

OMZET HOEVEWINKELS BLIJFT OP EEN HOGER NIVEAU DAN VÓÓR CORONA

Het coronavirus heeft een grote maar tijdelijke impact op waar we eten en kopen. De besteding aan verse voeding steeg in 2020 met dubbele cijfers om in 2021 te dalen maar ze bleef vorig jaar ruim boven het niveau van vóór corona.

De rechtstreekse verkoop op de hoeve kende eenzelfde evolutie. In 2021 hernam de Belg zijn oude gewoonten en viel de hoeve-omzet terug maar ze bleef wel op een hoger niveau dan vóór corona. De boerenmarkt kon zich vorig jaar maar gedeeltelijk herstellen en bleef onder het niveau van vóór corona.

Korte keten heeft veel aanbiedingsvormen. De meest gekende zijn de hoevewinkels en de boerenmarkten maar korte keten omvat ook automaten op de hoeve, buurderijen (Boeren & Buren), groenteabbonnementen, CSA-initiatieven en voedselteams.

Agf (aardappelen, groenten en fruit) blijft de belangrijkste productcategorie in de korte keten maar ook vlees is erg in trek.

Het kerncliënteel van de hoeve bestaat vooral uit gepensioneerden en oudere koppels zonder kinderen. De gezinnen met kinderen uit de hogere sociale klasse vinden makkelijker de weg naar de boerenmarkt.

We geven hier inzicht in de verkoop via hoevewinkels en boerenmarkten in Vlaanderen, gebaseerd op het onderzoek van GfK Belgium, dat het aankoopgedrag voor thuisverbruik volgt bij 2 887 Vlaamse gezinnen.

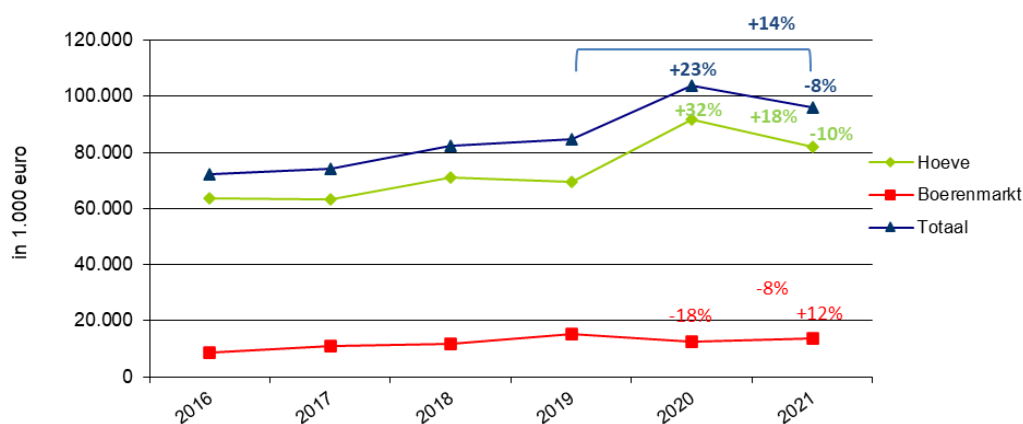
Voedingsomzet en omzet op de hoeve blijven op hoger niveau

Door het coronavirus lag de besteding aan verse voeding in 2020 maar liefst 14,2% hoger dan 2019. In 2021 daalde het thuisverbruik van verse voeding (-1,9%) maar het kwam nog steeds 12,1% hoger uit dan in 2019. Tijdens de eerste lockdown (maart-mei 2020) profiteerden alle distributiekanaal van het hamstereffect en van de sluiting van de horeca, behalve de openbare markten en boerenmarkten, die een tijdje verplicht gesloten waren.

