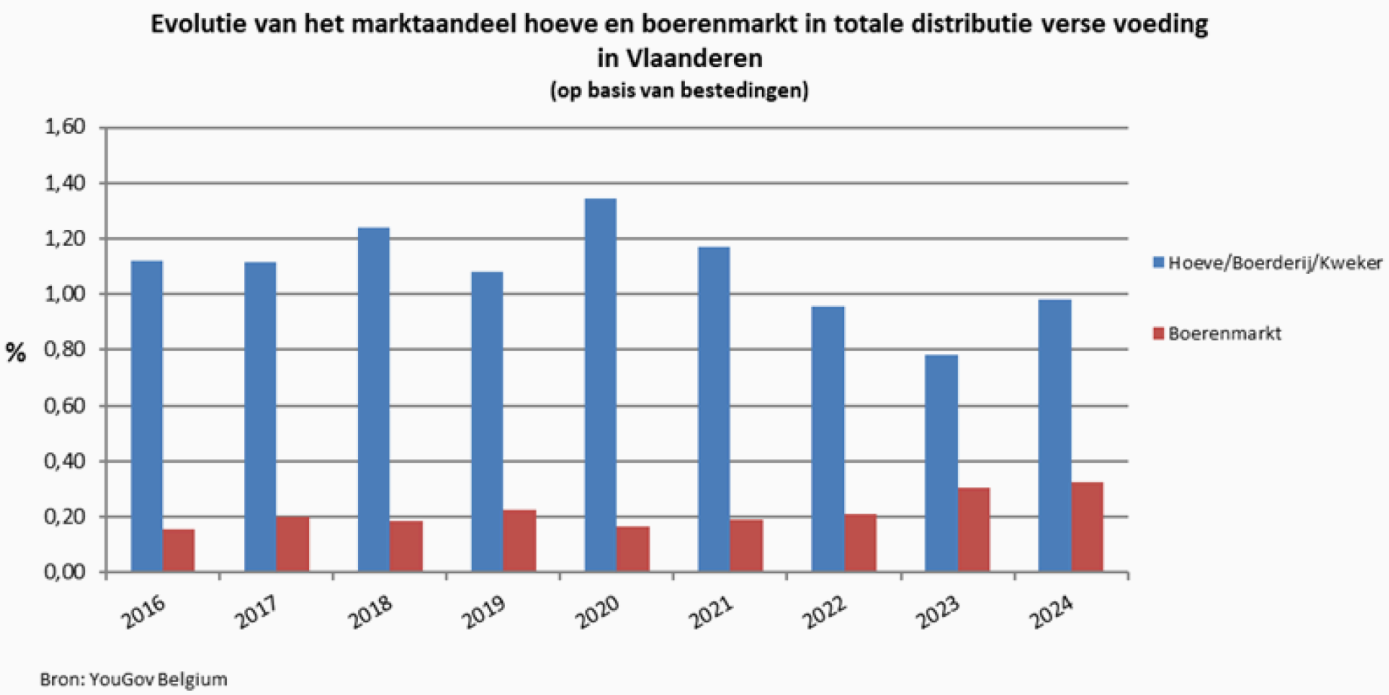
Korte keten in cijfers

Voor boeren gespecialiseerd in de korte keten roept coronajaar 2020 enigszins heimwee op. De horeca zat op slot, mensen zochten gezond en lokale voeding, en dus kenden de omzetcijfers toen een ongeziene piek. Die piek werd gevolgd door een forse terugval. Waar de omzet van de hoeveverkoop op één jaar tijd met een derde was gestegen, hernam de Vlaming in 2021 zijn oude gewoontes en viel de hoeveomzet terug. De voedselinflatie in 2022 en 2023 bracht de verkoop tot een aanzienlijk lager pitje: de Vlaming kocht meer bij de hard discount en koos vaker huismerken.
Die trend lijkt nu gebroken te zijn. In 2024 steeg de rechtstreekse verkoop op de hoeve met 32 procent en komt hiermee boven het niveau van vóór corona. De omzet van de boerenmarkten evolueert positief sinds 2021 (in 2020 waren boerenmarkten gedurende

bepaalde tijd verboden en zakte de omzet met 18%) en noteerde een stijging van 14 procent in 2024 tegenover 2023.

