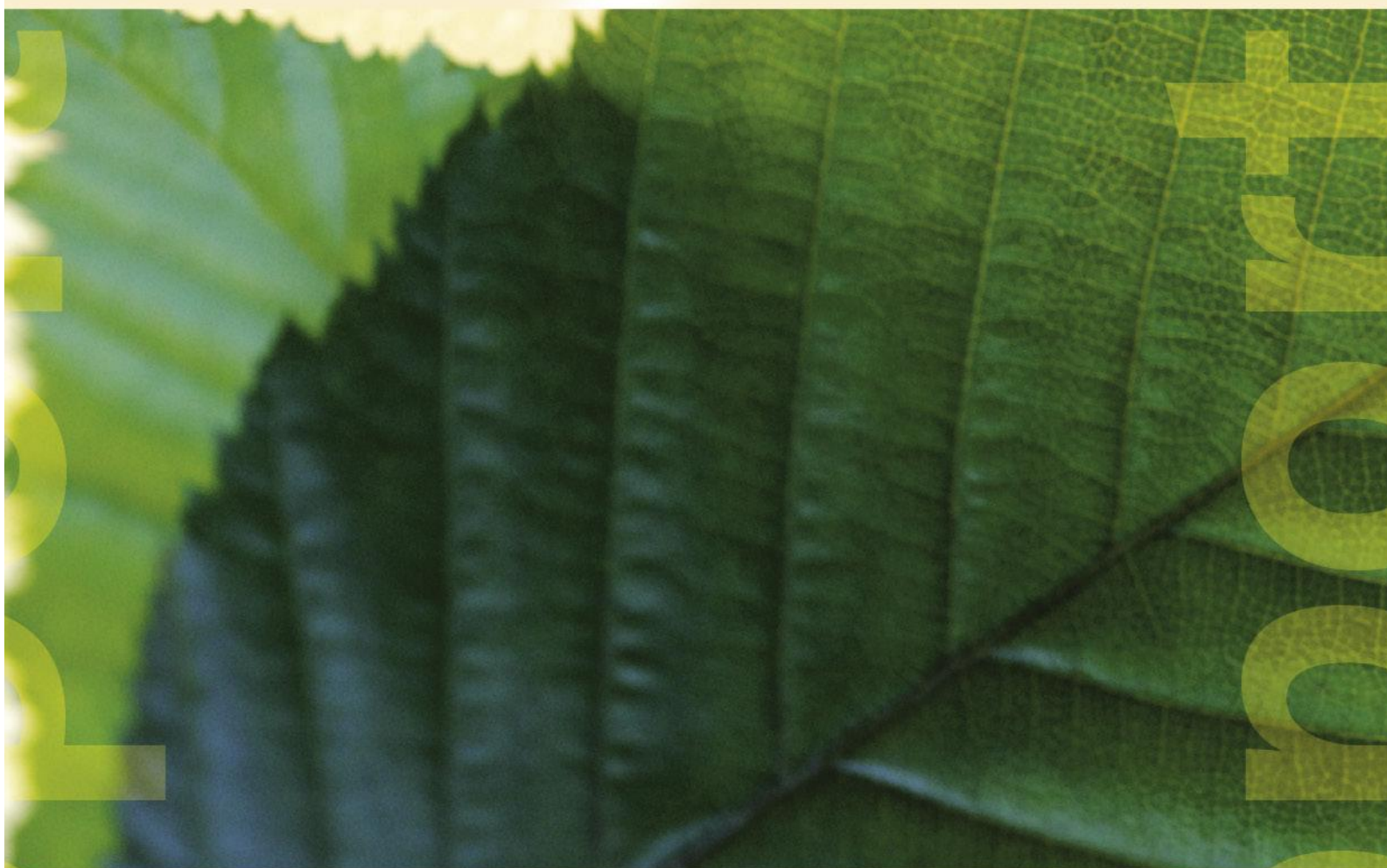


Consumentenbestedingen tuinplanten stabiel

Onderzoek onder Nederlandse huishoudens naar hun tuinplantaankopen in 2011



Consumentenbestedingen tuinplanten stabiel

Onderzoek onder Nederlandse huishoudens naar hun tuinplantenaankopen in 2011

Productschap  Tuinbouw



Auteur **Remy Vermeire**
Functie **sen. projectleider marktonderzoek**
Telefoon **079-3470648**
e-mail **r.vermeire@tuinbouw.nl**

Productschap Tuinbouw, Postbus 280, 2700 AG Zoetermeer

Telefoon 079 – 347 07 07 email info@tuinbouw.nl internet www.tuinbouw.nl

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt worden door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke wijze dan ook zonder toestemming van de uitgever of auteur.

