

Freesia heeft uitstekend imago bij Russische bloemist

Een kwalitatief onderzoek onder bloemisten in Rusland

Freesia heeft uitstekend imago bij Russische bloemist

Een kwalitatief onderzoek onder bloemisten in Rusland

Productschap  Tuinbouw



Projectleider **Veronique Linssen**
Functie **Sr. Projectleider marktonderzoek**
Telefoon **079 – 347 06 39**
e-mail **v.linssen@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
1.1 Achtergrond van het onderzoek	7
1.2 Doelstelling van het onderzoek	7
1.3 Toelichting op het onderzoek	7
1.4 Interpretatie onderzoeksgegevens	7
1.5 Indeling rapport	7
2 Inkoop Freesia	9
2.1 Algemeen beeld deelnemers	9
2.2 Penetratie Freesia komt uit op driekwart	9
2.3 Kleur, versheid/rijpheid en kwaliteit zijn belangrijkste inkoopcriteria	9
2.4 Nederland is het belangrijkste land van herkomst	11
2.5 Merknamen van Freesia zijn onbekend bij Russische bloemisten	11
3 Verkoop Freesia	13
3.1 Freesia wordt nagenoeg altijd verwerkt in boeketten of composities	13
4 Concurrentieveld Freesia	15
4.1 Freesia heeft een goed imago in Rusland	15
4.2 Houdbaarheid en geur zijn sterke punten	15
4.3 Kwestbaarheid wordt als zwakte aangeduid	16
4.4 Alstroemeria is een goede vervanger, maar elke bloem mist de geur	16
5 Communicatie Freesia	19
5.1 Behoefte aan meer informatie en communicatie over Freesia	19
6 Conclusies en aanbevelingen	21
6.1 Conclusies	21
6.2 Aanbevelingen	22

Samenvatting

Russische bloemist vindt Freesia elegant en romantisch

Freesia wordt door de Russische bloemisten gezien als een stijlvolle, elegante en verfijnde bloem die met haar subtiele karakter romantisch, teder, licht en zacht is. De Freesia is mooi en aantrekkelijk in haar natuurlijke eenvoud en wordt vaak geassocieerd met de lente. Het is een bloem die goed te combineren is met andere bloemen. Verder is de Freesia ook delicaat en fragiel. En dat is ook meteen de voornaamste zwakte van Freesia: de kwetsbaarheid, wat vooral tijdens transport als probleem wordt ervaren.

Het onderscheidend vermogen van Freesia zit in de goede houdbaarheid, de aangename en unieke geur en de aparte bloeiwijze. Sowieso beschikt Freesia in de ogen van de Russische bloemisten over relatief veel sterke punten. Het is een goed toepasbare en mooie bloem in veel verschillende kleuren.

Het imago van dubbelbloemige Freesia lijkt nog iets sterker te zijn dan die van de enkelbloemige. De dubbelbloemige is grootser en exclusiever (maar daardoor ook duurder).

Kleur is belangrijk inkoopcriterium

Russische bloemisten letten bij de inkoop van de Freesia met name op de kleur van de bloem. Niet alleen de kleur zelf is van belang, maar de kleur dient ook helder te zijn en niet vaal of flets. Verder is de versheid van belang: hoe verser, hoe beter de houdbaarheid. Ook de rijpheid is een belangrijk inkoopcriterium. Onderling is er bij de bloemisten echter geen eenduidigheid wat rijpheid betreft. De één heeft ze liever wat rauwer om schade tijdens transport te minimaliseren, de ander heeft liever dat de helft van de bloemen op de kam enigszins geopend is, om er zeker van te zijn dat de bloemen verder opengaan. In het algemeen kan gesteld worden dat ongeveer twee bloemen op de kam geopend moeten zijn.

Tot slot wordt op de kwaliteit in het algemeen gelet. Het betreft hier visuele kwaliteit, want de kwaliteit wordt vooral gebaseerd op het uiterlijk van de bloem: geen beschadigingen of vlekken, niet te droog aanvoelen en niet te kleine bloemen op de kam.

Het land van herkomst wordt niet spontaan genoemd door de Russische bloemisten. Bij doorvragen blijkt Nederland het favoriete herkomstland vanwege de hoge kwaliteit van de geleverde Freesia's. Italië is de belangrijkste concurrent. Italiaanse Freesia's zijn volgens de Russische bloemisten van goede kwaliteit met langere stelen dan de Nederlandse. Hierdoor hebben de Italiaanse Freesia's een exclusievere uitstraling (en zijn dus duurder) dan de Nederlandse Freesia's.

Russische bloemisten kopen niet in op merknaam, ze zijn ook nauwelijks bekend met merknamen. De bloemisten bepalen de kleur die ze willen hebben en de leverancier zoekt daar een passende variëteit bij. Enkele bloemisten kennen 'Freesia Maximaal'. Maar waar het precies voor staat, is niet voor iedereen even duidelijk.

