KORTE KETEN (KK) IN VLAANDEREN



Kenniscentrum

Data & Analyse

Juni 2025



INHOUD

1. **Korte Keten (KK) in Vlaanderen**
   - KK is meer dan hoevewinkel
   - Week van de KK
   - Omzet en regionale verschillen
   - Plaats KK in retaillandschap
2. **Na de herwonnen tijd de verloren tijd**
   - Evolutie aantal kopers
   - Profiel van de KK consument en het assortiment
   - Coronapiek was tijdelijk maar KK terug in de lift
3. **Conclusie**



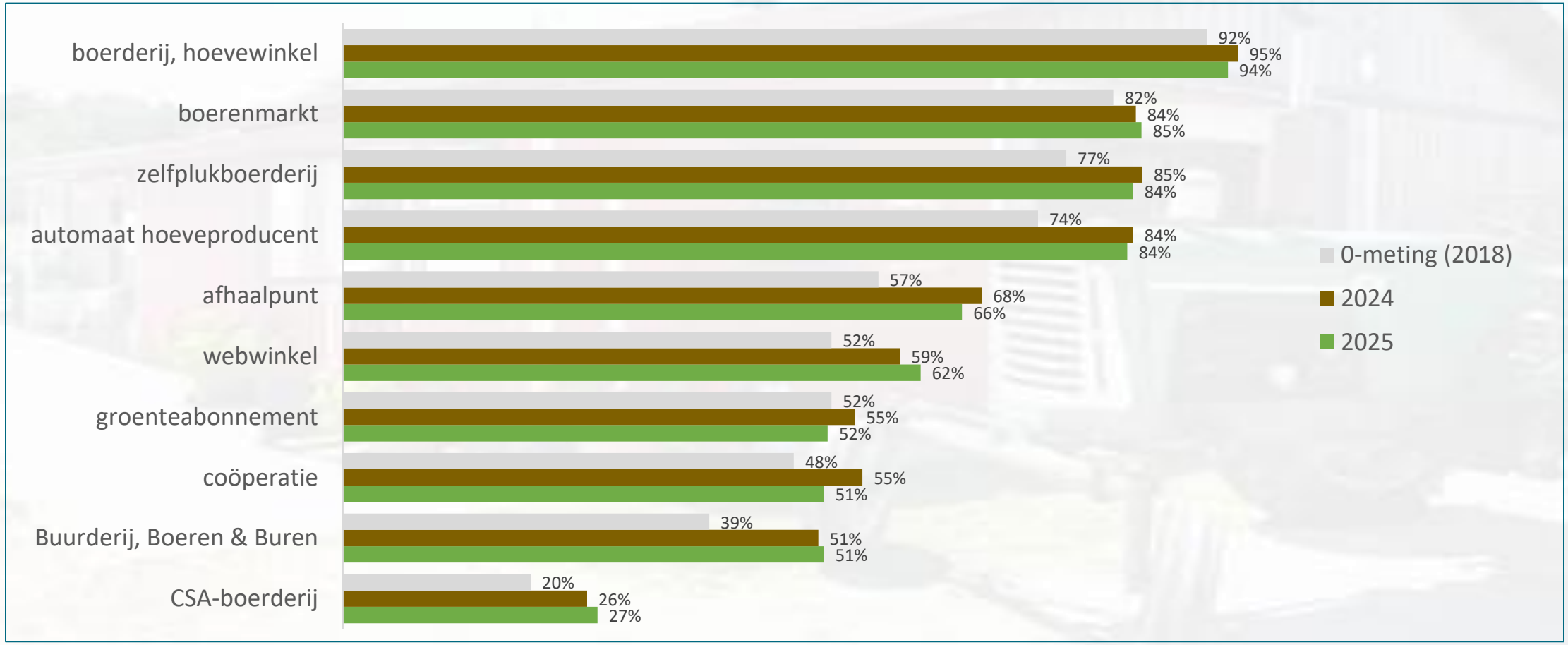
INHOUD

1. **Korte Keten (KK) in Vlaanderen**
   - KK is meer dan hoevewinkel
   - Week van de KK
   - Omzet en regionale verschillen
   - Plaats KK in retaillandschap
2. **Na de herwonnen tijd de verloren tijd**
   - Evolutie aantal kopers
   - Profiel van de KK consument en het assortiment
   - Coronapiek was tijdelijk maar KK terug in de lift
3. **Conclusie**

KORTE KETEN IS MEER DAN HOEVEWINKEL MAAR IS WEL DE BEKENDSTE

KENNIS VERKOOPPUNTEN KORTE KETEN BIJ DE VLAMINGEN IS GROEIEND

BEKENDHEID KORTEKETENKANALEN



Hogere bekendheid automaten, webwinkels en CSA bij 18-54 jarigen dan bij 55-plussers
Hogere bekendheid hoevewinkels en groenteabonnementen bij hoger dan bij lager opgeleiden

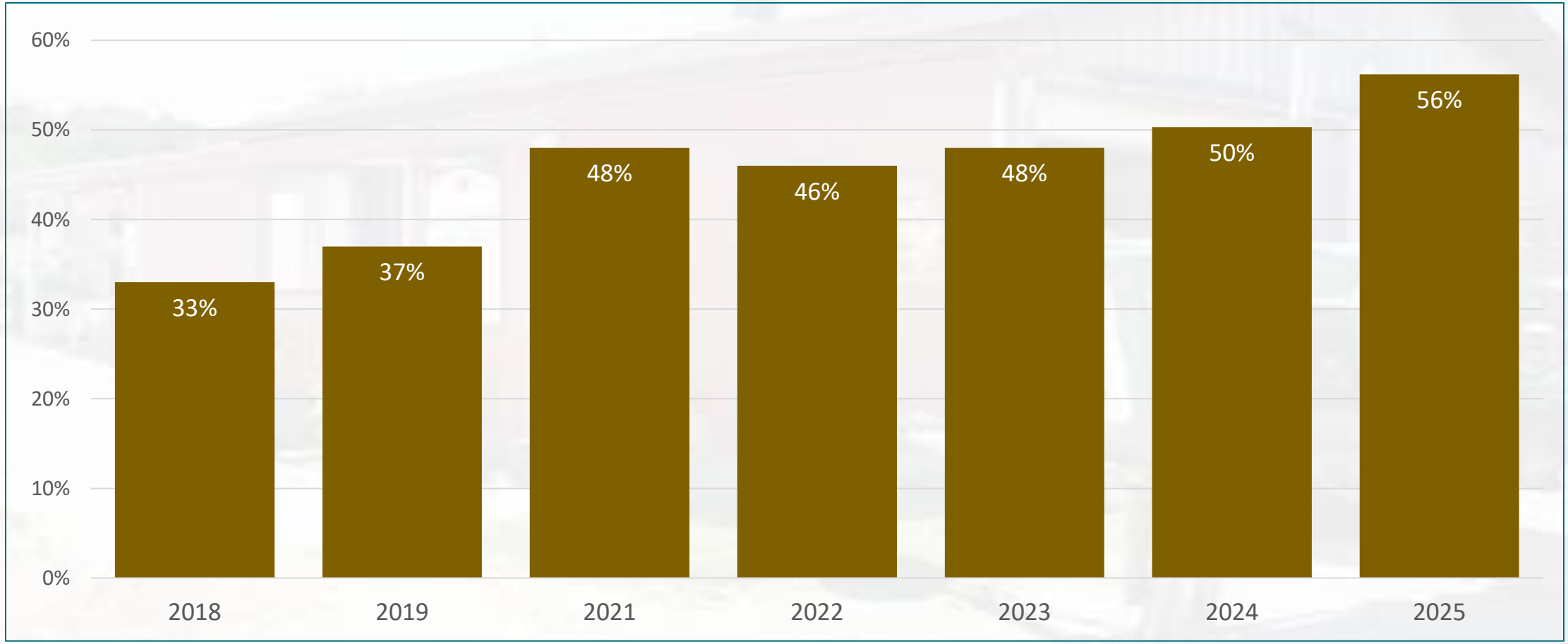
Bron: online omnibus (mei) van iVox voor VLAM bij N=600 Vlamingen >18 j