Inhoudsopgave

| | |
|--|-----------|
| Samenvatting | 5 |
| 1 Inleiding | 7 |
| 2 Totaal markt tuinbranche | 9 |
| 2.1 Bestedingen in de tuinbranche stabiel | 9 |
| 3 Kenmerken kopers | 11 |
| 3.1 Slechts 5% van de Nederlanders heeft geen balkon of tuin | 11 |
| 3.2 Ruim de helft van de huishoudens koopt tuinplanten | 11 |
| 3.3 Vooral 50-plussers kopen tuinplanten | 11 |
| 3.4 Profiel per type woning | 12 |
| 4 Tuinplanten algemeen | 15 |
| 4.1 Het weer in 2011; vroeg voorjaar, verregende zomer | 15 |
| 4.2 Consumentenbestedingen tuinplanten stabiel | 15 |
| 5 Eenjarige tuinplanten | 17 |
| 5.1 April goed, afzet in mei viel tegen | 17 |
| 5.2 Tuincentrum verliest marktaandeel | 17 |
| 6 Meerjarige tuinplanten | 19 |
| 6.1 Hoge omzet in maart en april | 19 |
| 6.2 Goed jaar voor sierheesters | 19 |
| 6.3 Marktaandeel tuincentra loopt verder terug | 20 |

Samenvatting

Consumentenbestedingen aan tuinplanten in 2011 stabiel

In 2011 gaf de Nederlandse consument € 533 miljoen euro aan tuinplanten uit. Dit was praktisch evenveel als in 2010. Dit blijkt uit onderzoek van het Productschap Tuinbouw. Binnen de bestedingen aan tuinplanten in 2011 kwam 60% voor rekening van de meerjarige tuinplanten. De aankopen van meerjarige tuinplanten daalden met 1% ten opzichte van 2010. De bestedingen aan eenjarige tuinplanten namen echter met 1% toe. De verkoop van meerjarige en eenjarige tuinplanten had in 2011 een vroege start. In maart en april ging de Nederlandse consument al massaal over tot het kopen van tuinplanten. Daarna zwakte de kooplust van de Nederlandse consument af.

Ruim helft huishoudens koopt tuinplanten

Circa 52% van de huishoudens in Nederland kocht in 2011 planten voor de tuin. Hiermee trok 2011 minder kopers van tuinplanten dan 2010 maar waren er nog wel meer kopers in vergelijking met de jaren daarvoor. Eenjarige tuinplanten kocht in 2011 38% van de huishoudens en het percentage kopende huishoudens van meerjarige tuinplanten lag eveneens rond de 38%.

Tuincentrum verliest marktaandeel

Het tuincentrum is voor tuinplanten veruit het belangrijkste aankoopkanaal. Bij meerjarige tuinplanten had het tuincentrum in 2011 69% van de consumentenmarkt in handen en bij eenjarige planten 63%. Bij de eenjarige tuinplanten verloor zowel het tuincentrum als de bouwmarkt marktaandeel maar was de markt in 2011 weer meer in trek voor de aankoop van eenjarige planten. Ook bij de meerjarige tuinplanten leverde het tuincentrum marktaandeel in en moest ook de kwekerij een stapje terug doen. Beter verliep de afzet via de supermarkten.

1 Inleiding

Productschap Tuinbouw heeft samen met Tuinbranche Nederland en Plant Publicity Holland het Tuinconsumentenpanel van GfK Panelservices Benelux. Dit panel bestaat uit een representatieve gewogen steekproef van circa 10.000 huishoudens. Deze huishoudens houden elke maand van een aantal productgroepen bij, welke aankopen ze gedaan hebben, waar ze de producten gekocht hebben en hoeveel ze ervoor betaald hebben.

Eén van de productgroepen waarvoor dit gebeurt, is de groep tuinproducten. Deze omvat producten als tuinmeubelen, tuingereedschap, tuinaarde, potten, tuinverlichting maar ook tuinplanten. De resultaten van dit onderzoek bieden een goed inzicht in de omvang van de Nederlandse consumentenmarkt voor tuinproducten. Door dit onderzoek continue uit te voeren, kunnen de verschillende ontwikkelingen op de markt goed gevolgd worden. Het onderzoek vond in 2007 in de huidige vorm voor het eerst plaats.

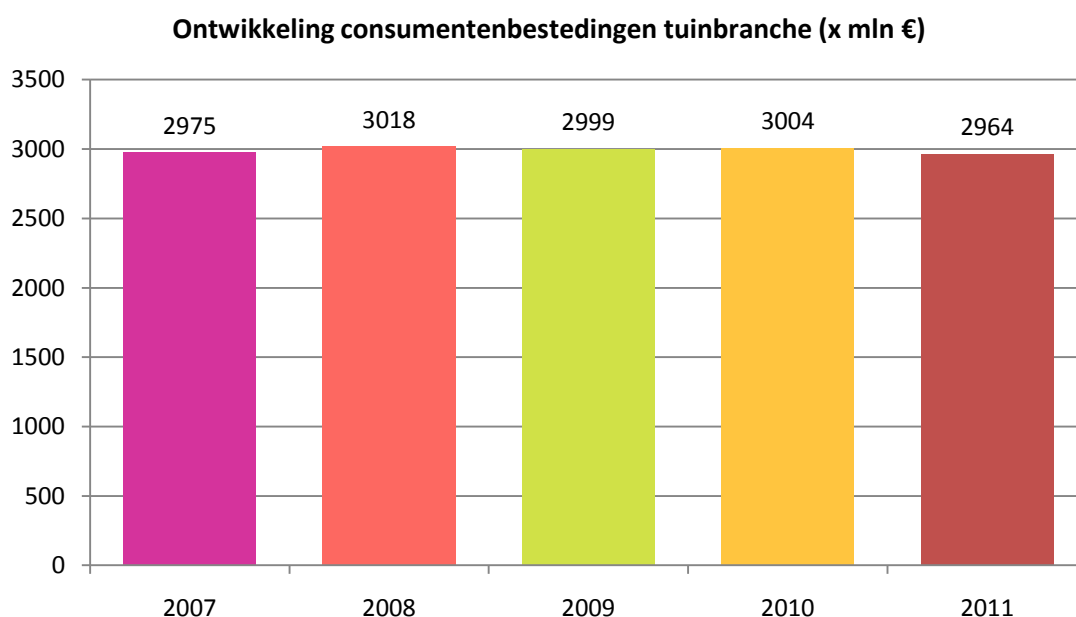
Deze rapportage bevat de consumentenaankopen van levende producten (eenjarige en meerjarige tuinplanten) in 2011.

