

Rapport

# KANSEN VOOR KORTE VOEDSELKETENS IN EDE

Onderzoek naar verkooppunten en netwerkvorming  
Augustus 2017



# COLOFON

Uitgave  
I&O Research  
Zuiderval 70  
Postbus 563  
7500 AN Enschede

Rapportnummer  
2017/145

Datum  
Augustus 2017

Opdrachtgever  
Gemeente Ede

Auteurs  
Ester Hilhorst  
Gert Versteeg

Bestellingen  
Exemplaren zijn verkrijgbaar bij de opdrachtgever.

*Het overnemen uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron duidelijk wordt vermeld.*



# INHOUDSOPGAVE

1.	Samenvatting .....	5
1.1	Inleiding .....	5
1.2	Verkooppunten.....	5
1.3	Ontwikkeling verkoop regioproducten.....	5
1.4	Informatievoorziening en netwerkvorming .....	5
2.	Inleiding .....	7
2.1	Aanleiding .....	7
2.2	Onderzoeksdoel.....	7
2.3	Methode en respons.....	7
2.4	Leeswijzer .....	9
3.	Verkoop van regioproducten .....	11
3.1	Inleiding .....	11
3.2	Verkoop van regioproducten .....	11
3.3	Doelgroep en verkoopkanalen.....	12
3.4	Verkooppunten regioproducten in kaart .....	14
3.5	Type regioproducten .....	15
3.6	Ontwikkeling verkoop regioproducten.....	15
4.	Informatievoorziening en netwerkvorming.....	18
4.1	Betrokkenheid bij en informatie over gemeentelijk beleid .....	18
	Bijlage 1. Belscript .....	21



## HOOFDSTUK

Samenvatting

# 1. Samenvatting

## 1.1 Inleiding

I&O Research heeft onderzoek uitgevoerd naar Edese bedrijven die regioproducten verkopen. In juni zijn 407 bedrijven telefonisch benaderd die mogelijk regioproducten verkopen. Uiteindelijk hebben 236 bedrijven deelgenomen. Aan de 94 bedrijven die regioproducten verkopen is een aantal inhoudelijke vragen gesteld.

## 1.2 Verkooppunten

Van de 94 bedrijven zijn 42 verkooppunten hoofdzakelijk actief in de detailhandel, 30 hoofdzakelijk in de horeca en 22 bedrijven in de landbouw of overig. Bijna alle verkooppunten leveren regioproducten aan particulieren en een beperkt aantal alleen aan bedrijven. De helft van de verkooppunten die regioproducten aan particulieren verkoopt, doet dit via de winkel. Een derde levert regioproducten via een horecavestiging.

## 1.3 Ontwikkeling verkoop regioproducten

Bij bijna twee derde van de verkooppunten van regioproducten was er in de afgelopen twee jaar sprake van enige of sterke groei in de verkoop. Daarnaast verwacht twee derde dat de verkoop in de komende twee jaar zal toenemen.

## 1.4 Informatievoorziening en netwerkvorming

Twee derde van de ondernemers die regioproducten verkopen wil betrokken worden bij en/of geïnformeerd worden over aspecten van het gemeentelijk beleid. Van deze geïnteresseerden wil 82 procent graag geïnformeerd worden door middel van een digitale nieuwsbrief en 63 procent van de geïnteresseerden wil graag uitgenodigd worden voor een netwerkbijeenkomst om korte voedselketens te stimuleren.

Tabel 1.1  
Resultatenoverzicht

	DETAILHANDEL	HORECA	LANDBOUW	TOTAAL
Steekproef	155	233	19	407
Respons	84 (54%)	141 (61%)	14 (74%)	239 (59%)
Verkooppunt	42 (27%)	30 (13%)	22 (op basis van uitkomsten 10 bedrijven alsnog toegevoegd)	94 (23%)
Verkoop aan particulieren	41	29	12	82
Verkoop aan bedrijven	9	7	6	22
Behoeft nieuwsbrief	28	11	7	46
Behoeft bijeenkomst	21	9	5	35

# 2

## HOOFDSTUK

Inleiding



## 2. Inleiding

### 2.1 Aanleiding



De gemeente Ede ligt midden in de 'Food Valley', een samenwerkingsverband van gemeenten en bedrijven in de Gelderse Vallei. Ede kiest voor Food, waarbij economische kracht van voedselbedrijven belangrijk is, net als een sterk en aantrekkelijk buitengebied. Om die reden werkt de gemeente bijvoorbeeld samen met regiogemeenten en de provincie aan het project 'korte voedselketens'. In dit project werken ondernemers, belangenorganisaties en overheden samen aan de ontwikkeling van lokale producten en promotie van regionale producten om in te spelen op de groeiende behoefte aan voedsel van dichtbij. Doel is ook om ketenpartners bij elkaar te brengen, zoals horeca en supermarkten.

De gemeente Ede definieert een regioproduct als een voedingsmiddel of drank die in de gemeente Ede of in een straal van 20 kilometer rondom de gemeente Ede is geproduceerd en waarvoor grotendeels regionale grondstoffen worden gebruikt. Het gaat daarmee globaal om het gebied Food Valley/Veluwe.

Ten behoeve van de ontwikkeling van lokale producten en promotie van regioproducten is het van belang om de verkooppunten van regioproducten in de gemeente Ede in kaart te brengen. Daarnaast is het van belang om te weten wat de behoeften zijn van bedrijven op het gebied van informatievoorziening en netwerkvorming. Om deze twee redenen is in de periode juni-juli 2017 dit onderzoek in opdracht van de gemeente Ede uitgevoerd.

### 2.2 Onderzoeksdoel



In dit onderzoek staat het volgende onderzoeksdoel centraal:

De gemeente Ede wil graag meer inzicht in de kansen voor korte voedselketens.