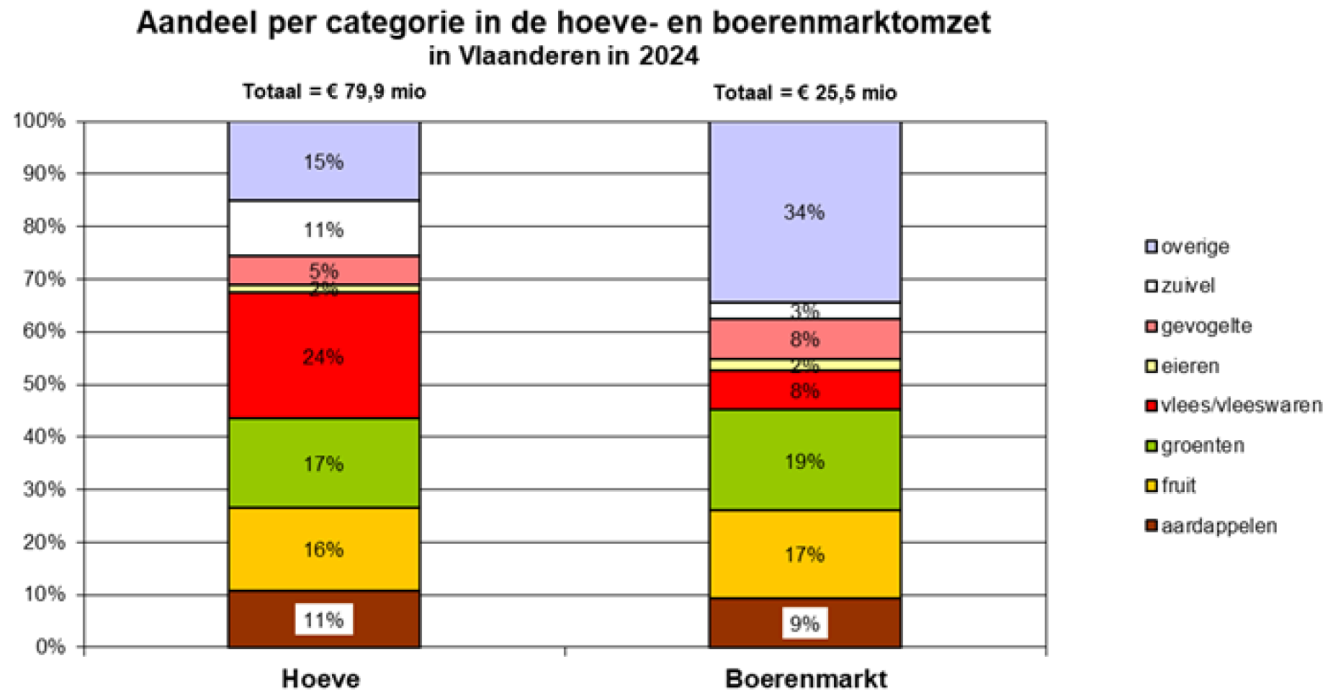


Bron: YouGov Belgium en bewerkingen VLAM



Bron: YouGov Belgium

Er werd gemiddeld vier euro meer besteed bij elk bezoek aan de hoevewinkel en de totale omzet van de hoeveverkoop nam toe met 32 procent. De boerenmarkten trokken meer kopers dan de voorgaande jaren en de omzet nam toe met 14 procent. Samen hadden de hoevewinkel en de boerenmarkt 1,3 procent van de distributie van verse voeding in Vlaanderen in handen in 2024.
Aardappelen, groenten en fruit maken meer dan 40 procent van de omzet van de hoevewinkel uit, op de boerenmarkt is dit zelfs 45 procent. Naast aardappelen zijn appelen, peren, asperges, grondwitloof, oesterzwammen, aardbeien, kersen en eieren toppers in de hoeveverkoop. Maar er wordt ook vlees en zuivel verkocht. Op de boerenmarkt is het aanbod van overige producten zoals vis, brood en wijn ook aanzienlijk en zorgen zij voor 34 procent van de omzet.