inleiding

2 Totaal markt tuinbranche

2.1 Bestedingen in de tuinbranche stabiel

De totale omzet in de tuinbranche exclusief groot onderhoud kwam in 2011 uit op bijna 3 miljard euro. Hieronder vallen naast producten voor de tuin ook producten als diervoeding, potten voor binnen en kamerplanten en snijbloemen. Dit betekent dat de totaalmarkt ten opzichte van de twee voorgaande jaren nagenoeg gelijk is gebleven. In 2011 besteedde de Nederlandse consument in vergelijking met 2010 zowel 1% minder aan levende producten als aan niet-levende producten. Inclusief groot onderhoud ligt de omzet ruim boven de 4 miljard euro.

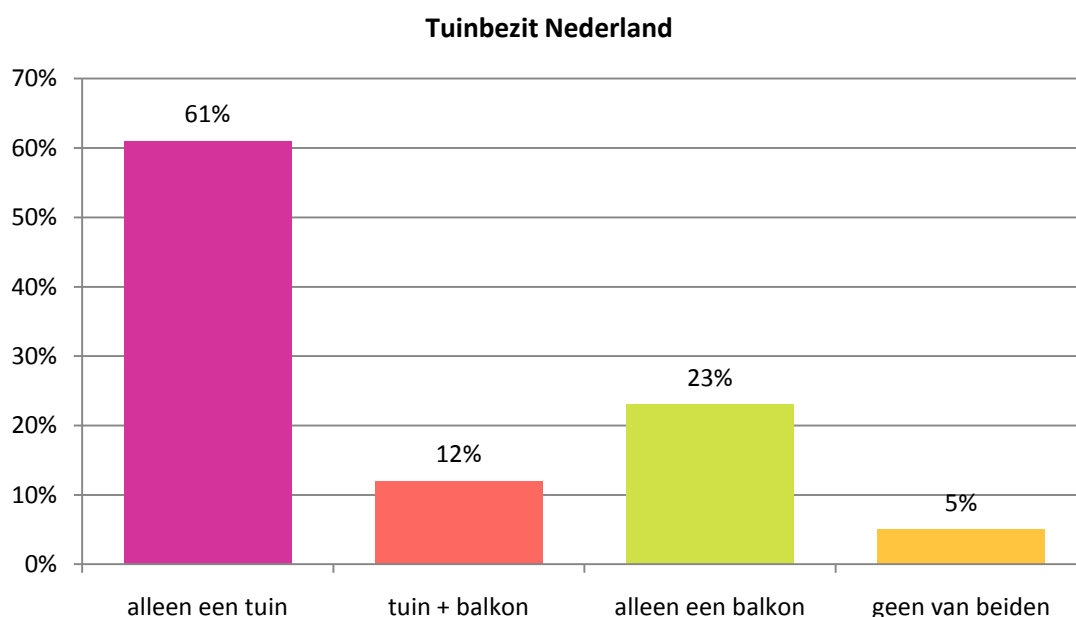


Circa 82% van de Nederlandse huishoudens kocht in 2011 artikelen voor de tuin. Hiermee lag het aantal kopers iets lager dan in 2010. Gemiddeld is aan tuinproducten (dit wil zeggen exclusief diervoeding, bloemen en planten voor binnen, potten voor binnen maar inclusief grootonderhoud) circa 2,4 miljard euro uitgegeven. Hierin hadden tuinplanten een aandeel van 22%.

3 Kenmerken kopers

3.1 Slechts 5% van de Nederlanders heeft geen balkon of tuin

De markt voor tuinplanten is groot. Niet minder dan 60% van de Nederlandse huishoudens heeft een tuin en 12% heeft zelfs een tuin en een balkon. Bijna een kwart van de huishoudens heeft een balkon en slechts 5% heeft helemaal geen buitenruimte.



