



# Omvang vraag en aanbod lokale producten in de provincie Utrecht

Gerben Splinter, Gemma Tacken en Gabe Venema



**WAGENINGEN**  
UNIVERSITY & RESEARCH



# Omvang vraag en aanbod lokale producten in de provincie Utrecht

Gerben Splinter, Gemma Tacken en Gabe Venema

Dit onderzoek is uitgevoerd door Wageningen Economic Research in opdracht van en gefinancierd door Provincie Utrecht in het kader van de Voedselagenda.

Wageningen Economic Research  
Wageningen, mei 2022

---

RAPPORT  
2022-038  
ISBN 978-94-6447-377-3

---

Splinter, G., G. Tacken en G. Venema, 2022. *Omvang vraag en aanbod lokale producten in de provincie Utrecht*. Wageningen, Wageningen Economic Research, Rapport 2022-038c. 32 blz.; 9 fig.; 5 tab.; 0 ref.

Provincie Utrecht streeft in haar Voedselagenda naar toename van lokale producten consumptie door haar burgers. In dit rapport wordt de huidige vraag en aanbod naar lokale producten in de provincie ingeschat naar omzet en type producten.

Trefwoorden: aanbod korteketenproducten, vraag korteketenproducten, provincie Utrecht

Dit rapport is gratis te downloaden op <https://doi.org/10.18174/575970> of op [www.wur.nl/economic-research](http://www.wur.nl/economic-research) (onder Wageningen Economic Research publicaties).

© 2022 Wageningen Economic Research  
Postbus 29703, 2502 LS Den Haag, T 070 335 83 30, E [communications.ssg@wur.nl](mailto:communications.ssg@wur.nl),  
[www.wur.nl/economic-research](http://www.wur.nl/economic-research). Wageningen Economic Research is onderdeel van Wageningen University & Research.



Dit werk valt onder een Creative Commons Naamsvermelding-Niet Commercieel 4.0 Internationaal-licentie.

© Wageningen Economic Research, onderdeel van Stichting Wageningen Research, 2022  
De gebruiker mag het werk kopiëren, verspreiden en doorgeven en afgeleide werken maken. Materiaal van derden waarvan in het werk gebruik is gemaakt en waarop intellectuele eigendomsrechten berusten, mogen niet zonder voorafgaande toestemming van derden gebruikt worden. De gebruiker dient bij het werk de door de maker of de licentiegever aangegeven naam te vermelden, maar niet zodanig dat de indruk gewekt wordt dat zij daarmee instemmen met het werk van de gebruiker of het gebruik van het werk. De gebruiker mag het werk niet voor commerciële doeleinden gebruiken.

Wageningen Economic Research aanvaardt geen aansprakelijkheid voor eventuele schade voortvloeiend uit het gebruik van de resultaten van dit onderzoek of de toepassing van de adviezen.

Wageningen Economic Research is ISO 9001:2015 gecertificeerd.

Wageningen Economic Research Rapport 2022-038 | Projectcode 2282100459

Foto omslag: Shutterstock

---

# Inhoud

<b>Samenvatting</b>	<b>5</b>
<b>1 Aanleiding onderzoek</b>	<b>6</b>
1.1 Doelstelling onderzoek	7
<b>2 Methode</b>	<b>9</b>
<b>3 Inschatting van het aanbod van lokale producten</b>	<b>11</b>
3.1 Korteketenbedrijven naar bedrijfstype en geografische spreiding	11
3.2 Nadere beschouwing sectoren landbouwtelling	12
3.3 Ontwikkeling korte ketens 2017-2020	21
3.4 Conclusie: aanbod van agrarische producten via korte ketens in Utrecht	21
<b>4 Inschatting van de vraag</b>	<b>23</b>
<b>5 Matching vraag en aanbod</b>	<b>27</b>
<b>6 Verwachte autonome ontwikkelingen in vraag en aanbod</b>	<b>29</b>
<b>7 Discussie, conclusie en aanbevelingen</b>	<b>30</b>

---

---

# Samenvatting

De provincie Utrecht heeft een Voedselagenda opgesteld, waarin ze streeft naar meer consumptie van lokale producten door inwoners van de provincie. In dit onderzoek gaan we na wat het huidige aanbod van korteketenproducten in de provincie is en wat de geschatte consumentenvraag is.

Dit wordt gedaan aan de hand van de uitkomsten van een aantal additionele vragen in de Landbouwtelling en de uitkomsten van een eerder onderzoek in opdracht van het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedsel, waarin de geschatte vraag van korteketenproducten in Nederland is vastgesteld.

Uit dit onderzoek blijkt dat het aanbod van korteketenproducten ongeveer een waarde heeft van 24 miljoen euro af boerderij met een consumentenwaarde van ongeveer 119 miljoen euro. Bovendien blijkt dat het aanbod vooral bestaat uit zuivelproducten, fruit, eieren en rundvlees. Ook heeft de provincie geen specifieke Utrechtse streekproducten en is van een verbinding met het toerisme, zoals dat in andere provincies gebeurt, nog nauwelijks sprake.

---

# 1 Aanleiding onderzoek

De provincie Utrecht neemt een actieve rol in het voedselbeleid, ondersteunt korte ketens van lokale producten en wil graag de ontwikkeling van aanbod en vraag van lokale producten vergroten. Op dit moment zijn er vele ondernemers in de provincie Utrecht actief in het aanbod van lokale producten, maar het is nog niet duidelijk waar deze lokale producten terechtkomen en of het marktaandeel kan groeien door een andere benadering van de markt.

Inmiddels is een goede inschatting gemaakt van de afzet van korteketenproducten door primaire ondernemers per provincie in Nederland (Venema et al., 2021) en een inschatting van het marktaandeel korteketenproducten aan de vraagkant op nationaal niveau (Tacken et al., 2021). De belangrijkste conclusie uit beide onderzoeken is dat het aantal agrarische bedrijven dat zijn producten afzet via een korte keten in de periode 2017-2020 met ruim een kwart is toegenomen. Voor verdere groei van de afzet van lokale producten is afzet via reguliere voedingskanalen zoals horeca, catering en supermarkten noodzakelijk, omdat een groot deel van de consumenten aankoop via die kanalen prefereert. Om in die kanalen te groeien, dienen lokale aanbieders verder te professionaliseren. Deze potentiële afnemers van lokale producten stellen hoge eisen aan het gehanteerde bestel- en factuursysteem, kwaliteitsmanagement en marketing.

Op basis van beide onderzoeken wil de provincie Utrecht graag inzicht verkrijgen in wat de huidige vraag en het huidige aanbod van lokale producten is in de provincie en waar kansen liggen voor vergroting hiervan. Onder lokale producten verstaat zij voedingsmiddelenproducten die hun oorsprong vinden bij primaire bedrijven uit de provincie en worden geconsumeerd in de provincie. Dat is net even anders dan de definitie van korteketenproducten.

De Europese definitie van korteketenproductie luidt als volgt:

'Korte toeleveringsketen: een toeleveringsketen bestaande uit een beperkt aantal marktdeelnemers die streven naar samenwerking, plaatselijke economische ontwikkeling en nauwe geografische en sociale betrekkingen tussen producenten, verwerkers en consumenten' (Verordening (EU) nr. 1305/2013, artikel 2 m).

Later werd de EU-definitie verder aangescherpt naar: 'geen of maximaal één ketenpartij tussen de landbouwpartij en de consument aanwezig' (Commission 2014, Article 11).

In Nederland is de gehanteerde definitie (Tacken et al., 2021) in de praktijk echter ruimer omdat ketenpartijen van aanbieders verwachten dat ze een vergelijkbaar product efficiënt geleverd krijgen dan ze met reguliere ketens gewend zijn. Ook al hebben bepaalde producten geen bewerking nodig, afnemers zoals horeca en retail verwachten van ondernemers dat ze een sortering van producten of bewerking van producten voor hun rekening nemen. Hiervoor is specialistische expertise nodig, die boeren en afnemers niet (altijd) hebben. In de praktijk bestaan korte ketens daarom, met uitzondering van de boerderijverkoop, vaak uit twee schakels tussen boer en consument. Daarvan heeft één schakel een logistieke en verwerkende of sorteerfunctie en hebben horeca of retail de contacten met de consument.

Daarom verstaan we onder korteketenproducten in Nederland:

'Korte toeleveringsketen: een toeleveringsketen bestaande uit een beperkt aantal marktdeelnemers die streven naar samenwerking, plaatselijke economische ontwikkeling en nauwe geografische en sociale betrekkingen tussen producenten, verwerkers en consumenten, waarbij er geen of maximaal twee ketenpartijen tussen de boer en de consument aanwezig zijn en de boer als leverancier van het product herkenbaar is voor de consument.'



---

Vertaald naar de vraag van de provincie Utrecht, luidt de definitie die in deze notitie gehanteerd zal worden voor lokale producten: binnen de provincie geproduceerde producten die binnen de grenzen van een provincie worden afgezet in een korte keten van maximaal 2 schakels. Natuurlijk worden in de provincie ook producten geproduceerd die misschien net over de provinciegrens worden afgezet of afkomstig zijn vanuit omliggende provincies en ook met maximaal 2 schakels worden afgezet. In het beleid van de provincie Utrecht wordt echter vooraleerst ingezet op lokaal geproduceerde en lokaal geconsumeerde producten. De definitie van korteketenproducten (zowel de Europese als de Nederlandse) is dus breder dan de definitie van lokale producten.

Voor vraag en aanbod van lokale producten is weliswaar groeiend inzicht, maar statistieken blijven nog achter. Alleen omzet van korteketenproducten, die aanbieders zelf rechtstreeks aan de consument verkopen, zijn door middel van additionele vragen in de Landbouwtelling vastgesteld (Venema et al., 2021). In de vraagstelling van de Landbouwtelling is uitgegaan van de Europese definitie. Voor alle andere producten en kanalen zijn wij genoodzaakt een schatting te maken op basis van eerder onderzoek (Tacken et al., 2021). In het onderzoek van Tacken et al., is uitgegaan van de Nederlandse definitie.

Dit project draagt ook bij aan de doelstellingen in de Voedselagenda van de provincie Utrecht (meer consumptie uit lokale ketens) en een amendement van Gedeputeerde Staten, waarin afzet van lokale producten specifiek wordt genoemd, voor een levensvatbaar voorbestaan van boerenbedrijven en het in stand houden van de belangrijke bijdragen aan veilig, gezond en duurzaam voedsel voor haar inwoners en de regionale economie.

Het hebben van een beeld van de huidige situatie in het aanbod van lokale producten en van consumptie van lokaal voedsel/lokale producten uit de korte keten geeft de provincie Utrecht een startpunt voor het formuleren van acties en/of (vervolg)beleid.

## 1.1 Doelstelling onderzoek

Wageningen Economic Research is door de provincie Utrecht gevraagd om allereerst inzicht te geven in het marktaandeel van lokale producten in Utrecht. Omdat hiervan geen statistieken bestaan en ook geen eerder onderzoek, benaderen we de vraag zo goed mogelijk door uit te gaan van de korteketeninformatie die wel beschikbaar is :

- Aan de aanbodkant: hoe actief zijn Utrechtse boeren in korte ketens en wat is het potentieel voor de komende 10 jaar?
- Aan de vraagkant: wat is de consumentenomzet van lokale producten en in hoeverre zijn retail en foodservice actief in korte ketens?

Onder aanbod in korte ketens verstaan we primaire ondernemers in de provincie Utrecht die hun producten met maximaal 1 schakel tussen boer en consument afzetten. Onder vraag naar korteketenproducten verstaan we alle omzet die de Utrechtse retail en foodservice realiseren met producten die afkomstig zijn van primaire bedrijven uit de provincie Utrecht.

In dit onderzoek zullen de volgende deelvragen beantwoord worden:

1. Wat is het aanbod van korteketenproducten in de provincie Utrecht?
2. Hoe groot is de voedselomzet in de provincie Utrecht (zowel huishoudelijk als buitenhuishoudelijk)?
3. Welk deel daarvan kan toegerekend worden aan korteketenproducten?

Om dat inzicht te krijgen, zal eerst door Wageningen Economic Research op basis van de eerdere rapporten (Venema et al., 2021, en Tacken et al., 2021) inzicht gegeven worden in wat al beschikbaar is over het aanbod en vraag in de provincie Utrecht.