Als deelvragen onderscheiden we:

- 1 Welke bedrijven in de gemeente Ede verkopen regioproducten en via welke kanalen?  
Om welke producten gaat het?
- 2 Wat zijn de behoeften van bedrijven op het gebied van informatievoorziening en netwerkvorming?

### 2.3 Methode en respons



Voor dit onderzoek is een selectie van Edese ondernemers telefonisch benaderd met een aantal vragen over de verkoop van streekproducten en de belangstelling voor netwerkvorming. In samenspraak met de gemeente Ede is de doelgroep bepaald. Uiteindelijk zijn in de steekproef opgenomen: winkels die voedselproducten verkopen, horecavestigingen waar drank en voedsel wordt verkocht (exclusief benzinestations en sportkantines) en landbouwbedrijven waarvan vooraf bekend is dat ze regioproducten verkopen. De adres- en telefoongegevens voor de eerste twee typen bedrijven zijn verkregen uit de Provinciale Werkgelegenheidsenquête (PWE) en de gemeente heeft een bestand aangeleverd met contactgegevens van de landbouwbedrijven. Op basis van deskresearch is gecheckt op volledigheid van de adressenlijst. Ook zijn drie belangrijke bedrijven vooraf actief benaderd om te checken of de lijst compleet was.



De in totaal 407 geselecteerde bedrijven hebben vooraf een brief van de gemeente Ede ontvangen met het verzoek om deel te nemen aan het onderzoek. Vervolgens zijn deze bedrijven tussen 19 en 30 juni 2017 uitgenodigd voor deelname aan het onderzoek door middel van een telefonische enquête. Van de 407 bedrijven hebben 239 bedrijven deelgenomen aan het onderzoek. Dit is een respons van 59 procent. Zes op de tien bedrijven zijn werkzaam in de horeca en ruim een derde in de detailhandel.

Tabel 2.1

Opbouw respons gemeente Ede

SECTOR	AANGESCHREVEN	RESPONS	RESPONS NAAR SECTOR	VERDELING RESPONS
Horeca	233	141	61%	59%
Detailhandel	155	84	54%	35%
Landbouw/overig	19	14	74%	6%
Totaal	407	239	59%	100%

Respondenten die regioproducten verkopen, konden aangeven van welk bedrijf ze de regioproducten hebben gekocht. Hieruit kwamen tien extra Edese verkooppunten van regioproducten naar voren; deze tien waren niet uitgenodigd voor deelname aan dit onderzoek. Deze bedrijven zijn alsnog opgenomen in de dataset en de interactieve kaart als verkooppunt.

### *Non-responsanalyse*

Alle bedrijven zijn maximaal vijf keer gebeld, op verschillende momenten van de dag. Bij 19 procent kreeg de telefonisch interviewer geen gehoor, een antwoordapparaat of een in gespreks-/informatietoon. Vier procent van de telefoonnummers blijkt niet te kloppen of er was geen bedrijf op het adres. Een groep bedrijven heeft geweigerd deel te nemen (11 procent) om principiële redenen, wegens gebrek aan tijd of om overige redenen.

Tabel 2.2

Opbouw (non-)respons

RESPONS	%
Geslaagd	59%
Geen gehoor (informatietoon, antwoordapparaat/in gesprek)	19%
Weigering	11%
Probeerafspraak	4%
Naam/adres/tel.nr. fout	4%
Buiten doelgroep/reeds ondervraagd/langere tijd afwezig	3%

Het is aannemelijk dat de mensen die deelname weigerden of langere tijd afwezig zijn en/of buiten de doelgroep vallen, geen regioproducten verkopen. Als deze groep buiten beschouwing wordt gelaten, is van ongeveer driekwart van de steekproef duidelijk of ze een verkooppunt van regioproducten zijn.



## Resultaten

Met de verkregen data worden drie producten aan de gemeente Ede opgeleverd. Allereerst deze beknopte rapportage, waarin de resultaten worden beschreven. Ten tweede is een online kaart gemaakt waarop de verkooppunten zijn geplot (zie een weergave hiervan in hoofdstuk 3) en een dataset (Excelbestand) met alle antwoorden en contactgegevens van de bedrijven die aan dit onderzoek hebben deelgenomen. Voor deze laatste twee producten geldt dat het bestemd is voor intern gebruik, omdat de respondenten niet expliciet toestemming hebben gegeven voor publicatie. De rapportage en de online kaart bevatten de resultaten van de ondernemers uit de gemeente Ede, het databestand bevat ook de data van enkele ondernemers buiten de gemeente Ede.

### 2.4 Leeswijzer



In hoofdstuk 3 worden de resultaten weergegeven met betrekking tot de verkoop van regioproducten. In dit hoofdstuk is een link opgenomen naar de online kaart waarop de verkooppunten zijn geplot. In hoofdstuk 4 staat welk behoeften de ondernemers hebben op het gebied van informatievoorziening en netwerkvorming.

# 3

## HOOFDSTUK

Verkoop van regioproducten



### 3. Verkoop van regioproducten

#### 3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden verkooppunten van regioproducten beschreven. Aan de orde komen de doelgroep, het type verkooppunt en de locatie van de verkooppunten. Op basis van de resultaten van dit onderzoek is een totaal van 94 verkooppunten in kaart gebracht. Deze verkooppunten worden in dit hoofdstuk nader beschreven. De 155 bedrijven die wel aan het onderzoek hebben deelgenomen, maar geen regioproducten verkopen zijn voor dit onderzoek buiten beschouwing gelaten.