VLAM.be

DE WEEK VAN DE KORTE KETEN WORDT BEKENDER

MEER DAN DE HELFT VAN DE VLAMINGEN HEEFT ER AL VAN GEHOORD

BEKENDHEID WEEK VAN DE KORTE KETEN



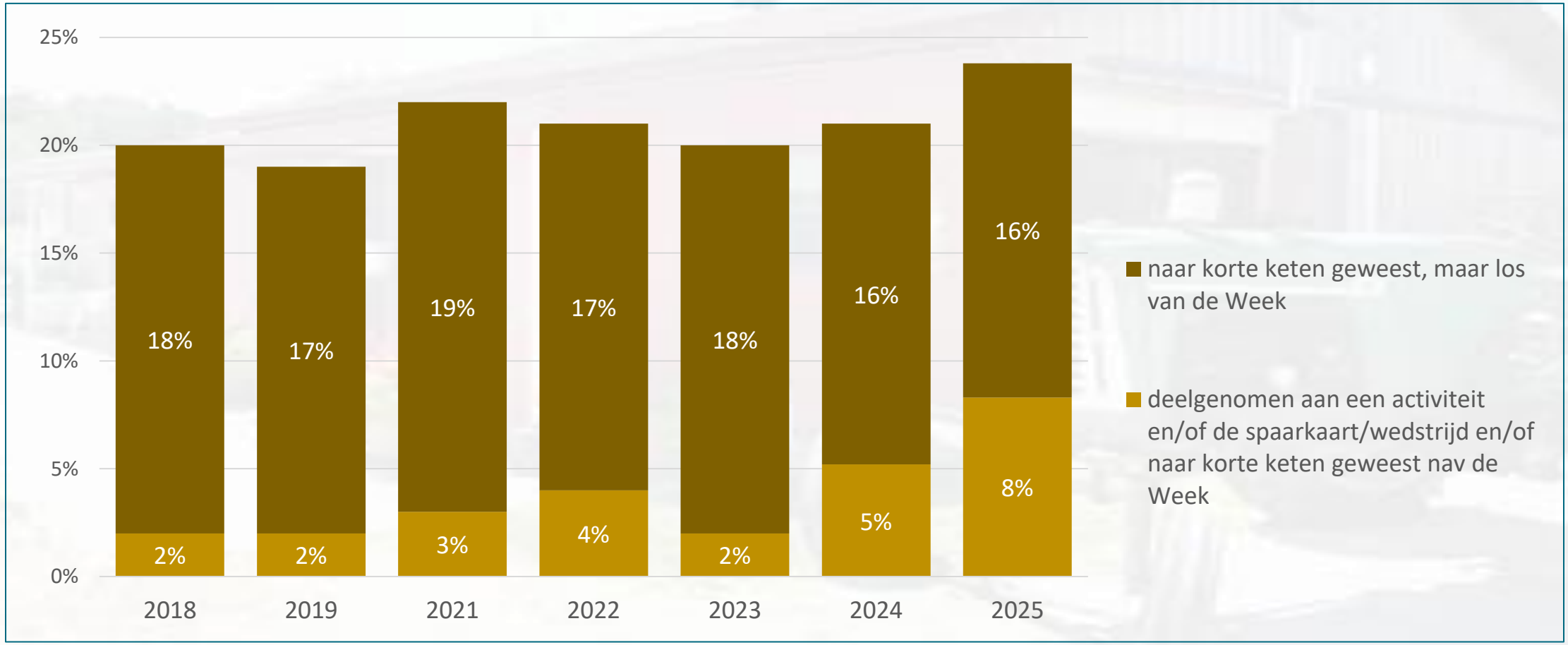
Hoger bij 55-plussers (67%) dan bij 18-35 jarigen (40%) (groei tov 2024 ook vooral bij 55-plussers)
Hoger bij hoger opgeleiden (62%) dan bij lager opgeleiden (53%) (groei tov 2024 ook vooral bij hoger opgeleiden)

Bron: online omnibus (mei) van iVox voor VLAM bij N=600 Vlamingen >18 j

DEELNAME WEEK VAN DE KORTE KETEN STIJGT

8% is n.a.v. de actie die week naar korte keten geweest. Daarnaast is 16% die week naar korte keten geweest, maar los van de actie.

TIJDENS ACTIE NAAR KORTE KETEN GEWEEST?



eerder 18-35 jarigen dan 55-plussers die actie ondernomen hebben nav de Week van de Korte keten (15% versus 4%)

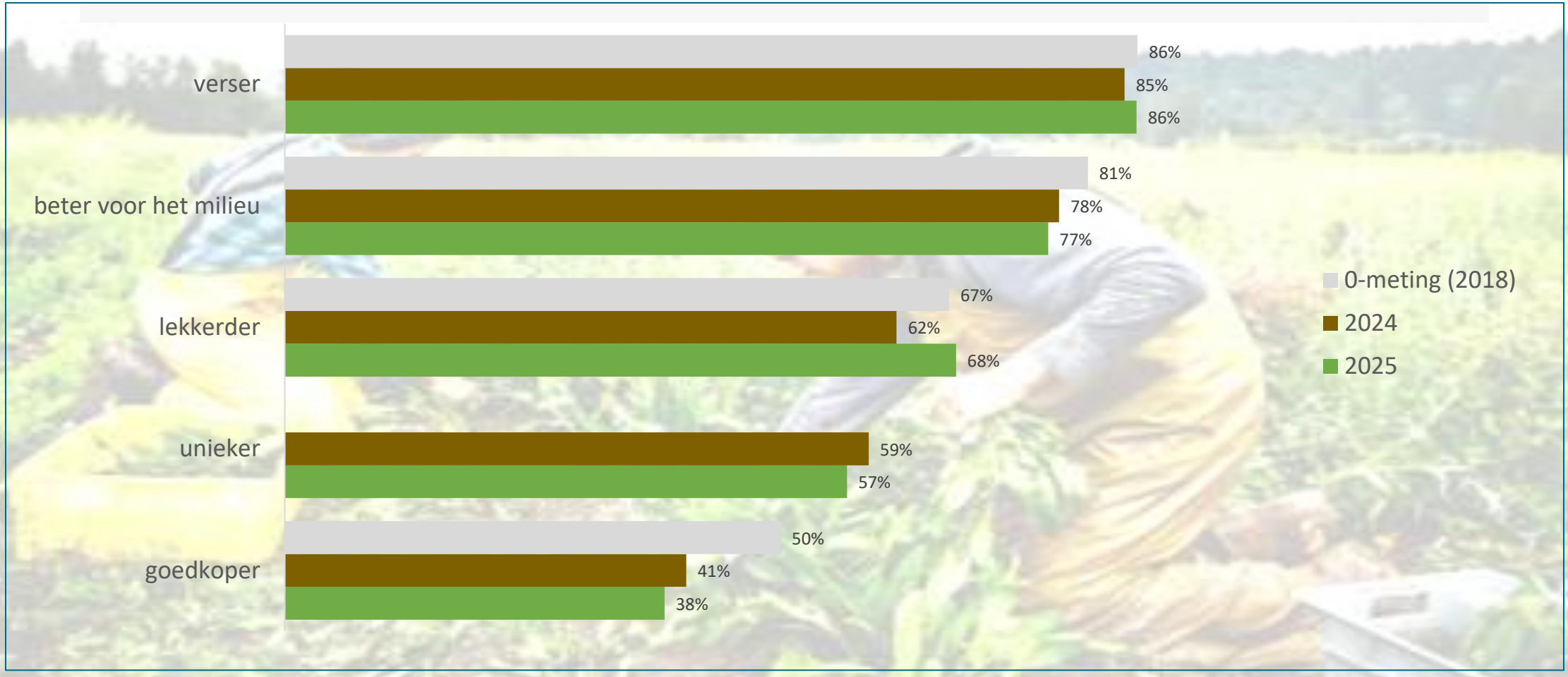
Bron: online omnibus (mei) van iVox voor VLAM bij N=600 Vlamingen >18 j