Voedsel komt uiteindelijk voornamelijk via twee hoofdkanalen bij de consument:

- Retail: supermarkten, online, markten, boerderijwinkels en speciaalzaken
- Foodservice: horeca, catering, recreatie en verkooppunten onderweg.

---

Hiermee verkrijgt provincie Utrecht inzicht in welke deel van de bedrijven actief is in korte ketens, hoe de retail en foodservice<sup>1</sup> in de provincie Utrecht kan worden gekarakteriseerd en een inschatting van het marktaandeel lokale producten.

Concluderend, de provincie Utrecht wil op basis van het bovengenoemd onderzoek inzicht in hoe vraag en aanbod van korteketenproducten eruitzien.

Natuurlijk gaat het bij lokale productie stimuleren om meer dan alleen de geografische afstand tussen voedselproductie en consumptie. Denk onder andere aan consumentenvertrouwen, verdeling van toegevoegde waarde in de keten, verminderde afhankelijkheid van overige ketenpartners, meer vraaggericht produceren doordat consumentenwensen duidelijker zichtbaar worden. Echter, in deze studie willen we een nulmeting maken waar de provincie Utrecht nu staat als het gaat om vraag en aanbod; verdieping naar beleving van lokale producten door de inwoners van Utrecht is geen onderdeel van de onderzoeksvraag.

---

<sup>1</sup> Zie hoofdstuk 3 Methode voor verdere afbakening.

---

## 2 Methode

Stap 1 van het onderzoek zal een synthese van de onderzoeken van Venema et al. (2021) en Tacken et al. (2021) worden uitgevoerd.

In het onderzoek van Venema et al. wordt vooral ingegaan op het aanbod van lokale producten aan consumenten, horeca en supermarkten door ondernemers in de land- en tuinbouw. In de Landbouwtelling hebben ondernemers een (procentuele) inschatting gemaakt van wat zij in de korte keten omzetten. Per provincie is daarvan een analyse gemaakt, die getoetst is bij experts uit de provincie (zie Venema et al., factsheet Korte Ketens in Utrecht). Er dient rekening mee te worden gehouden dat een deel van producten die in de provincie Utrecht geproduceerd worden, mogelijkerwijs over de provinciegrens worden geconsumeerd. Hiervan kan zelfs al sprake zijn wanneer er 1 tussenschakel actief is tussen producent en consument, als bijvoorbeeld Utrechtse kaas wordt afgezet bij een horecaondernemer of kaasboer in Drenthe. Het omgekeerde kan ook het geval zijn: primaire ondernemers uit omliggende provincies kunnen ook producten afzetten in de provincie Utrecht. De meest professionele boerderijwinkels werken op allerlei manieren samen met andere collega's, onder andere door producten onderling uit te wisselen om daarmee elkaars assortiment te verbreden. Een dergelijke professionalisering is cruciaal om tot succesvolle boerderijverkoop te komen, want een consument kan dan op één stop meerdere productgroepen kopen. Voor de afzet van lokale producten uit Utrecht in Utrecht kan dit betekenen dat in boerderijwinkels ook producten van elders worden verkocht. Daarnaast en omdat het hier zogenaamde zelfgerapporteerde gegevens betreft, wordt de omzet mogelijk onderschat of overschat. Per saldo gaan we ervan uit dat het redelijk accuraat is.

In het onderzoek van Tacken et al. (2021), is een analyse gemaakt van de vraag naar korteketenproducten door retail en foodservice en het geschatte marktaandeel.

Echter, in beide onderzoeken is een verschillende methodiek gebruikt. In het onderzoek van Venema et al. is gebruikgemaakt van de Europese definitie - maximaal 1 schakel tussen boer en consument - terwijl soms meerdere schakels tussen boer en consument nodig zijn om de gewenste professionaliteit te behalen die afnemers (horeca, retail en catering) vragen.

Door beide onderzoeken aan elkaar te koppelen, kan een redelijke inschatting worden gemaakt wat de huidige omzet van lokale producten in de provincie Utrecht nu is. We gaan er daarbij van uit dat wat de provincie in gaat als korteketenproduct ongeveer gelijk is aan wat eruit gaat. Op basis van de typering van de verkoopkanalen kan afgeleid worden wat naar schatting het aanbod van lokaal voedsel in de keten (retail en foodservice) is. Hoe dat verdeeld is over typen bedrijven binnen deze ketens is lastig, omdat daar extra primaire dataverzameling (interviews) voor nodig is.

Binnen het landelijk onderzoek bleek al dat er geen gestandaardiseerde statistieken zijn over vraag naar en aanbod uit korte ketens. Er zijn wel aankoopdataleveranciers, zoals [Nielsen](#) en [Symphony IRI](#), die gegevens hebben van verkopen via supermarkten, maar die labelen producten niet als korteketenproducten. Ook onderzoeksbureau GfK die middels een huishoudpanel meet wat consumenten kopen, heeft geen identificatie van lokale producten. In theorie is dat wel mogelijk, maar dan moet voor ieder product bepaald worden of het een lokaal product is en de regio waarvoor dat geldt. Kortom, voor nationale statistieken is dat een ondoenlijke opgave. Bovendien is het ook nog niet makkelijk om lokale producten te labelen. Bij droge kruidenierswaren (die vaak samengesteld zijn) moeten alle ingrediënten dan uit de regio komen, wat zeer zeldzaam is. Versproducten kunnen dagelijks van een verschillende leverancier komen. Bovendien hanteren landelijke supermarkten een andere regio-indeling dan bijvoorbeeld provincies of een horecaonderneming. In de foodservice wordt wel vaak met vaste leveranciers gewerkt, maar die kunnen ook niet jaarrond alle producten uit de regio betrekken, omdat veel producten nou eenmaal niet jaarrond beschikbaar zijn in de provincie of Nederland.

---

Daarom is ervoor gekozen om een groot deel van de analyse te baseren op zelfgerapporteerd gedrag verkregen uit interviews met actoren in keten en experts. Op basis van die interviews is duidelijk geworden welk type bedrijven vaker met lokale producten werken. Door in de provincie Utrecht inzicht te verkrijgen van het type bedrijven in de retail en de foodservice, maken we een inschatting van de vraag naar lokale producten.

Uit het landelijk onderzoek en het onderzoek in de provincie Gelderland is gebleken dat de verkoopkanalen met een groter aandeel korteketenproducten zijn:

In de retail:

- Supermarkten met een lokale franchisenemer
- Supermarkten in regio's met zelfstandige slaaplocaties
- Speciaalzaken (focus op Groente & fruit en Kaas-/delicatessen)
- Boerderijwinkels
- Marktkooplui met standplaatsen in de eigen regio

In de foodservice:

- Restaurants in particulier bezit die geen deel uitmaken van een keten
- Catering voor lokale overheden
- Verblijfsrecreatie in particulier bezit

Door voor de provincie Utrecht te analyseren of in de provincie veel of weinig bedrijven in deze categorieën vallen, maken we inschatting van de vraag naar lokale producten.

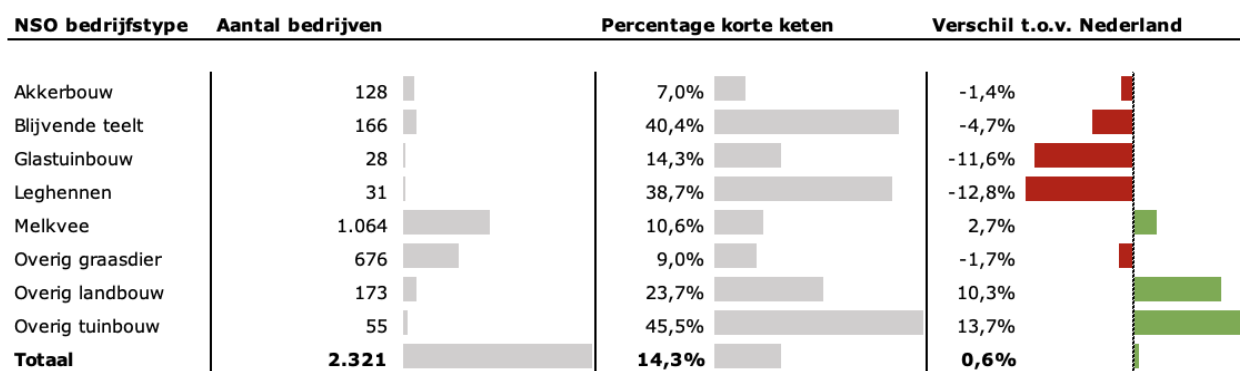
# 3 Inschatting van het aanbod van lokale producten

Onderstaand overzicht beschrijft de huidige situatie (2020) op de primaire agrarische bedrijven met (gedeeltelijke) afzet van producten via een korte keten. Ook wordt ingegaan op de opgetreden ontwikkeling sinds 2017. Aan de orde komen aantallen bedrijven, kenmerken van deze bedrijven en de regionale spreiding. Ook wordt een globale inschatting gegeven van de gerealiseerde omzet (dus zonder winstmarge) van de primaire agrarische bedrijven die gepaard gaat met afzet via een korte keten. Onbekend is welk deel van de afzet wordt gerealiseerd binnen de provincie Utrecht. De bedrijven die hebben aangegeven zonder tussenschakel te leveren, hebben zeker rechtstreeks aan consumenten verkocht en waarschijnlijk in hun eigen provincie. Per relevante deelsector wordt dit getoond. In het overzicht ontbreekt mogelijk een deel van het aanbod dat lokaal wordt aangeboden via afzetpunten zoals Landwinkel. Landwinkel is een coöperatie van samenwerkende boeren en telers met een Landwinkel. In Landwinkel worden zowel streekproducten uit eigen regio als uit andere regio's van Nederland aangeboden. De provincie Utrecht kent zo'n 15 landwinkels.

De lokale afzet, zoals gedefinieerd in de Voedselagenda van de Provincie Utrecht, is mogelijk dus groter dan uit de enquête in de Landbouwtelling blijkt omdat de uitvraag van het aanbod aan korteketenproducten in de Landbouwtelling is gedaan via primaire agrarische producenten. Bovendien hebben die ondernemers zelf een inschatting gemaakt van de omzet, waarbij onderschatting zeer reëel is.

## 3.1 Korteketenbedrijven naar bedrijfstype en geografische spreiding

De provincie Utrecht heeft in 2020 rond de 2.321 primaire agrarische bedrijven. Bijna 14,3% van deze bedrijven, in totaal 334 bedrijven, zet (een deel van hun) producten af via een korte keten, oftewel via geen of 1 schakel tussen de producent en de consument. Melkveehouderij is het grootste bedrijfstype in de provincie, ruim 10% van de bedrijven levert producten via een korte keten. Dit aandeel ligt aanzienlijk hoger in de blijvende teelt (waaronder fruitteelt), overig tuinbouw (waaronder boomkwekerij) en de leghennenhouderij. Deze bedrijven hebben relatief veel producten met weinig bewerking om te consumeren.