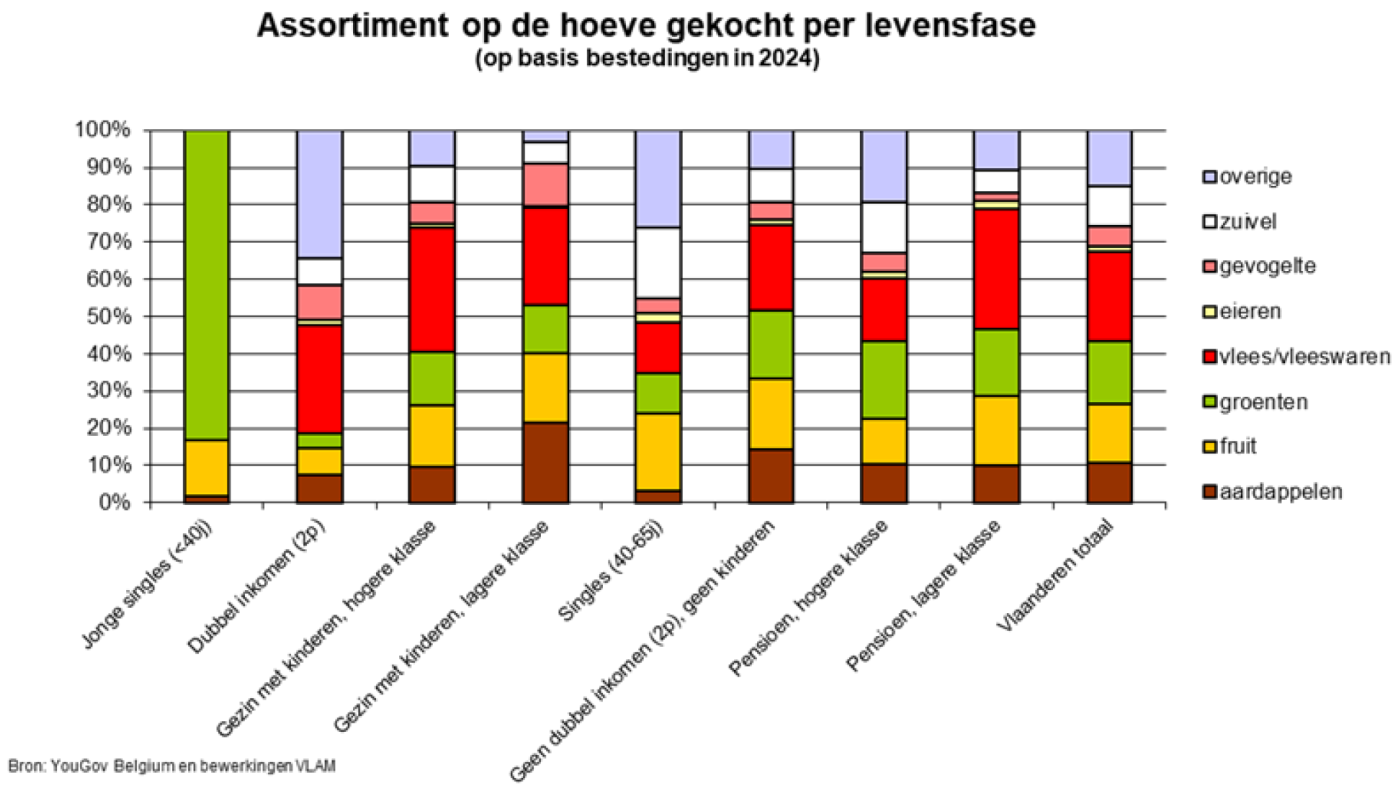


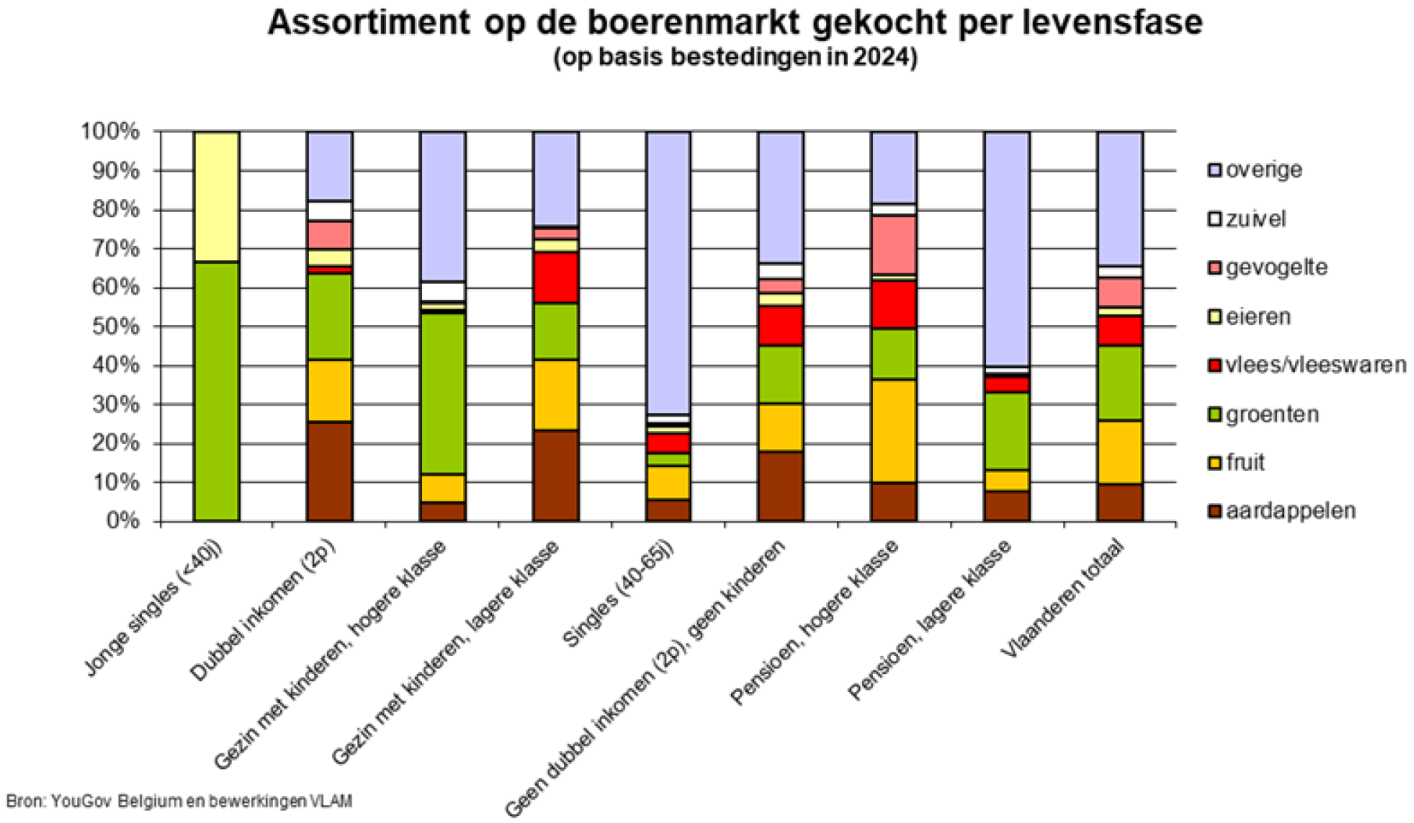
Bron: YouGov Belgium en bewerkingen VLAM

Het aantal kopers op de hoeve stabiliseerde zich in 2024, eveneens na een dalende trend, tot ongeveer één op de zeven Vlamingen. Nog weetjes:

- Bijna één product op drie is van biologische oorsprong.
- Het kerncliënteel van de hoeve bestaat uit gepensioneerden.
- Samen met de oudere koppels zonder kinderen en met één inkomen staan zij in voor 61 procent van de hoeveomzet.

Er is dus wel nog werk aan de winkel om jongeren tot bij de boer te krijgen. En daar kan ook de boer zelf met slimme marketing een steentje aan bijdragen. Organisaties als Steunpunt Korte Keten delen tips en tricks voor een goede marketing met lokale landbouwers. En dat kan al beginnen met een simpele, goede basis.