VLAM.be

Drijfveren consument Korte Keten

Een ruime meerderheid vindt dat producten recht van bij de boer verser, beter voor het milieu en lekkerder zijn dan andere producten.

Producten Recht van bij de Boer zijn…



Bron: online omnibus (mei) van iVox voor VLAM bij N=600 Vlamingen >18 j

Imago Korte Keten

Een ruime meerderheid geeft ook aan dat je bij korte keten weet waar de producten vandaan komen en dat de boer een eerlijke prijs krijgt. Toch nog steeds een gebrek aan kennis bij bijna de helft van de Vlamingen over het rechtstreeks aankopen bij een boer.

Stellingen over Korte Keten

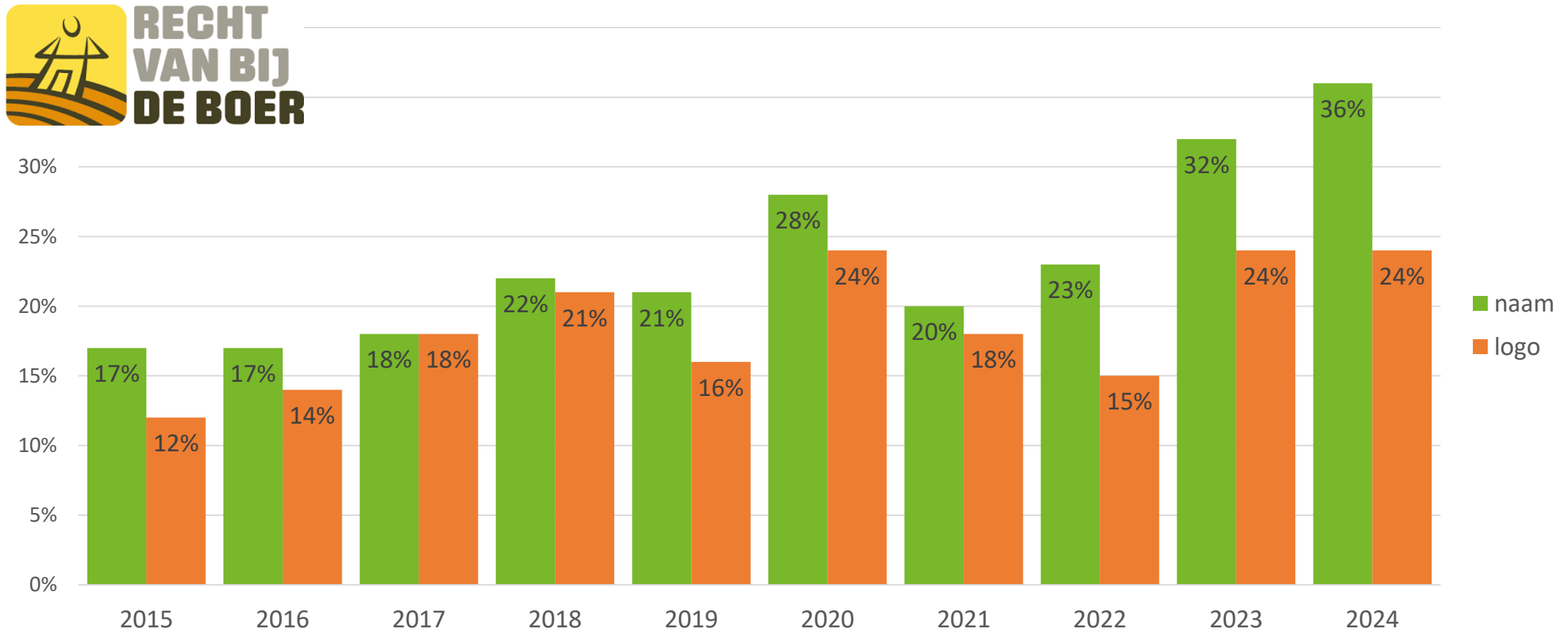


Bron: online omnibus (mei) van iVox voor VLAM bij N=600 Vlamingen >18 j

VLAM.be

Bekendheid Recht van bij de Boer

De bekendheid van de naam en het logo RvbdB bereiken een nieuw hoogtepunt en bedragen in 2024 respectievelijk 36% en 24%.