Freesia wordt vrij traditioneel verwerkt

In Rusland wordt de Freesia nagenoeg altijd verwerkt in boeketten en composities en zeer zelden als losse bloem verkocht. Russische bloemisten zijn namelijk van mening dat Freesia altijd vergezeld moet gaan van andere bloemen. Verder zijn ze niet alleen vrij traditioneel in het gebruik van Freesia, ook de geefmomenten zijn traditioneel. Genoemd zijn bruiloften (bruidsboeket, corsages, haartooi), verjaardagen, jubilea, Moederdag, Vrouwendag, etc. De bloemisten vinden Freesia niet geschikt voor

Samenvatting

grote composities, waardoor ze doorgaans niet worden gebruikt voor begrafenissen en officiële evenementen.

Assortiment en verzorging centraal in informatiebehoefte

Een meerderheid van de Russische bloemisten zou graag meer informatie willen ontvangen over Freesia. In de eerste plaats is dat informatie over de verschillende soorten en kleuren die er te koop zijn. Vooral ook nieuwe variëteiten hebben de interesse van de bloemisten. Daarnaast is verzorgingsinformatie van belang: aspecten zoals bewaring, gebruik en optimale bloei spelen hierbij een rol.

Bij voorkeur krijgen de bloemisten deze informatie via hun leverancier (bijvoorbeeld middels een catalogus) en dan uiteraard in de Russische taal. Maar ook posters, brochures, internet, de verpakking en vakbladen zijn manieren om de benodigde (en gevraagde) informatie te verstrekken.

Aanbevelingen

Het sterke imago van de Freesia in Rusland is een goede uitgangspositie voor het geplande promotietraject van de *promotiecommissie Freesia*. De Russische bloemisten kennen een groot aantal sterke punten aan de Freesia toe. De unieke geur en de aparte bloeiwijze geven de Freesia haar onderscheidende vermogen. Vanuit de sterke punten en de positieve uitstraling van elegante en stijlvolle bloem kunnen de USP's van de Freesia voor Rusland geformuleerd worden (succesvolle onderscheidende factoren). Belangrijk is dat hierbij wordt gekeken naar de Nederlandse Freesia versus de Freesia's uit andere herkomstlanden: wat maakt de Nederlandse Freesia uniek?

De Freesia is ook een fragiele bloem, die vooral kwetsbaar is tijdens het transport. Het voorkomen van schade tijdens het transport moet dan ook de aandacht hebben (bijvoorbeeld door kennisverspreiding over de optimale handling van Freesia). Focus op de belangrijkste inkoopcriteria van Freesia (kleur, versheid, juiste rijpheid en visuele kwaliteit) is gewenst.

De input voor de communicatie moet vooral gezocht worden in assortimentsinformatie (wat is er allemaal te koop, welke kleuren en soorten, wat is nieuw), verzorging (do's en dont's, hoe heeft men zolang mogelijk plezier van de bloem) en inspiratie (wat kan je allemaal met de Freesia). Vooral dat laatste is van belang om de meer traditionele manier van verwerking van Freesia door de Russische bloemist te doorbreken.

Tot slot zal er nagedacht moeten worden wat de daadwerkelijke meerwaarde van een merknaam bij Freesia is. De toegevoegde waarde is niet altijd duidelijk en de Russische markt lijkt er op dit moment ook niet in geïnteresseerd te zijn. De aandacht zal in eerste instantie moeten uitgaan naar de promotie van Freesia als geheel. In een later stadium kan worden gefocust op merknamen. Dan is het wel van belang om dit merk te (blijven) ondersteunen door middel van communicatie en promotie, zodat de bekendheid kan groeien.

1 Inleiding

1.1 Achtergrond van het onderzoek

Voor 2010 heeft de promotiecommissie Freesia een promotieproject in Rusland gepland. Onderzoek naar de Freesia onder Russische bloemisten dient meer inzicht te geven in kennis, houding en gedrag van deze bloemisten ten aanzien van de Freesia. Wat zijn de wensen van de Russische bloemisten ten aanzien van de Freesia en wat zijn kansen en bedreigingen? Hoe wordt de Freesia gebruikt en wat zijn eventueel verbeterpunten?

Bloemenbureau Holland (BBH) en LTO Groeiservice hebben het Productschap Tuinbouw (PT) gevraagd het onderzoek uit te voeren. Met de resultaten van het onderzoek kan de promotiecommissie optimaal invulling geven aan de promotionele activiteiten voor de Nederlandse Freesia in Rusland.