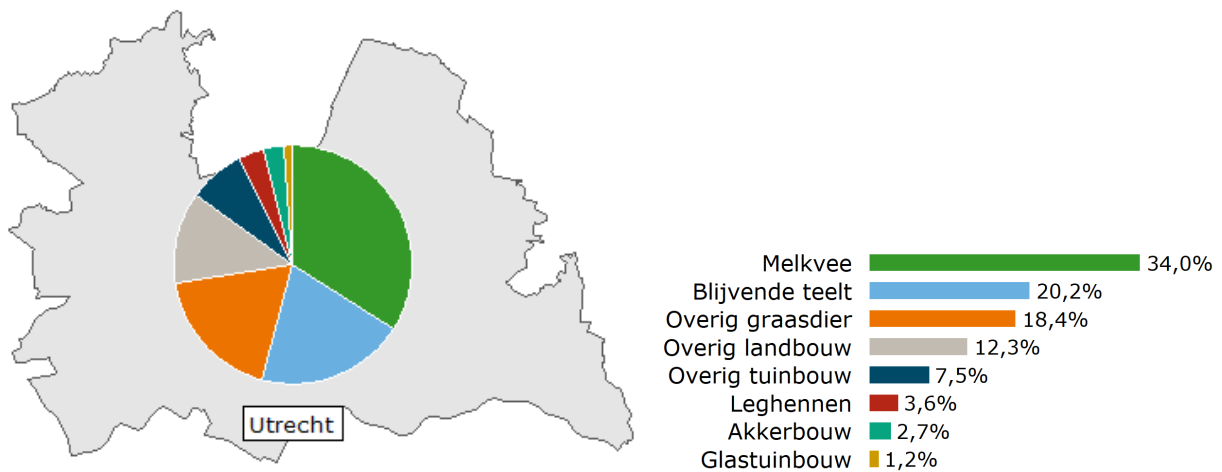


**Figuur 3.1** Aantallen agrarische bedrijven, aandeel korte keten bedrijven (inclusief verschil met nationale niveau) in Utrecht, 2020

Van de 334 korteketenbedrijven is ruim een derde een melkveebedrijf (Figuur 3.2). Ruim 20% is een blijvendeteeltbedrijf (vooral fruitteelt) en ongeveer 18% valt onder het type overig graasdierhouderij. In deze laatste groep zijn het vooral de typen overig rundvee, schapenhouderij en geitenhouderij. Akkerbouw

en glastuinbouw zijn in de provincie Utrecht nauwelijks aanwezig en dus ook nauwelijks vertegenwoordigd in de korte keten.

De provincie Utrecht scoort met het aandeel korteketenbedrijven (14,3%) hoger dan het landelijke aandeel (13,7%).



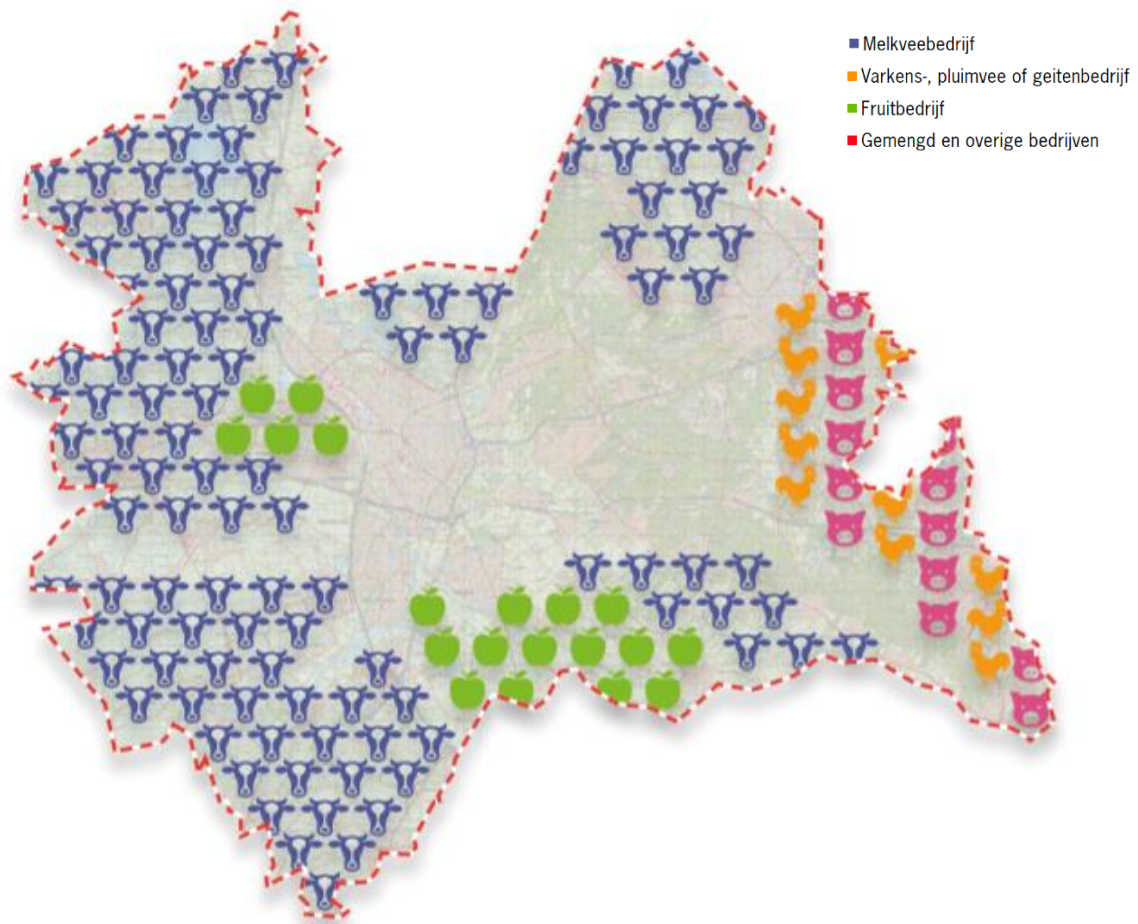
**Figuur 3.2** Verdeling van agrarische bedrijven met afzet via korte keten over de COROP-regio Utrecht

## 3.2 Nadere beschouwing sectoren landbouwtelling

De bedrijven met afzet via korte ketens bevinden zich verspreid over heel de provincie. Kijken we naar de aanwezigheid van de korteketenbedrijven in Utrecht en hun geschatte opbrengsten via afzet korte ketens, dan krijgen we een indruk van de regionale omzetsdichtheid. We zien een sterke concentratie van de omzet korte ketens in meerdere regio's: de Kromme Rijnstreek, de Lopikerwaard, het veenweide-gebied en Gelderse Vallei.

Ook relevant voor een omzetsdichtheid van korteketenbedrijven is de mate waarin bewerking van producten nodig is voordat het product aan de eindconsument verkocht kan worden. Hoge omzetsdichtheid van korteketenbedrijven zie je bijvoorbeeld bij bedrijven met tomaten en komkommers in de glastuinbouw en aan fruit in de Betuwe, die nauwelijks bewerking nodig hebben en die dicht bij grotere plaatsen liggen. Met name in de regio's met veel (grote) grondgebonden bedrijven (zoals akkerbouw, melkveehouderij) is de omzetsdichtheid van korteketenbedrijven per km<sup>2</sup> lager. Dit heeft veel te maken met de gemiddelde bedrijfsgrootte in hectares van deze bedrijven, waardoor de omzet per ruimtelijke eenheid lager is. Ook is de bevolkingsdichtheid in deze regio's kleiner dan in veel andere regio's. De overheersing van grondgebonden landbouw zien we vooral terug in de Noordelijke provincies Zeeland en in Flevoland. Ook Utrecht is een regio met veel grondgebonden bedrijven, maar dan met name melkveehouderij.

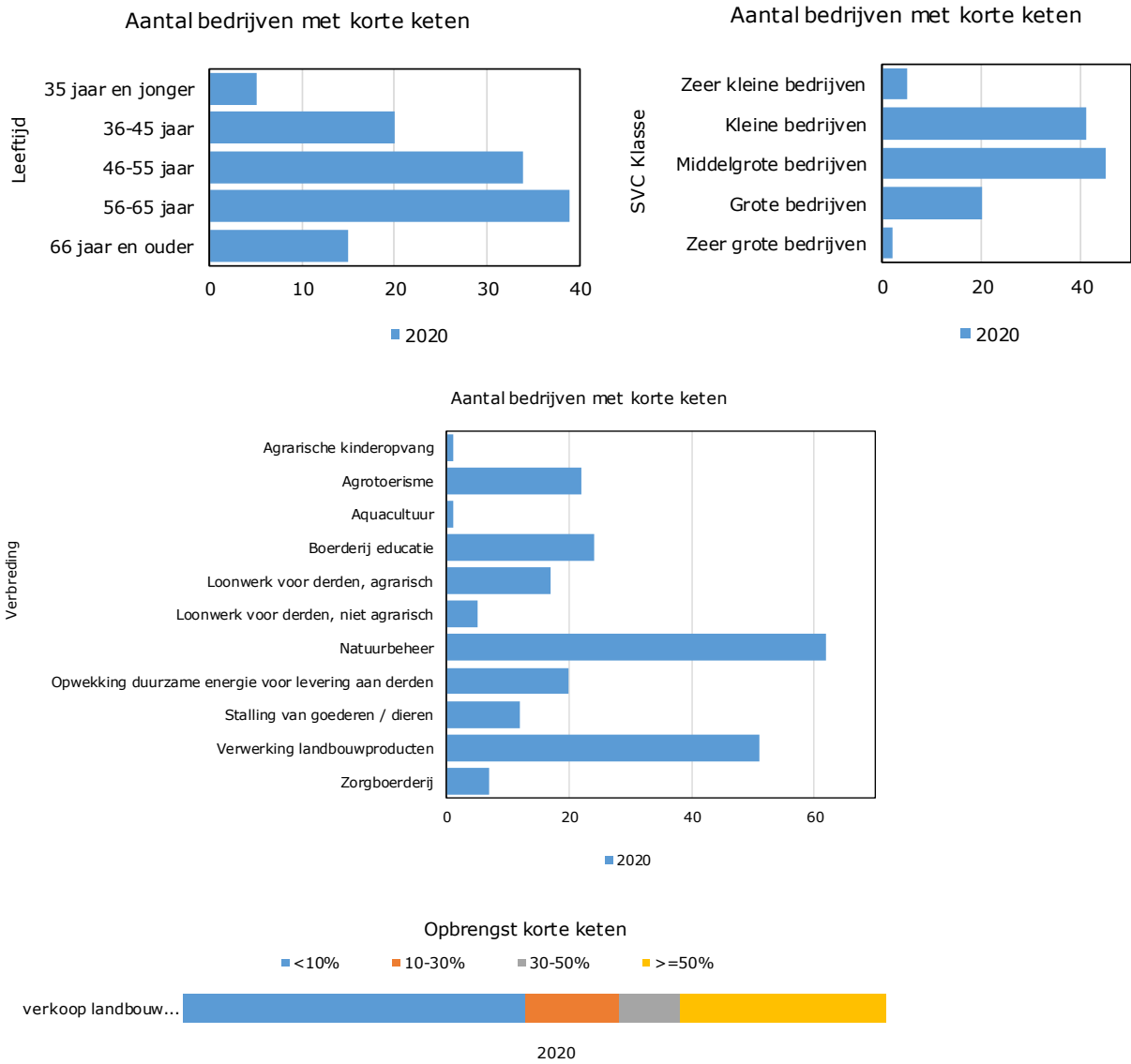
Melkveebedrijven bevinden zich over de gehele provincie Utrecht met een sterke concentratie in het westelijk deel. Fruitteelt (blijvende teelt) is vooral gesitueerd in het zuidelijk deel van de provincie. Rundvee- en (leg)pluimveehouderij vindt men in het Oostelijk deel van de provincie. Zie Figuur 3.3.



**Figuur 3.3** Globale verspreiding van landbouwsectoren in provincie Utrecht  
 Bron: Landbouwvisie provincie Utrecht (2018).