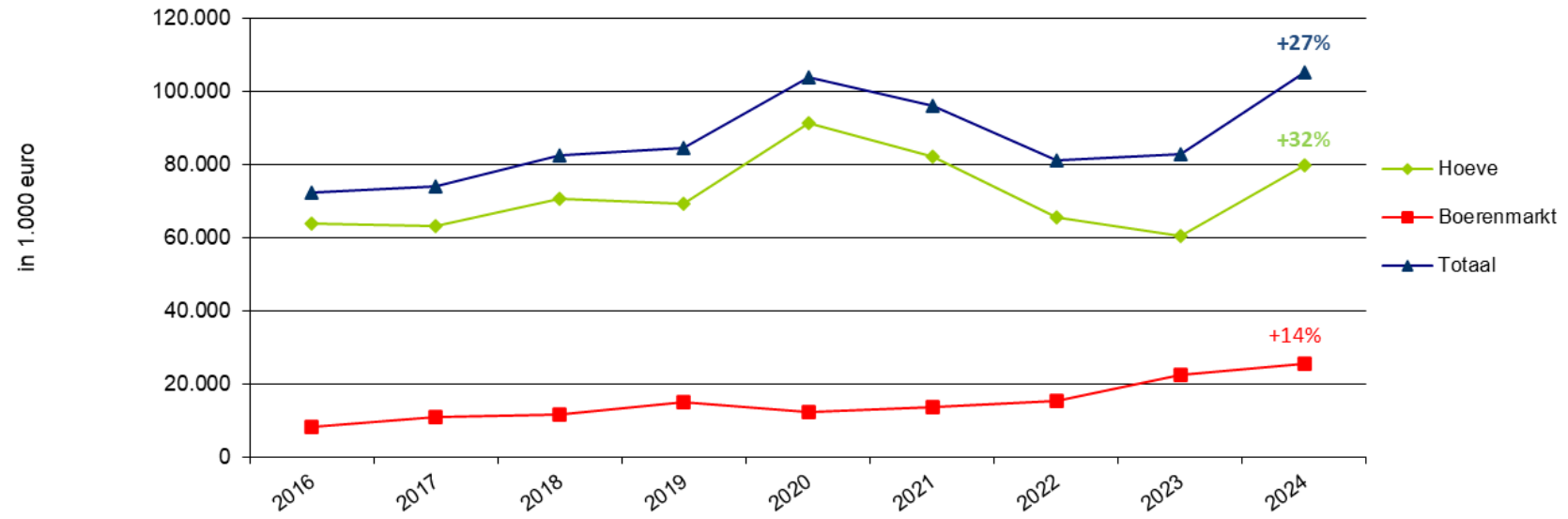


Bron: iVox/VLAM-Tracking bij Vlaamse vva's 18-64j

OMZET HOEVEVERKOOP EN BOERENMARKT

HOEVE-OMZET TERUG IN DE LIFT IN 2024 EN DE BOERENMARKT KENT VERDERE GROEI. DE BEIDE SAMEN NOTEERDEN IN 2024 EEN +27%.

Evolutie omzet rechtstreekse verkoop op de hoeve en boerenmarkt in Vlaanderen

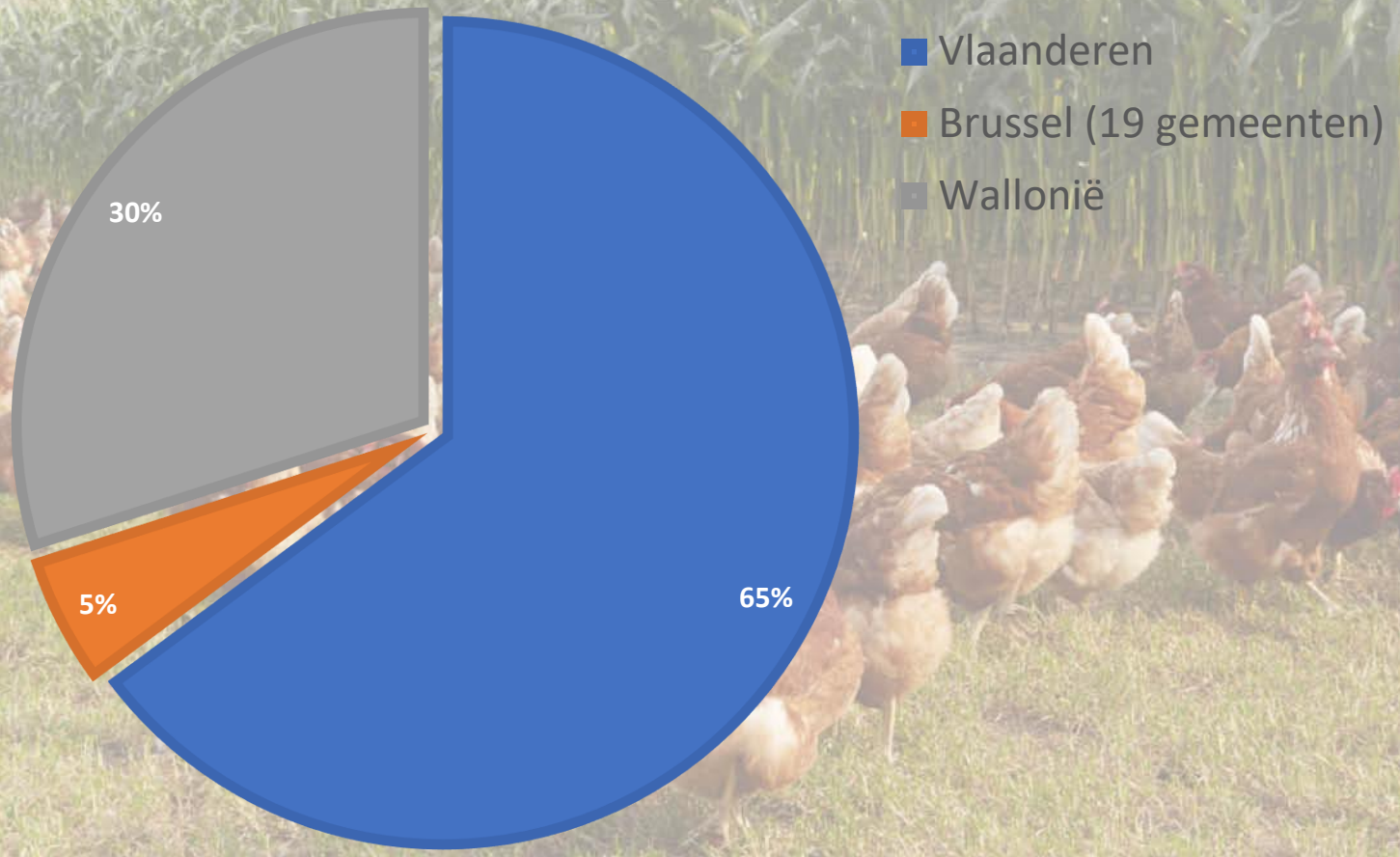


Bron: YouGov Belgium en bewerkingen VLAM

REGIONALE VERSCHILLEN

VLAANDEREN HEEFT TWEE DERDE VAN DE OMZET KK IN HANDEN

OMZET HOEVEVERKOOP EN BOERENMARKT PER REGIO IN 2024 (TOTAAL BELGIË 162,5 MIO EURO)