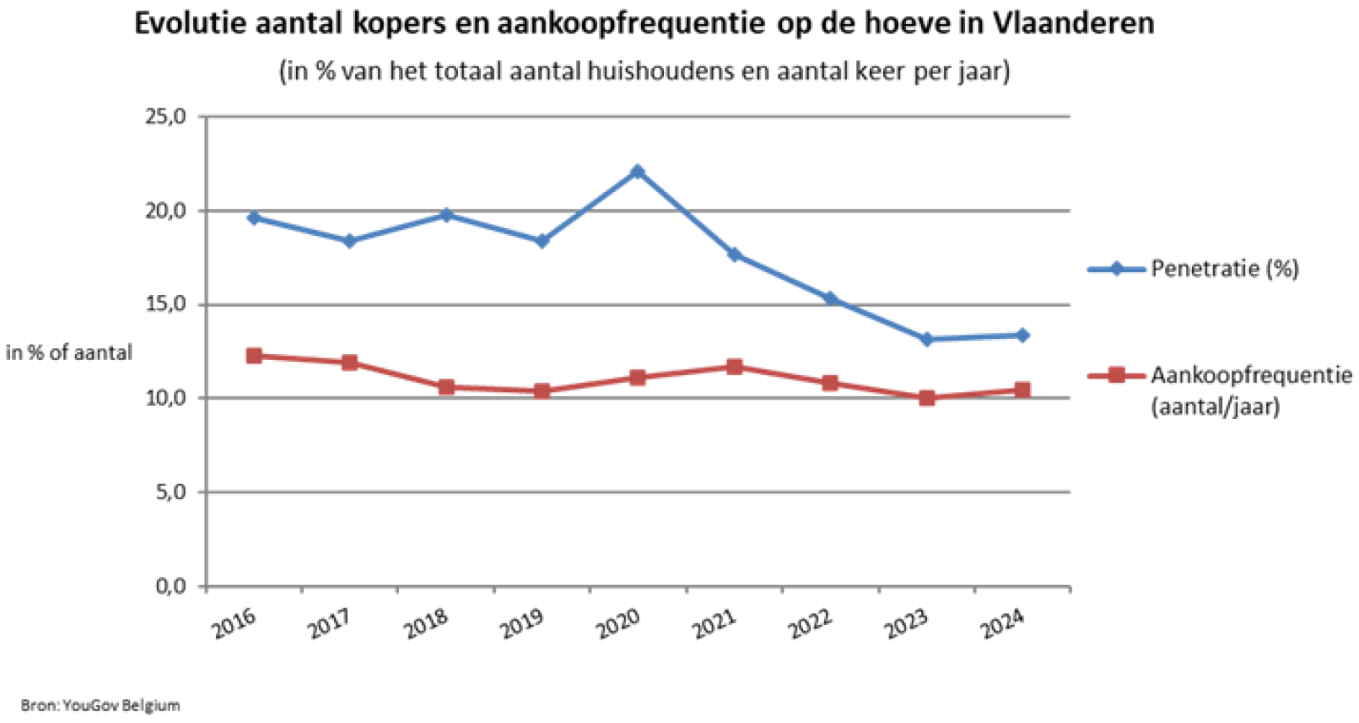


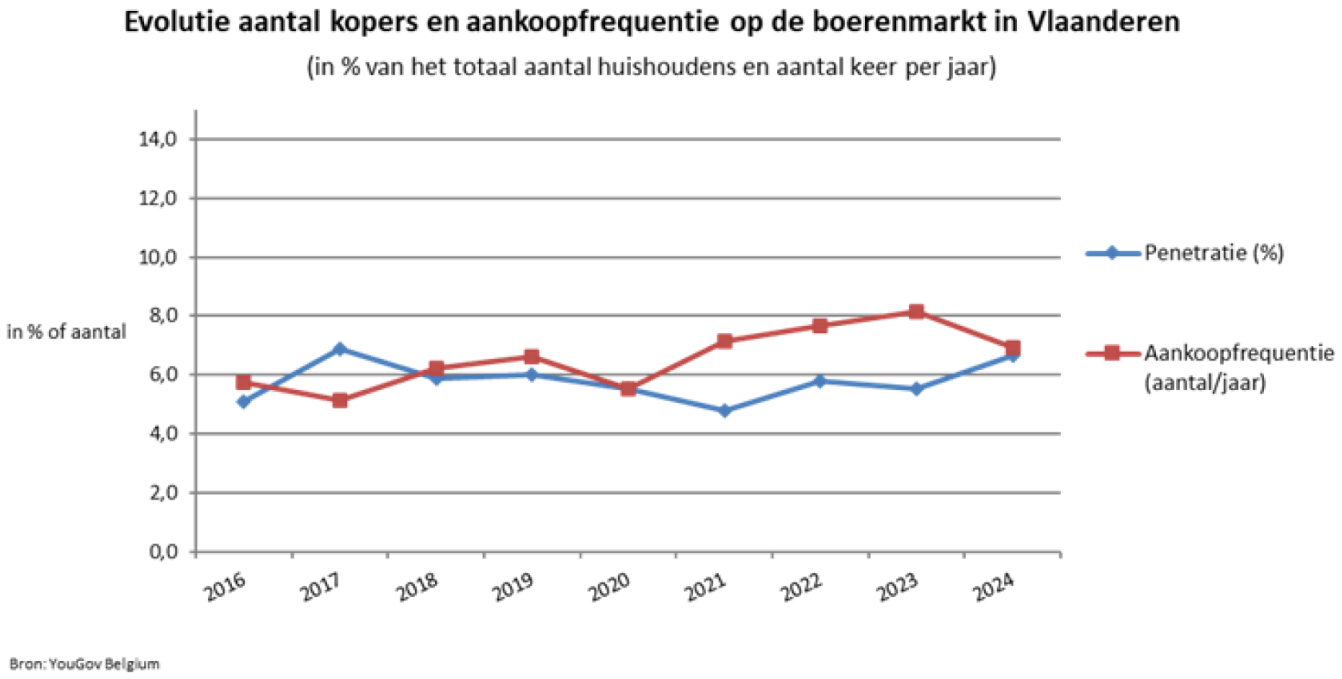
“Eén van de mogelijkheden om je activiteit zichtbaar te maken, kan al simpelweg een bord zijn langs de straatkant”, zegt Ann Detelder, manager bij Steunpunt Korte Keten “We zien vaak dat hier al tegen de basisprincipes wordt gezondigd. Hoewel er op zo’n bord niet té veel informatie moet staan, mogen je openingsuren op dit bord niet ontbreken. Kies ook voor consistente openingsuren die makkelijk te onthouden zijn voor de consument. En controleer of deze overeenkomen met de openingsuren die je deelt op sociale media of je website.”

Volgens Detelder wordt de korte keten steeds minder als bijzaak gezien. “Natuurlijk zal dit variëren van bedrijf tot bedrijf, maar de afgelopen twintig jaar hebben we wel een verschuiving gezien”, zegt ze. “Sommigen houden het misschien bij een bordje en zien wel wat ervan komt, maar we zien steeds meer dat boeren de korte keten centraal zetten in hun bedrijfsvisie. Uit een enquête van het Agentschap voor Landbouw en Zeevisserij leren we dat 23 procent een korteketenactiviteit heeft. Dat zijn er dus ongeveer 5.000. Deze hebben niet allemaal een uitgebreide hoevewinkel, maar toch kunnen we stellen dat korte keten lang geen kleine sector meer is.”