#### 3.2 Verkoop van regioproducten

Op basis van de hoge respons, de intensieve pogingen om contact te krijgen met bedrijven en de non-responsanalyse is van het grootste deel van de bedrijven in de steekproef bekend of aan te nemen of ze regioproducten verkopen. Uit het onderzoek blijkt dat 84 van de 239 bedrijven regioproducten verkopen. De respondenten die namens deze bedrijven hebben deelgenomen konden aangeven welke regioproducten ze verkopen en waar ze deze hebben gekocht. Op basis van deze antwoorden zijn, naast de 84 verkooppunten, nog 10 bedrijven aangemerkt als verkooppunt van regioproducten. Zodoende is een totaal van 94 verkooppunten in kaart gebracht. Omdat de ondernemers van deze 10 verkooppunten niet hebben deelgenomen aan dit onderzoek, zijn deze verkooppunten in verdere analyse (paragraaf 3.3 en verder) niet meegenomen.

Voor landbouwbedrijven geldt dat uitsluitend de verkooppunten van regioproducten in beeld gebracht zijn die zijn genoemd door respondenten uit dit onderzoek of bij de gemeente al bekend waren als verkooppunt. Het is goed mogelijk dat er nu landbouwbedrijven buiten beeld zijn gebleven die wel regioproducten verkopen, maar niet als zodanig worden herkend, erg kleinschalig zijn of niet hebben gerepondeerd. Toch denken we met deze 94 verkooppunten een groot en belangrijk deel van de verkooppunten van regioproducten in beeld te hebben.

#### *Ruim een kwart van de detailhandelsbedrijven verkoopt regioproducten*

Van de 155 winkels in de gemeente Ede die voedsel en/of dranken verkopen zijn er 42 die regioproducten verkopen (27 procent, zie tabel 3.1). Van de 233 horecavestigingen die voedsel en/of dranken verkopen (exclusief tankstations en sportkantines) verkopen 30 vestigingen regioproducten (13 procent). Er zijn 22 verkooppunten die in de categorie landbouw/overig vallen. Dit zijn boerderijwinkels, zorgboerderijen, een wijnhoeve, de VVV en dagbestedingsbedrijven. Het is lastig om te bepalen wat het totaal aantal vestigingen in de categorie landbouw/overig is, omdat deze vestigingen over meerdere sectoren zijn verdeeld. Daarom is het aandeel verkooppunten op het totaal aantal bedrijven niet berekend.

Tabel 3.1

Aandeel verkooppunten regioproducten in de sector (inclusief verkooppunten die door respondenten zijn genoemd)

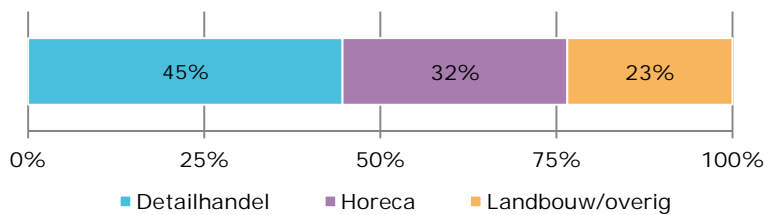
SECTOR	TOTAAL	VERKOOPPUNTEN	AANDEEL
Detailhandel	155	42	27%
Horeca	233	30	13%
Landbouw/overig	-	22	-
Totaal		94	

### 3.3 Doelgroep en verkoopkanalen

Van de 239 bedrijven die hebben deelgenomen aan het onderzoek, verkopen 84 bedrijven regioproducten aan particulieren en/of aan bedrijven. Dit is 35 procent van de bedrijven die aan het onderzoek hebben deelgenomen. Daarnaast zijn 10 bedrijven als verkooppunt aangemerkt door de respondenten in dit onderzoek. Bijna de helft van deze 94 bedrijven (45 procent) zijn detailhandelsvestigingen, een derde zijn horecabedrijven en bijna een kwart zijn agrarische bedrijven (zie figuur 3.1). Van de detailhandelsvestigingen die aan dit onderzoek hebben deelgenomen wordt in de helft regioproducten verkocht. Bij horecabedrijven is dit aandeel met 21 procent kleiner.

Figuur 3.1

Bedrijven die regioproducten verkopen naar sector (inclusief verkooppunten die door respondenten zijn genoemd)

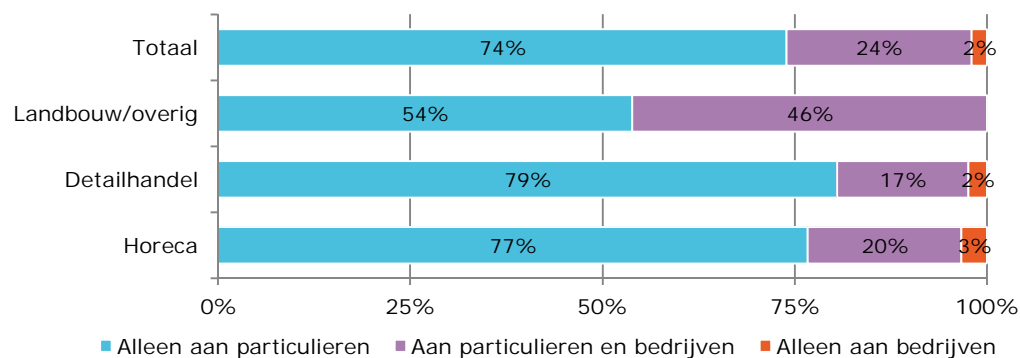


#### *Driekwart van de verkopende bedrijven richt zich alleen op particulieren*

Van de 84 bedrijven die regioproducten verkopen, verkopen 82 bedrijven regioproducten aan particulieren (98 procent van de verkopende bedrijven). Daarvan verkopen 62 bedrijven alleen regioproducten aan particulieren en 20 bedrijven aan zowel particulieren als aan bedrijven. In totaal verkopen 22 bedrijven regioproducten aan bedrijven als winkels en horeca (26 procent), waarvan dus 20 bedrijven ook aan particulieren regioproducten verkopen. Opvallend is dat van de verkooppunten in landbouw of overige sector bijna de helft (54 procent) alleen aan bedrijven regioproducten verkoopt. Van de 155 bedrijven die geen regioproducten verkopen, zijn er 5 die hebben aangegeven dat zij dit in de toekomst wel willen gaan doen.