Een grote winst was er voor de rechtstreekse verkoop op de hoeve en in de speciaalzaken. Door de herwonnen tijd vanwege het vele thuiswerken, de nood aan beweging en de sympathie voor de lokale ondernemer herontdekte de consument de hoevewinkel in zijn buurt. De omzet op de hoeve in Vlaanderen steeg in die periode met maar liefst 88% ten opzichte van dezelfde periode het jaar voordien. De absolute toppers onder de gekochte producten op de hoeve waren rundvlees, varkensvlees, aardbeien en asperges. Hun omzet verdubbelde of verdrievoudigde.

Als we de totale omzet van de rechtstreekse verkoop op de hoeve en de boerenmarkten in Vlaanderen bekijken dan noteerden we voor het hele jaar 2020 een groei van 23% (hoeve +32% en boerenmarkt -18%) om uit te komen op een omzet van 104 miljoen euro. In 2021 viel de omzet op de hoeve terug met 10% maar ze bleef met 82 miljoen euro 18% boven het niveau van vóór corona. De omzet op de boerenmarkt steeg in 2021 met 12% en kon het verlies van 2020 gedeeltelijk goedmaken maar de omzet blijft er nog wel 8% onder het niveau van vóór corona. In totaal klokte de rechtstreekse verkoop op de hoeve en de boerenmarkt af op 96 miljoen euro omzet, wat 14% hoger is dan in 2019.

Evolutie omzet (FMCG) rechtstreekse verkoop op de hoeve en boerenmarkt in Vlaanderen

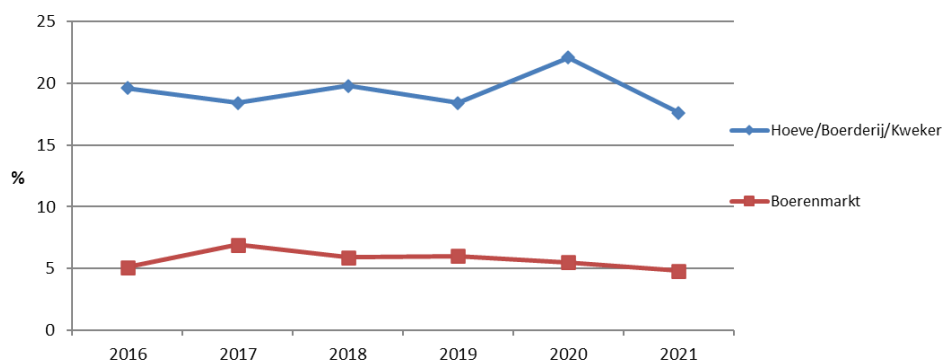


Bron: GfK Belgium en bewerkingen VLAM

Tijdelijk meer kopers op de hoeve

Het aantal kopers op de hoeve steeg in 2020 tot 22 op honderd maar zakte in 2021 naar 18 op honderd. Ongeveer één op de vijf Vlamingen koopt al eens op de hoeve en hij doet dit gemiddeld 12 keer per jaar. Een kopend gezin besteedt zo'n 161 euro per jaar op de hoeve of gemiddeld 14 euro per bezoek. Het aantal kopers op de boerenmarkten schommelt rond de 5% van de Vlaamse bevolking. Vorig jaar vonden zo'n 140 000 Vlaamse huishoudens de weg naar de boerenmarkt of een buurderij en ze gaven er gemiddeld net geen 100 euro uit op jaarbasis. Per trip (6 à 7 keer per jaar) geven ze gemiddeld 14 euro uit.

