

---

# Management Summary

---

Titel	Rapportnummer
Kamerplantentest Duitsland	2007-35 (NL) / 2007-35A (Duits)
Auteur	Projectnummer
Josephine van Dijk	18002
Onderzoeksmethode	Telefoonnummer
Kwalitatief	079-3470649
Trefwoorden	E-mail
Kamerplanten, Duitsland	j.vandijk@tuinbouw.nl

---

## Doel:

Het doel van het onderzoek was te ontdekken met welke planten (zowel noviteiten als bestaande planten) Nederlandse leveranciers zich op de Duitse markt van kamerplanten kunnen onderscheiden van hun concurrenten.

## Noviteit wordt niet altijd als noviteit gezien door Duitse consument

Noviteiten, of te wel nieuwe planten worden door potentiële kopers vaak niet als nieuw ervaren. Vooral als het om een nieuwe soort van een bestaande plant betreft, zoals bijvoorbeeld een bestaande plant met een verbeterde houdbaarheid of andere structuur bladeren. Als het nieuwe element voor de consument niet duidelijk zichtbaar is, wordt de nieuwe soort van een bestaande plant niet als noviteit beschouwd. Het is daarom aanbevolen, de nieuwe eigenschappen die niet voor de consumenten met het blote oog te zien zijn, goed te communiceren en zo concurrentievoordeel te creëren. Als het een geheel nieuwe plant betreft is de Duitse consument vaak wel geïnteresseerd, mits de verzorging van de plant duidelijk beschreven is (in het Duits!).

## Toegevoegde waarde bij planten moet van natuurlijk materiaal zijn

Planten met toegevoegde waarde zoals bijpassende decoratieve pot en overige decoratieve materialen spreken de Duitse consument aan. Voorwaarde hierbij is dat deze van natuurlijke materialen moeten zijn. Het moet ook een natuurlijke uitstraling hebben. Opdringerige, felle kleuren zoals bijvoorbeeld de combinatie roze en oranje maar ook donkere, ongezellige, saaie kleuren zoals bijvoorbeeld grijs zouden vermeden moeten worden. Ook materialen zoals gekleurd gel en onnatuurlijk gekleurd zand zijn niet erg geliefd. Deze materialen zijn volgens de Duitse consument niet in harmonie met planten. De trend ligt volgens de consumenten eerder in de natuurlijke, niet gekleurde of naturel gekleurde materialen, zoals bijvoorbeeld witte kiezelstenen, natuurlijk zand in Mediterrane kleuren (oker geel, terra of mosterd kleur) en aarde die bijvoorbeeld door een transparante pot of vaas zichtbaar is. Overigens zijn ook warme aspecten en kleuren gewenst. Planten zijn natuurlijke elementen, daarvoor zouden de decoratiematerialen en potten ook van natuurlijk materiaal moeten zijn.

## Uiterlijk van de plant moet de Duitse consument aanspreken

De hangplant behoort niet tot één van de type planten die favoriete zijn in Duitsland. Volgens de Duitse consument zijn hangplanten niet meer van deze tijd. Ook heeft niemand nog plaats om een hangplant op te hangen in de huizen van tegenwoordig. Ook is er weinig speciaals aan het ophangstelsel. Veel respondenten zouden het ophangstelsel verwijderen en de hangplant als 'gewone staan plant' gebruiken.

De Duitse consument is op zoek naar planten die aanspreken, die een kamer tot leven brengen en de natuur naar binnen halen. Nieuwe exotische planten creëren een vakantiegevoel, andere planten geven de consument een voorjaarsgevoel. Groene planten horen in elk huis thuis volgens de consument, ze zijn goed voor luchtverbetering en een beter klimaat. Ook bloeiende planten zijn geliefd, alleen is het belangrijk dat de kleur van de bloem bij het interieur past. Belangrijkste graadmeter voor kwaliteit is het frisse en verse uiterlijk van de plant en de aanwezigheid van product –en verzorgingsinformatie om de kwaliteit ook thuis te behouden.

Het volledige rapport is te downloaden via [www.tuinbouw.nl](http://www.tuinbouw.nl) onder inloggen (PT 2007-35), of aan te vragen via [info@tuinbouw.nl](mailto:info@tuinbouw.nl), of 079 347 0633.