

## Cijfers

### Samenvatting

De bloemenwinkels realiseerden in 2005 een omzet van in totaal bijna € 757 miljoen (exclusief BTW). Dat is 5,3% minder dan in 2004. In de bestedingen aan bloemen en planten is het marktaandeel van bloemenwinkels en tuincentra is het grootst, namelijk 72%.

Volgens CBS telt Nederland ruim 3.300 bloemenwinkels, goed voor ruim 5.300 voltijdbanen.

Alle cijfers printen en opslaan

U kunt de gegevens die vermeld staan onder 'Cijfers' (menu links op het scherm) ook in een keer downloaden of printen via onderstaande knoppen. U mag deze gegevens gebruiken in andere publicaties als u als bron duidelijk vermeldt:

[www.hbd.nl](http://www.hbd.nl)

## **Omzet en exploitatie**

Allereerst komen de omzet en omzetontwikkeling aan bod. Vervolgens komen enkele omzetkengetallen en het exploitatiebeeld aan de orde.

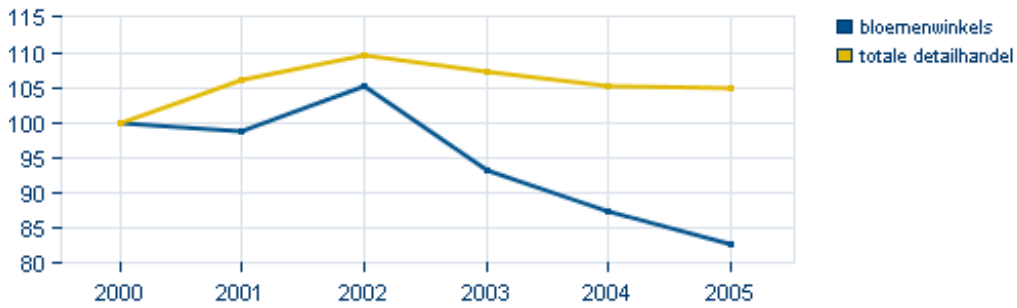
- > Omzet
- > Omzetkengetallen
- > Exploitatiebeeld

## Omzet

De bloemenwinkels realiseerden in 2005 een omzet van in totaal bijna € 757 miljoen (exclusief BTW). Dat is 5,3% minder dan in 2004 en 17% minder dan in 2000. De afgelopen drie jaar daalde de omzet in de bloemenbranche harder dan de totale detailhandelsomzet.

Actuele omzetgegevens vindt u in de HBD/CBS uitgave 'Kwartaalbericht Detailhandel'.

Omzetontwikkeling branche t.o.v. totale detailhandel (2000 = 100)  
Bron: CBS ('00 - '03), raming EIM ('04 en '05)



## Omzetkengetallen

	Gehele branche
netto-omzet (per winkel)	€ 228.900
omzet in de winkel (per winkel)	€ 196.300
omzet in de winkel per m <sup>2</sup> wvo	€ 1.380
netto-omzet per fte	€ 142.400
omzetsnelheid	8,7

De netto-omzet is de totale omzet uit verkoop aan consumenten, bedrijven en instellingen vanuit de winkel en via andere kanalen. De omzet in de winkel betreft alleen de omzet uit verkoop aan consumenten vanuit de winkel.

Volgens het Structuuronderzoek Bloemenwinkels bedroeg de jaaromzet van bloemenwinkels gemiddeld € 299.700. Dit bedrag is in tegenstelling tot bovenstaande CBS-cijfers inclusief BTW. Een ander verschil is dat de CBS-cijfers gebaseerd zijn op bloemenwinkels en winkels in tuinbouwbenodigdheden, terwijl het Structuuronderzoek uitgaat van alleen bloemenwinkels.