Evolutie van het aantal kopers op de hoeve en boerenmarkt in Vlaanderen

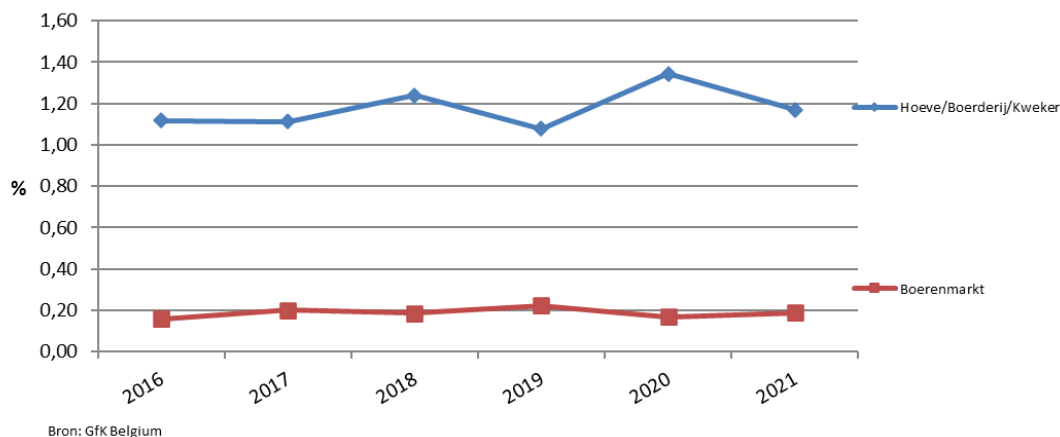


Bron: GfK Belgium

Marktaandeel van de hoewwinkel beperkt maar groeiend

Het marktaandeel van de hoewwinkel ten opzichte van andere distributiekanaalen van verse voeding is met 1,2% bescheiden maar groeiend. Voor de boerenmarkt schommelt dit aandeel rond de 0,2%.

Evolutie van het marktaandeel hoeve en boerenmarkt in totale distributie verse voeding in Vlaanderen (op basis van bestedingen)



Wel zijn er enkele typische hoeveproducten waarvan het marktaandeel beduidend hoger ligt. De opvallendste zijn: aardappelen (vooral de grote verpakkingen >25 kg) en Bintje (één op vijf Bintje-aardappelen wordt op de hoeve gekocht) maar ook witte asperges, grondwitloof, rabarber, schorseneren en aardbeien.

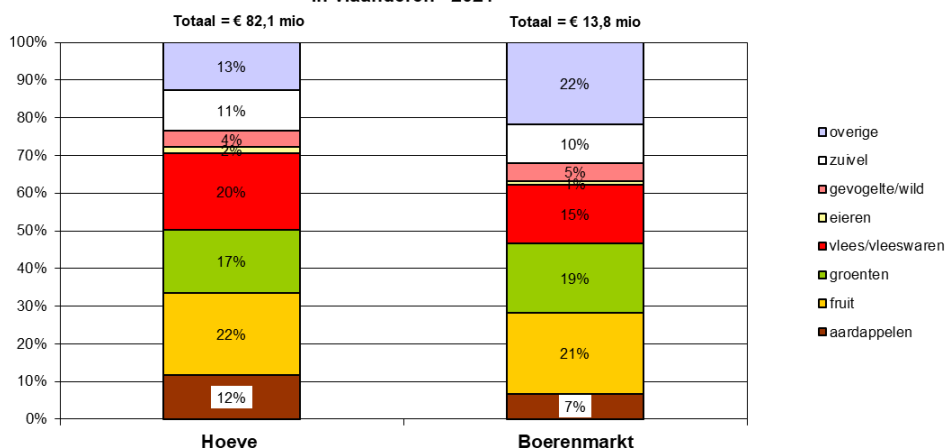
De hoevewinkel en de boerenmarkt zijn kanalen met een hoger percentage aan biologische producten in het assortiment dan gemiddeld. Eén product op vijf in deze kanalen is van biologische oorsprong.

Fruit is de belangrijkste omzetmaker op de hoeve en boerenmarkt

De grootste omzetmaker op de hoeve in 2021 was fruit met 22% van de omzet, gevolgd door vlees/vleeswaren (20%), groenten (17%) en aardappelen (12%). Op de hoeve maakt agf (aardappelen, groenten en fruit) meer dan de helft uit van de omzet.