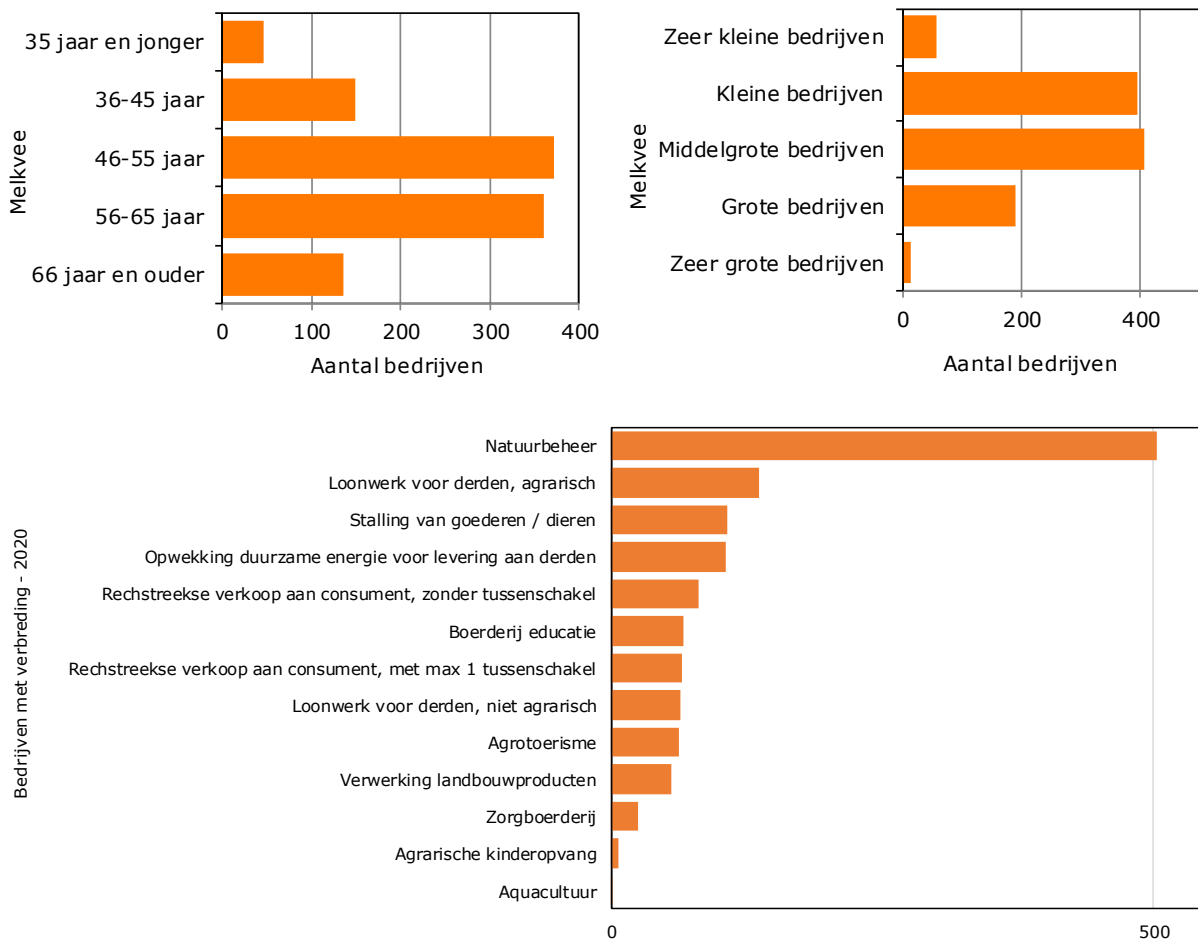
#### Melkvee

Van de 113 bedrijven in Utrecht die producten via de korte keten, volgens de Europese definitie, leveren zijn er 81 die dat zonder tussenschakel (dus rechtstreeks aan de consument) doen. Het merendeel van de ondernemers is tussen de 45 en 65 jaar oud (Figuur 3.4). Dat wil echter niet zeggen dat er geen jonge bedrijfsopvolgers actief zijn. Ze zitten vaak al in het maatschap met vader en/of moeder. Het merendeel is actief op bedrijven welke te typeren zijn als klein tot middelgroot (Figuur 3.4). Naast melkveeproductie zijn Natuurbeheer en verwerking van landbouwproducten kenmerkende nevenactiviteiten (Figuur 3.4). Negenenveertig procent van de bedrijven die leveren aan de korte keten haalt niet meer dan 10% van zijn totaalomzet uit korteketenafzet, gevolgd door 29% dat meer dan 50% van zijn totaalomzet haalt uit korteketenafzet (Figuur 3.4).



**Figuur 3.4** Typering melkveebedrijven actief in de korte keten





**Figuur 3.5** Typering melkveebedrijven in de provincie Utrecht

De bedrijven met afzet naar de lokale consumenten, onderscheiden zich van reguliere melkveehouderijbedrijven in Utrecht:

- Ondernemers van de leeftijdscategorie 46-55 jaar zijn ondervertegenwoordigd
- De verdeling over SVC\* klasse type<sup>2</sup> is vergelijkbaar met het totaal
- Melkveehouderijbedrijven met korte ketens zijn relatief vaker kleinere en middelgrote bedrijven
- Melkveebedrijven met korte ketens doen aan allerlei verbrede activiteiten, terwijl reguliere melkveehouderijen vaak alleen aan natuurbeheer doen.

<sup>2</sup> SVC\*klasse: De SVC geeft een beeld van de vergoeding voor de inzet van arbeid en kapitaal die een bedrijf op basis van standaarden gemiddeld in een jaar behaalt met de *agrarische productie*. Let wel: Veel bedrijven die aan korteketenontwikkeling doen hebben meerdere inkomensactiviteiten. Zie verder verwijzing volgende bladzijde voor meer toelichting SVC.

### \* **Standaardverdiencapaciteit (SVC)**

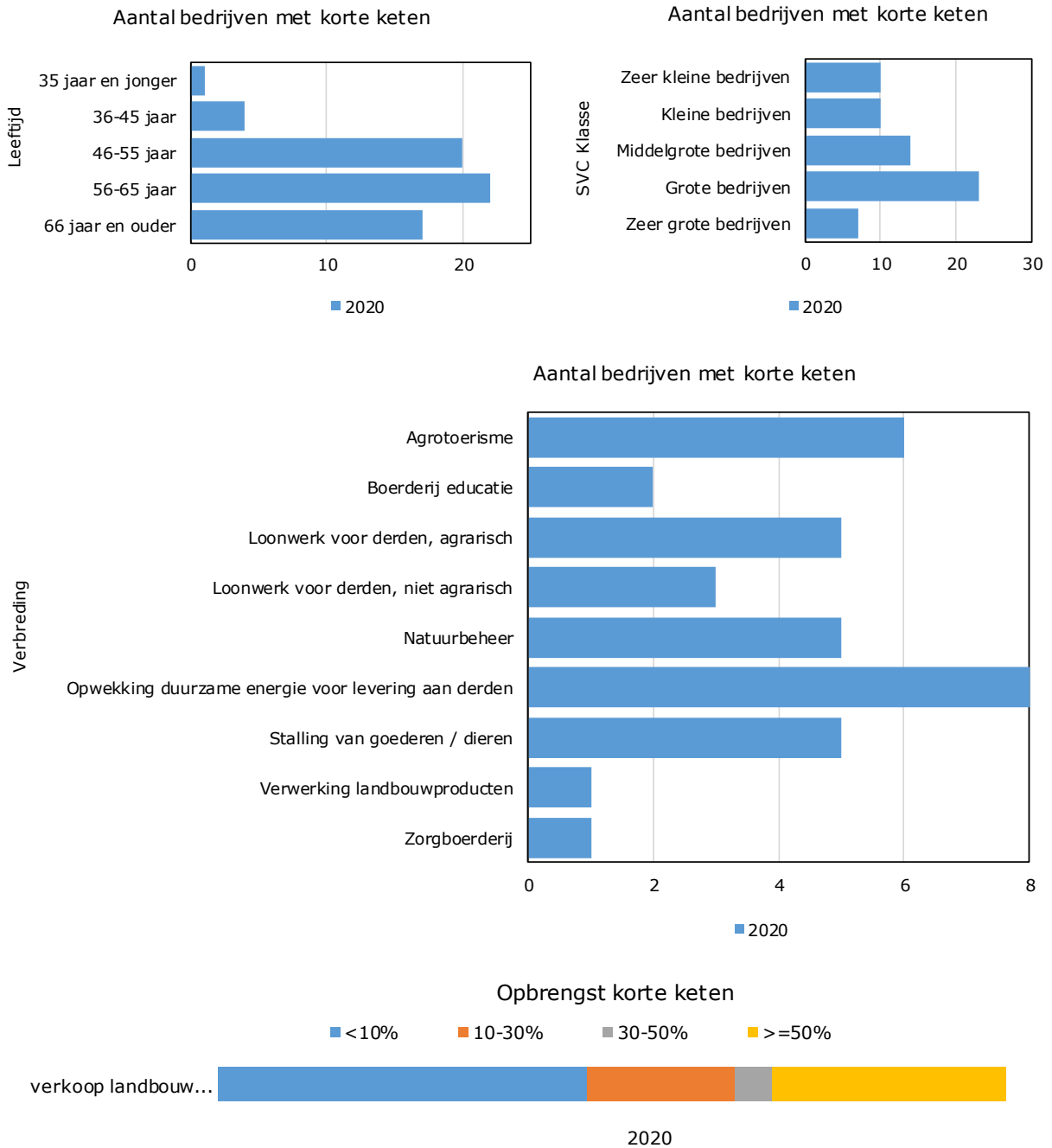
De bedrijfsomvang in Standaardopbrengst (hierna SO) is over bedrijfstypen heen niet altijd even sterk gerelateerd met de arbeidsinzet of met de toegevoegde waarde. Op een akkerbouwbedrijf blijft bijvoorbeeld van 100.000 euro opbrengsten gemiddeld veel meer toegevoegde waarde over dan op een vleesvarkensbedrijf (respectievelijk ongeveer 33% en circa 11%), doordat in de varkenshouderij de toegerekende kosten (vooral veevoer) relatief hoog zijn. Met het kengetal standaardverdiencapaciteit (SVC) wordt daarmee rekening gehouden. Voor vergelijking van bedrijven uit verschillende sectoren op basis van schaalgrootte naar arbeidsbehoefte of toegevoegde waarde is de omvang in SVC beter te gebruiken dan de omvang in SO, wat hieronder wordt uitgelegd.

De SVC geeft een beeld van de vergoeding voor de inzet van arbeid en kapitaal die een bedrijf op basis van standaarden gemiddeld in een jaar behaalt met de agrarische productie, los van wie de arbeid of het kapitaal heeft geleverd. Opbrengsten uit bedrijfstoelagen, betaalrechten, subsidies of multifunctionele landbouw zijn daarin dan niet meegenomen. De werkelijk gerealiseerde toegevoegde waarde van een bedrijf zal vrijwel nooit gelijk zijn aan de berekende SVC, vanwege verschillen in prijsvorming, technisch resultaat, productbewerking, subsidies, intern verkeer of opbrengsten uit multifunctionele activiteiten in vergelijking tot de gebruikte standaarden.

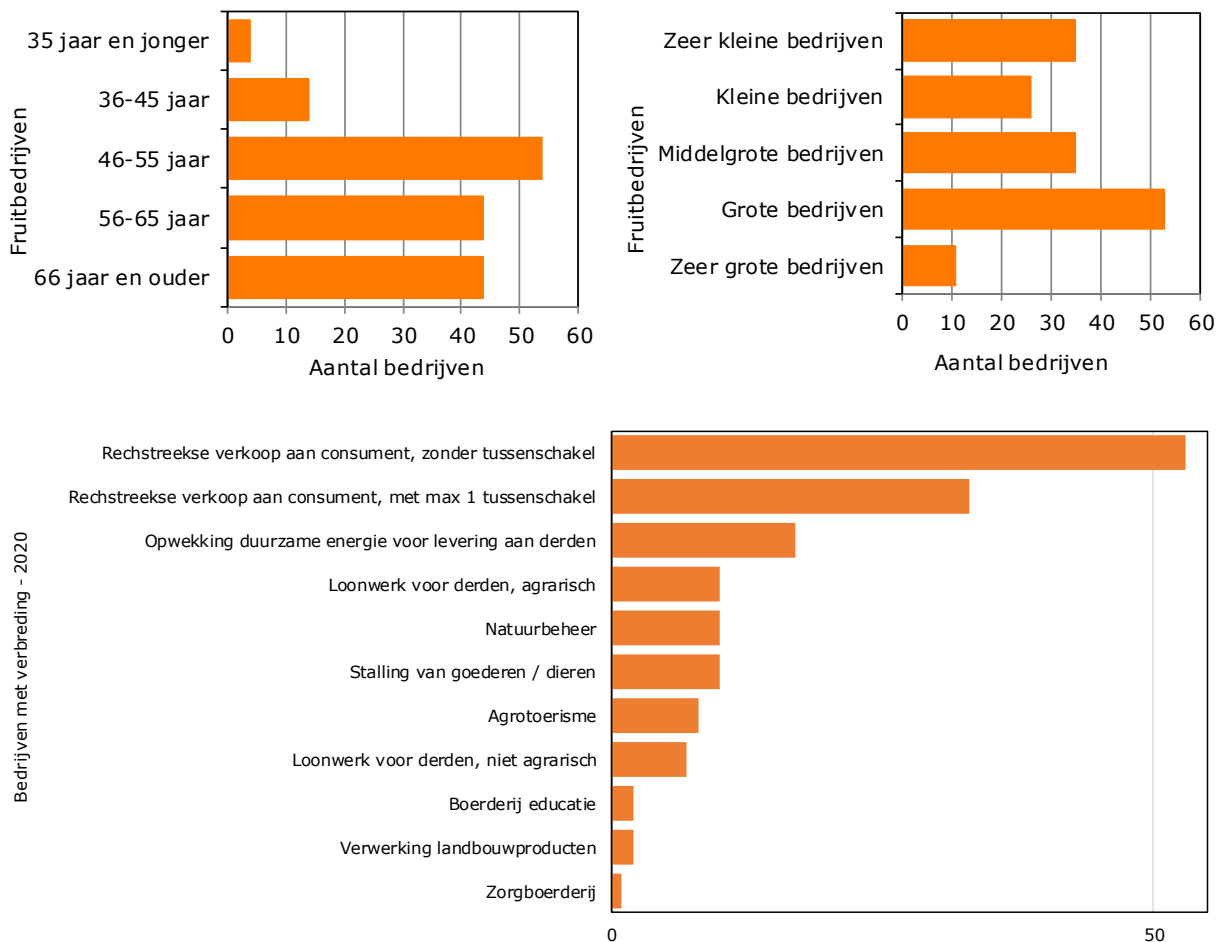
De SVC van een bedrijf wordt berekend door de Standaardopbrengst van vastgestelde SO-groepen te vermenigvuldigen met de Verdiencoëfficiënt van die SO-groep. Die coëfficiënt geeft aan welk deel van de Standaardopbrengst (SO) gemiddeld als vergoeding voor arbeid en kapitaal resteert voor die specifieke groep van agrarische producten (SO-groep). In 2020 is de SVC geactualiseerd (prijsniveau 2017).