## Exploitatiebeeld

	Gehele branche
netto-omzet	100
inkoopwaarde	52
brutowinst	48
kosten:	38
- personeelskosten	16
- huisvestingskosten	7
- overige kosten	15
bedrijfsresultaat	10

De personeels- en huisvestingskosten verschillen per bedrijf sterk. De personeelskosten worden onder andere beïnvloed door de rechtsvorm: een BV of NV rekent het ondernemersloon tot de personeelskosten, terwijl bij een eenmanszaak het ondernemersloon onderdeel is van het bedrijfsresultaat. De huisvestingskosten zijn afhankelijk van de eigendomsverhouding: een eigen pand heeft veelal andere kosten dan een gehuurd pand.

## Bestedingen en marktaandeel

In 2005 is in Nederland bijna € 1 miljard (inclusief BTW) uitgegeven aan bloemen en planten. De grootste bestedingsgroepen zijn achtereenvolgens bloemen, planten voor de tuin, kamerplanten en bomen & struiken voor de tuin. Het marktaandeel van bloemenwinkels en tuincentra is het grootst, namelijk 72%. Helaas is op basis van de CBS-cijfers geen onderscheid mogelijk naar enerzijds bloemenwinkels en anderzijds tuincentra. De supermarkten zijn goed voor een marktaandeel van 12%.

bestedingen (mln) per huishouden per hoofd

€ 988

€ 139

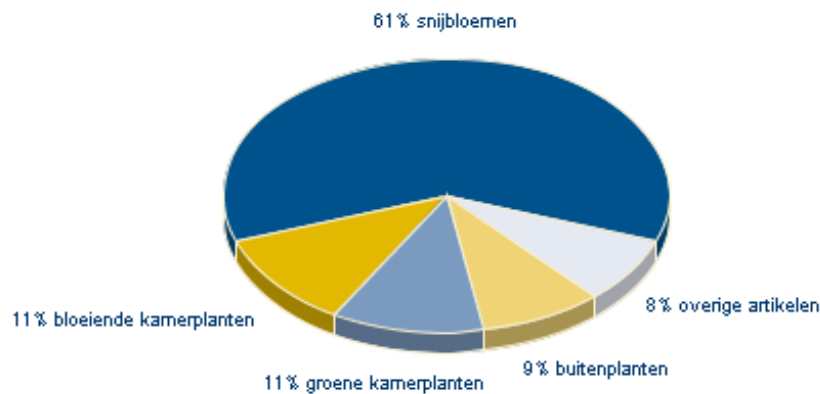
€ 61

	marktaandeel	bestedingen (mln)
bloemenwinkels en tuincentra	72 %	€ 708
supermarkten	12 %	€ 116
ambulante handel, postorder	7 %	€ 74
niet-detailhandel	6 %	€ 57
overige winkels	3 %	€ 32
totaal	100 %	€ 988

## Aandelen van productgroepen

Snijbloemen zijn voor bloemistenwinkeliers de grootste bron van inkomsten. Zij zorgen voor ongeveer drievijfde van de totale omzet.

Aandelen van productgroepen van bloemisten, 2006  
Bron: Ace!



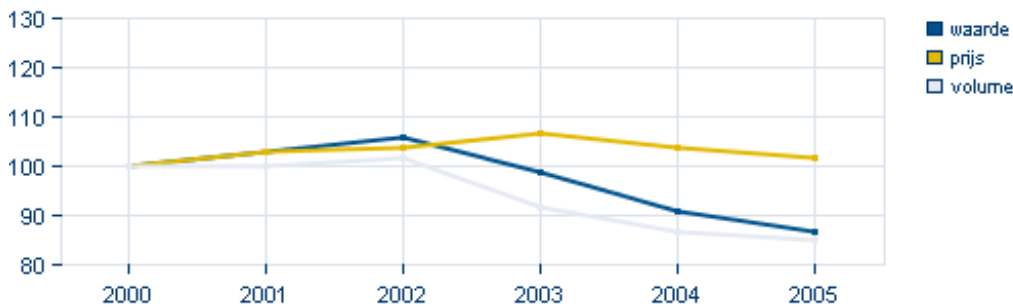
(Bijgewerkt 11 January 2007)

## Ontwikkeling in waarde, prijs en volume

In het onderstaande figuur is te zien welke ontwikkelingen zich hebben voorgedaan in waarde, prijs en volume van bloemen en planten. Het peiljaar is 2000. De ontwikkeling in waarde geeft aan hoeveel consumenten in totaal meer of minder aan het desbetreffende product hebben besteed ten opzichte van 2000. De waarde-ontwikkeling is een optelsom van de prijs- en volume-ontwikkeling.