3.2 Ruim de helft van de huishoudens koopt tuinplanten

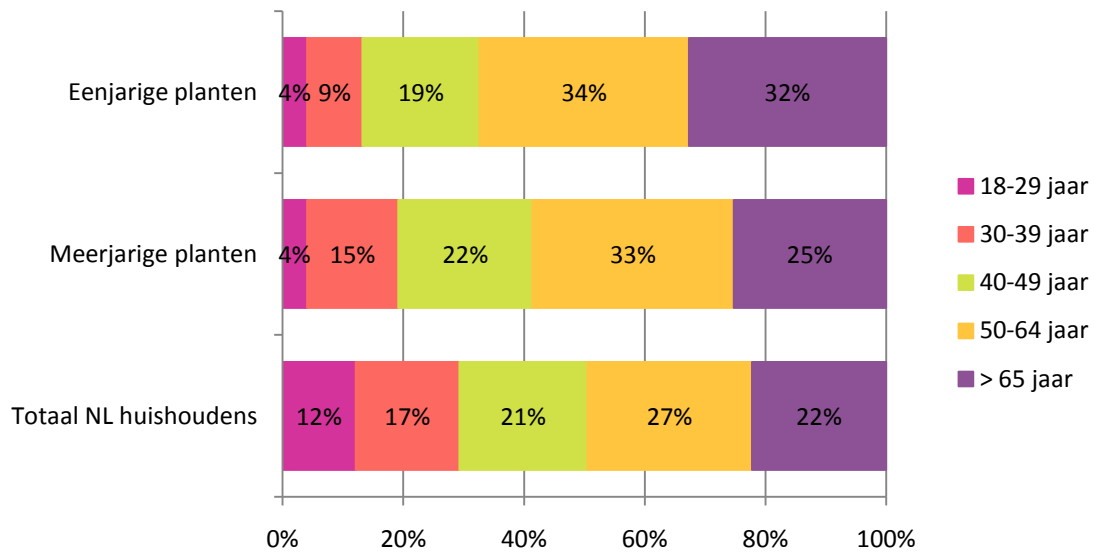
Circa 52% van de huishoudens in Nederland kocht in 2011 planten voor de tuin. Hiermee trok 2011 minder kopers van tuinplanten dan 2010 maar waren er nog wel meer kopers in vergelijking met de jaren daarvoor. Eenjarige tuinplanten kocht in 2011 38% van de huishoudens en het percentage kopende huishoudens van meerjarige tuinplanten lag eveneens rond de 38%.

3.3 Vooral 50-plussers kopen tuinplanten

Het zijn vooral de wat oudere Nederlanders die verantwoordelijk zijn voor een groot deel van de bestedingen aan tuinplanten. Vanaf 40 jaar wordt er door alle leeftijdsgroepen meer geld uitgegeven dan op basis van de omvang van de groep verwacht mag worden. In het figuur op de volgende pagina staan de aandelen van de verschillende leeftijdsgroepen in de bestedingen van tuinplanten weergegeven afgezet tegen het aandeel van deze leeftijdsgroepen in de Nederlandse samenleving.

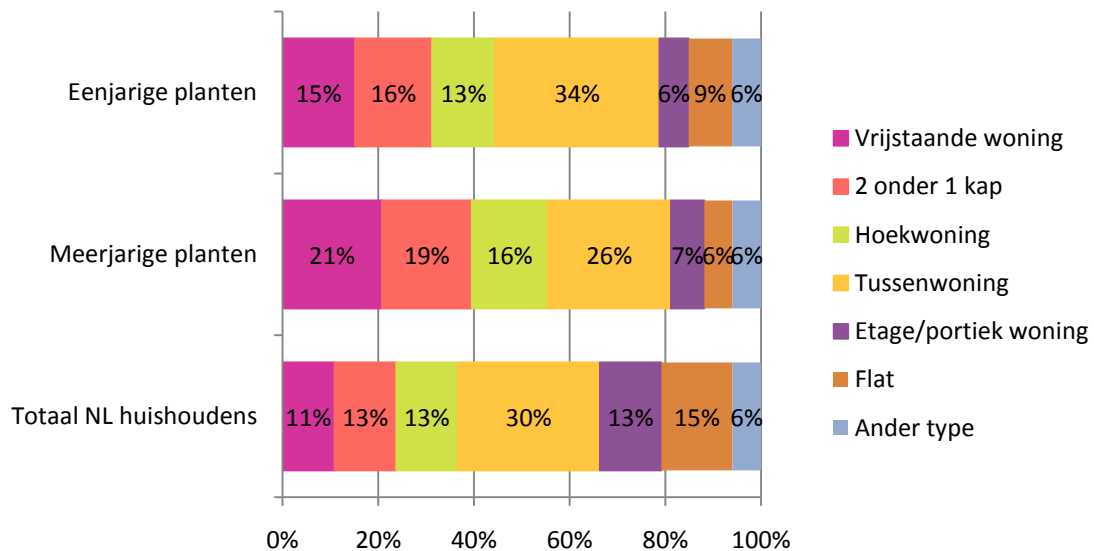
Dat de oudere leeftijdsgroepen een meer dan evenredig deel van de bestedingen aan tuinplanten voor hun rekening nemen, hangt samen met het feit dat deze groep huishoudens vaak ook in het bezit is van de grootste tuinen. Daarnaast zal de beschikbare tijd om de tuin te onderhouden bij de oudere leeftijdsgroepen waarschijnlijk wat groter zijn dan bij de jongeren. De dominantie van de oudere leeftijdsgroepen is bij eenjarige tuinplanten groter dan bij de meerjarige planten.