#### *Fruit (blijvende teelt)*

Van de 64 bedrijven in Utrecht die producten via de korte keten leveren zijn er 53 die dat zonder tussenschakel (dus rechtstreeks aan de consument) doen. Het merendeel van de ondernemers is tussen de 45 en 65 jaar oud. In Figuur 6 is ook te zien dat 23 van de 64 bedrijven actief in de korte keten is te typeren als groot (SVC-klasse). De fruitbedrijven kennen verschillende nevenactiviteiten zoals loonwerk, opwekking duurzame energie en agrotourisme (Figuur 3.6). Zevenenvertig procent van de bedrijven die leveren aan de korte keten halen niet meer dan 10% van hun totaalomzet uit korteketenafzet (Figuur 3.6). Dit betreft veelal een indicatieve schatting (Bron: Landbouwtelling) afgezet tegen de afzet die men behaalt met de gehele bedrijfsvoering (dus ook subsidies en nevenactiviteiten worden meegerekend in de totaalomzet).



**Figuur 3.6** Typering korte keten fruitbedrijven



**Figuur 3.7** Typering reguliere fruitbedrijven

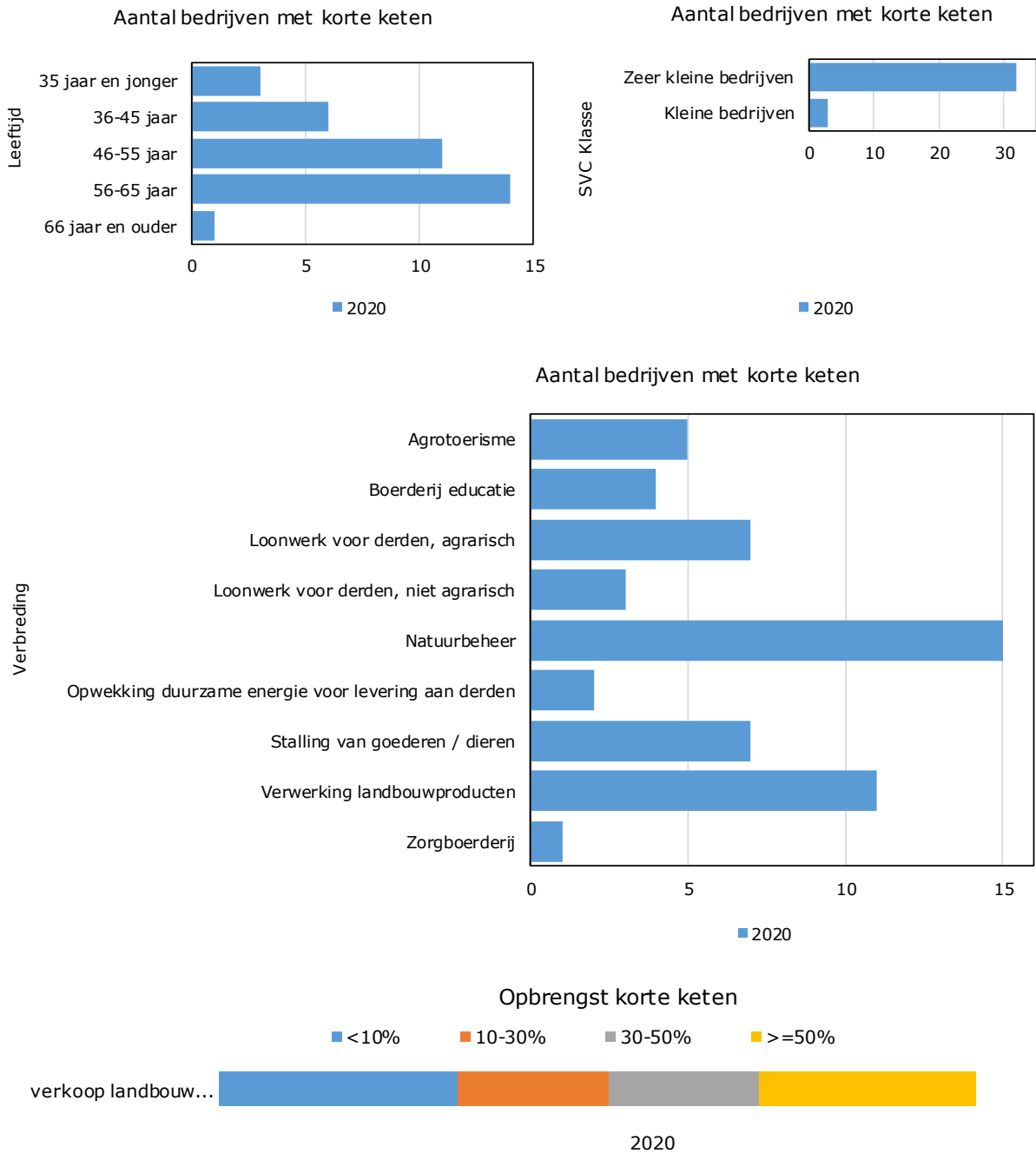
De lokale producten fruitbedrijven onderscheiden zich van reguliere fruitbedrijven in Utrecht als volgt:

- Bij korteketenfruitbedrijven zijn in de leeftijdscategorie 46-55 jaar ondervertegenwoordigd
- De verdeling over SVC\* klasse type<sup>3</sup> van bedrijven wijkt af. Reguliere fruitbedrijven kennen relatief meer zeer kleine en kleine bedrijven
- Korteketenbedrijven doen aan allerlei vormen van verbreding, terwijl bij reguliere bedrijven vooral rechtstreekse verkoop of via 1 schakel er als verbrede activiteit uitspringt. Andere verbreding doen ze nauwelijks.
- 86 bedrijven doen aan lokale afzet ofwel 56% van het totaal aantal fruitbedrijven.

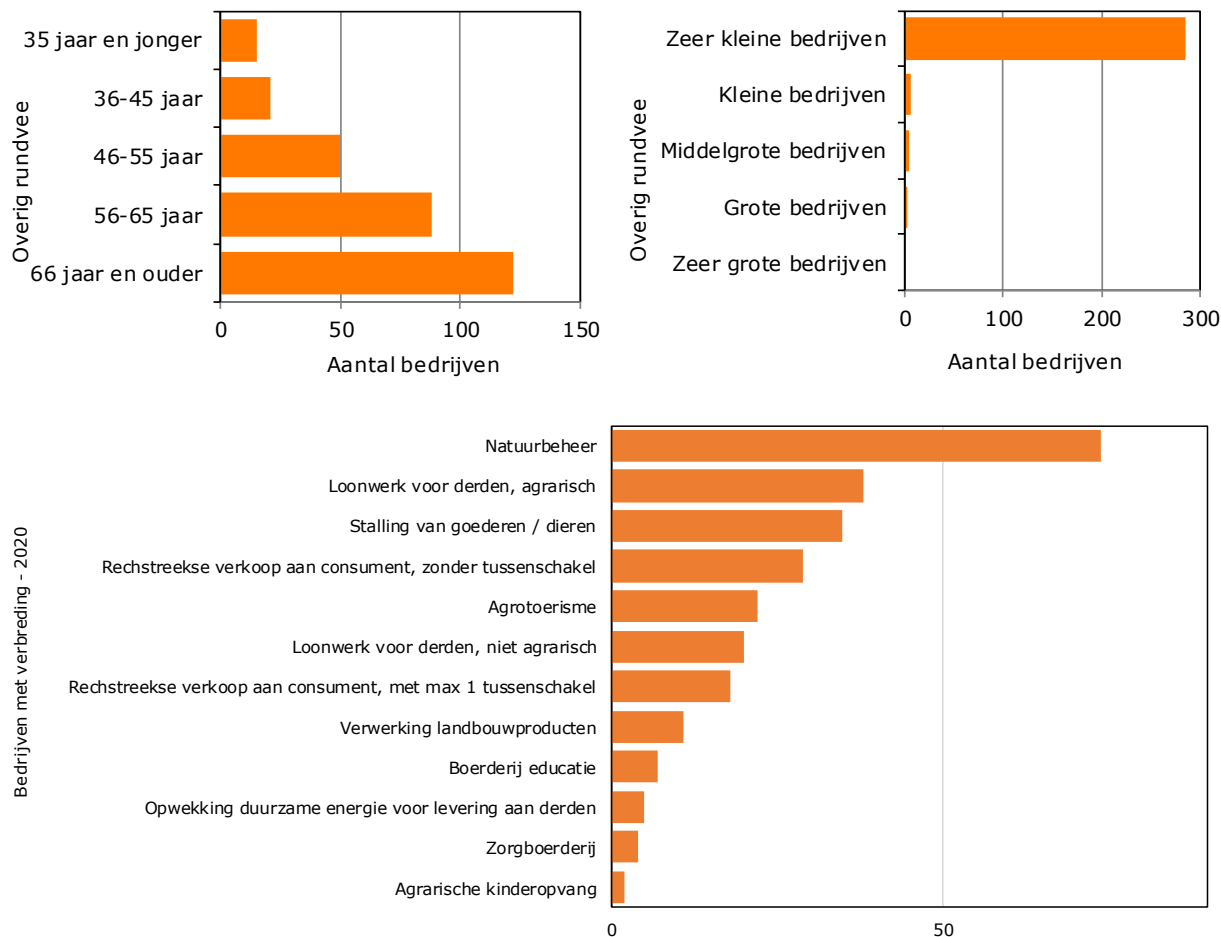
*Rundvee vleesbedrijven(overig graasdier)*

Van de 35 bedrijven in Utrecht die producten via de korte keten leveren zijn er 29 die dat zonder tussenschakel (dus rechtstreeks aan de consument) doen. Het merendeel van de ondernemers is tussen de 45 en 65 jaar oud (Figuur 3.8). In Figuur 3.8 is te zien dat 32 van de 35 bedrijven actief in de korte keten zijn te typeren als zeer klein (SVC-klasse) gezien vanuit het perspectief van agrarische productie. Naast melkveeproductie zijn Natuurbeheer en verwerking van landbouwproducten kenmerkende nevenactiviteiten (Figuur 8). De bedrijven welke leveren aan de korte keten zijn redelijk verspreid over de verschillende omzet categorieën (zie Figuur 8).

<sup>3</sup> Zie kader pagina 9.