Figuur 3.2

Type klant van bedrijven die regioproducten verkopen

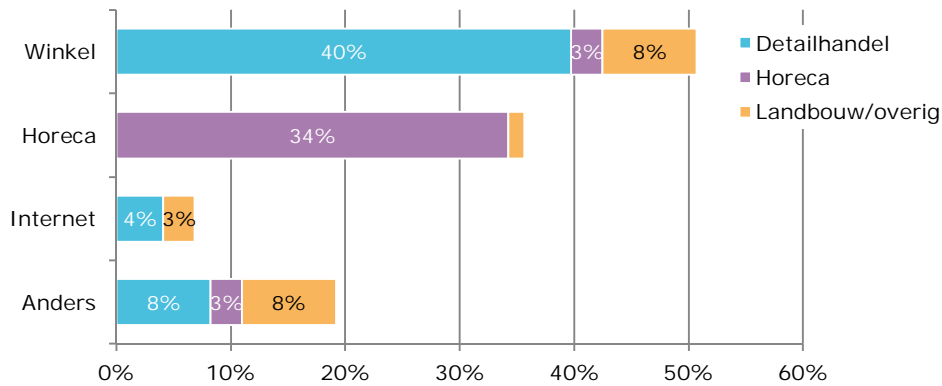


#### *Verkoop aan particulieren*

Er zijn 82 verkooppunten die regioproducten verkopen aan particulieren. De verkoop van regioproducten aan particulieren gebeurt bij de helft van deze verkooppunten via de winkel (51 procent). Dit betreft logischerwijs vooral detailhandelsvestigingen. Ruim een derde van de verkooppunten (36 procent) verkoopt regioproducten aan particulieren via een horecagelegenheid. Zeven procent verkoopt de regioproducten via internet. Deze laatste groep verkopers betreft detailhandelsvestigingen, horecagelegenheden, landbouwbedrijven en overige bedrijven. Andere verkoopwijzen zijn via de markt en aan huis/boerderij.

Figuur 3.3

Verkoopwijze aan particulieren (n=73)

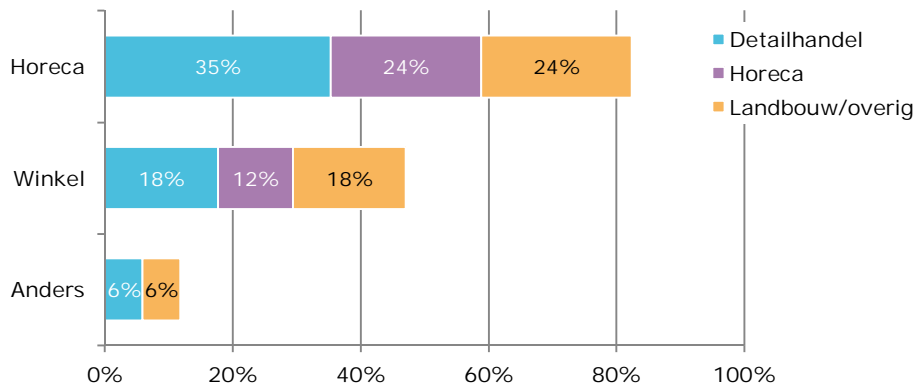


### Verkoop aan bedrijven

Het deel dat regioproducten verkoopt aan bedrijven is met 22 verkooppunten een stuk kleiner dan verkooppunten die aan particulieren verkopen. Ruim vier op de vijf bedrijven aan wie regioproducten worden verkocht, zijn horecagelegenheden. Bijna de helft van de afnemende bedrijven is een winkel (47 procent). Daarnaast is 12 procent van de bedrijven aan wie regioproducten worden verkocht een ander type bedrijf.

Figuur 3.4

Verkoop regioproducten naar type afnemende bedrijven (n=17)



### 3.4 Verkooppunten regioproducten in kaart

De locatie van de verkooppunten van regioproducten (zowel aan particulieren als aan bedrijven) is weergegeven in een online interactieve kaart.

#### Interactieve kaart

##### Uitleg bij de kaart

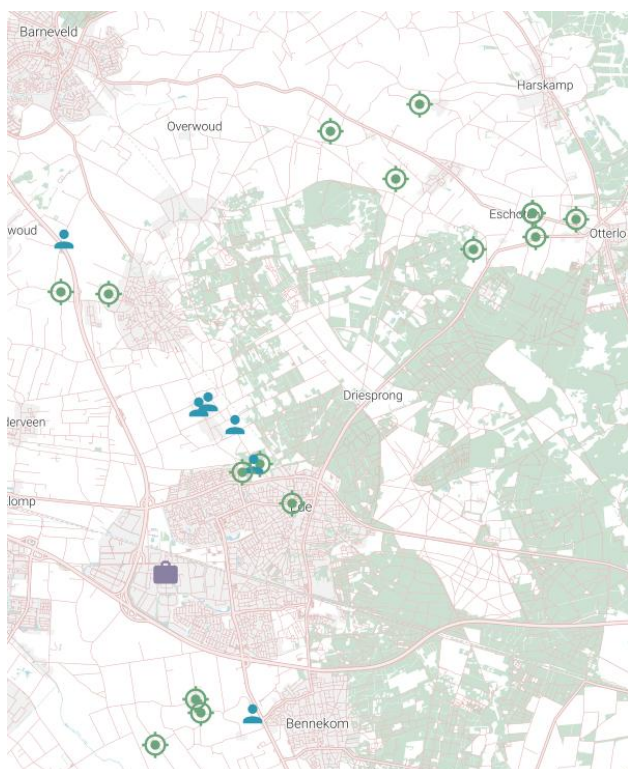
Er is een onderscheid gemaakt in verkooppunten die alleen regioproducten aan particulieren verkopen (weergegeven als blauw poppetje), verkooppunten die alleen aan bedrijven verkopen (paarse aktetas) en verkooppunten die zowel aan particulieren als aan bedrijven regioproducten verkopen (groen symbool). Door met de muis over de verkooppunten te bewegen, wordt de bedrijfsnaam weergegeven. Door op een verkooppunt te klikken wordt aanvullende informatie weergegeven, zoals het type bedrijf en de type regioproducten dat het verkooppunt verkoopt.