Het blijkt dat in 2005 de uitgaven aan bloemen en planten zijn gedaald met 13% ten opzichte van 2000. De prijzen zijn tot en met 2003 gestegen, waarna een daling inzette. Het prijsniveau lag in 2005 nog 2% hoger dan in 2000. De daling in waarde is te wijten aan een afname van de afzet. In de grafiek is te zien dat het volume in 2005 15% lager was dan in 2000. Het volume is gemeten in de consumentenprijzen van 2000, waardoor het effect van prijsveranderingen wegvalt. Kortom, de bestedingen zijn lager omdat er minder producten over de toonbank zijn gegaan, en niet vanwege prijsveranderingen.

Ontwikkeling in waarde, prijs en volume van bloemen en planten (2000 = 100)  
Bron: HBD Bestedingen en Marktaandelen



(Bijgewerkt 01 July 2006)

## Ondernemingen en vestigingen

Dit hoofdstuk behandelt het aantal ondernemingen en vestigingen in Nederland en de geografische spreiding ervan.

- > Aantallen
- > Winkelvloeroppervlakte en locatietype
- > Spreiding naar provincie
- > Spreiding naar gemeentegrootte



## Aantallen

Volgens CBS telde Nederland in 2005 ruim 3.300 bloemenwinkels. Dat is fors lager dan in 2002. Deze daling wordt niet ondersteund door cijfers van Locatus. Volgens dit onderzoeksbureau schommelt het aantal verkooppunten sinds 2002 rond de 4.000. Afgezien van de winkels zijn er bijna 1.900 ambulante handelaren actief in de branche.

	2002	2003	2004	2005
aantal ondernemingen	3.595	3.473	3.366	3.305

### Winkelvloeroppervlakte en locatietype

De gemiddelde winkelvloeroppervlakte (wvo) van bloemenwinkels bedraagt 89 vierkante meter.

	bloemenwinkels	totale detailhandel
verspreide bewinkeling	116	310
grootschalige concentratie	79	1307
ondersteunende winkelcentra	69	166
hoofdwinkelcentra	87	178
totaal	89	233

Bloemenwinkels bevinden zich in verhouding tot de totale detailhandel veel in ondersteunende winkelcentra; 29% van de winkels in de branche is daar gevestigd, tegenover 21% van de totale detailhandel. In de hoofdwinkelcentra zijn de bloemenwinkels naar verhouding ondervertegenwoordigd (respectievelijk 44% en 51%).

	bloemenwinkels	totale detailhandel
verspreide bewinkeling	27%	26%
grootschalige concentratie	0%	2%
ondersteunende winkelcentra	29%	21%
hoofdwinkelcentra	44%	51%
totaal	100%	100%

## Spreiding naar provincie

Circa 20% van de bloemenwinkels is gevestigd in Zuid-Holland. Dat is niet opvallend veel, omdat in deze provincie ongeveer een vijfde deel van de bevolking woont. Rekening houdend met het aantal inwoners valt de provincie Flevoland op. Daar zijn naar verhouding de minste winkels gevestigd (ruim 9.500 inwoners per winkel). In de overige provincies schommelt dat aantal rond de 4.000. Ook gemeten in winkelvloeroppervlakte kent Flevoland het kleinste aanbod, namelijk 114 inwoners per vierkante meter, tegenover gemiddeld 46 inwoners per winkel in de overige provincies.