1.2 Doelstelling van het onderzoek

Het doel van het onderzoek is:

- het verkrijgen van informatie met betrekking tot kennis, houding en gedrag van bloemisten in Rusland ten aanzien van de Freesia, zodat het promotietraject optimaal ingevuld kan worden.

1.3 Toelichting op het onderzoek

Er is gekozen voor het uitvoeren van 20 individuele diepte-interviews (IDI's) van (ruim) een uur per interview. De doelgroep personen zijn ondernemers in de gevestigde Russische bloemendetailhandel (bloemistwinkeliers) die Freesia als snijbloem verkopen.

De interviews hebben plaatsgevonden van 16 november tot en met 4 december 2009, gespreid over vier regio's: Moskou, Sint-Petersburg, Yekaterinburg en Novosibirsk. Het veldwerk is uitgevoerd door ACE! Advies en Marktonderzoek. Tijdens de interviews is gebruik gemaakt van een checklist die in overleg met het PT en de opdrachtgevers is opgesteld en heeft de interviewer gebruik gemaakt van beeldmateriaal om bepaalde vragen beter te kunnen duiden.

1.4 Interpretatie onderzoeksgegevens

In kwalitatief onderzoek gaat het erom achterliggende motivaties van de respondenten in kaart te brengen. Deze methode wordt vooral toegepast wanneer een bepaalde diepgang in de informatie gewenst is. Kwalitatief onderzoek is vooral verkennend en inventariserend van aard. De resultaten moeten dan ook in de eerste plaats gezien worden als indicaties of als hypothesen en niet als cijfermatig bewezen zekerheden.

1.5 Indeling rapport

Dit rapport geeft in samenvattende zin de belangrijkste resultaten weer.

In het tweede hoofdstuk wordt allereerst kort een omschrijving van de respondenten gegeven en wordt stilgestaan bij de inkoop van Freesia door de bloemist. De verkoop is onderwerp van het derde hoofdstuk en in hoofdstuk vier wordt het concurrentieveld behandeld (op basis van de gesprekken in dit onderzoek). Het vijfde hoofdstuk handelt over communicatie en in het zesde en laatste hoofdstuk staan de conclusies en aanbevelingen vermeld.

Om accenten te kunnen leggen in de tekst zijn enkelvoudige aanhalingstekens gebruikt; citaten van respondenten zijn cursief en door middel van dubbele aanhalingstekens weergegeven.

2 Inkoop Freesia

In dit hoofdstuk wordt kort ingegaan op de deelnemende Russische bloemisten en hun inkoopstrategie wat Freesia betreft (gedrag). Waar wordt op het moment van inkoop vooral op gelet? Wat is daarbij belangrijk?

2.1 Algemeen beeld deelnemers

De winkels van de deelnemende bloemisten in de vier steden zijn enigszins verschillend. Ten eerste verschillen ze qua oppervlakte. De oppervlaktes van de winkels in Moskou en Novosibirsk variëren van 20 tot 30 m², terwijl de winkels van de deelnemende bloemisten in Sint-Petersburg en Yekaterinburg beduidend groter zijn: gemiddeld tussen de 60 - 85 m².

Ten tweede verschillen ze in aantal personeelsleden dat de bloemist in dienst heeft. In Moskou en Novosibirsk treffen we voornamelijk bloemisten aan waar drie mensen full time werken. In Sint-Petersburg hebben de deelnemende bloemisten vier mensen fulltime in dienst, terwijl in Yekaterinburg de bloemisten met de meeste mensen in een winkel staan: tussen de zeven en twaalf mensen.

Qua type verschillen de winkels niet erg van elkaar. Dit heeft waarschijnlijk te maken met gegeven dat er bewust op geselecteerd is dat de bloemisten vier verschillende producten in het assortiment voeren (Alstroemeria, snijhortensia, Freesia en Kalanchoë). Van de 20 deelnemende winkels, behoort de helft tot de cadeauwinkel (merendeel van de omzet wordt behaald uit het cadeausegment dat bestaat uit creatieve verpakking en meerwerk zoals exclusieve vazen, potten en dergelijke). Negen bloemisten behoren tot de categorie gemengde consumentenzaak (midden segment). Een bloemist heeft een inloopzaak (merendeel van de omzet wordt behaald uit de verkoop van bossen snijbloemen, eenvoudige boeketten en planten voor de eigen gebruiksmarkt).

2.2 Penetratie Freesia komt uit op driekwart

Uit de screening is gebleken dat drie kwart van de ondervraagde Russische bloemisten Freesia verkoopt. Aangezien het onderzoek in vier steden gehouden is, met een relatief kleine steekproef, zegt dit niets over een landelijk (representatief) penetratiecijfer.

2.3 Kleur, versheid/rijpheid en kwaliteit zijn belangrijkste inkoopcriteria

Een belangrijk criterium bij de inkoop van Freesia is de kleur van de bloem: die moet helder zijn.