Met het 'plus' en 'min' symbool rechts onderin de kaart kan worden ingezoomd en uitgezoomd. Links bovenin kan via het dropdown-menu bepaalde sectoren worden geselecteerd waarin de verkooppunten hoofdzakelijk werkzaam zijn.

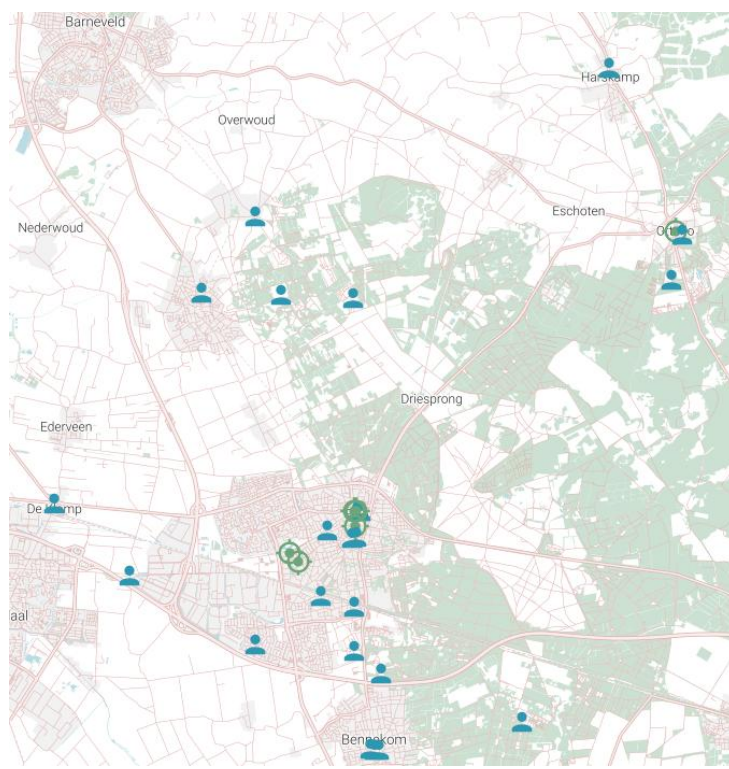
*N.B. In de interactieve kaart zijn ook 10 verkooppunten opgenomen die niet hebben deelgenomen aan het onderzoek, maar zijn genoemd als producent of leverancier van regioproducten door respondenten. Er zijn dus 94 bedrijven opgenomen in de kaart die regioproducten verkopen.*

In onderstaande figuren (3.5 t/m 3.7) zijn de verkooppunten weergegeven. De poppetjes symboliseren verkooppunten die alleen aan particulieren regioproducten verkopen, aktetassen zijn verkooppunten die alleen aan bedrijven verkopen en de groene symbolen zijn verkooppunten die zowel aan particulieren als aan bedrijven verkopen.

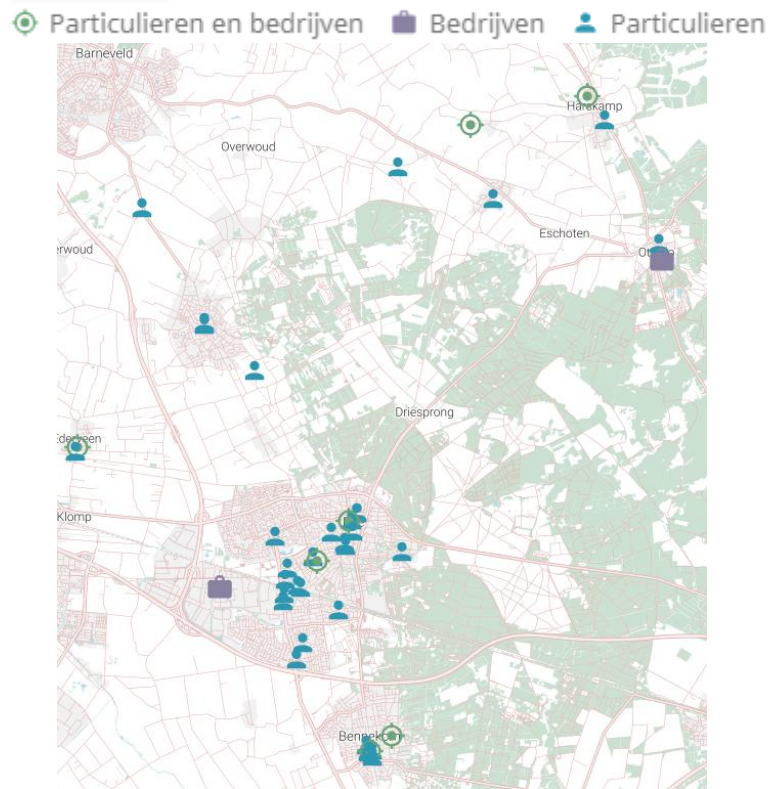
 Particulieren en bedrijven  Bedrijven  Particulieren