**Figuur 3.8** Typering korte keten rundvee



**Figuur 3.9** Typering reguliere rundvee vleesbedrijven

Een vergelijking van de korte keten rundvee vleesbedrijven met alle reguliere rundvee vleesbedrijven in Utrecht laat zien:

- Bij reguliere rundvee vleesbedrijven zijn in de leeftijdscategorie 66 jaar en ouder de meeste bedrijven vertegenwoordigd, terwijl in de korte keten allerlei leeftijden voorkomen. Dit komt omdat rundvleesproductie vaak deel uitmaakt van een afbouwstrategie.
- De verdeling over SVC\* klasse<sup>4</sup> type van bedrijven is min of meer gelijk.
- In korteketenbedrijven vinden allerlei verbredingsactiviteiten plaats net als bij reguliere bedrijven, maar verwerking komt vaker voor.

#### Leghennenhoudery

Van de 12 bedrijven in Utrecht die producten via de korte keten leveren zijn er 10 die dat zonder tussenschakel (dus rechtstreeks aan de consument) doen. Vijf bedrijven actief in de korte keten zijn te typeren als groot (SVC-klasse). Zevenenzestig procent van de bedrijven die leveren aan de korte keten haalt niet meer dan 10% van zijn totaalomzet uit korteketenafzet.

#### Aanvullende informatie

Wanneer er buiten de Landbouwtelling wordt gezocht naar informatie over het aanbod in korte ketens, dan zijn er verschillende websites beschikbaar waarop aanvullende informatie kan worden verkregen. Zo werd eerder al de website van Landwinkel genoemd.

De website '[Echte BoerderijZuivel](#)' laat zien dat er in Utrecht 25 kaasverkooppunten zijn van traditionele kaas en zuivelproducten gemaakt op de boerderij. Via [Lekkerder bij de Boer](#) komen 45 verkooppunten met divers aanbod in de korte keten in beeld. Op de website '[Fietsen voor mijn eten](#)' is een mooi overzicht beschikbaar

<sup>4</sup> Zie kader pagina 9.

---

van aanbod per regio. Op deze website zijn aanbieders van allerlei producten zichtbaar in de [Kromme Rijnstreek](#), de [Lopikerwaard](#) en de [Gelderse Vallei](#). Daarnaast bieden websites als lokaalvoedsel-utrecht.nu en <https://www.iedereenisgoedvolk.nl/lokale-leveranciers> ook informatie over lokaal aanbod.

### 3.3 Ontwikkeling korte ketens 2017-2020

In de periode 2017-2020 is het aantal agrarische bedrijven met afzet via een korte keten toegenomen van 257 bedrijven (11,6% van het aantal bedrijven) naar 334 (14,3%). Dat is een behoorlijke toename. Sterke toenames zien we bij de in Utrecht kleinere bedrijfstypen leghennenhouderij en overig tuinbouw (waaronder boomkwekerij), maar ook in de akkerbouw is een grote stap gezet. In de grote bedrijfstypen melkveehouderij en overig graasdierhouderij was er een toename van enkele procentpunten. In de glastuinbouw en fruitteelt is een kleine terugval te constateren.

De ontwikkeling in Utrecht in zijn geheel komt overeen met de ontwikkeling op nationaal niveau, maar Utrecht ligt boven het landelijk gemiddelde: een stijging van 10,4% naar 13,6% in het aandeel korteketenbedrijven. Wel zien we verschillen in de percentages tussen provincies, met als uitschieter Limburg met 20%. De provinciale verschillen hebben sterk te maken met de aanwezigheid van bedrijfstypen per provincie. Een belangrijk aspect daarbij is de mate waarin bewerking van producten nodig is voordat het kan worden verkocht.

### 3.4 Conclusie: aanbod van agrarische producten via korte ketens in Utrecht

In het kader van de Voedselagenda van de provincie Utrecht, hebben we een zo goed mogelijke inschatting gemaakt van het aanbod lokale producten in de provincie. Aangezien er geen statistieken zijn van lokale producten zijn we uitgegaan van de uitkomsten van de enquête bij de Landbouwtelling, waarin is gevraagd in hoeverre ondernemers producten afzetten via de korte keten.

Uit dit onderzoek blijkt dat het aanbod van korteketenproducten uit de Provincie Utrecht relatief eenzijdig is (veel aanbieders van zuivelproducten, fruit, eieren en rundvlees) en de bedrijven die actief zijn in de korte keten zijn vaker al verbrede bedrijven, de leeftijdscategorie 46 tot 55 jaar is ondervertegenwoordigd, en het zijn minder vaak grote bedrijven. Echter, de provincie Utrecht kent 15 Landwinkels die korteketenproducten voeren, ook uit omliggende provincies waarschijnlijk. En andersom liggen korteketenproducten uit de provincie Utrecht mogelijk in (Land)winkels in omliggende provincies. De ontwikkeling van lokale producten is deels afhankelijk van de korteketenontwikkeling in brede zin (in Nederland en omliggende provincies). Door alleen naar Utrecht te kijken, vat je waarschijnlijk niet de totale afzet van korteketenproducten in de provincie.

Korteketenbedrijven zijn niet 1 op 1 lokale productenbedrijven. Veel bedrijven die actief zijn in de korte keten, zullen hun producten aan consumenten uit de provincie afzetten. Echter, de omzet van korteketen voedingsmiddelen zal een lichte overschatting zijn van het aanbod lokale producten. Men kan namelijk aannemen dat ook ondernemers uit de provincies Gelderland, Brabant, Zuid-Holland en Noord-Holland korteketenproducten in de Provincie Utrecht afzetten, zeker gezien het eenzijdige aanbod: zuivelproducten, fruit, eieren en rundvlees. Noord- en Zuid-Holland hebben veel groenteteelt (zowel volle grond als kasgroenten), en Brabant en Gelderland hebben een breed scala aan dierlijke producten. Sierteelt valt buiten de definitie van de Provincie Utrecht, dus daarom hebben we in de inschatting van de omzet deze tuinbouwsectoren buiten beschouwing gelaten.

Op basis van in de Landbouwtelling ingevulde percentages van het aandeel korteketenomzet in de totale omzet, is een globale schatting berekend van de totale omzet van agrarische producten via korte ketens in Utrecht (exclusief boomkwekerij). Dit betreft een bedrag van rond de 24 miljoen euro per jaar. Dit is dus een bedrag zonder winstmarge en zonder de omzet die wordt gerealiseerd op andere plaatsen dan het primaire

---

productiebedrijf. Ongeveer 51% hiervan is afkomstig uit de melkveehouderij, gevolgd door de fruitteelt (bijna 20%) en de leghennenhouderij (11%).

De omzet van korte ketens is niet rechtstreeks beschikbaar in de Landbouwtelling. Daarin is alleen gevraagd naar een inschatting als percentage van de totale omzet van het bedrijf. Ook die totale omzet is overigens niet bekend. Om de omzet van de korte keten te berekenen, is een benadering gebruikt door per bedrijf de middens van de opgegeven klasse (<10%, 10-30%, 30-50% en >50% van de totale omzet) te koppelen aan de standaardopbrengst (SO, een berekening van de opbrengst uit agrarische activiteiten vanuit normen (per ha gewas en per dier)) vermenigvuldigd met de oppervlakten van de geteelde gewassen en de aantallen gehouden dieren per diersoort.

Het aanbod van lokale producten uit de Provincie Utrecht is waarschijnlijk lager dan bovengenoemde 24 miljoen euro, omdat een deel van de korteketenproducten mogelijk over de provinciegrenzen wordt afgezet. Echter, het is ook waarschijnlijk dat producten uit regio's direct rond de provincie Utrecht, wel in de provincie Utrecht worden afgezet, aangezien de provincie Utrecht slechts een beperkt aantal lokale producten voortbrengt: zuivelproducten, fruit, eieren en rundvlees. En in de directe omgeving van de provincie Utrecht, groene hart, Betuwe, Noord-Brabant en Gelderse Vallei, wordt een veel breder pallet aan korteketenproducten geproduceerd. Voor meer informatie zie Venema et al. (2021). We gaan er vooralsnog van uit dat het aandeel dat de provinciegrens overgaat, identiek is aan het aandeel dat de provincie inkomt.



---

## 4 Inschatting van de vraag

In totaal wordt in Nederland ongeveer 60 miljard euro omgezet in voedsel (FSIN, 2018) op consumentenniveau. Het huidige marktaandeel van producten uit korte ketens in Nederland wordt geschat op tussen de 3 en 4% van de totale omzet, wat neerkomt op circa 2,2 miljard euro. Deze schatting is door Wageningen Economic Research vastgelegd in het onderzoek *Korteketenproducten in Nederland* (Tacken et al., 2021).

Bij korte ketens denken mensen vaak meteen aan thuisverkoop bij boeren. Maar thuisverkoop bij de boer draagt weliswaar een substantieel bij aan de omzet van producten uit de korte keten, de grootste omzet wordt gehaald in de supermarkten, waar ruim de helft van omzet uit de korte ketens wordt gerealiseerd. Horeca en dan met name restaurants volgen als tweede in het omzetaandeel. De catering bij bedrijven en de speciaalzaken hebben de kleinste omzet. De catering is klein omdat het vooral een lunchmarkt betreft met veel verwerkte producten zoals vleeswaren, brood, snacks en veel producten als kaas, melk en salades zijn slechts een deel van de omzet. Kaasspeciaalzaken en groenteboeren hebben veel producten direct van de lokale boer, maar bakkers en slagers betrekken respectievelijk veel van buiten Nederland en hebben steeds vaker een traiteur-assortiment. Bovendien hebben speciaalzaken een klein marktaandeel. De thuisverkoop bij boeren is in totaal de nummer 3 in omzet producten.

In Utrecht woont 7,79% van de Nederlandse bevolking. Onze inschatting van de omzet van voedsel in de provincie Utrecht is dat het ongeveer 8% van de omzet van Nederland bedraagt: 4,7 miljard euro. Als dit bevolkingsaandeel wordt vermenigvuldigd met de landelijk berekende omzet van 2,2 miljard euro, zou dat betekenen dat de korteketenomzet in Utrecht circa 171 miljoen euro is. Op eenzelfde wijze is destijds in het landelijk rapport een eerste inschatting voor de provincie Gelderland gemaakt. Het ontbreekt aan de mogelijkheid om dit verder te kwantificeren omdat de omzet voeding per provincie volgens dezelfde systematiek niet beschikbaar is, zoals op landelijk niveau.

Echter, in het landelijk onderzoek is wel kwalitatief inzicht verkregen welke bedrijven in de voedselketen vaker lokale producten voeren. Door een typering te maken van de voedselbedrijven in de provincie Utrecht kunnen we inschatten of het marktaandeel hoger of lager is dan in gemiddeld Nederland.

Gemiddeld heeft Utrecht 2,91 verkooppunten retail & horeca per 1.000 inwoners (bron: Datinq). Voor Nederland is dat 3,48 per 1.000 inwoners. Na Flevoland is dit het minste aantal verkooppunten per 1.000 inwoners in Nederlandse provincies. Zeeland scoort het hoogst met 5,56 verkooppunten per 1.000 inwoners. Dit zegt iets over de dichtheid van aanwezige verkooppunten en daarmee bereikbaarheid van korteketenproducten. Utrecht heeft relatief weinig slaapaccommodaties, maar een gemiddeld aanbod aan retail. Tabel 4.1 laat verdere segmentatie zien in Utrecht.

**Tabel 4.1** *Typering horeca en retail in provincie Utrecht vs Nederland totaal*

<b>Utrecht</b>	<b>Aantal verkooppunten</b>	<b>Gemiddeld aantal per 1.000 inwoners</b>
Drinken	414	0,30
Eten	2.607	1,92
Shoppen food	627	0,46
Slapen	308	0,23
<b>Totaal</b>	<b>3.956</b>	<b>2,91</b>

<b>Nederland</b>	<b>Aantal verkooppunten</b>	<b>Gemiddeld aantal per 1.000 inwoners</b>
Drinken	7.417	0,42
Eten	36.966	2,12
Shoppen food	8.308	0,48
Slapen	8.049	0,46
<b>Totaal</b>	<b>60.740</b>	<b>3,48</b>

### *Supermarkten*

Het gemiddeld aanbod aan supermarkten in Utrecht per 1.000 inwoners ligt met 0,23 locatie lager dan het landelijk gemiddelde van 0,28.