“Is soms moeilijk te kiezen, dan kies ik gemengde kleuren in een verpakking.”

“In de winter wil ik heldere kleuren, in de zomer kiest mijn klant voor de witte.”

“Sommige soorten hebben rijke en volle kleuren, anderen zijn lichter van kleur en niet mooi.”

“Vooral witte en pastelkleurige Freesia in het trouwseizoen zijn geliefd.”

“Mijn klanten kiezen voor geel of frambozenrood, vuilroze is als kleur minder geliefd.”

De versheid van de bloem speelt eveneens een doorslaggevende rol en weerspiegelt zich in het uiterlijk van de bloem: een bloemist kan zich op die manier verzekeren van een lange houdbaarheid. Niet alleen de bloem dient vers te zijn, ook de afgesneden stengel moet er vers uitzien.

Ten derde is de rijpheid bij inkoop een belangrijk criterium: de knoppen moeten nog geheel of gedeeltelijk gesloten zijn, zodat ze opengaan in de winkel. Rijpheid is een moeilijk begrip en voor de bloemisten niet eenduidig. Hieronder volgt een indicatie van wat voor de bloemisten de optimale rijpheid is bij de inkoop van Freesia:

- de knoppen mogen niet groen zijn;
- voldoende aantal gesloten knoppen in combinatie met enkele half-open knoppen (anders bestaat het risico dat ze niet open gaan);
- niet meer dan 1 of 2 geopende bloemen (anders kan er schade door transport optreden).
- de bloemknoppen moeten groot en sterk zijn, dan zullen ze zeker opengaan.

Bloemisten kijken daarnaast ook naar de kwaliteit van de bloem, die ze met name uit het uiterlijk afleiden (visuele kwaliteit):

- de bloem mag niet droog zijn, want dan komen de bloemen niet uit;
- er mag geen schade zijn en de bloem mag niet verkreukeld zijn (het is een dunne en kwetsbare bloem);
- de bloemen mogen niet te klein zijn (het is een vrij dure bloem, dus zowel de bloemist als de consument wil waar voor zijn geld);
- hoe dikker de bloem, hoe sterker en krachtiger;
- vrij van vlekken;
- geen bedorven delen.

Andere inkoopcriteria van Freesia zijn, in volgorde van belangrijkheid:

- aantal bloemen (meer meer, hoe beter);
- lengte van de stengel (tussen de 30 en 50 cm is een universele lengte om mee te werken);
- stengel dient recht en groen te zijn;
- geur (boekje moet lekker ruiken);
- prijs;
- soort (nieuwe soorten zoals dubbelbloemige Freesia en kleuren);
- beschikbaarheid;
- het gewicht van de bloemen: hoe zwaarder, hoe beter.

“De kwaliteit moet goed zijn, want we kopen ze hoofdzakelijk in voor huwelijken.”

“De lengte is minder belangrijk voor ons omdat we ze gebruiken in bloemstukken.”

“We kopen ze liefst in het 3de stadium. In een later stadium bestaat het risico dat ze beschadigd zijn door het transport, als je ze vroeger koopt ben je niet zeker dat ze open zullen gaan.”

“Klanten moeten zien dat de bloem lang zal meegaan en haar goede geur opmerken. Het is een kleine, maar vrij dure bloem, dus ze moet uitstekend zijn.”

“Freesia ruikt als Franse parfum. Als mensen Freesia kopen, willen ze waar voor hun geld.”

2.4 Nederland is het belangrijkste land van herkomst

Spontaan is het geen inkoopcriterium, maar bij navraag blijkt dat meer dan zes op de tien Russische bloemisten op het land van herkomst van Freesia let. Nederland is hierbij favoriet, vooral vanwege de hoge kwaliteit.

Andere redenen om voor Nederland te kiezen zijn:

- kleuren zijn puur en helder;
- mooie bloem;
- ruim assortiment;
- Freesia's zijn vers en gezond;
- er is geen ander aanbod.

Andere landen die worden genoemd zijn Zuid-Amerika (Ecuador) en Italië. In Italië hebben de Freesia's langere stengels en zijn ze exclusiever dan de Nederlandse, waardoor ze ook duurder zijn.

Een derde van de bloemisten kijkt niet naar het land van herkomst:

- bloem moet van hoge kwaliteit zijn, het land speelt geen rol;
- er is geen verschil in kwaliteit tussen landen;
- de leverancier staat garant voor een bepaalde kwaliteit;
- prijs is meest belangrijk;
- land van herkomst staat niet op bestellijsten.

“Ik zou kiezen voor Zuid-Amerika, maar de bloem mag ook uit Nederland, Oost-Azië, Italië, Duitsland of Australië zijn. De leverancier (kweker) is het meest belangrijk. Daar hangt de kwaliteit van de bloem van af.”

