Kopen we nog zo bewust en lokaal als in het begin van de pandemie?

KORTE KETEN Door de coronapandemie gingen we meer bewust en lokaal kopen. Maar wat blijft daar twee jaar later nog van over? Veel nieuwe klanten van de korte keten keerden intussen alweer terug naar de supermarkt.

Voordeel van de korte keten: bij de lokale koer kan je dagverse asperges kopen. © Jimmy Kets

Uit een bevraging van het Federaal Agentschap voor de Veiligheid van de Voedselketen (FAVV) bij 629 Belgen blijkt dat 23,6 procent sinds het begin van de pandemie meer lokaal en seizoensgebonden eet dan daarvoor. Een vijfde van de consumenten gaat dan weer meer winkelen in buurtwinkels. ‘Er is een grotere motivatie dan vroeger om bewust om te gaan met wat er op ons bord terecht komt en waar dat vandaan komt’, zegt Hélène Bonte, woordvoerder bij het FAVV.

Maar hoe permanent is die ommekeer? Kopen en eten we nog steeds zo bewust en zo lokaal als in het begin van de pandemie? ‘Jammer genoeg niet’, zegt Ann Detelder, woordvoerster van het Steunpunt Korte Keten, de organisatie die boeren helpt in het opzetten en vinden van korteketeninitiatieven. ‘Hoevewinkels en dergelijke zien nog altijd 20 procent meer klanten, maar de enorme stijging in het begin van de pandemie, toen sommige boeren hun cliënteel zagen verviervoudigen, die is er niet meer.’ Hetzelfde geluid bij Boeren & Buren, een platform waar mensen online kunnen bestellen bij boeren in hun buurt. ‘We hebben nu zo’n 30 procent meer klanten dan voor de pandemie. Maar in 2020 was dat nog drie keer zoveel’, zegt Wannes De Jonghe, woordvoerder van Boeren & Buren. Veel nieuwe klanten zijn dus alweer vertrokken. Hoe komt dat?

‘Tijdens de eerste lockdown van 2020 werden de mensen vanuit alle hoeken aangespoord om lokaal te kopen’, zegt De Jonghe. ‘Bovendien konden we ons geld aan veel minder dingen uitgeven: restaurants, cafés, cinema’s, musea en kledingwinkels: alles was gesloten. Mensen hadden meer tijd en meer geld. Dat werd makkelijker gespendeerd in een lokale winkel of bij de boer in de buurt.’

Alle boodschappen op één plek

Al voor de pandemie probeerde Ida Jacobs (31) haar ecologische voetafdruk te verkleinen. Het is een van de redenen waarom ze besloot vegetarisch te eten. ‘Ik heb een tijdlang via Boeren & Buren mijn inkopen gedaan’, vertelt ze. ‘Ik vind het belangrijk hoe en wat ik koop. Alleen moet het ook praktisch haalbaar zijn.’

Hoewel Jacobs nog steeds zo veel mogelijk lokaal en verpakkingsvrij koopt, doet ze dat niet meer via het platform van Boeren & Buren: zodra de harde lockdown van 2020 voorbij was en het werk en sociaal leven terug opstartten, werd het te onpraktisch. Jacobs: ‘Via het platform moest ik een week op voorhand bestellen wat ik wou, om het een week later op te halen. Dan moet je dus tot twee weken op voorhand weten wat je wanneer gaat eten. Dat was niet haalbaar. Bovendien kon je alleen langsgaan op woensdagavond tussen 17 en 19 uur. Ik werk tot 18 uur. Dan was het haasten om er op tijd te geraken. Als dat mislukte, of als ze iets niet meer voorradig hadden, was dat heel lastig.’

Nu de greep van corona op ons dagelijkse leven iets minder groot is, wil niet iedereen voor zijn boodschappen nog zoveel moeite doen. ‘De grootste reden die mensen opgeven om bij ons te stoppen, is praktisch. Maar het financiële aspect zal zeker ook meespelen’, denkt De Jonghe.

> ‘De grootste reden die mensen opgeven om bij ons te stoppen is praktisch. Maar het financiële aspect zal zeker ook meespelen’
>
> **Wannes De Jonghe**
> Platform Boeren & Buren

Bovendien hebben mensen ook geen schrik meer om naar grote supermarkten te gaan, zoals in het begin van de pandemie, zegt Detelder van Steunpunt Korte Keten: ‘We wisten nog niet zo veel over corona, iedereen was enorm bang. Eerst mocht je maar een aantal kilometer van je woonplaats gaan. Ook daarna meden veel mensen plaatsen waar veel volk samenkwam.’ Daardoor kwamen ze vaker in de kleine lokale supermarkt winkelen, vaak uitgebaat door zelfstandigen, al dan niet een franchise van Spar of Delhaize. Ook dat was een gevolg van de pandemie: veel mensen vonden hun weg naar de kleine, lokale supermarkt terug. 1 op de 5 ging weer meer naar de buurtwinkels. ‘Die zitten met een marktaandeel van 33 procent voor het eerst terug op het niveau van het jaar 2000’, zegt Luc Ardies, directeur van Buurtsuper.be, de organisatie bij Unizo van supermarkten en speciaalzaken. En, in tegenstelling tot de lokale boer die alweer klanten ziet vertrekken, houden de buurtwinkels wel stand. Mensen willen al hun boodschappen eenmaal weer op één plek kunnen doen, meent Ardies. Dat kan niet bij de lokale boer.

Buurtwinkels zetten ook meer in op korte ketens. Maar of dat altijd duurzaam is, betwijfelen De Jonghe en Detelder: korte keten betekent vooral dat de boer mee zijn prijs kan bepalen. Maar kan die boer dat bij alle supermarkten? Er is ook veel greenwashing. Detelder: ‘Een foto met een boer en een verhaal, dat ziet er goed uit. Maar bepaalde hij mee de prijs. Ardies: ‘Als dat niet zo is, doorprikt de klant dat onmiddellijk. De succesvolste verhalen zijn bij supermarkten die echt met de boeren samenwerken.’

Karlien Beckers