'De grote 4' supermarkten (AH, Jumbo, Aldi en Lidl) hebben in Utrecht 60% van de 309 winkels in bezit. De overige 40% zijn van Superunie-leden. Bekend is dat 25 supermarkten zelfstandig en niet formule gebonden zijn (vestigingsplaatsen onbekend). Bekend is ook dat bij AH, Jumbo, Lidl en Aldi geen of veel minder franchisers voorkomen dan bijvoorbeeld bij Superunie. Echter, ook hiervan zijn geen statistieken bekend, omdat dit concurrentiegevoelige informatie is. Wel is bekend dat franchisenemers van supermarktketen een vrij(er) inkoopbeleid hebben en daarmee eerder kiezen voor regionale producten in hun assortiment. Zie Tabel 4.2.

**Tabel 4.2** *Typering supermarkten in provincie Utrecht*

<b>Keten</b>	<b>Aantal</b>	<b>Percentage</b>
Grote 4	<b>184</b>	<b>59,55%</b>
Albert Heijn	76	24,60%
Jumbo	62	20,06%
Aldi	23	7,44%
Lidl	23	7,44%
SuperUnie, rest	<b>125</b>	<b>40,45%</b>
<b>Supermarkt totaal</b>	<b>309</b>	<b>100%</b>
<hr/>		
<b>Supermarkt Zelfstandig</b>	<b>22</b>	
Boon niet formule gebonden	3	
<b>Totaal Supermarkt niet formule gebonden</b>	<b>25</b>	

### *Speciaalzaken: groente/fruit & kaas/delicatessen*

De provincie Utrecht heeft in totaal 318 zaken in de geselecteerde segmenten groente/fruit en kaas/delicatessen, waarvan 229 kaas-/delicatessenwinkels. De overige 89 bedrijven zijn groentespeciaalzaken, waarvan er 26 hebben aangegeven zelfstandig te opereren (bron: Datlinq). In vergelijking met het landelijk beeld heeft Utrecht per 1.000 inwoners gemiddeld meer kaas- en delicatessenwinkels (0,17 versus 0,14). Dit geldt ook voor de groentespeciaalzaken (0,07 versus 0,06). Zie Tabel 4.3.

**Tabel 4.3** *Typering speciaalzaken in provincie Utrecht*

<b>Speciaalzaken</b>	<b>Aantal</b>	<b>Percentage</b>
Groentenspeciaalzaak totaal	<b>89</b>	
Groentenspeciaalzaak zelfstandig	26	29,21%
Landwinkel (formule)	18	20,22%
De Goudreinet (formule)	8	8,99%
<b>Kaas Delicatessen</b>	<b>229</b>	
Totaal	<b>318</b>	

*Horeca*

In totaal heeft de provincie Utrecht 3.321 horecalocaties. Deze zijn verder onder te verdelen in de hoofdcategorieën Slapen (308), Eten (2.608) en Drinken (414). Het nationaal onderzoek heeft laten zien dat met name de zelfstandige ondernemers interessant zijn voor de aanbieders in de korte keten. Zij voeren immers een eigen inkoopbeleid. In de categorie 'Eten' heeft 50% aangegeven zelfstandig te zijn (bron: Datling). Voor drinken is dat 34%. Voor slapen is dat 85%. Utrecht heeft relatief weinig slaapaccommodaties ten opzichte van gemiddeld Nederland (0,23 per 1.000 inwoners versus 0,46 per 1.000 inwoners). Op alle verschillende verblijfstypen scoort Utrecht lager.

**Tabel 4.4** *Typering horecaondernemingen in de provincie Utrecht*

<b>Horeca</b>	<b>Aantal</b>
<b>Slapen</b>	<b>308</b>
Bungalow-/vakantiepark	30
Camping/caravanpark	50
Bed & Breakfast	107
Hostel	13
Hotel/motel	108
<b>Eten</b>	<b>2599</b>
Afhaal/bezorg only	341
Fast food - salades/pasta/noodles/sushi	58
Fast food - shoarma/kebab	121
Fast food - snacks & frites	373
IJssalon	70
Lunch/broodjes	297
Mobiele verkoop	119
Restaurant - fast casual	244
Restaurant - social dining	976
<b>Drinken</b>	<b>414</b>
Bar/café	279
Coffee bar	119
Discotheek/nachtclub	16
<b>Totaal</b>	<b>3321</b>

**Tabel 4.5** *Zelfstandige horeca en formules Provincie Utrecht*

<b>Horeca</b>	<b>Aantal</b>	<b>Percentage</b>
<b>Slapen</b>	<b>308</b>	
Slapen zelfstandig	110	36%
Slapen onbekend (X)	151	49%
Slapen formule	47	15%
<b>Eten</b>	<b>2599</b>	
Eten Zelfstandig	1304	50,00%
<b>Drinken</b>	<b>414</b>	
Drinken zelfstandig	140	34%

---

### **Conclusie vraag**

De vraag naar korteketenproducten in de provincie Utrecht zou rond de 171 miljoen euro zijn als vraag en aanbod overeenkomstig het inwoneraantal zouden zijn. Echter, gegeven dat Utrecht:

- relatief weinig verblijfsrecreatie heeft
- vooral grote supermarkten heeft
- wel relatief veel supermarkten met franchise heeft
- veel fastfood in de categorie eten heeft

zijn wij geneigd de vraag naar lokale producten eerder rond de 3% in te schatten onder het landelijk gemiddelde. Echter, de vraagindicatie is indicatief omdat:

- Geen interviews zijn gehouden in de provincie Utrecht, zoals in Gelderland
- Uitgegaan is van de wetmatigheden zoals we die landelijk en in Gelderland zagen, maar die kunnen in Utrecht afwijken
- We ook in Gelderland alleen een inschatting konden maken.

---

## 5 Matching vraag en aanbod

Bezien vanuit een Voedselagenda-perspectief kunnen we op basis van het beschikbare materiaal concluderen dat:

- Er uiteenlopende indicaties zijn voor een groei in zowel aanbod als vraag naar korte voedselketens in Utrecht
- Het erg moeilijk en tegelijkertijd wellicht ook weinig zinvol is om de bijdrage van lokale producten hierin te isoleren
- Het specifieke Utrechtse foodscape zowel een aantal positieve als minder positieve kenmerken heeft wat betreft korteketenperspectieven

Op basis van in de Landbouwtelling ingevulde percentages van het aandeel korte keten omzet in de totale omzet, is de globale schatting berekend van de totale omzet van agrarische producten via korte ketens in Utrecht (exclusief Boomkwekerij). Dit betreft een bedrag van rond de 24 miljoen euro per jaar. Dit is dus een bedrag zonder winstmarge en zonder de omzet die wordt gerealiseerd op andere plaatsen dan het primaire productiebedrijf.

De geschatte omzet korte keten in de provincie Utrecht vanuit vraagperspectief is berekend op circa 171 miljoen euro. Gezien het gemiddeld aantal verkooppunten in Utrecht (2,91) afgezet tegen het landelijk gemiddelde (3,48), is het realistisch om deze eerder geschatte omzet naar beneden bij te stellen. Een berekening kunnen we hier niet voor maken. Enerzijds weten we niet of de winkels in de provincie Utrecht meer lokale producten verkopen, maar anderzijds kun je wel gevoelig aannemen dat de vrije inkoop van supermarkten ook hier onder de 10% ligt net als in de rest van het land, en het assortiment niet groter is dan bij supermarkten elders in Nederland. De omzetsnelheid kan groter zijn, maar aangezien we dat ook niet hard kunnen maken, vermoeden we dat de geschatte omzet lager is omdat het aantal verkooppunten lager is.

Daarmee is er nog steeds een verschil ten opzichte van de zelf-gerapporteerde omzet in korte ketens van de primaire ondernemers.

Dit verschil valt op meerdere manieren te verklaren.

- In het geschat marktaandeel van 143 miljoen voor Utrecht is ook het aanbod van korteketenproducten afkomstig van buiten de provincie Utrecht meegenomen. In de studie van Tacken et al. (2021) gaat het immers om producten uit de korte toeleveringsketen, waarbij een toeleveringsketen bestaat uit een beperkt aantal marktdeelnemers (ook afkomstig van buiten Utrecht zonder dat hiervoor een geografische grens wordt afgegeven).
- De door boeren en tuinders in Utrecht gerealiseerde omzet van 24 miljoen euro is een bedrag zonder winstmarge en zonder andere zelf gerealiseerde toegevoegde waarde zoals melk verwerkt tot verkochte kaas. Omzet gerealiseerd via derden, zoals bijvoorbeeld boerderijwinkels, is ook niet meegenomen.
- Andere schakels na primaire productie voegen nog waarde toe en berekenen eigen opslagpercentages (marge). Zo laat het recent uitgebrachte rapport *Agro-Nutri Monitor 2021 – Achtergrondrapport; Monitor prijsvorming voedingsmiddelen en analyse belemmeringen voor verduurzaming* bijvoorbeeld zien dat de consument gemiddeld in de periode 2017-2019 voor gangbare peren 1,42 euro per kg betaalde terwijl de fruitteler 0,61 euro per kg kreeg. De gemiddelde consumentenprijs van gangbare dagverse melkproducten was in de periode 2017-2019 rond 0,81 euro per kg (exclusief btw). De boer kreeg 0,41 euro per kg.

Geconcludeerd kan worden dat wanneer de prijs die een boer/tuinder ontvangt, slechts een derde of de helft is van de consumentenprijs, de geschatte omzet van 143 miljoen euro nog steeds aan de hoge kant is. Echter, omdat in Utrecht veel kaas wordt gemaakt, wordt veel waarde toegevoegd. Aangezien Utrecht relatief weinig primaire bedrijven heeft en de stad Utrecht een winkelstad is die mensen vanuit heel Nederland aantrekt, is het ook waarschijnlijk dat er leveranciers vanuit omliggende provincies producten

---

aanbieden. Formeel valt dit niet onder de definitie van lokale producten uit de provincie Utrecht, dus corrigeren we daar niet voor.

### **Aanbevelingen verhogen omzet en marktaandeel**

In de studie *Korteketenproducten in Nederland* (Tacken et al., 2021) zijn al een aantal generieke handelingsperspectieven geïdentificeerd. Dit zijn acties die kunnen worden ondernomen door boeren, tuinders en vissers, door de verschillende verkoopkanalen en door de overheid om het marktaandeel korteketenproducten te verhogen. Deze zijn ook toepasbaar op de provincie Utrecht:

- Een (professionaliserings)slag maken op het gebied van kwaliteit en toegevoegde waarde, data, transparantie, voedselveiligheid, marketing, story-telling, logistiek en bestelsystemen
- Het stimuleren van de vraag naar korteketenproducten bij consumenten
- Bewustwording van verkoopkanalen over hoe zij korte ketens kunnen integreren in hun bestaande systemen en manier van werken.

Gesprekspartners in het onderzoek *Agrarische productie ten behoeve van de korte keten: een landelijke meting* (Venema et al., 2021) hebben ook huidige mogelijke kansen benoemd met betrekking tot korte ketens in Utrecht. Dit zijn:

- Onderscheidend vermogen. Hoe ga je als ondernemer zorgen dat jouw product uit het schap wordt gepakt en wat doe je als ondernemer nu anders dan de rest?
- De gezamenlijke verantwoordelijkheid in de korte keten. Zowel boeren, overheden en ketenpartijen moeten verantwoordelijkheid nemen om gezamenlijk succes te hebben.
- Public procurement: Er kan ook vraagontwikkeling plaatsvinden vanuit publieke instituties en instellingen zoals gemeenten en provincies. Voedselagenda's kennen veelal een sterk stedelijk perspectief en hebben daarmee een geringere aansluiting bij regionale agrarische en plattelandsdynamiek. De provincie zou door nieuwe stad-plattelandallianties/coalities/ partnerships ook iets kunnen doen in het kader van korteketenontwikkeling.