	inwoners	winkels	m <sup>2</sup> wvo per winkel	inwoners per winkel	inwoners per m <sup>2</sup> wvo
Drenthe	485.118	129	105	3.761	36
Flevoland	372.235	39	84	9.544	114
Friesland	641.662	166	80	3.865	48
Gelderland	1.975.950	528	108	3.742	35
Groningen	572.518	151	100	3.792	38
Limburg	1.129.613	302	118	3.740	32
N.-Brabant	2.416.470	557	98	4.338	44
N.-Holland	2.607.746	681	62	3.829	62
Overijssel	1.114.941	284	97	3.926	41
Utrecht	1.184.110	258	84	4.590	55
Zeeland	380.409	104	103	3.658	36
Z.-Holland	3.455.226	811	80	4.260	53
Totaal	16.335.998	4.010	89	4.074	46

### Spreiding naar gemeentegrootte

In de kleinste gemeenten (minder dan 10.000 inwoners) zijn verhoudingsgewijs de meeste bloemenwinkels gevestigd (dat geldt overigens ook voor de detailhandel als geheel). Het gaat om gemiddeld 435 inwoners per winkel en 4 inwoners per vierkante meter winkelvloeroppervlak. Ter vergelijking: in de grotere gemeenten is de dichtheid veel lager. Hier zijn gemiddeld 60 tot 80 inwoners per vierkante meter.

	inwoners	winkels	m <sup>2</sup> wvo per winkel	inwoners per winkel	inwoners per m <sup>2</sup> wvo
< 10.000	486.999	1.120	107	435	4
10.000 tot 50.000	7.799.464	1.349	97	5.782	60
50.000 tot 100.000	2.914.077	517	83	5.637	68
100.000 tot 175.000	2.281.177	398	73	5.732	79
> 175.000	2.854.281	626	58	4.560	78
totaal	16.335.998	4.010	89	4.074	46

## Ondernemers en arbeidsmarkt

Dit hoofdstuk staat stil bij de leeftijdsopbouw van ondernemers in de branche en de totale detailhandel en het aantal voltijdbanen.

> Leeftijdsopbouw ondernemers

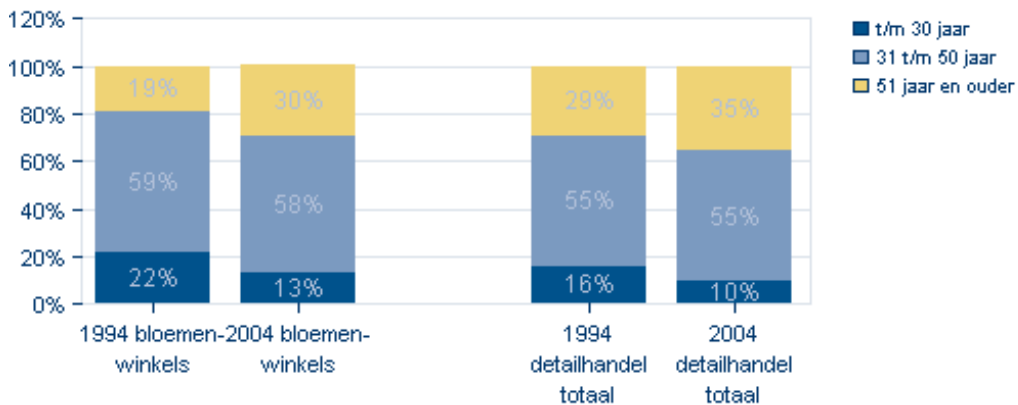
> Aantal voltijdbanen

## Leeftijdsopbouw ondernemers

Het aandeel oudere ondernemers in de bloemenbranche is in tien jaar tijd toegenomen van 19% tot 30%. De groep jonge bloemisten nam af van 22% tot 13%. Deze ontwikkelingen zijn ook zichtbaar in de totale detailhandel. De bloemisten zijn nog wel relatief vaak jong in vergelijking met de totale groep detaillisten.