> **Groenten en fruit zijn in de korte keten niet altijd duurder dan in de supermarkt. Al is dat wel de perceptie. Daar is nog werk aan de winkel**
>
> Ann Detelder - Steunpunt Korte Keten

Toch zijn er bepaalde remmingen die sommige consumenten weghouden van bij de boer. Eén ervan is de prijsperceptie: voor velen wordt de korte keten als duurder ingeschat dan de supermarkt. “Voor verwerkte producten is dat zeker waar”, zegt Detelder. “Mensen zijn gewend geraakt aan goedkope voeding in de supermarkt. Je kan ook onmogelijk de kostenstructuur van een klein zuivelverwerkend hoevebedrijf vergelijken met de grote spelers. Maar het eindproduct van deze kleine verwerker, is ook van een heel andere aard dan het product dat je in de retail vindt. Groenten en fruit daarentegen zijn in de korte keten niet altijd duurder dan in de supermarkt. Al is dat wel de perceptie. Wat dat betreft is er dus werk aan de winkel.”
“Maar er zal altijd een spanningsveld leven tussen de consument en de burger”, zegt Detelder tot slot. “De burger vraagt kwaliteitsvolle, gezonde voeding met een eerlijke prijs voor de boer. Maar de consument, die kijkt vooral naar de prijs.”