Aandelen bestedingen naar leeftijdsklassen (2011)



3.4 Profiel per type woning

Aandelen bestedingen naar type woning (2011)



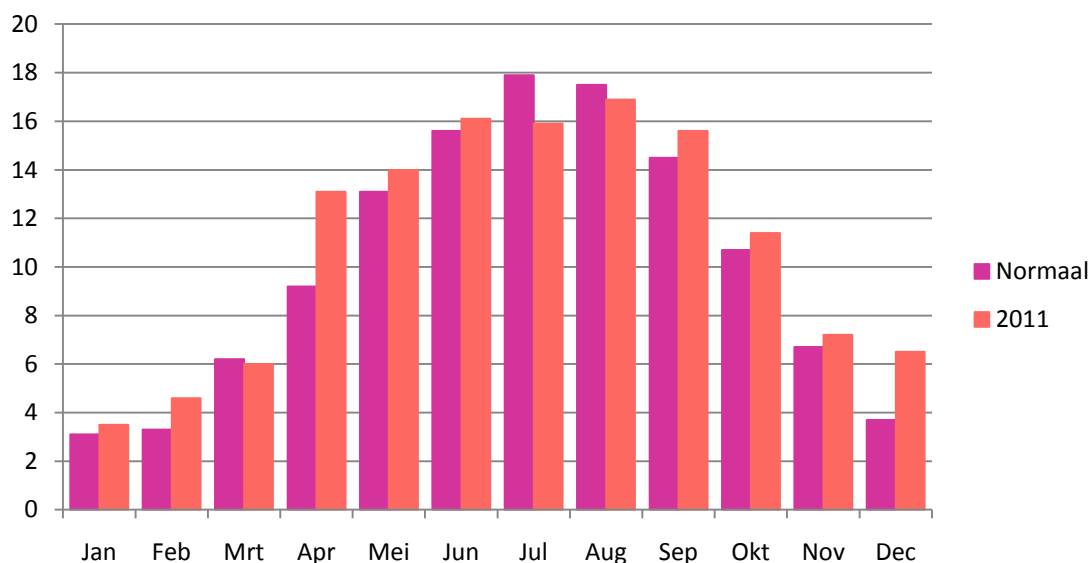
Huishoudens met een vrijstaande woning en een '2 onder 1 kap' huis zijn een belangrijke doelgroep voor de afzet van meerjarige tuinplanten. Voor eenjarige tuinplanten zijn mensen met een tussenwoning erg belangrijk.

4 Tuinplanten algemeen

4.1 Het weer in 2011; vroeg voorjaar, verregende zomer

Voor de marktontwikkeling bij tuinplanten speelt het weer een grote rol. Het jaar 2011 was een jaar van extremen. Het voorjaar was relatief warm maar ook erg droog. Vooral in de maand april was het erg warm voor de tijd van het jaar. Na mei sloeg het weer om. De zomer van 2011 was de natste zomer sinds 1906 en ook was het aan de koele kant. Dit deed het kopen van producten voor de tuin geen goed. Na augustus herstelde zich het weer zich enigszins en september en oktober waren relatief warm en droog.

Het weer in Nederland in 2011, gemiddelde temperatuur per maand

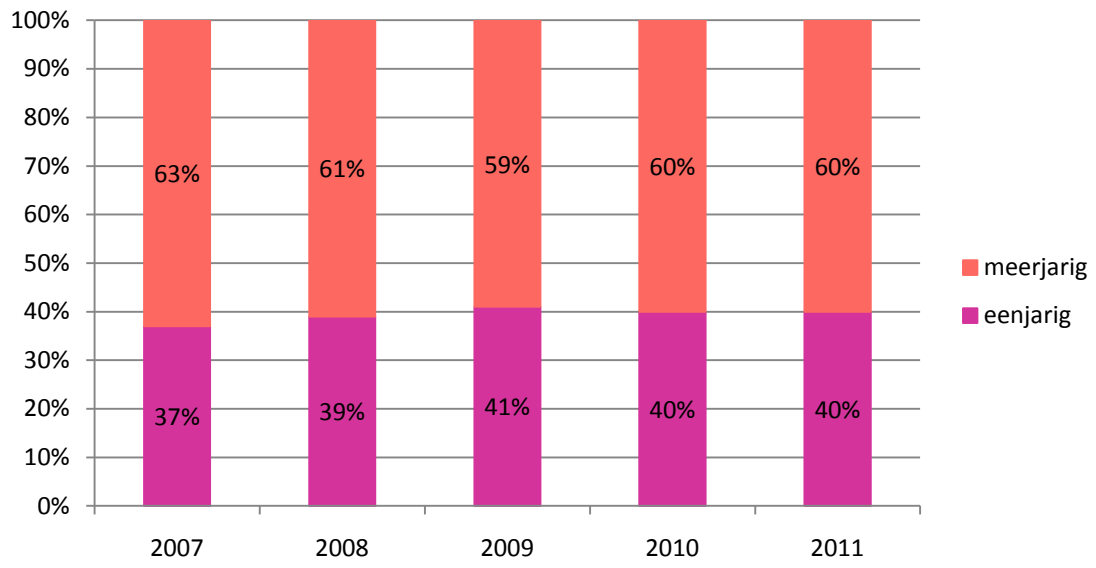


4.2 Consumentenbestedingen tuinplanten stabiel

In 2011 is door de Nederlandse huishoudens voor circa € 533 miljoen aan tuinplanten uitgegeven. Hiermee lagen de bestedingen praktisch op hetzelfde niveau als in 2010. Dit ondanks de omgevingsfactoren die verre van positief waren en zijn. Het consumentenvertrouwen daalde in de loop van 2011 sterk en de verkoop van (nieuwbouw)huizen zit in de slop.