“Ook al is de Nederlandse Freesia iets kleiner, toch ziet ze er verser en gezonder uit.”

“De bloem komt uit Nederland, maar we weten niet exact waar ze gekweekt is.”

“Nederland heeft de beste bloemen en een mooie verpakking. Er zijn ook lokale leveranciers, maar de bloemen ervan zijn lelijk. Nederland koopt de bloemen echter ook uit verschillende landen. Het land is dan niet zo belangrijk voor ons, als bloemisten geven we vooral om de kwaliteit van de bloem.”

2.5 Merknamen van Freesia zijn onbekend bij Russische bloemisten

Drie kwart van de bloemisten kent geen merknamen van Freesia. De leverancier selecteert namelijk de merken voor hen, ze selecteren zélf de bloem op basis van uiterlijk, kleur of variëteit, of ze zoeken de bloem op in een catalogus.

Eén bloemist maakt melding van de kwaliteitsnamen: ‘Super’, ‘Extra’, ‘A1’ en ‘A’.

Soms wordt een enkelbloemige en/of een dubbelbloemige Freesia als “merk” gezien. Het onderscheid tussen enkel- en dubbelbloemig is overigens bij nagenoeg alle bloemisten bekend.

Een kwart van de bloemisten zegt een “merknaam” te kunnen noemen, maar dit blijken cultivarnamen te zijn:

- Ambassador (wit)
- Armstrong
- Ballerina (wit)
- Blue Moon (lila)
- Hybride Freesia
- Red Lion
- Volante (wit)

Spontaan was er geen reactie, maar bij navraag kan een kwart van de bloemisten beamen wel eens gehoord te hebben van 'Freesia Maximaal'. Waar het precies voor staat, is hen echter niet geheel duidelijk:

- gezien op de verpakking;
- heeft te maken met de lengte van de stengel;
- goede kwaliteit van de knoppen;
- via de leverancier van gehoord.

Slechts een paar bloemisten kopen soms 'Freesia Maximaal'. Eén bloemist vermeldt echter dat hij het pas achteraf gezien heeft op de verpakking, maar niet op die naam ingekocht heeft. Enkele bloemisten zeggen dat het mogelijk is dat ze het gekocht hebben zonder het te weten.

Over hun ervaring met 'Freesia Maximaal' wordt het volgende vermeld:

- lange stengel;
- grote knop;
- bloem van hoge kwaliteit;
- goede houdbaarheid;
- combineerbaar met andere bloemen of apart te verkopen.

“Ik ken geen merknamen, ik let er niet op.”

“We hebben een catalogus van Nederlandse bloemen. Als ik een bepaalde bloem nodig heb, zoek ik het op in de catalogus.”

“We zeggen tegen onze leverancier wat we nodig hebben, en hij selecteert de nodige merken voor ons.”

3 Verkoop Freesia

Dit hoofdstuk gaat dieper in op de verwerking en de afzet van Freesia. Hoe wordt de Freesia gebruikt en voor welke gelegenheden?

3.1 Freesia wordt nagenoeg altijd verwerkt in boeketten of composities

Bloemisten gebruiken Freesia vooral in boeketten en composities. Freesia wordt zelden als losse bloem gebruikt of verkocht (alleen bij de witte of de Italiaanse soort is dit soms het geval). Het is een bloem die vergezeld moet worden en waar bloemisten graag boeketten en composities mee maken:

- in combinatie met andere bloemen;
- in combinatie met groen;
- in alledaagse boeketten voor iedereen;
- in bruidsboeketten;
- in composities en decoraties voor het huis;
- in mono-bossen (van 10 Freesia-takken).

Freesia wordt vaak gebruikt bij speciale gelegenheden, maar kan ook zo gegeven worden, in een alledaags boeket. De gelegenheid waarbij Freesia door nagenoeg alle bloemisten voor gebruikt wordt is het huwelijk. De Freesia wordt dan verwerkt in huwelijks- en bruidsboeketten, in huwelijksdecoratie, de corsages of de haartooi.

Andere gelegenheden waarbij Freesia gebruikt wordt, zijn:

- verjaardagen, jubilea;
- feestdagen, Moederdag, Vrouwendag (bijvoorbeeld Freesia met tulpen en kamille);
- nieuwjaarsfeesten (in combinatie met spar);
- bij bedrijfsevenementen.

Als decoratie kan ze ook gebruikt worden voor de taferversiering in restaurants (één stengel per tafel) of bij de decoratie van banketten.

Freesia wordt NIET voor begrafenissen of officiële evenementen (grote arrangementen) gebruikt.