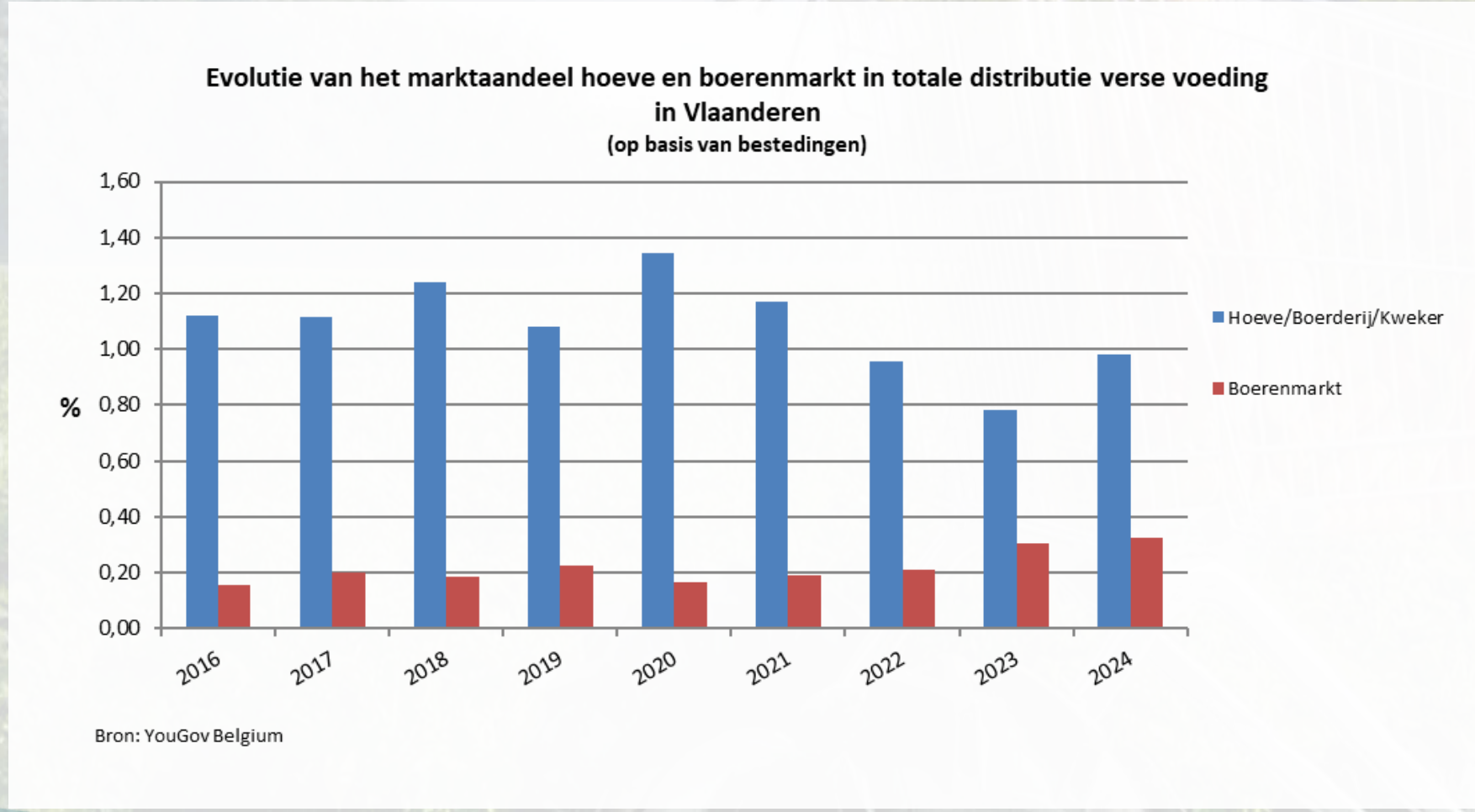


Bron: YouGov België en bewerkingen VLAM

VLAM.be

AANDEEL KK IN RETAILLANDSCHAP

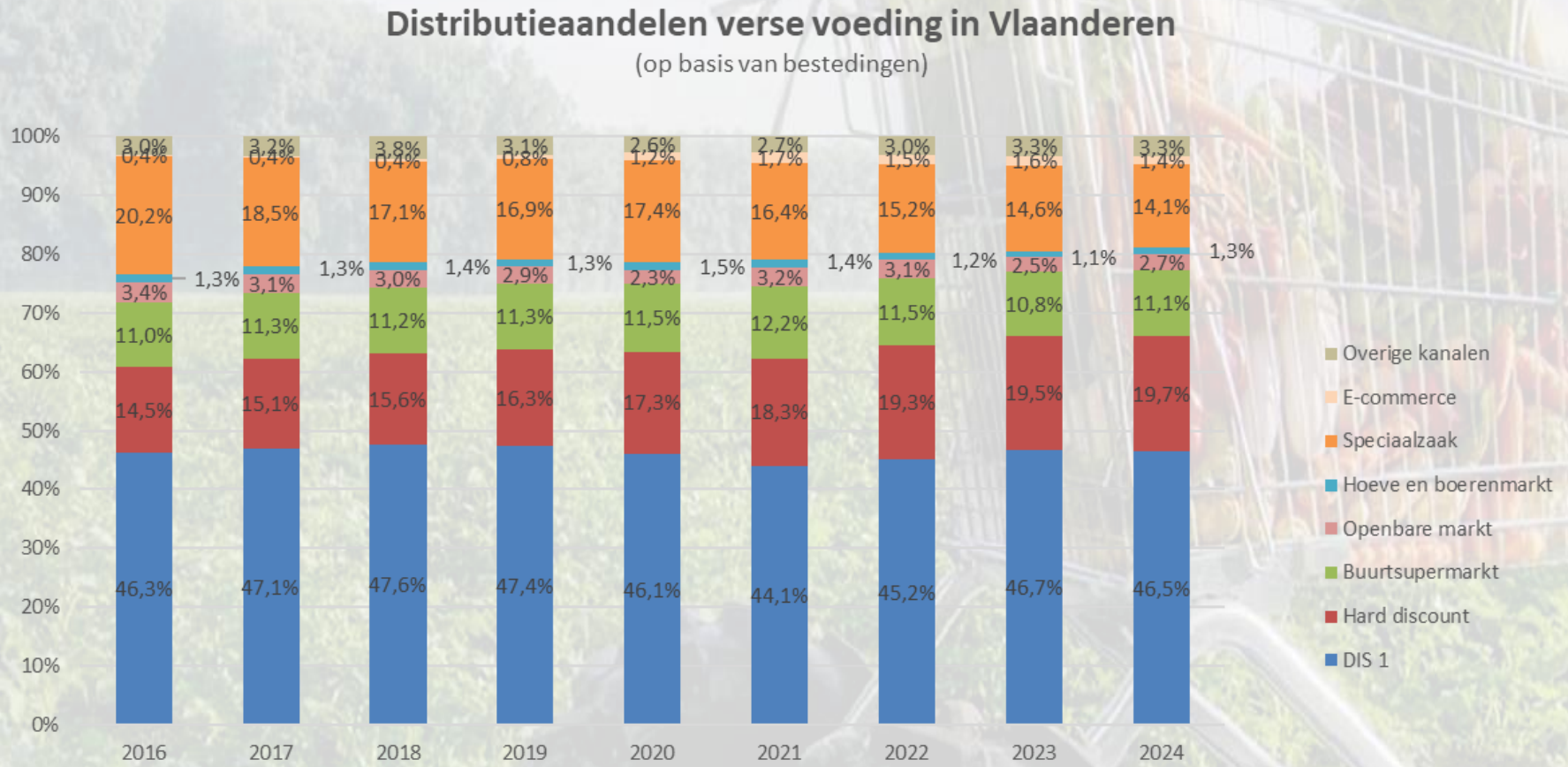
MARKTAANDEEL VAN DE HOEVEWINKEL STIJGT TERUG NAAR 1%
DE BOERENMARKT KLEIN MAAR DAPPER (0,3%)



PLAATS HOEVE EN BOERENMARKT IN RETAILLANDSCHAP

IN VLAANDEREN SAMEN 1,3% MARKTAANDEEL

DIS 1 MARKTLEIDER MAAR GROEI HD EN E-COMMERCE OP LANGE TERMIJN



Bron: YouGov Belgium en bewerkingen VLAM

DIS 1: AH, CARREFOUR HYPER//MARKET/ALMA, COLRUYT LAAGSTE PRIJS, CORA, DELHAIZE AD/DE LEEUW, INTERMARCHE, JUMBO, MATCH EN MAKRO/METRO (TOT DEC2022)
HARD DISCOUNT: ALDI EN LIDL
BUURTSUPERMARKT: ALVO, CARREFOUR EXPRESS/CONTACT, CASH FRESH, DELHAIZE CITY/PROXY, LOUIS DELHAIZE, OKAY, PROFI, ROB, SMATCH, SPAR, SUPRA ...