Binnen de bestedingen aan tuinplanten in 2011 kwam 60% voor rekening van de meerjarige tuinplanten. De aankopen van meerjarige tuinplanten daalden met 1% ten opzichte van 2010. De bestedingen aan eenjarige tuinplanten namen echter met 1% toe. De toename in de bestedingen aan eenjarige tuinplanten kwam vooral door een groter aantal gekochte planten per aankoop. Het aantal kopers van eenjarige tuinplanten nam iets af. Ook bij meerjarige tuinplanten lag het aantal kopers in 2011 lager dan in 2010, maar nam het aantal gekochte planten per aankoop wel toe.

Verhouding eenjarige en meerjarige tuinplanten

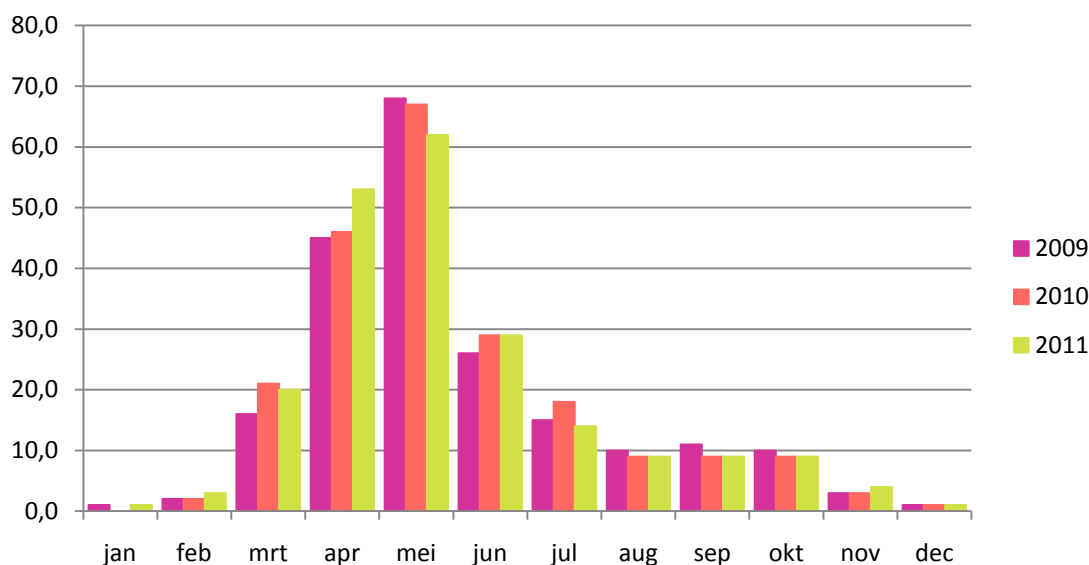


5 Eenjarige tuinplanten

5.1 April goed, afzet in mei viel tegen

Het fraaie voorjaarsweer in april stimuleerde de Nederlanders om de tuin, balkon of terras aan te kleden met eenjarige planten. De verkopen lagen in deze maand 15% hoger dan in april 2010. Gevolg was dat bij veel Nederlanders al vroeg in het jaar de eenjarige planten de tuinen en plantenbakken kleur gaven en in mei de vraag minder groot was dan normaal.