Bron: YouGov Belgium

De hoevewinkel is overigens niet de enige plek waar mensen aankopen doen in korte keten. Ook de boerenmarkten trekken aanzienlijk meer volk. Het aantal kopers steeg van 5,5 naar 6,7 procent van alle Vlaamse huishoudens. De frequentie van marktbezoeken is wel geminderd van acht naar zeven keer per jaar. Per trip geven gezinnen op de markt gemiddeld 18,60 euro uit. Samen hebben de boerenmarkt en de hoevewinkel 1,3 procent van de distributie van verse voeding in Vlaanderen in handen. Vooral aardappelen en bioproducten doen het goed in korte keten, maar de grootste omzetmaker op de hoeve was vlees (24% van de omzet), gevolgd door groenten (17%), fruit (16%), aardappelen (11%) en zuivel (11%). Op de hoeve maakt agf (aardappelen, groenten en fruit) meer dan 40 procent van de omzet uit.
Op de boerenmarkt is het aanbod van 'overige' producten' (34%) met onder andere vis, brood en wijn relatief belangrijker dan in de hoevewinkel (15%).

Minister Jo Brouns en gedeputeerde Joke Schauvliege kregen vers uit de keuken een proevertje mee. Foto: Vilt

Op bezoek bij de ijsboeren

Bij boeren Bavo en Isabelle De Cuyper-Vandenbroucke is hoevezuivel al wat de klok slaat. Hun hoevewinkel Mili, die dertig jaar geleden bescheiden begonnen is in een kleine ruimte middenin de boerderij, pronkt nu met een ruime etalage grenzend aan de N70 in Lokeren. In de hoevekeuken werkt het Mili-team van negen vaste mensen. Vier van hen zijn patissiers. Al wat koud en lekker is, gaande van imposante bruidstaarten en ijslammen tot fijne frisco's en delicate lekkernijen, wordt hier gemaakt.

Van werk ‘achter de schermen’ is op deze boerderij overigens weinig sprake: Bavo en Isabelle nemen geregeld mensen mee voor een rondleiding op de boerderij. “Wij proberen vaandeldragers te zijn van de korte keten”, zegt boer Bavo. “Dus wij vinden het belangrijk dat de mensen een inzicht krijgen in hoe wij tot een goed product komen. En wij vinden dat dat een zekere transparantie met zich meebrengt.”

Tweehonderd koeien en kalfjes houden de zuivelboerderij draaiende. Foto: Vilt

Al was het donderdag, met het bezoek van de diverse hoogwaardigheidsbeklederes, geen rondleiding zoals anders. “Deze morgen hadden we wat zenuwen voor de minister die zou langskomen, maar die zijn nu al een beetje weg”, zegt Isabelle kort voor aankomst van Jo Brouns.

De minister werd eerst ontvangen in de Mili-melkstal. Een spijtig toeval wil dat het bezoek doorging net vóór een grote verbouwing. “In de oude hoek van de stal willen we binnenkort nieuwe melkrobots zetten”, zegt Isabelle. “Twintig jaar geleden hadden we ook al melkrobots, maar we waren er niet zo tevreden van: de oude melkrobot zoog te hard, wat de spenen van onze koeien irriteerde. De melkkwaliteit ging daardoor ook achteruit. Daarom hebben we de melkrobot snel weer ingewisseld voor het klassieke systeem op de carrousel. Binnenkort willen we overschakelen naar een nieuwe melkrobot.”

Wat niet veranderd is, is de focus op korte keten. “Mijn schoonmama is daar dertig jaar geleden mee begonnen”, zegt Isabelle. “Mili is dan ook naar hen vernoemd: Michel en Lieve. Zij wilde een toegevoegde waarde creëren aan de boerderij met eigen melk, toen nog vanachter op de boerderij. Nu hebben we een groot gebouw aan de straatkant waardoor we veel beter bereikbaar zijn.”

Ook tijdens de rondleiding werd er naarstig doorgewerkt. Een team van negen man werkt onvermoeibaar door, van torenhoge bruidstaarten tot handzame frisco's. Foto: Vilt

“We hebben hier een baan met vrij veel woon-werkverkeer”, zegt Bavo. “Mijn ouders hebben dus gekozen om van dit nadeel een voordeel te maken met hun focus op zuivelverwerking.”