VLAM.be

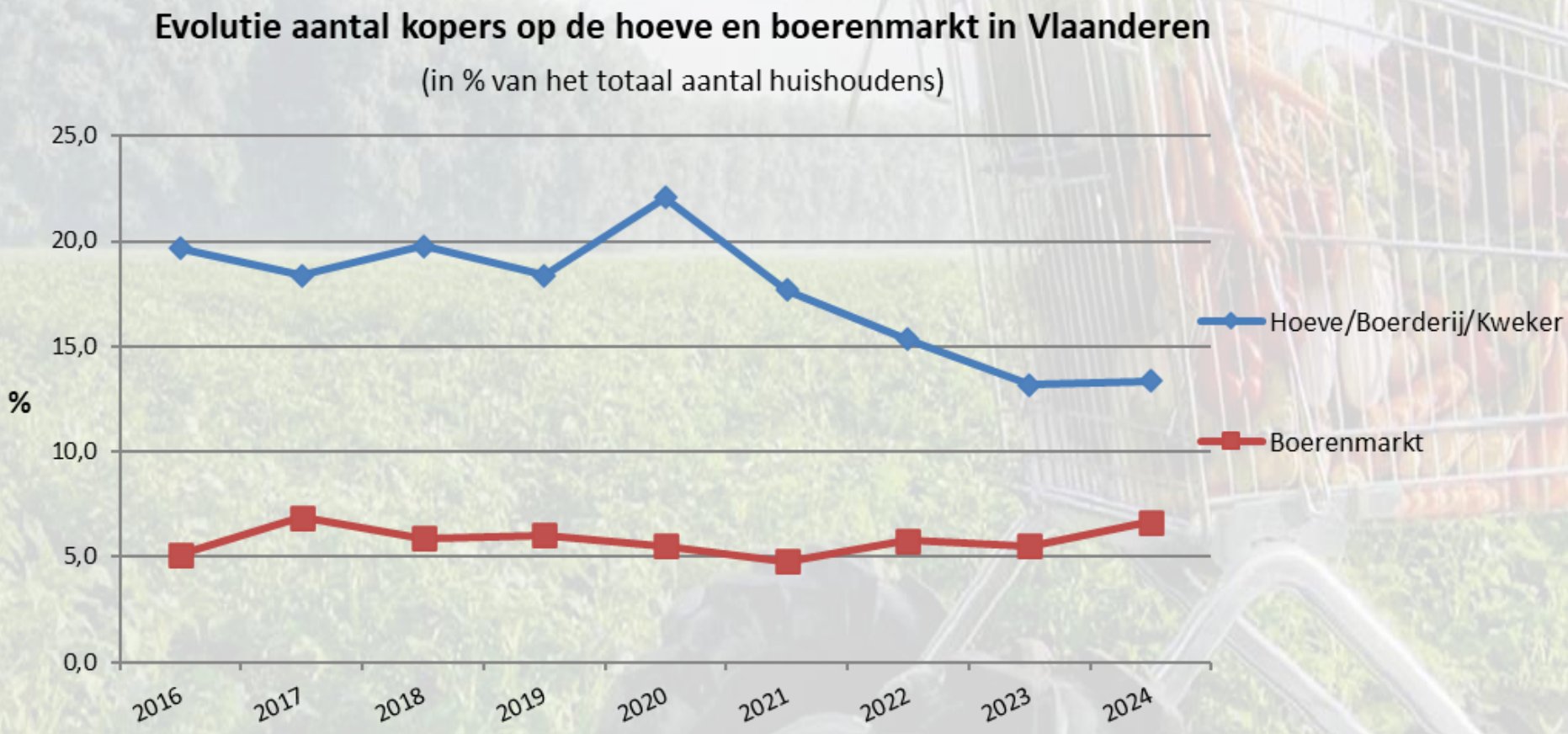


INHOUD

1. Korte Keten (KK) in Vlaanderen
   - KK is meer dan hoevewinkel
   - Week van de KK
   - Omzet en regionale verschillen
   - Plaats KK in retaillandschap
2. **Na de herwonnen tijd de verloren tijd**
   - Evolutie aantal kopers
   - Profiel van de KK consument en het assortiment
   - Coronapiek was tijdelijk maar KK terug in de lift
3. Conclusie

AANTAL KOPERS OP DE HOEVE EN DE BOERENMARKT

DALING AANTAL KOPERS OP DE HOEVE GESTOPT, MEER KOPERS OP DE BOERENMARKT



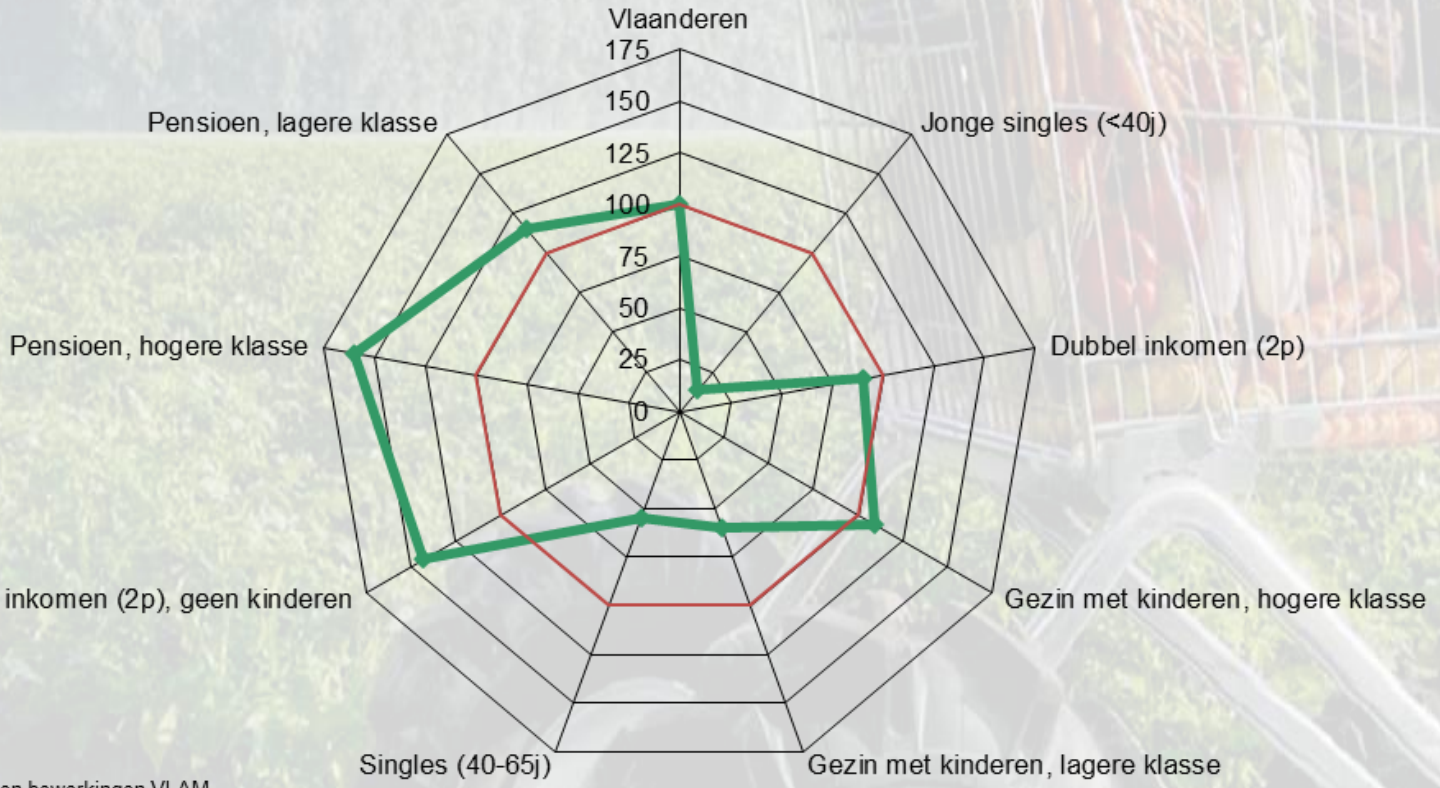
Bron: YouGov Belgium

WIE KOOPT OP DE HOEVE?