Bestedingen eenjarige tuinplanten per maand



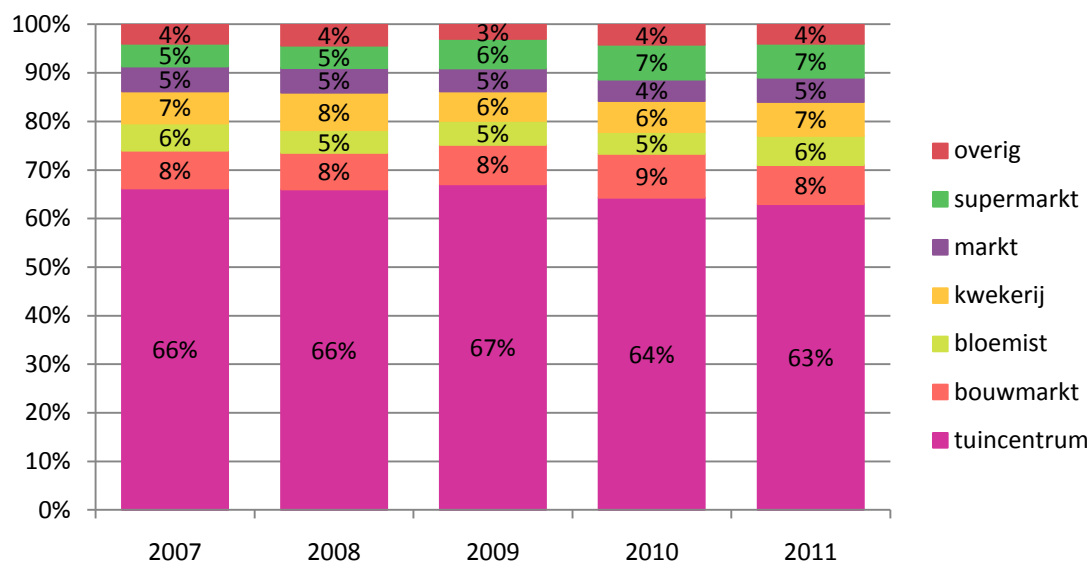
5.2 Tuincentrum verliest marktaandeel

De Nederlandse consument koopt zijn eenjarige tuinplanten vooral in het tuincentrum. In 2011 had het tuincentrum een marktaandeel op basis van bestedingen van 63%. Daarna komt de bouwmarkt met 8%. Supermarkt en kwekerijen hadden in 2011 allebei een marktaandeel van 7%.

Het marktaandeel van de tuincentra staat de laatste jaren onder druk en is in 2011 verder afgenomen. In vergelijking met 2010 trokken de tuincentra minder kopers van eenjarige tuinplanten. Het volume (aantal verkochte planten) nam wel iets toe. Dit kon niet voorkomen dat de totale bestedingen aan eenjarige tuinplanten in het tuincentrum met 1,5% daalde.

Voor bouwmarkten verliep de verkoop van eenjarige tuinplanten in 2011 moeizaam. In vergelijking met 2010 namen de bestedingen met circa 8% af. Mogelijk konden de bouwmarkten onvoldoende inspelen op het onverwacht vroege mooie voorjaarsweer. Bij de supermarkten namen ook de bestedingen aan eenjarige planten af (-2%) ondanks een plus van 5% als het gaat om het aantal verkochte planten. De markt was in 2011 weer meer in trek voor de aankoop van eenjarige planten.

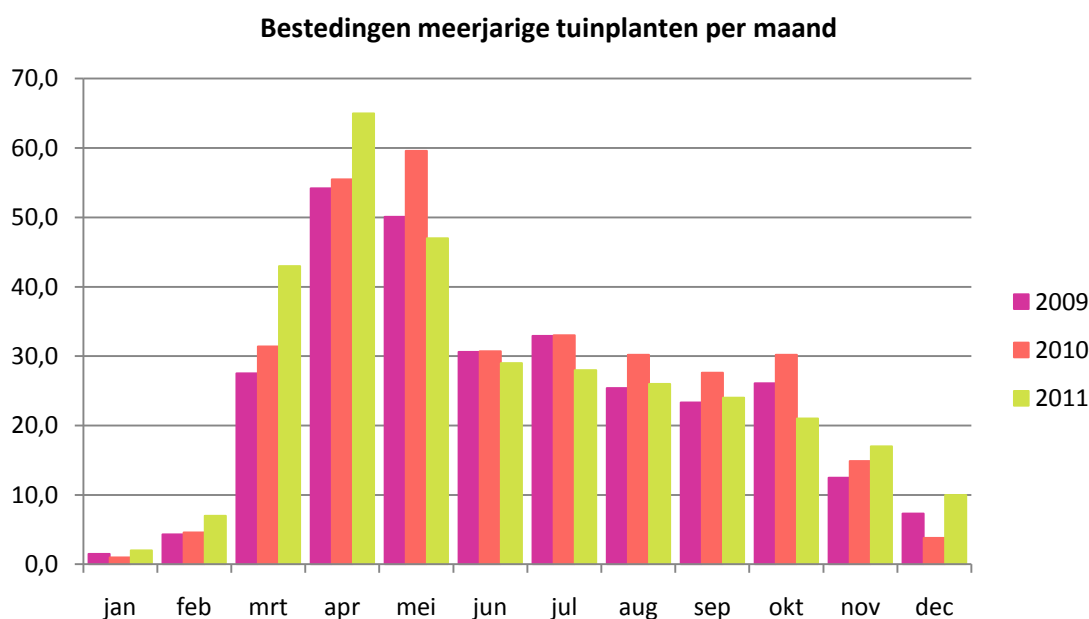
Marktaandeel eenjarige tuinplanten (basis bestedingen)



