

Bloemenwinkels

In Nederland wordt jaarlijks voor bijna 1,4 miljard euro (exclusief BTW) uitgegeven aan bloemen en planten. Bijna driekwart hiervan wordt verkocht via bloemenwinkels, ambulante handel en tuincentra. De bloemenbranche telt bijna 3.500 winkels en 1.900 ambulante handelaren.

Samenwerking in ketenverband komt in de branche nauwelijks voor; 96 procent van de winkels wordt geëxploiteerd door ongebonden zelfstandigen. Wel wordt veel samengewerkt op het terrein van de verzending van bloemen(groenten) via Fleurop en Euroflorist. Bloemenwinkels zijn relatief vaak gevestigd in ondersteunende winkelcentra en zijn met een gemiddelde winkelvloeroppervlakte van ruim honderd vierkante meter relatief klein. De branche telt zesduizend voltijdbanen. De belangrijkste concurrent is de supermarkt, maar ook via internet/postorderbedrijven worden steeds meer bloemen en planten verkocht.

Volgens Stef van Amesfoort, voorzitter van de VBW Centrale Vereniging Bloemendetailhandel en van de commissie Bloemen en Planten van het HBD, is er na een moeilijke periode sprake van een voorzichtig herstel in de bloemenbranche. "Ook al zijn het nog slechts indicaties, toch hebben we het idee dat het beter gaat op dit moment. Beter in elk geval dan de afgelopen jaren. Na de invoering van de euro hadden we een geweldig jaar, maar al snel groeide bij de consument het besef dat de euro toch duurder was dan aanvankelijk werd gedacht. Daar hebben we afgelopen jaren enorm veel last van gehad."

Als het gaat om bloemen en planten is Nederland volgens Van Amesfoort een verzadigd land. "Dat



is niet per se negatief, maar we moeten ons realiseren dat de taart niet groter wordt. De supermarkten, de bloemistwinkeliers, tuincentra en ambulante handel moeten zich met de huidige omvang zien te redden. Wanneer de één een groter stuk weet te veroveren, gaat dat ten koste van de ander."

Keuzes

Van Amesfoort wijst er op dat de bloemistwinkelier die zich ook in de toekomst wil handhaven, keuzes moet maken. "Een ondernemer moet zich afvragen voor welk segment hij kiest, op welke locatie, welke doelgroep hij wil bedienen en hoe hij zich kan onderscheiden van zijn concurrenten. Voor welk segment een bloemistwinkelier ook kiest, het gaat er om dat de consument bij hem vindt wat hij zoekt." Ruim twintig procent van de bloemistwinkeliers heeft inmiddels gekozen voor het top- tot hoogmiddensegment. Nog eens twintig procent richt zich op het 'inloopsegment' en bedient zo de consument die een bloemetje voor zichzelf koopt of een aardig cadeautje wil. "Daar tussen zit echter een groep van vijftig tot zestig procent die (nog) niet duidelijk voor een marktsegment heeft gekozen en

van alles wat verkoopt om zo elke consument te bedienen. Die aanpak werkt niet meer. Daarom hebben we een traject ingezet om die winkeliers te bewegen marktonderzoek te doen en een duidelijke keuze te maken."

Wie niet kiest, beweegt zich volgens Van Amesfoort op glad ijs, want de supermarkten verkopen tegenwoordig meer dan alleen het solitaire bloemetje. "De concurrentie van de supermarkten is fors en neemt toe. Er komt steeds meer aanbod van kwalitatief goede producten, die grootschalig verkocht kunnen worden. Overigens hebben de bloemistwinkeliers nog wel altijd een marktaandeel van circa vijftig procent, terwijl het marktaandeel van de supermarkten uitkomt op zo'n zestien à zeventien procent. Maar dat groeit gestaag de komende jaren", waarschuwt hij.

Sanering

Een ander punt van zorg is dat de sanering in de bloemenbranche zich voornamelijk voltrekt op A1-locaties. "Een aantal bloemisten verdwijnt. Een logische sanering, want de rendementen staan onder druk. Het gaat echter vaak om de bloemisten op A-locaties, terwijl die op B- of C-locaties open blijven. Daardoor worden minder consumenten bereikt. De consument bereik je alleen maar waar traffic is. Een inloopwinkel hoort op een A-locatie gevestigd te zijn, maar die zijn zo goed als onbetaalbaar geworden voor de bloemistwinkelier."

"Toch is het niet allemaal kommer en kwel", besluit van Amesfoort. "We zijn de dip te boven en de bedrijvenmarkt trekt aan. Daar profiteren we van. En hoewel de consumentenbestedingen nog achterblijven, besteedt de consument die wel in de bloemenwinkel komt gelukkig meer."



KERNCIJFERS:

Aantal winkels	3.500
Brancheomzet (excl. BTW)	€ 700 mln
Gemiddelde winkelvloeroppervlakte	100 m ²
Samenwerkende ondernemers	4%
Aantal betaalde FTE	6.000

De bloemenwinkels staan bij het CBS geregistreerd onder SBI-code 52491. Hieronder vallen winkels in: snijbloemen en kamerplanten (eventueel in combinatie met het maken van bloemstukken), tuinbouwbenodigdheden (waaronder meststoffen, potgrond, bestrijdingsmiddelen, tuinbouwzaden en dergelijke).