4 Concurrentieveld Freesia

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op het imago van Freesia (houding). Tevens wordt ingegaan op de sterkten en zwakten van dit product. Tot slot wordt geanalyseerd wat het concurrentieveld is van Freesia vanuit het standpunt van de bloemist.

4.1 Freesia heeft een goed imago in Rusland

Freesia is een stijlvolle, elegante en verfijnde bloem, die met haar subtiele karakter romantisch, teder, licht en zacht is. Het is een bloem die positieve gevoelens oproept en je in een goede stemming brengt. Ze is mooi en aantrekkelijk in haar natuurlijke eenvoud en wordt vaak geassocieerd met de lente. Freesia wordt eveneens gezien als een delicate bloem, die erg kostbaar is. Door haar landelijke uiterlijk, combineert ze mooi met andere veldbloemen.

Andere kenmerken en associaties die aan Freesia worden toegeschreven, zij het in mindere mate, zijn:

- een gewone bloem voor de middenklasse ('mainstream');
- uniek (niet voor iedereen);
- voor creatieve personen;
- voor personen die houden van Japan;
- niet veeleisend;
- vrouwelijk;
- intelligent;
- voornaam, streng.

Een kwart van de bloemisten schrijft dezelfde eigenschappen toe aan de dubbelbloemige Freesia. Andere bloemisten vinden dat de dubbelbloemige Freesia grootser is dan de enkelbloemige: meer complex en exclusiever. Ze blijft elegant, stijlvol en verfijnd, maar is bovendien ongewoon, interessant en uniek, en ze trekt hierdoor meer de aandacht. Een dubbelbloemige Freesia is ook duurder dan de "gewone" Freesia.

Andere eigenschappen van de dubbelbloemige Freesia zijn:

- meer geschikt voor winterboeketten;
- betere houdbaarheid;
- aangename geur;
- teder;
- helder, licht;
- dynamisch, plezierig;
- rustiek, landelijk.

4.2 Houdbaarheid en geur zijn sterke punten

De belangrijkste sterke punten van Freesia zijn haar goede houdbaarheid en aangename geur. Het is een mooie bloem met veel verschillende en mooie kleuren en ze is erg functioneel (geschikt voor composities, bedrijfsboeketten, etc.).

Andere belangrijke sterkten zijn:

- Aanvaardbare (gemiddelde) prijs, grote vraag naar deze bloem;
- goede verkrijgbaarheid;
- veel verschillende soorten;
- levendig: de knoppen gaan één voor één open;

- unieke bloem wat betreft de kleur en vorm, mooi silhouet;
- elegant;
- niet veeleisend.

4.3 Kwestbaarheid wordt als zwakte aangeduid

Voor één op de vijf bloemisten heeft de Freesia geen zwakten. Nog eens één op de vijf vindt haar kwetsbaarheid de grootste zwakte; de Freesia raakt gemakkelijk beschadigd tijdens het transport.

Andere zwakke punten worden telkens door slechts enkele bloemisten genoemd:

- korte stengel;
- grootte van de bloemen is (te klein);
- moeilijk als losse bloem te verkopen;
- kan niet het hele jaar door verkocht worden, dus niet altijd aanwezig in de winkel;
- geen 'leider' bloem, niet voldoende 'glamoureuus';
- sommige mensen zijn allergisch voor de bloem;
- soms gaan niet alle bloemen open;
- duur voor een kleine bloem (zeker duurder dan Alstroemeria);
- de prijs hangt af van het seizoen (duur in de herfst).

"Freesia is vergelijkbaar met veldbloemen. Het is als een eenvoudig compliment, dat je zonder speciale redenen kan geven. Ze is licht, helder, trekt de aandacht en is niet veeleisend."

"Freesia ziet er mooi uit en is een teken van lente voor een jong meisje."

"Een boeket met Freesia roept speciale gevoelens op, omdat het een goede geur afgeeft."

"Geen overbodige bladeren, een dunne stengel. Niets leidt de aandacht af van de bloei."

"Freesia is delicaat, als stromend water. De bloem is erg subtiel, haar lijnen maken een boeket er elegant uitzien. Ze gaat lang mee en geeft een indruk van tederheid, lichtheid en stroom. Ze maakt me rustig."

"Freesia wordt geassocieerd met oprechte gevoelens."

"Ze brengt je met haar aangename, delicate geur meteen in een goede stemming."

4.4 Alstroemeria is een goede vervanger, maar elke bloem mist de geur

De beste vervanger voor Freesia is Alstroemeria, hoewel deze bloem geen geur heeft en dus geen perfecte vervanger kan zijn.

Andere mogelijke vervangers zijn (waaronder vooral veel bolbloemen):

- Orchidee, Dendrobium;
- Lisianthus;
- Anjer;
- Lelie;
- Hyacint (vanwege de geur);
- Tulp;
- Krokus;
- Gladiool.