Meer arbeidsmarktinformatie vindt u in de publicaties '[Factsheet Arbeidsmarkt in de Detailhandel](#)' en '[Arbeidsmarkt in de Detailhandel 2005](#)'.

Leeftijdsopbouw van ondernemers in bloemenwinkels en de totale detailhandel  
Bron: 'Leeftijdsopbouw van ondernemers in de detailhandel', HBD/ITS, bewerking HBD



(Bijgewerkt 01 July 2006)

### Aantal voltijdbanen

De branche telt volgens het CBS ruim 5.300 voltijdbanen (FTE's op de loonlijst). Helaas maakt het CBS in deze statistiek niet langer onderscheid naar werknemers en ondernemers & meewerkende gezinsleden.

Zie voor meer arbeidsmarktinformatie het rapport 'Arbeidsmarkt in de Detailhandel' en de 'Factsheet Arbeidsmarkt in de Detailhandel'.

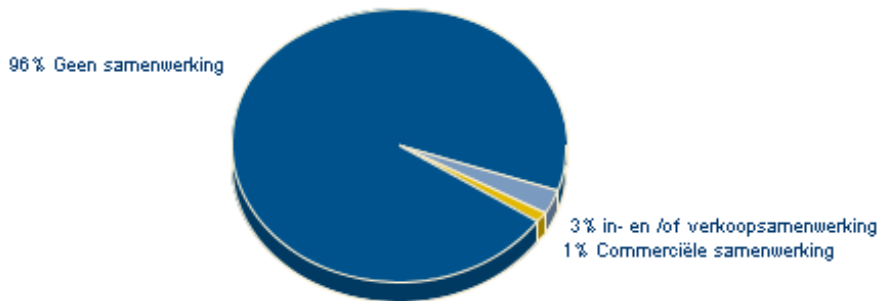
	2002	2003	2004	2005
voltijdbanen (FTE's op de loonlijst)	6.965	6.128	5.532	5.312

## Samenwerking en ketens

Aan bod komen de mate van commerciële samenwerking en de actieve ketens in de branche.

Samenwerking in ketenverband komt in de bloemenbranche nauwelijks voor. Maar liefst 96% van de winkels in de branche behoort tot de zogenoemde ongebonden zelfstandigen. Er wordt wel veel samengewerkt op het terrein van de verzending van bloemengroeten via Fleurop en Interflora. Slechts 1% van de winkels is als franchise- of filiaalbedrijf aangesloten bij een keten (van minimaal 7 vestigingen). Daarnaast werkt 3% samen via een inkooporganisatie.

Percentage van de winkels naar samenwerkingsvorm, 2005  
Bron: Locatus



(Bijgewerkt 01 July 2006)  
**Ketens**

Meer dan 7 verkooppunten

Combi Plant

Greenroom

Lansuplant

Oxalis

50 tot 100 verkooppunten

Bloemisten Business Nederland (BBN)



## **Betalingsverkeer**

Dit hoofdstuk besteedt aandacht aan het betalingsverkeer in de branche en de totale detailhandel. In hoeverre worden de verschillende betaalmiddelen, zoals PIN, geaccepteerd? En welke aandelen hebben de verschillende betaalmiddelen?

