

HEERLIJK VAN HET ERF

Verse producten rechtstreeks van het erf

HZ Kenniscentrum Ondernemen & Innoveren

Inleiding

“Heerlijk van het Erf” wil boeren en tuinders rechtstreeks in contact brengen met de verbruikers van hun oogst. Voor de boer of tuinder zou dat moeten leiden tot een eerlijkere prijs dan zij bij supermarktketens kunnen bedingen, voor het milieu tot een drastische beperking van het transport en voor de consumenten tot verse en smaakvolle producten uit eigen streek. Contact tussen boeren en tuinders komt tot stand op de digitale marktplaats van “Heerlijk van het Erf”. In welke mate boeren en tuinders het aanbieden van hun voedingsproducten op die marktplaats als waardevol beschouwen is vooralsnog niet helemaal uitgeklaard.

Probleemstelling

In het verleden hebben studenten van de HZ University of Applied Sciences al onderzocht hoe “Heerlijk van het Erf” het aanbod van boeren en tuinders enerzijds, en de vraag van eindconsumenten anderzijds, beïnvloedt. Omdat een aanzienlijk deel van de ondernemers in dit onderzoek niet werd bereikt, leidde deze studie niet tot een helder inzicht in de impact die “Heerlijk van het Erf” heeft op de activiteiten van boeren en tuinders. Voor een doorontwikkeling van het digitale platform is dit inzicht onontbeerlijk, vooral omdat het anders gissen is naar de functionaliteiten die boeren en tuinders het meest op prijs stellen.

Methodologie

Het vervolgonderzoek steunt op twee peilers:

- de studie van wetenschappelijke publicaties van o.a. Wageningen University & Research en LTO Nederland, en
- een vragenlijst die tussen 24 juni en 13 juli 2021 via “Heerlijk van het Erf” werd ingevuld door 98 ondernemers, voor het merendeel gevestigd in de Zuidelijke provincies.

Resultaten

“Heerlijk van het Erf” telt langs de aanbodzijde voornamelijk kleine verkooppunten. De ruime meerderheid van die ondernemers bevestigt dat hun omzet in de eerste helft van 2021 hoger uitviel dan in diezelfde periode van het jaar voordien. De verklaring voor die omzetstijging ligt bij het coronavirus en bij de toepassing van multifunctionele landbouw. Tijdens de lockdowns hebben de eindverbruikers immers meer dan ooit voedingswaren online aangekocht. Daarnaast bevestigt de literatuurstudie dat complementaire landbouwactiviteiten haast vanzelfsprekend tot een hogere omzet leiden.

Met betrekking tot de digitale marktplaats waarderen boeren en tuinders vooral de vertrouwde zoekfunctie, waardoor hun vindbaarheid merkbaar verhoogt, alsmede de wijze waarop producten en activiteiten die het verkooppunt kenmerken in beeld worden gebracht. Over de nieuwe functionaliteiten zijn de meningen verdeeld.



Een belangrijk aandeel van de ondernemers stelt zich vragen bij de waarde van betreffende nieuwigheden voor hun onderneming, terwijl ondernemers die al een aanzienlijke omzet via het platform genereren kansen zien om hun klantenbestand uit te breiden en stabielere prijzen te hanteren

Next steps

- Om de waardering van kleinere ondernemers op te krikken zal “Heerlijk van het Erf” glashelder moeten aantonen hoeveel klanten via het platform een bestelling bij hen plaatsen.
- Omdat de online aankoop van voedingswaren, met regionale kwaliteitsproducten in het bijzonder, zich ook na corona lijkt door te zetten, kan de promotie van duurzame voedingsproducten op “Heerlijk van het Erf” een groeiende meerwaarde voor de aangesloten ondernemers met zich meebrengen.
- Om aan te tonen dat de korte voedingsketen via “Heerlijk van het Erf” effectief duurzamer is dan de klassieke lange keten via supermarkten, zal het “Heerlijk van het Erf” positieve cijfers met betrekking tot volumes, herkomst en verpakkingsmaterialen in de schijnwerpers moeten plaatsen, teneinde klanten hiervan te overtuigen.

Contactgegevens KCOI

www.kcoi.nl

kcoi@hz.nl



Interreg
Vlaanderen-Nederland
Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling



TUA
Technische Universiteit
van Amsterdam

OCWEST