Op de boerenmarkt zijn fruit en groenten de koplopers met respectievelijk 21% en 19% van de omzet, gevolgd door vlees/vleeswaren (15%). Op de boerenmarkt is het aanbod van 'overige' producten (22%) met onder andere brood en dranken relatief belangrijker dan in de hoevewinkel (13%). Zuivel, eieren en gevogelte hebben een gelijkaardig belang op de hoeve en op de boerenmarkt.

Aandeel per categorie in de hoeve- en boerenmarkt omzet in Vlaanderen - 2021

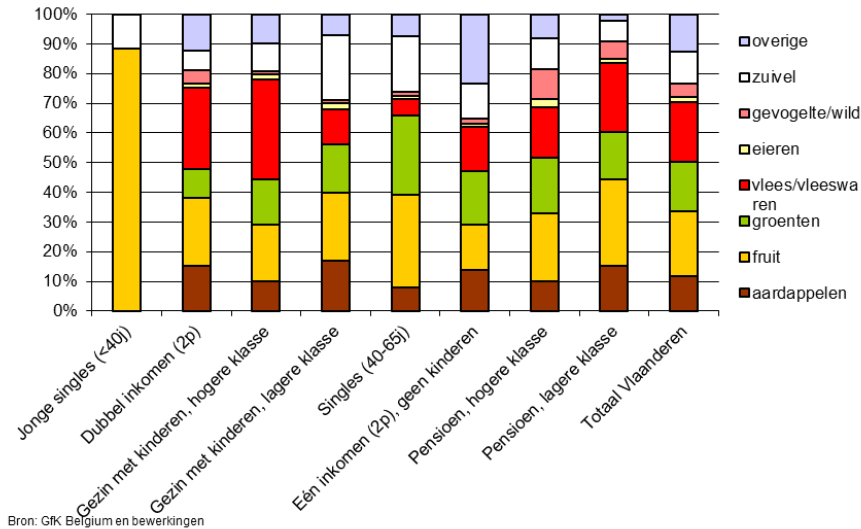


Wie koopt wat op de hoeve en de boerenmarkt?

Het kerncliënteel van de hoeve bestaat uit gepensioneerden. Samen met de oudere koppels met één inkomen en zonder kinderen staan zij in voor 61% van de hoeve omzet. De gezinnen met kinderen verliezen wat terrein en gaan minder vaak naar de hoevewinkel.

Het gekochte assortiment verschilt per type koper. Zo kopen de jonge singles (<40j) overwegend fruit en zuivel op de hoeve. Bij de tweeverdieners en de gezinnen met kinderen uit de hogere sociale klasse is vlees de nummer één. Oudere alleenstaanden (40-65j) gaan vooral voor fruit en groenten naar de hoeve. Voor de gepensioneerden en gezinnen met een beperkt inkomen zijn aardappelen relatief belangrijker.

Assortiment op de hoeve gekocht per levensfase (op basis bestedingen - in 2021)



De gepensioneerden vormen ook het kerncliënteel van de boerenmarkt maar minder uitgesproken dan op de hoeve. Op de boerenmarkt vormen de gezinnen met kinderen uit de hogere klasse een belangrijke groep. Samen met de gepensioneerden zijn zij goed voor meer dan 70% van de versomzet op de boerenmarkt.

Het gekochte assortiment verschilt ook hier per type koper. De tweeverdieners zijn vooral geïnteresseerd in agf op de boerenmarkt. De gepensioneerden met een beperkt inkomen kopen hier relatief meer aardappelen en gevogelte. De welgestelde gepensioneerden zijn meer geïnteresseerd in fruit en vlees op de boerenmarkt. Ook de gezinnen met kinderen uit de lagere sociale klasse en de koppels zonder kinderen met één inkomen vertonen een hoge interesse voor vlees op de boerenmarkt. De gezinnen met kinderen uit de hogere sociale klasse kopen naast groenten een heel divers assortiment op de boerenmarkt.

Assortiment op de boerenmarkt gekocht per levensfase (op basis bestedingen - in 2021)