---

## 6 Verwachte autonome ontwikkelingen in vraag en aanbod

De ontwikkeling naar meer lokaal voedsel was al gaande, maar de coronacrisis heeft dit alleen maar versterkt: de omzet in de korte keten is in korte tijd sterk toegenomen. Tijdens de eerste lockdown waren supermarkten, speciaalzaken en boerderijwinkels nagenoeg de enige plekken die niet gesloten werden, waardoor consumenten boerderijwinkels gingen ontdekken. Uit eerder onderzoek blijkt dat boerderijwinkels sowieso door ouderen met kinderen en senioren als een uitje worden gezien, omdat er vaak meer te beleven is dan alleen verkoop: dieren die geaaid kunnen worden, een speeltuintje, een gelegenheid om buiten te zitten. Producenten zochten zelf ook nieuwe klanten toen reguliere afzetkanalen wegvielen of gingen zelf producten maken die door de sluiting van grenzen niet meer werden aangeleverd. Initiatieven die nog in de kinderschoenen stonden, zijn versneld gaan groeien. Daarnaast gingen consumenten vanuit een gezondheidsargument vaker 'gezond' eten, wat door een deel van de consumenten werd verbonden aan 'eten van de boer'. De lockdowns hebben ook veel mooie nieuwe initiatieven op het gebied van lokaal voedsel opgeleverd. Zo werden er vele nieuwe voedselboxen gelanceerd onder de vlag van 'Support Your Locals'.

Nationale enquêtes onder boeren leren dat ongeveer twee derde van de Nederlandse boeren een voorkeur heeft voor alternatieve ontwikkelingspaden, waaronder korteketenontwikkeling, levering van groene en blauwe diensten, verbreding, landbouw in combinatie met andere bedrijfsactiviteiten, etc. Oftewel, dergelijke steekproeven wijzen op een enorme potentie aan de aanbodkant. Tegelijkertijd weten we dat er een breed scala aan beperkingen bestaat om deze potentie daadwerkelijk te realiseren. Deze uitkomsten benadrukken dat een groot deel van de boeren wel degelijk openstaat voor verandering in lijn met de doelstellingen van de Voedselagenda van de provincie Utrecht.

Hoe de distributie effectief en efficiënt te organiseren is, blijft het hete hangijzer in de korte keten. Deze logistieke uitdaging is ook een kans. Supermarkten en horeca vinden het fijn om bij één leverancier in te kopen. Meer samenwerking tussen boeren en andere ketenpartners om voldoende schaal te realiseren zou hiervoor een oplossing kunnen bieden. Initiatieven zoals Oregional, Boerschappen en Rechtstreex helpen hierbij. Zij bouwt samen met een netwerk van klanten en leveranciers een lokale, korte voedselketen. Neem Rechtstreex, in september 2021 opende deze organisatie bijvoorbeeld een tweede distributiecentrum in Den Haag. Meer dan 100 boeren en makers hebben zich aangesloten bij Rechtstreex om samen inwoners uit regio Haaglanden te voorzien van verse, lokale producten. In Utrecht zijn Local2local en de Groene hart coöperatie belangrijke korte keten initiatieven. De provincie Utrecht zou kennis kunnen nemen wat de behoeften, wensen en belemmeringen zijn dergelijke private initiatieven, en ondersteuning te bieden waar mogelijk om daaraan tegemoet te komen.

De toegenomen aandacht voor lokale producten is de supermarkten ook niet ontgaan. Veel meer dan voor de coronalockdowns zijn veel retailers bezig met het verkorten van hun ketens of dit inzichtelijk te maken. Hierin speelt productaansprakelijkheid, vergroten van marges in tijden van prijsconcurrentie, kwaliteitscontrole en zekerheid van aanvoer van voedsel ook een rol. De coronatijd heeft deze verkorting duidelijk wel versneld. Tot slot, retailers onderscheiden zich met regionale producten van concurrenten of bieden lokale toeristen een aantrekkelijk lokaal assortiment, wat de beleving van de regio ten goede komt. Echter, door de huidige prijsstijgingen zien we al weer een toenemende omzet bij discounters in food- en non-foodproducten ten laste van de speciaalzaken.

---

# 7 Discussie, conclusie en aanbevelingen

## a) Discussie

Zowel op het gebied van vraag als aanbod van korteketenproducten zijn nog geen statistieken voorhanden. Voor het aanbod zijn de conclusies in dit rapport gebaseerd op een enquête onder alle deelnemers aan de Landbouwtelling van het CBS. Het betreft hier dus zelfgerapporteerd gedrag, wat mogelijk een onderschatting laat zien.

Aan de vraagzijde zijn de inschattingen gebaseerd op basis van interviews met sectorpartijen. De resultaten in dit onderzoek worden daarom gerapporteerd als inschattingen. Door vraag en aanbod te confronteren en te toetsen aan statistische waarnemingen, zijn de auteurs van mening dat de provincie Utrecht met deze rapportage een zo betrouwbaar mogelijke inschatting van de huidige stand van zaken verkrijgt.

Het antwoord op de vraag 'Wat is het huidige aanbod en de huidige vraag naar lokale producten in de provincie Utrecht?' is daarom indicatief, maar het biedt het wel een zo gedegen mogelijk beeld, dat een leidraad kan zijn voor verdere beleidsontwikkeling van de korte keten aan de aanbod- en vraagkant.

## b) Conclusie

De provincie Utrecht blijft achter in het gemiddeld aantal (potentiële) verkooppunten voor korteketenproducten per 1.000 inwoners als je dit vergelijkt met het landelijk gemiddelde. Utrecht heeft relatief weinig private restaurants, veel fastfood, een grote lunchmarkt, relatief weinig verblijfsrecreatie en relatief weinig voedingsmiddelenwinkels (zie hoofdstuk 4).

Onze inschatting is dat de omzet van voedsel in de provincie Utrecht ongeveer 8% van de omzet van Nederland bedraagt: 4,7 miljard euro. Hiervan is naar schatting ongeveer 3% uit de korte keten afkomstig, wat neerkomt op ongeveer 143 miljoen euro vanuit retail- en foodserviceperspectief en 24 miljoen euro vanuit primair ondernemersperspectief. Dat is lager dan in bijvoorbeeld Gelderland, omdat Utrecht relatief weinig supermarkten en speciaalzaken heeft. En de verblijfsrecreatie lager is dan in andere provincies.

Dit onderzoek laat zien dat met name melkveehouders, fruittelers, rundvleesproducenten en leghennenhouders actief zijn in korte ketens. Ten opzichte van de rest van Nederland is het aanbod lokale producten relatief eenzijdig en betreft het deels producten waar moeilijk toegevoegde waarde kan worden gerealiseerd (fruit en eieren). Echter, bedrijven die in de korte keten actief zijn, zijn ook vaker actief in de multifunctionele landbouw, waardoor beleving op locatie ontstaat en omzet niet altijd precies toe te wijzen is aan de korte keten.

De samenwerking tussen primaire ondernemers in de provincie Utrecht op het gebied van lokale producten is ook relatief groot, want Utrecht telt 15 Landwinkels, waar een scala aan lokale producten wordt aangeboden. Daarnaast is het opvallend dat het hart van de provincie uit woonkernen bestaat en daaromheen de primaire productie is geconcentreerd. De afstand tot aanbieders van lokale producten is daardoor niet erg groot.

## c) Aanbevelingen

De provincie Utrecht heeft volop kansen om meer omzet in lokale producten te realiseren. Dit zou je onder andere kunnen doen via de volgende sporen:

- Een aantal belangrijke trends in food bieden mogelijk aanknopingspunten voor de verdere ontwikkeling van de korte keten (EIT, 2022/Food drink Europe, 2021): transparantie (de consument wil weten waar zijn eten vandaan komt en wat ermee is gebeurd), de hang naar gezond voedsel, gemaksoptimalisatie (afhalen of thuis laten bezorgen (minder zelf koken), kant-en-klaarmaaltijden en buitenshuis eten) en duurzaamheid. Om de aandacht van consumenten te trekken, moet een lokaal product echter wel genoeg onderscheidend vermogen hebben ten opzichte van een regulier product: Nederlandse consumenten gaan niet meer betalen voor een lokaal product als het identiek is aan het regulier product. Om succesvol te zijn met lokale producten is het dus zaak onderscheidende productkenmerken te vinden en te blijven



---

ontwikkelen. Ook is het belangrijk om de bedrijfssystemen goed op orde te hebben. Ondernemers die dat niet lukt, krijgen geen kans in de retail en horeca markt, die steeds meer concentratie en daarmee eenduidigheid en professionalisering laat zien.

- De aandacht voor de stikstofproblematiek kan ruimte bieden om bedrijven te ondersteunen. Bijna de helft van de Utrechtse bedrijven betreft immers melkveebedrijven die hiermee het meest geconfronteerd zullen worden en dus (deels) opzoek naar alternatieve verdienmodellen met meer of mindere prominente plekken voor korte keten ontwikkeling. Zo zou in de op stapel staande gebiedsfonds voor oplossing van stikstofproblematiek het faciliteren van korteketenontwikkeling onderdeel uit kunnen maken van de bredere doelstellingen van dergelijke gebiedsfonds. De ontwikkelingsrichting van bedrijven zou daarmee niet langer komen te liggen op schaalvergroting met op vergroting van verdienvermogen.
- De provincie Utrecht staat niet bekend om haar lokale producten, zoals Limburg met haar asperges en vlaai of Zeeland met haar bolussen en mosselen. Alleen Spakenburgse producten als vis en natte cake worden landelijk verkocht en zijn landelijk bekend. Veel boerderijkazen in Nederland zijn afkomstig uit het Groene Hart, maar zijn (nog) niet gekoppeld aan het imago van de provincie Utrecht. Utrecht zou dus meer kunnen doen om die producten aan de provincie te verbinden.
- Provincie Utrecht – en dan met name de stad Utrecht – is zeer in trek bij dagjesmensen. Dit betreft zowel winkelend als zakelijk publiek. Dagrecreatie is qua foodconsumptie vooral verbonden aan lunch, borrel en diner. Utrecht zou dus extra inspanning kunnen leveren in het stimuleren van het gebruik van lokale producten bij zakelijke, out-of-home en familie/vrienden lunches ('De hart van Nederland lunch') op diverse plekken.
- Tot slot zou de provincie meer in kunnen zetten op verblijfsrecreatie en daar koppelingen kunnen maken met de lokale voedselproducenten. Door een verbinding tussen promotie van toerisme in de provincie Utrecht, lokale producten, lokale horeca en lokale retail te realiseren, ontstaat voor alle actoren mogelijk een nieuw verdienmodel. Een toerist in Limburg vraagt vaak om lokale vlaai en neemt er dan ook nog een mee naar huis.

---

Wageningen Economic Research  
Postbus 29703  
2502 LS Den Haag  
T 070 335 83 30  
E [communications.ssg@wur.nl](mailto:communications.ssg@wur.nl)  
[wur.nl/economic-research](http://wur.nl/economic-research)

RAPPORT 2022-038



---

De missie van Wageningen University & Research is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Binnen Wageningen University & Research bundelen Wageningen University en gespecialiseerde onderzoeksinstituten van Stichting Wageningen Research hun krachten om bij te dragen aan de oplossing van belangrijke vragen in het domein van gezonde voeding en leefomgeving. Met ongeveer 30 vestigingen, 6.800 medewerkers (6.000 fte) en 12.900 studenten behoort Wageningen University & Research wereldwijd tot de aansprekende kennisinstellingen binnen haar domein. De integrale benadering van de vraagstukken en de samenwerking tussen verschillende disciplines vormen het hart van de unieke Wageningen aanpak.

---



To explore  
the potential  
of nature to  
improve the  
quality of life



---

Wageningen Economic Research  
Postbus 29703  
2502 LS Den Haag  
T 070 335 83 30  
E [communications.ssg@wur.nl](mailto:communications.ssg@wur.nl)  
[wur.nl/economic-research](http://wur.nl/economic-research)

Rapport 2022-038  
ISBN 978-94-6447-377-3

De missie van Wageningen University & Research is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Binnen Wageningen University & Research bundelen Wageningen University en gespecialiseerde onderzoeksinstituten van Stichting Wageningen Research hun krachten om bij te dragen aan de oplossing van belangrijke vragen in het domein van gezonde voeding en leefomgeving. Met ongeveer 30 vestigingen, 6.800 medewerkers (6.000 fte) en 12.900 studenten behoort Wageningen University & Research wereldwijd tot de aansprekende kennisinstellingen binnen haar domein. De integrale benadering van de vraagstukken en de samenwerking tussen verschillende disciplines vormen het hart van de unieke Wageningen aanpak.