Figuur 3.5  
Landbouw/overig verkooppunten



Figuur 3.6  
Horeca verkooppunten



Figuur 3.7  
Detailhandel verkooppunten

### 3.5 Type regioproducten

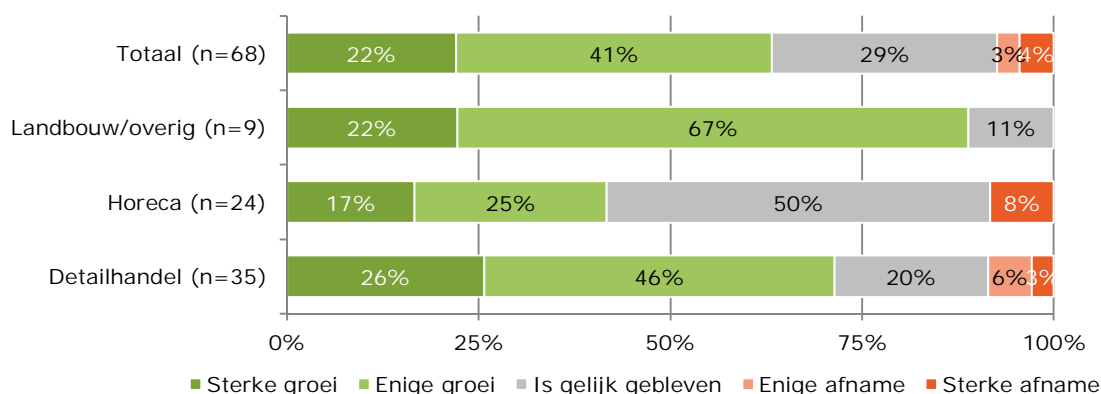
Door in de browser op de interactieve kaart te klikken op de verschillende verkooppunten wordt per verkooppunt getoond welke streekproducten daar worden verkocht, en waar ze deze producten hebben ingekocht of zelf produceren. Een aantal streekproducten wordt veel genoemd, te weten: bier van de Heidebrouwerij, andere dranken als wijn, advocaat en likeur, kaas geproduceerd door lokale kaasboeren, groente en fruit(sappen) geproduceerd door lokale boeren en vleeswaren. Naast producenten uit de gemeente Ede worden ook producten uit Barneveld en Wageningen veel genoemd.

### 3.6 Ontwikkeling verkoop regioproducten

*Bijna twee derde van de verkooppunten heeft groei in verkoop ervaren*

Van de bedrijven die regioproducten verkopen, geeft 41 procent aan dat er in de afgelopen twee jaar sprake is geweest van enige groei in de verkoop van regioproducten, 22 procent heeft sterke groei ervaren, bij 29 procent is de verkoop gelijk gebleven en bij 7 procent is de verkoop iets of sterk gedaald (zie figuur 3.8). Bij de helft van de horecabedrijven is de verkoop van regioproducten in de afgelopen 2 jaar gelijk gebleven en bij 42 procent is de verkoop in de afgelopen 2 jaar toegenomen. In de detailhandel is een sterkere groei zichtbaar: zeven op de tien verkooppunten geven aan dat de verkoop van regioproducten is gegroeid. Negen op de tien landbouw- en overige bedrijven geven ook aan dat de verkoop van regioproducten is gegroeid.

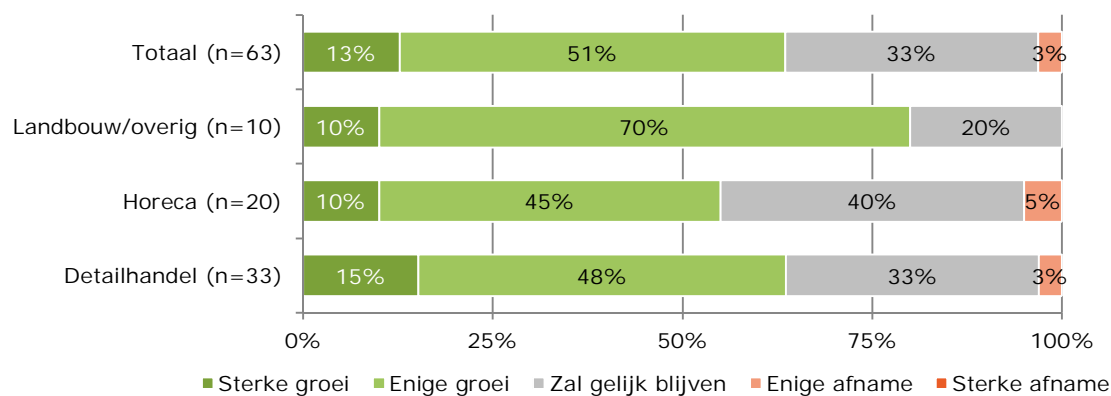
Figuur 3.8  
Ontwikkeling verkoop regioproducten, afgelopen 2 jaar



*Ondernemers verwachten dat de huidige ontwikkeling doorzet*

Bijna twee derde van de ondernemers die regioproducten verkopen (64 procent) verwacht dat de groei de komende twee jaar in enige (51 procent) of sterke mate (13 procent) doorzet (zie figuur 3.9). Een derde verwacht dat de verkoop in de komende twee jaar ongeveer gelijk zal blijven. Van de ondernemers werkzaam in de landbouw of overige sectoren verwachten vier op de vijf de komende twee jaar meer regioproducten te verkopen. Dit aandeel is groter dan van ondernemers werkzaam in de detailhandel (63 procent) en in de horeca (55 procent).