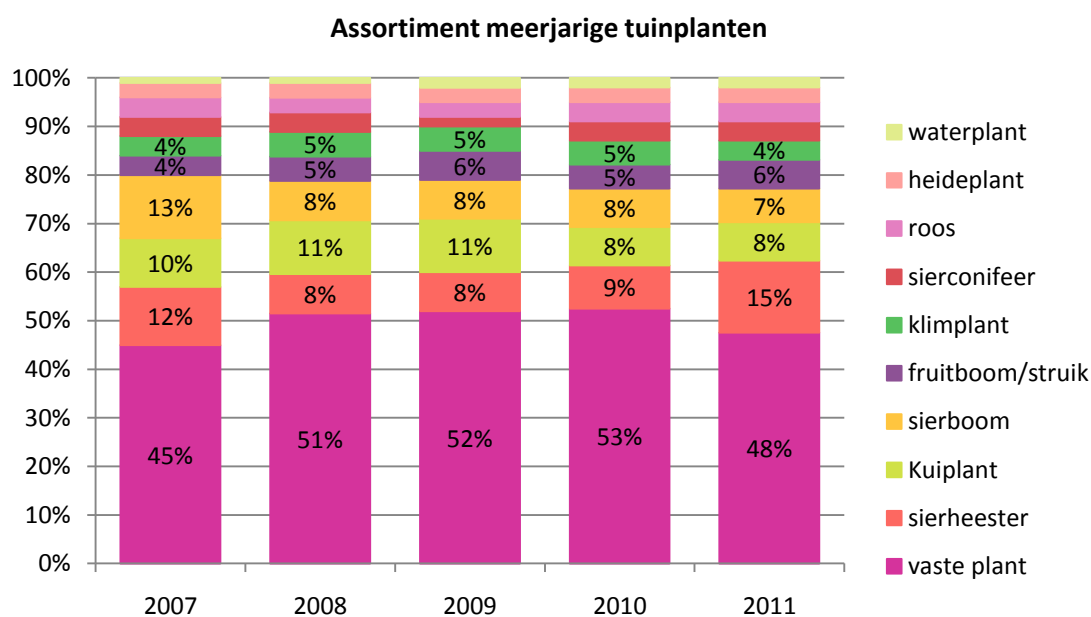
6 Meerjarige tuinplanten

6.1 Hoge omzet in maart en april

De verkoop van meerjarige tuinplanten had in 2011 een vroege start. In maart lagen de bestedingen ruim een derde hoger dan in 2010 en ook april was een goede maand voor de afzet van meerjarige tuinplanten. Daarna zwakte de kooplust van de Nederlandse consument af.

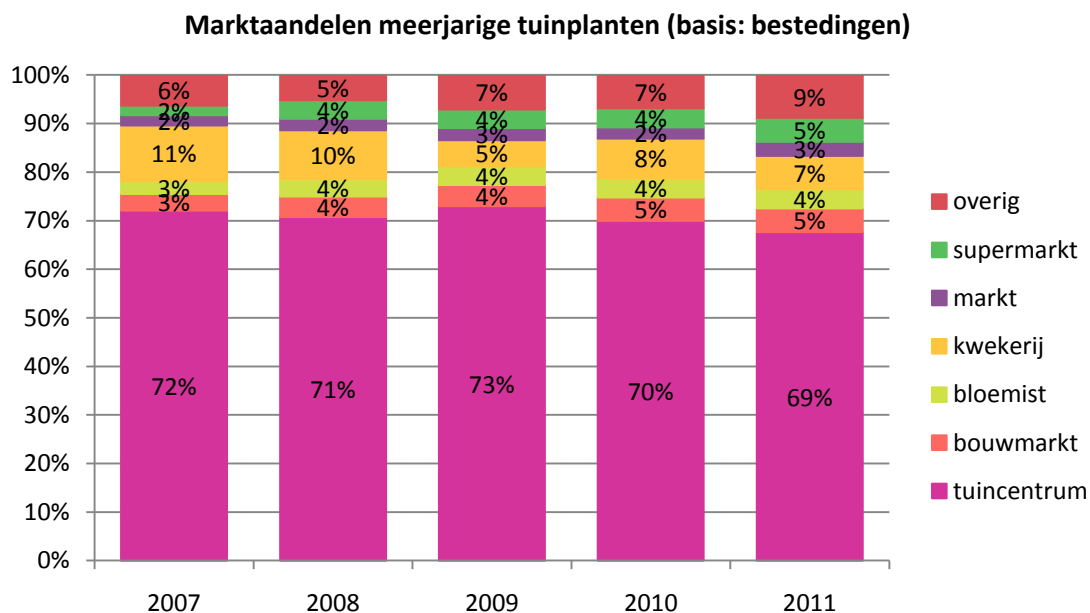


6.2 Goed jaar voor sierheesters



Vaste planten is de grootste productgroep binnen het assortiment “meerjarige tuinplanten” met in 2011 een bestedingsaandeel van 48%. Dit was ten opzichte van de jaren daarvoor aanmerkelijk minder. Vooral de bestedingen aan sierheesters namen in 2011 toe.

6.3 Marktaandeel tuincentra loopt verder terug



Net als bij de eenjarige tuinplanten verloren tuincentra marktaandeel. Kwam in 2009 nog bijna 73% van de bestedingen aan meerjarige planten voor rekening van de tuincentra in 2011 was dit 69%. In vergelijking met 2010 namen de bestedingen aan meerjarige tuinplanten in het tuincentrum met 2% af. Ook de kwekerijen leverden marktaandeel in. Beter verliep de afzet via de supermarkten. Hier namen de bestedingen met 8% toe. Het marktaandeel van de supermarkten steeg in 5 jaar tijd van 2% tot 5%. Op basis van het aantal gekochte stuks is het marktaandeel van de supermarkt bijna 8%. Het kopen van tuinplanten (eenjarige en meerjarige) via internet gebeurt nog op zeer bescheiden schaal. Het gaat om circa 2% van de bestedingen.

Productschap Tuinbouw

Adres Louis Pasteurlaan 6
Postbus 280, 2700 AG Zoetermeer
Telefoon 079 – 347 07 07
Fax 079 – 347 04 04
Internet www.tuinbouw.nl
e-mail info@tuinbouw.nl

tuinbouw