In totaal houden zo’n 200 koeien de hoeve draaiende, waarvan 100 actieve melkkoeien. Gelukkig voor het BMI van de gemiddelde Lokeraar, wordt niet alle melk tot ijs verwerkt. “We verwerken ongeveer een zeven procent zelf”, zegt Isabelle.

“Het gros van de melk gaat naar de melkerij”, zegt boer Bavo. “Dus het is niet zo dat de zuivelverwerking op zichzelf kan staan. Het is nog altijd de melkerij die in grote mate bepaalt of we economisch rendabel zijn, maar het is de verwerking die maakt dat we economisch robuuster staan. We wedden dus op twee paarden met de zuivelverwerking en de melkerij.”

In de hoevewinkel zelf zijn vooral het ijs en de ijstaarten populair. “In de ijstaarten blinken we uit omdat we heel veel zaken op maat kunnen maken”, zegt Isabelle. “We hebben ook een zeer uitgebreide webshop. Naar particulieren toe zijn ook de melkdessertjes populair. Ook gewone melk verkopen we op de hoeve, maar dat is verwaarloosbaar."

Daarnaast verkopen ze een groot deel van hun zuivelgamma aan de retail. "Onze producten gaan over een brede regio, van Ninove tot Deinze, tot winkels voorbij Antwerpen. Die focus op zowel groot- als kleinhandel geeft ons slagkracht in moeilijkere tijden, zoals de coronacrisis.”

Landbouwminister Brouns was onder de indruk van de rondleiding. ”Op ontdekking gaan in je buurt en de verschillende vormen van korte keten van dichtbij ervaren, is dé manier om de troeven van de korte keten te leren kennen en helpt om misvattingen weg te werken”, zegt hij. “Uit onderzoek van uit 2024 blijkt immers dat de helft van de Vlamingen het gevoel heeft te weinig kennis te hebben om rechtstreeks aan te kopen bij de boer. Producenten zoals Bavo en Isabelle brengen hun passie voor hun dieren en hun producten over op hun klanten en geven hun kwaliteitsvolle verse zuivelproducten een gezicht. Dat is van onschatbare waarde.”

Boeren Bavo en Isabelle gaven een warme ontvangst aan VLAM-CEO Filip Fontaine, Jo Brouns, Joke Schauvliege, Lokers landbouwschepen Filip Liebaut en burgemeester Filip Anthuenis (Vlnr.)

Foto: Vilt

Feest en activiteiten

Niet alleen in Lokeren wordt de Week van de Korte Keten feestelijk ingezet. Ook in De Melkweg in Tielen (Kasterlee, provincie Antwerpen) – een familiebedrijf met 300 melkkoeien en een eigen productiekeuken – wordt vrijdag feestgevierd. Gedeputeerde Jinnih Beels, burgemeester Ward Kennes en Ann Cools, zaakvoerder van De Melkweg, zullen er toelichten waarom de korte keten – van boer tot consument – zo belangrijk is voor zowel producenten als consumenten.

Tijdens de Week van de Korte Keten valt er heel wat te beleven. Landbouwers, coöperaties, verenigingen, steden, gemeenten en provincies organiseren tal van activiteiten om consumenten kennis te laten maken met heerlijke, lokale producten recht van bij de boer. Een overzicht van alle activiteiten is te vinden op www.weekvandekorteketen.be/agenda.
Een greep uit het aanbod: hoevefeesten met live muziek, korteketenmarkten, ontbijten of picknicks met hoeveproducten, fiets- en wandeltochten, rondleidingen op boerderijen, kinderanimatie, lezingen, proeverijen en nog veel meer. Iedereen die tussen 17 mei en 30 juni iets aankoopt in de korte keten, maakt bovendien kans op mooie prijzen.
De Week van de Korte Keten is een initiatief van de Vlaamse provincies, de Vlaamse overheid (Agentschap Landbouw en Zeevisserij), het Steunpunt Korte Keten en VLAM.

Uitgelicht

Kippenfamilie Vandekerckhove verovert Deinze met korte keten

Reportage

‘De weet-wat-je-eet food bar in Deinze’; zo prijst horecaman Bart Vandekerckhove (38) zijn restaurant Foodbart aan in kippenstad Deinze. Een formule die hem geen windeieren he...

9 MEI 2025

Lees meer

Bron: Eigen berichtgeving

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