Figuur 3.9  
Verwachte ontwikkeling verkoop regioproducten, komende 2 jaar





# 4

## HOOFDSTUK

Informatievoorziening en netwerkvorming



## 4. Informatievoorziening en netwerkvorming

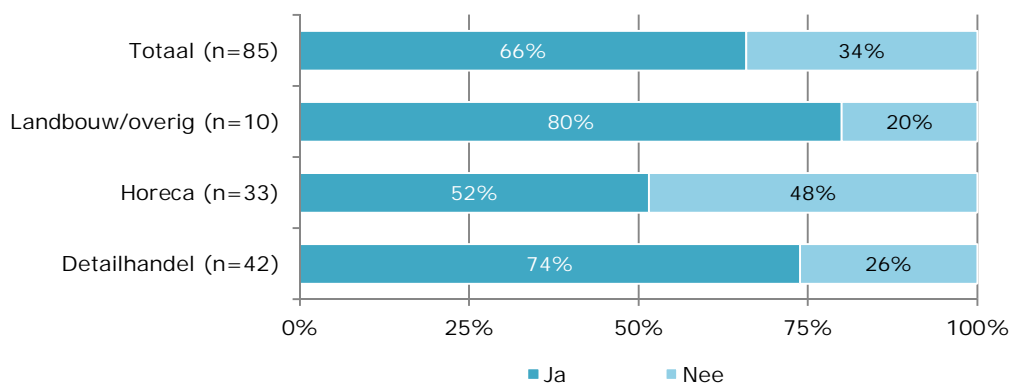
### 4.1 Betrokkenheid bij en informatie over gemeentelijk beleid

De gemeente Ede werkt samen met regiogemeenten en de provincie aan het project 'korte voedselketens'. In dit project werken ondernemers, belangenorganisaties en overheden samen aan de ontwikkeling van lokale producten en de promotie van regionale producten om in te spelen op de groeiende behoefte aan voedsel van dichtbij. Het doel is om een netwerk van bedrijven op te zetten.

Aan de ondernemers die regioproducten verkopen, is gevraagd of ze betrokken willen worden bij en/of geïnformeerd willen worden over aspecten van het gemeentelijk beleid in relatie tot het project 'korte voedselketens'. Twee derde heeft hier positief op gereageerd (zie figuur 4.1). Veel ondernemers werkzaam in de sector landbouw of overig (80 procent) wil betrokken worden bij en/of geïnformeerd worden over aspecten van gemeentelijk beleid. Ondernemers werkzaam in de detailhandel staan hier positiever tegenover (74 procent) dan horecaondernemers (52 procent).

Figuur 4.1

Wilt u betrokken worden bij en/of geïnformeerd worden over aspecten van het gemeentelijk beleid?



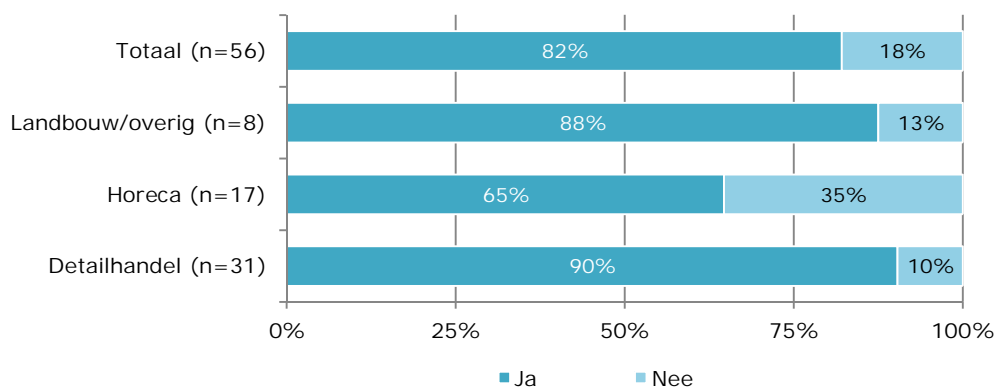
N.B. Naast bedrijven die regioproducten verkopen zijn ook bedrijven meegenomen die geïnteresseerd in de verkoop van regioproducten

#### *Meerderheid wil informatie via een digitale nieuwsbrief*

Van de ondernemers die betrokken willen worden bij en/of geïnformeerd willen worden over het gemeentelijk beleid wil 82 procent geïnformeerd worden via een digitale nieuwsbrief. Wederom staan ondernemers werkzaam in de landbouw/overig (88 procent) en de detailhandel hier positiever tegenover (90 procent) dan de horecaondernemers (65 procent).

Figuur 4.2

Wilt u geïnformeerd worden door middel van een digitale nieuwsbrief?

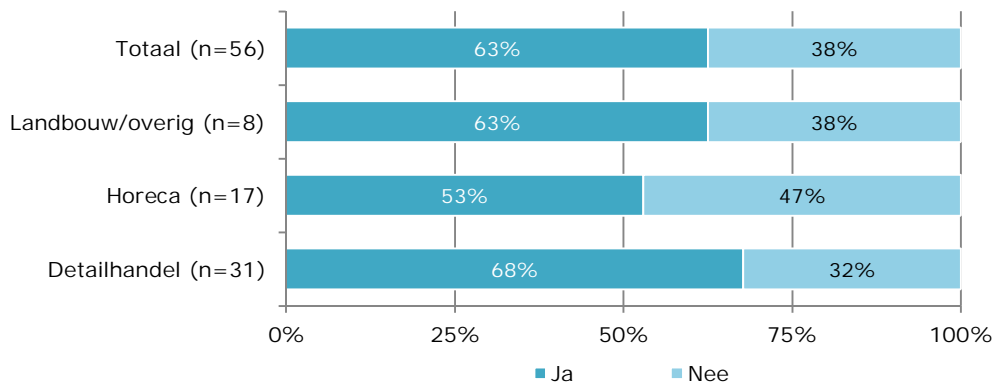


### *Twee derde van geïnteresseerden wil deelnemen aan netwerkbijeenkomst*

Van de 56 geïnteresseerde ondernemers die regioproducten verkopen, wil 63 procent uitgenodigd worden voor een netwerkbijeenkomst om korte voedselketens te stimuleren. Het gaat om 35 ondernemers waarvan er 21 werkzaam zijn in de detailhandel, 9 in de horeca en 5 in de landbouw/overig. Er is dus zeker draagvlak bij ondernemers om kennis en gedachten uit te wisselen over korte voedselketens en daarbij behorende regioproducten.