Mensen met tijd (leeftijd en vrije tijd): gepensioneerden (hogere klasse) en kostwinners (koppels zonder kinderen geen dubbel inkomen)



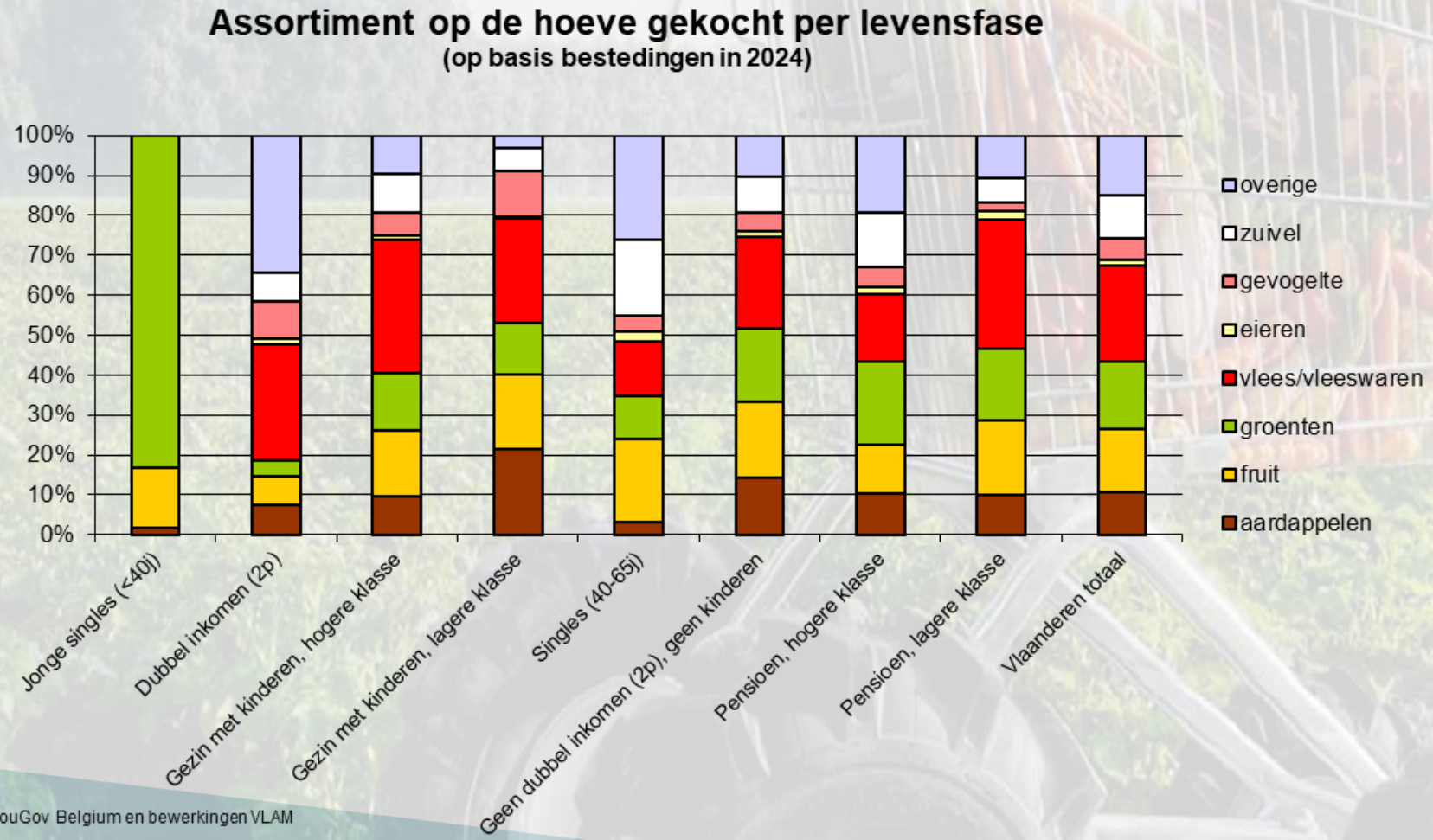




Bron: YouGov Belgium en bewerkingen VLAM

WIE KOOPT WAT OP DE HOEVE?

Het kerncliënteel van de hoeve bestaat uit **gepensioneerden**. Samen met de **oudere koppels zonder kinderen en met één inkomen** staan zij in voor **61% van de hoeveomzet**. Het gekochte **assortiment verschilt per type koper**. De **jonge singles (<40 j)** kochten in 2024 overwegend **groenten en fruit** op de hoeve. Bij de **tweeverdieners** zonder kinderen, de **gezinnen met kinderen en de gepensioneerden** uit de lagere sociale klasse is **vlees** de nummer één. **Oudere singles** (40-65 j) gaan vooral voor **'overige', fruit en zuivel** naar de hoeve.



Bron: YouGov Belgium en bewerkingen VLAM

WIE KOOPT OP DE BOERENMARKT?

De gepensioneerden vormen het kerncliënteel van de boerenmarkt en specifiek de gepensioneerden uit de hogere klasse.