Voor een derde van de bloemisten is het onmogelijk om de Freesia door een andere bloem te vervangen.

“Het gebruik van Freesia hangt af van de specifieke wensen van de klant. Witte Freesia wordt gebruikt voor bruidsboeketten of huwelijksdecoratie. Freesia wordt door bloemisten meestal gebruikt in composities.”

“Freesia is onvervangbaar wat de geur betreft.”

“Het is een universele bloem wat betreft de gelegenheden waarop ze gebruikt kan worden. Ze is zowel geschikt voor feestelijkheden als voor romantische afspraakjes.”

“Vooral jonge mannen geven graag een boeketje Freesia’s cadeau aan hun vrouw.”

“We gebruiken ze voor 90% in gemengde boeketten. 10% zijn Italiaanse Freesia’s, die we apart verkopen, omdat ze lang en speciaal zijn.”

5 Communicatie Freesia

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de gewenste informatievoorziening ten aanzien van de Freesia (houding en gedrag).

5.1 Behoeftte aan meer informatie en communicatie over Freesia

De meeste bloemisten willen van hun leverancier meer informatie ontvangen over Freesia. Hierbij wil de bloemist in de eerste plaats meer informatie over de verschillende soorten en over nieuwe soorten/kleuren die er op de markt zijn.

Ander zaken waarover de Russische bloemist meer wil weten:

- hoe de bloem te bewaren en te verzorgen;
- inzetbaarheid/verwerkbaarheid;
- op welke manier zijn zoveel mogelijk bloemen in bloei te krijgen;
- de leveranciers (om prijzen te kunnen vergelijken);
- het land van herkomst;
- nieuwe dubbelbloemige Freesia.

Bloemisten willen deze informatie bij voorkeur krijgen in een catalogus van de leverancier (en dan wel in het Russisch). Andere mogelijke informatiebronnen zijn posters, brochures van de leverancier, het internet, informatie in/op de verpakking, foto's, toonzalen en tijdschriften.

“Waar kan ik Freesia vinden van betere kwaliteit dan op Yekaterinburg Markt?”

“Ik wil de bloemen met mijn eigen ogen kunnen zien. In een catalogus van de leverancier, op posters, op foto's of op een beurs met Freesia.”

“Het zou leuk zijn om meer informatie in een catalogus te krijgen over de verschillende variëteiten en kleuren, of om een speciale catalogus te hebben met alleen Freesia.”

6 Conclusies en aanbevelingen

In dit laatste hoofdstuk komen de belangrijkste conclusies en aanbevelingen aan de orde.

6.1 Conclusies

Ongeveer driekwart van de (gescreende) Russische bloemisten verkoopt Freesia. Hoewel dit geen landelijk representatief penetratiecijfer is, is het wel een indicatie dat Freesia bij een redelijk grote groep Russische bloemisten is doorgedrongen. Verder laat het cijfer zien dat er nog ruimte is voor groei, zeker vanuit Nederland.

Freesia wordt op het moment van inkoop kritisch bekeken. Er gelden op het moment van inkoop maar liefst vier belangrijke inkoopcriteria:

- de kleur van de bloem en de intensiteit van de kleur;
- de versheid (hoe verser de bloem, hoe beter de houdbaarheid is);
- de rijpheid (mate waarin de eerste twee bloemen geopend zijn);
- de algemene kwaliteit en het uiterlijk van Freesia.

Rijpheid is een moeilijk begrip voor Russische bloemisten en er is geen eenduidigheid welk stadium nu het meest optimaal is voor hen. De Freesia mag niet te rauw zijn in verband met het (niet) openen van de bloemen, maar ook niet te rijp in verband met beschadigingen tijdens het transport (en minder lange houdbaarheid). Een richtlijn is dan dat enkele (bijvoorbeeld de eerste twee) bloemen geopend moeten zijn.

Nederland is het belangrijkste herkomstland voor Freesia, maar er zijn bloemisten die ook Freesia uit Italië verkopen. En de Italiaanse Freesia's zien er door hun langere stelen, veel exclusiever uit. Er is dus duidelijk sprake van concurrentie.

Merkmamen van Freesia zijn bij Russische bloemisten onbekend: de leverancier selecteert op basis van de gewenste kleur de Freesia en levert die dan. Op de vraag om een merk Freesia te noemen, noemt een deel van de bloemisten enkele namen van variëteiten. Wanneer specifiek naar 'Freesia Maximaal' gevraagd wordt, is dit merk bij een kwart van de bloemisten bekend en zeggen enkele bloemisten wel eens Freesia's onder dit merk ingekocht te hebben. Maar waar het merk precies voor staat, kan niet iedere bloemist even duidelijk aangeven.