Figuur 4.3

Wilt u uitgenodigd worden voor een netwerkbijeenkomst om korte voedselketens te stimuleren?



## BIJLAGE

Belscript

## Bijlage 1. Belscript



### BELSCRIPT

#### Kansen voor korte voedselketens in Ede

Mei 2017

**CONTACTPERSOON:**  
**BEDRIJF:**  
**VELDWERKER:**  
**DATUM/TIJD:**

#### INLEIDING

Goedemorgen, -middag,

U spreekt met <naam> van I&O Research. Ik bel u namens de gemeente Ede.

Onlangs heeft uw bedrijf van de gemeente Ede een brief ontvangen over een onderzoek naar de verkoop van regioproducten.

Komt het uit dat ik u nu een aantal vragen stel over dit onderwerp?

- Ja
- Nee -> Toch de vragen 1 en 2 doorlopen. Dan een vervolgspraak proberen in te plannen, mocht de ondernemer regioproducten verkopen of leveren.

#### Achtergrondinformatie voor de interviewer en extra toelichting als daarom wordt gevraagd:

De gemeente Ede ligt midden in de 'Food Valley', een samenwerkingsverband van gemeenten en bedrijven in de Gelderse Vallei. Ede kiest voor Food, waarbij de economische kracht van voedselbedrijven van belang is, net als een sterk en aantrekkelijk buitengebied.

Aan de hand van het onderzoek wil de gemeente inzicht krijgen in:

- Welke bedrijven in de gemeente Ede regioproducten verkopen (welke) en via welke kanalen
- Wat de behoeften zijn van bedrijven op het gebied van informatievoorziening en netwerkvorming.

Uw bedrijf behoort tot de groep die mogelijk regioproducten verkoopt.

#### VERKOOP VAN REGIOPRODUCTEN

De gemeente Ede definieert regioproduct als volgt: Een regioproduct is een voedingsmiddel of drank die in de gemeente Ede of in een straal van 20 kilometer rondom de gemeente Ede is geproduceerd en waarvoor grotendeels regionale grondstoffen worden gebruikt. Het gaat daarbij globaal om het gebied FoodValley-Veluwe.

1 Verkoopt u vanuit uw bedrijfsvestiging regioproducten aan particulieren?

- Ja
- Nee (Ga naar vraag 2)

1a. Via welke kanalen verkoopt u regioproducten aan particulieren? *Meerdere antwoorden mogelijk*

- Winkel



Belscript • Kansen voor korte voedselketens in Ede

1



- Horeca
- Internet
- Anders, namelijk: <open antwoordveld>

2 Levert u regioproducten aan winkels, horeca of andere verkooppunten in de gemeente Ede?

- Ja
- Nee (Als v1 & v2 = Nee: Ga naar vraag 2b, anders: v3)

2a. Aan welk soort leveranciers levert u regioproducten? *Meerdere antwoorden mogelijk Na 2a -> vraag 3*

- Winkel
- Horeca
- Andere leveranciers, namelijk: <open antwoordveld>

2b. Bent u van plan om regioproducten te verkopen?

- Ja (Ga naar v6)
- Nee (EINDE VRAGENLIJST)
- Weet niet (Ga naar v6)

Alleen als v1=Ja of v2=Ja:

3 Welke regioproducten verkoopt u en door welk bedrijf zijn deze producten geproduceerd?  
<open antwoordveld>

STREEKPRODUCT	NAAM PRODUCENT	PLAATS PRODUCENT

*Toelichting interviewer: Wij willen graag achterhalen hoeveel en welke regioproducten deze ondernemer verkoopt. Groenten van boer Jan uit Ede is dus niet genoeg, graag elk soort groente apart uitvragen en apart noteren.*

*Voorbeeld antwoord 1: 4 soorten bier van De Heidebrouwerij uit Ede*

*Voorbeeld antwoord 2: aardappelen, eigen productie*

4 Hoe heeft de verkoop van regioproducten zich in de afgelopen 2 jaar ontwikkeld?

- Sterke groei
- Enige groei
- Is gelijk gebleven
- Enige afname
- Sterke afname
- Weet niet

5 Hoe verwacht u dat de verkoop van regioproducten zich in de komende 2 jaar zal ontwikkelen?

- Sterke groei
- Enige groei



- Is gelijk gebleven
- Enige afname
- Sterke afname
- Weet niet

#### GEMEENTELIJK BELEID

De gemeente Ede werkt samen met regiogemeenten en de provincie aan het project 'korte voedselketens'. In dit project werken ondernemers, belangenorganisaties en overheden samen aan de ontwikkeling van lokale producten en promotie van regionale producten om in te spelen op de groeiende behoefte aan voedsel van dichtbij. Het doel is om een netwerk van bedrijven op te zetten.

- 6 Wilt u betrokken worden bij en/of geïnformeerd worden over aspecten van het gemeentelijk beleid?
- Ja
  - Nee (EINDE VRAGENLIJST)

- 7 Wilt u geïnformeerd worden door middel van een digitale nieuwsbrief?
- Ja
  - Nee (Ga naar vraag 8)

7a. Zou ik uw contactgegevens mogen noteren, zodat de gemeente u hierover kan bereiken?

Naam:

Mail-adres:

Telefoonnummer:

- 8 Wilt u uitgenodigd worden voor een netwerkbijeenkomst om korte voedselketens te stimuleren?
- Ja
  - Nee

8a. Zou ik uw contactgegevens mogen noteren, zodat de gemeente u hierover kan bereiken?

Als contactgegevens al ingevuld zijn bij 7a, dan deze vraag automatisch laten invullen en niet stellen aan de respondent

Naam:

Mail-adres:

Telefoonnummer:

**Ik wil u hartelijk danken voor uw medewerking!**