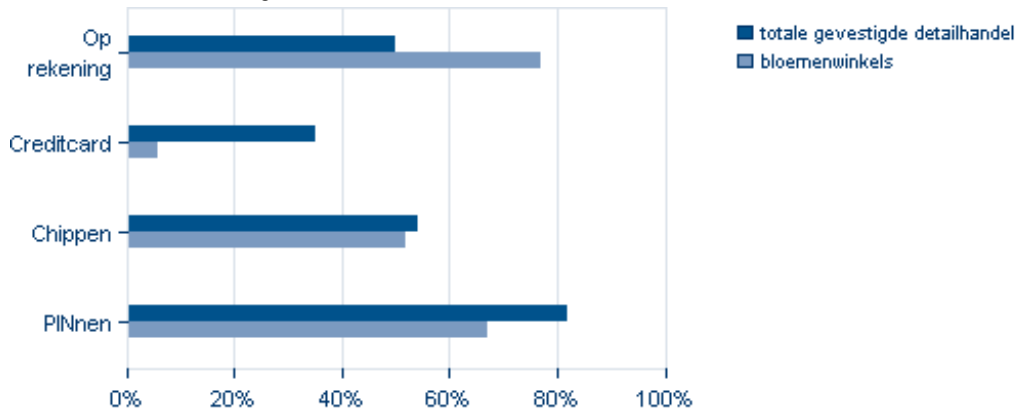
- > Acceptatie van betaalmiddelen
- > Aandelen van betaalmiddelen
- > Gemiddelde bonbedragen

## Acceptatie van betaalmiddelen

Bloemenwinkels bieden klanten vergeleken met de totale gevestigde detailhandel relatief weinig de mogelijkheid om te PINnen.

Zie de '[Factsheet Betalingsverkeer 2006](#)' voor meer betalingsinformatie.

Acceptatie van betaalmiddelen, 2006  
Bron: HBD Monitor Betalingsverkeer 2006



(Bijgewerkt 01 July 2006)

### Aandelen van betaalmiddelen

In bloemenwinkels vindt de meerderheid van de toonbankbetalingen (78%) contant plaats.

Zie de 'Factsheet Betalingsverkeer 2006' voor meer betalingsverkeerinformatie.

	contant	PIN	chip	Creditcard	Overig	Totaal
bloemenwinkels	78 %	21 %	0 %	0 %	1 %	100 %

**Gemiddelde bonbedragen**

	gem. bonbedrag totaal	gem. bonbedrag PIN
bloemenwinkels	€ 10 - € 12	€ 15 - € 17

## ICT-toepassingen

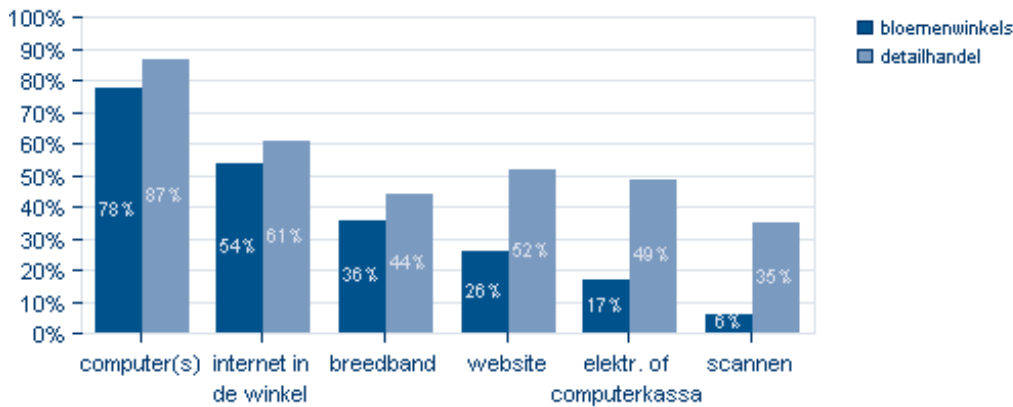
In hoeverre maken winkeliers in bloemenwinkels gebruik van ICT-toepassingen? In dit hoofdstuk zijn de uitkomsten weergegeven voor zowel de branche als de totale gevestigde detailhandel. Zo is in een oogopslag duidelijk hoe de branche ervoor staat met het gebruik van ICT in vergelijking met de rest van de winkels.