Freesia wordt niet als losse bloem en zelden als monobos verkocht, Freesia wordt vrijwel altijd verwerkt in boeketten en composities. Freesia is een bloem die door zijn geringe volume wel verwerkt moet worden, wat bloemisten overigens graag doen.

Freesia is niet breed inzetbaar, aangezien het voornamelijk voor huwelijken en andere feestelijkheden gebruikt wordt. Bij begrafenissen en officiële evenementen is er in Rusland geen plaats voor Freesia. Freesia is volgens de bloemisten niet geschikt voor grote arrangementen.

De Freesia geniet in Rusland een ongekend sterk imago en daardoor kent de bloem weinig concurrentie van andere bloemen. Aan de andere kant is Freesia niet de leidende bloem in een boeket vanwege het geringe volume. Alstroemeria zou nog het beste substituutproduct voor de Freesia kunnen zijn, maar deze bloem geurt niet. Ook enkele bolbloemen worden als vervanger genoemd, zoals de geurende hyacint. Maar eigenlijk kan geen enkele andere bloem qua geur tippen aan de Freesia.

Freesia is een bloem met veel sterke punten, zoals de zojuist genoemde geur. De unieke geur van Freesia bezorgt deze bloem een sterk onderscheidend vermogen. Een ander sterk punt is de houdbaarheid. Als bloemisten zwakten moeten noemen, is het de kwetsbaarheid die de bloem parten speelt (vooral tijdens transport).

De productinformatiebehoefte van bloemisten concentreert zich vrijwel altijd op het assortiment, de verzorging en de inspiratie (toepassingsmogelijkheden). Dat geldt ook voor de Freesia. Russische bloemisten willen beter geïnformeerd worden over de verschillende soorten en kleuren Freesia en met name ook nieuwe soorten/kleuren. Verder is er interesse in bewaring, gebruik, bloeimaximalisatie en land van herkomst.

Communicatie moet in het Russisch plaatsvinden en het liefst via de leverancier van de bloemist. Voor wat betreft Freesia krijgt toegestuurde schriftelijke informatie de voorkeur boven internet.

6.2 Aanbevelingen

Wat opvalt in dit onderzoek naar Freesia is dat het imago van deze bloem zeer sterk is in Rusland. Dit is een belangrijke voorspog bij het geplande promotietraject. Het is dan ook raadzaam om vanuit dat sterke imago verder te bouwen aan groei in de afzet.

De Russische bloemisten kennen een groot aantal sterke punten aan de Freesia toe. De unieke geur en de aparte bloeiwijze geven de Freesia haar onderscheidende vermogen. Vanuit de sterke punten en de positieve uitstraling van elegante, stijlvolle bloem kunnen de USP's van de Freesia voor Rusland geformuleerd worden. Belangrijk is dat hierbij wordt gekeken naar de Nederlandse Freesia versus de Freesia's uit andere herkomstlanden. Wat maakt de Nederlandse Freesia uniek?

De Freesia is ook een fragiele bloem, die vooral kwetsbaar is tijdens het transport. Ten aanzien van de aanvoer zijn er dan ook een aantal aandachtspunten:

- voorkom schade tijdens transport zoveel mogelijk, o.a. door de kennis over kwetsbaarheid in de keten te verhogen (wat is optimale handling Freesia?);
- focus op de belangrijkste inkoopcriteria van Freesia (kleur, versheid, juiste rijpheid en visuele kwaliteit zoals grote en volle bloemen, fris/vers, zonder beschadigingen).

De input voor de communicatie moet vooral gezocht worden in assortimentsinformatie (wat is er allemaal te koop, welke kleuren en soorten, wat is nieuw), verzorging (do's en dont's, hoe heeft men zolang mogelijk plezier van de bloem) en inspiratie (wat kan je allemaal met de Freesia). Vooral dat laatste is van belang om de meer traditionele manier van verwerking van Freesia door de Russische bloemist te doorbreken.

Er dient vervolgens een keuze gemaakt te worden in de communicatiedoelgroep. Idealiter wordt zowel de (detail)handel en de consument bij het project betrokken. Het opzetten van een goede structuur rondom alle communicatie en informatie over Freesia naar groothandel, detailhandel en consument (keteninformatie) is dan van belang.

Tot slot zal er nagedacht moeten worden wat de daadwerkelijke meerwaarde van een merknaam bij Freesia is. De toegevoegde waarde van een merk lijkt momenteel laag en de Russische markt lijkt er op dit moment niet in geïnteresseerd te zijn. De aandacht zal in eerste instantie moeten uitgaan naar de promotie van Freesia als geheel. In een later stadium kan worden gefocust op merknamen. Dan is het wel van belang om dit merk te (blijven) ondersteunen door middel van communicatie (uitleg waar het precies voor staat) en promotie, zodat de bekendheid kan groeien.

tuinbouw
zoetermeer

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