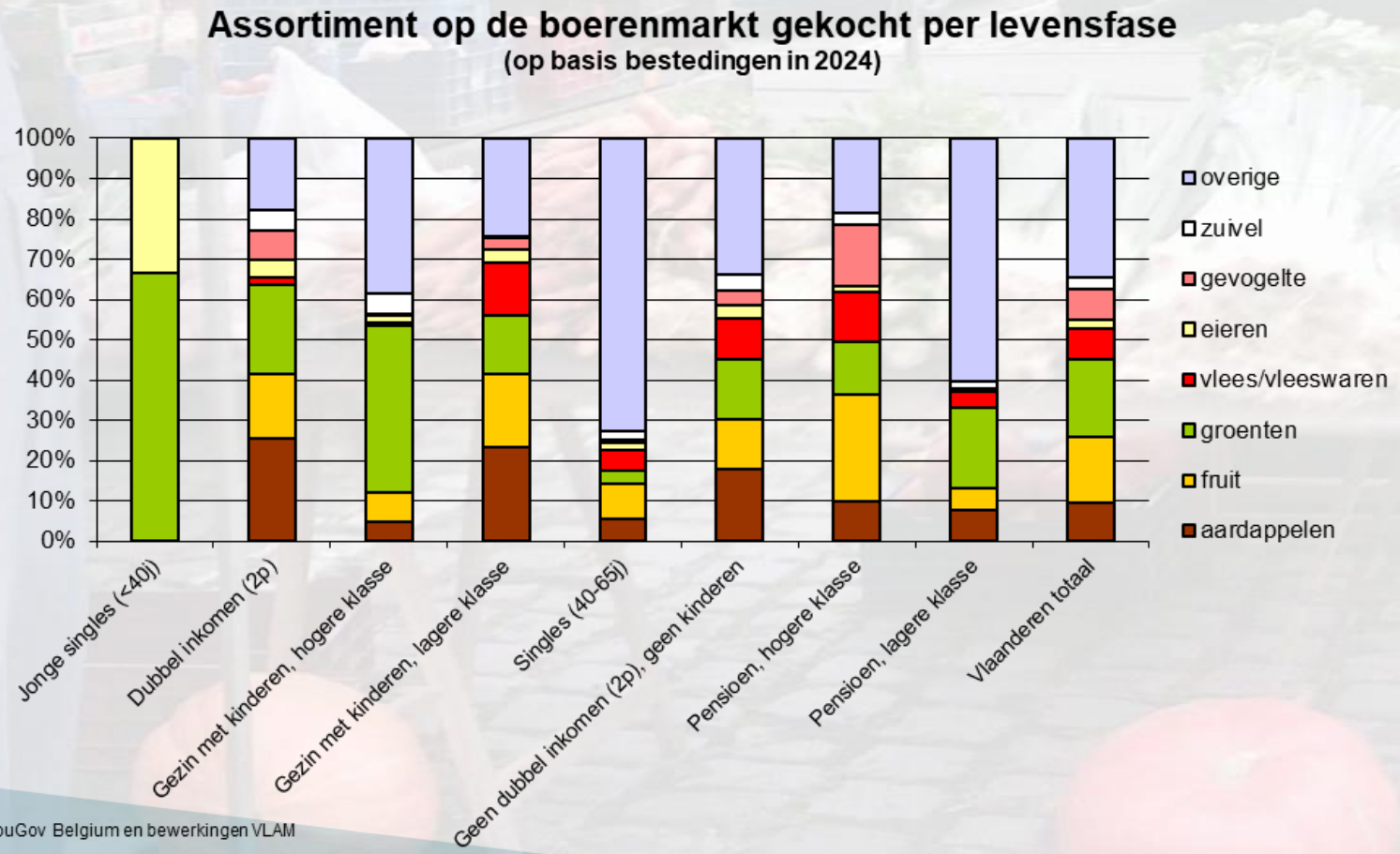
Bron: YouGov Belgium en bewerkingen VLAM

VLAM.be

WIE KOOPT WAT OP DE BOERENMARKT?

De **gepensioneerden** vormen het **kerncliënteel** van de boerenmarkt en zijn er goed voor **58% van de omzet**. Het gekochte assortiment verschilt ook hier per type koper. De **jonge singles** waren in 2024 vooral geïnteresseerd in **groenten en eieren** op de boerenmarkt. De **oudere singles en de gepensioneerden uit de lagere sociale klasse** gingen er vooral voor de **overige producten** zoals vis, brood en wijn. De **welgestelde gepensioneerden** zijn op de boerenmarkt meer geïnteresseerd in **fruit en gevogelte**. Bij de **gezinnen uit de hogere sociale klasse** waren **groenten en de overige producten** (o.a. brood, vis…) dominant op de boerenmarkt. De **gezinnen uit de lagere sociale klasse** kochten in verhouding meer **aardappelen en vlees** op de boerenmarkt

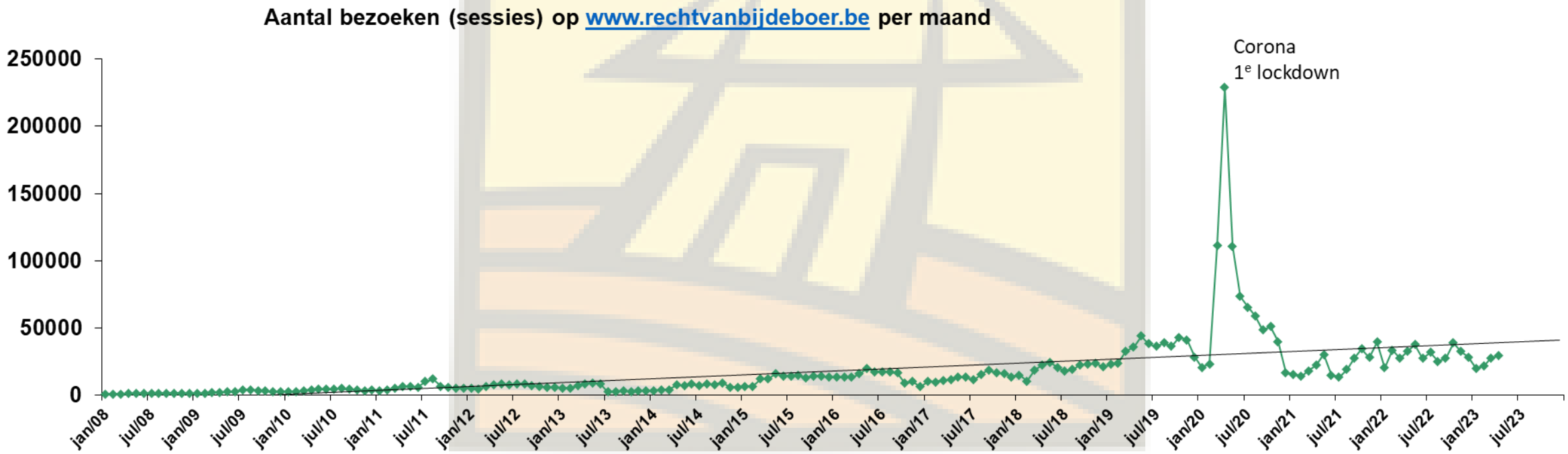
.



Bron: YouGov Belgium en bewerkingen VLAM

CORONA-EFFECT WAS TIJDELIJK EFFECT

STERKE PIEK VAN 229 000 BEZOEKEN OP DE WEBSITE (APRIL 2020)



RECHT VAN BIJ DE BOER



INHOUD

1. **Korte Keten (KK) in Vlaanderen**
   - KK is meer dan hoevewinkel
   - Week van de KK
   - Omzet en regionale verschillen
   - Plaats KK in retaillandschap
2. **Na de herwonnen tijd de verloren tijd**
   - Evolutie aantal kopers
   - Profiel van de KK consument en het assortiment
   - Coronapiek was tijdelijk maar KK terug in de lift
3. **Conclusie**

CONCLUSIE

De kennis van de verkooppunten korte keten is groeiend alsook de bekendheid van de week van de korte keten (56% bekendheid) en de participatiegraad. Het imago en de bekendheid van recht van bij de boer evolueert ook positief.



De herwonnen tijd tijdens de lockdowns in de coronaperiode had een grote doch tijdelijke impact op de rechtstreekse verkoop op de hoeve. De hoge inflatie in 2022 en 2023 zorgden voor kleinere aankoopmandjes en groei van hard discount. De hoeveverkoop stond hierdoor onder druk maar knoopt terug aan met groei in 2024. De omzet van de hoeve en boerenmarkt samen groeide vorig jaar met 27%.

Het kerncliënteel van de hoeve bestaat vooral uit gepensioneerden en oudere koppels zonder kinderen. De gepensioneerden vormen ook het kerncliënteel van de boerenmarkt en specifiek ook de gepensioneerden uit de hogere klasse.

MEER INFO?

Kenniscentrum

Team data&analyse

dna@vlam.be