- > Gebruik van ICT
- > Gebruik van website

## Gebruik van ICT

In het onderstaande figuur is het ICT-gebruik in de branche en in de totale gevestigde detailhandel opgenomen. Zo is bijvoorbeeld te zien dat 78% van de bloemenwinkels beschikt over een of meer computers, tegenover 87% van de totale detailhandel. In 2003 had nog 74% van de bloemenwinkels een of meer computers. Toen had 16% ook een eigen website. Inmiddels is dat opgelopen tot 26%, maar dat is nog altijd een stuk lager dan de totale detailhandel (52%).

ICT-toepassingen in de branche en de totale detailhandel, 2006  
Bron: HBD ICT Monitor 2006

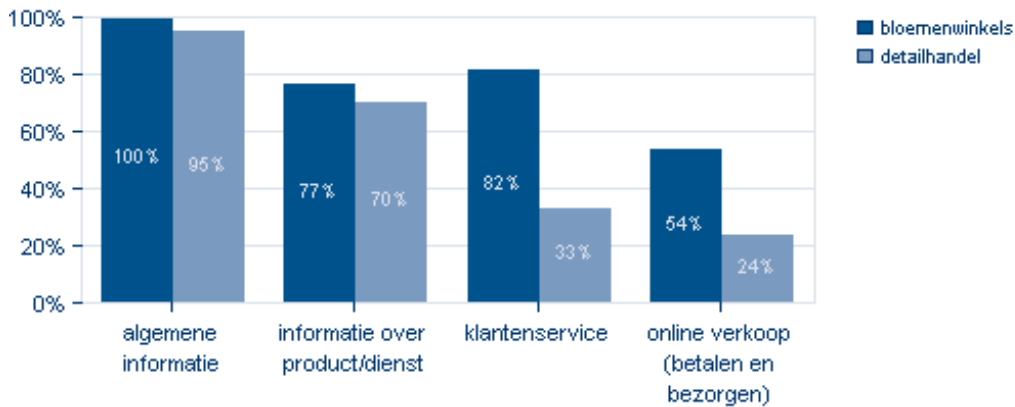


(Bijgewerkt 09 January 2007)

## Gebruik van website

Steeds meer ondernemers hebben een website van het eigen bedrijf of winkel. Een website kan voor verschillende doeleinden gebruikt worden: van informatie verstrekken tot online verkoop. Voor de totale gevestigde detailhandel geldt dat 24% van de winkels met een website, doet aan online verkoop (wat neerkomt op 13% van alle winkels, dus inclusief de winkels zonder een website). Waarvoor gebruiken winkels in de bloemenbranche hun website?

Gebruik van de website in de branche en de totale detailhandel, 2006  
Bron: HBD ICT Monitor 2006



(Bijgewerkt 09 January 2007)

## **Brancheafbakening**

De bloemenwinkels staan bij het CBS geregistreerd onder de 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.

De winkels in tuingereedschappen (5246.1), de winkels in bloemen, planten, boomkwekerijgewassen, zaden en tuinbenodigdheden algemeen assortiment waarbij het omzetaandeel van de artikelgroepen afzonderlijk minder dan 50% uitmaakt van de omzet (5249.2) en de winkels in droog- en kunstbloemen (5249.9) worden niet tot de bloemenbranche gerekend.



## **Wijzigingen in cijfers**

De omzetcijfers en aantallen ondernemingen en vestigingen zijn grotendeels ramingen van het Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf (EIM), op basis van CBS-cijfers, zoals de Productiestatistiek. Vanwege een revisie in de statistieken van het CBS is in de cijfers van de verschillende jaargangen een trendbreuk ontstaan. Hierdoor zijn de omzetcijfers van 2005 niet te vergelijken met die van voorgaande edities. Cijfers over voorgaande jaren in deze uitgave kunnen dus afwijken van cijfers in voorgaande edities. De revisie van het CBS heeft ook tot gevolg dat een trendbreuk is ontstaan in de bestedingscijfers van de verschillende jaargangen. Hierdoor kan een vergelijking met eerdere jaren mank gaan. Voor de weergegeven marktaandelen heeft de revisie geen consequenties.

