
Assortiment bloemen & planten per aankoopkanaal

Nederland, Duitsland, Frankrijk, Verenigd Koninkrijk

2008 / 37

Zoetermeer, april 2008 - René van Paassen

Productschap Tuinbouw, Afdeling Markt en Innovatie

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

Productschap Tuinbouw, Postbus 280, 2700 AG Zoetermeer

Telefoon (079) 347 07 07 E-mail smt@tuinbouw.nl Internet www.tuinbouw.nl

Auteur **René van Paassen** Telefoon 079-3470653 E-mail r.vanpaassen@tuinbouw.nl

Inhoudsopgave

Samenvatting	7
1 Inleiding	11
2 Nederland	13
2.1 Snijbloemen	13
2.2 Kamerplanten	16
3 Duitsland	21
3.1 Snijbloemen	21
3.2 Kamerplanten	23
4 Verenigd Koninkrijk	29
4.1 Snijbloemen	29
4.2 Kamerplanten	30
5 Frankrijk	31
5.1 Snijbloemen	31
5.2 Kamerplanten	32

Samenvatting

Nederland

Snijbloemen

De bestedingen aan snijbloemen in Nederland zijn in 2007 met 5% gestegen ten opzichte van 2005. Boeketten vormen verreweg het belangrijkste product in de afzet van snijbloemen. De bestedingen aan monoboeketten zijn ongeveer twee maal zo hoog als aan gemengde boeketten. Het belang van monoboeketten is de afgelopen jaren toegenomen ten koste van gemengde boeketten. De bestedingen aan bloemstukjes zijn de afgelopen jaren licht gestegen.

De bestedingen aan snijbloemen liggen verreweg het hoogst in de traditionele afzetkanalen, 78% van de totale bestedingen wordt hier gedaan. De belangrijkste traditionele kanalen zijn de bloemenwinkel (52%), markt/straathandel (16%) en tuincentra (7%). Circa 15% van de totale bestedingen wordt gedaan bij het supermarktkanaal. Superunie en Albert Heijn zijn de belangrijkste supermarktkanalen. Bij bouwmarkten worden geen snijbloemen gekocht.

Bij supermarkten wordt verreweg het meest besteed aan monoboeketten. Gemengde boeketten of bloemstukjes worden hier aanzienlijk minder verkocht. Bij de markt/straathandel en ambulante handel worden relatief veel monoboeketten verkocht in vergelijking met andere traditionele afzetkanalen. Het aandeel van bloemstukjes in de totale bestedingen ligt het hoogst bij tuincentra en bloemenwinkels.

In bijna alle afzetkanalen wordt het meeste geld besteed aan rozen. Na roos wordt het meeste geld besteed aan tulpen en chrysanten.

Kamerplanten

De bestedingen aan potplanten in Nederland zijn in 2007 met 12% gestegen ten opzichte van 2005. De bestedingen aan bloeiende kamerplanten zijn ongeveer twee maal zo hoog als aan groene kamerplanten.

De bestedingen aan kamerplanten liggen verreweg het hoogst in de traditionele afzetkanalen, 75% van de totale bestedingen wordt gedaan bij de traditionele kanalen. De belangrijkste traditionele kanalen zijn tuincentra (39%), de bloemenwinkel (29%) en markt/straathandel (7%). Circa 13% van de totale bestedingen wordt gedaan bij het supermarktkanaal. Superunie en Albert Heijn zijn de belangrijkste supermarktkanalen.

Bij supermarkten wordt in vergelijking met traditionele afzetkanalen het meest besteed aan bloeiende kamerplanten en bol-op-pot. Bij de markt/straathandel en ambulante handel wordt relatief veel bol-op-pot verkocht in vergelijking met andere traditionele afzetkanalen.

Wanneer wordt gekeken naar de bloeiende kamerplanten, dan blijkt dat in bijna alle afzetkanalen het meeste geld besteed wordt aan orchidee. Na orchidee wordt het meeste geld besteed aan kalanchoë en azalea. Bij de groene kamerplanten wordt er over het algemeen het meeste geld besteed aan cactussen/vetplanten. Het beeld is echter wat gevarieerder dan bij de bloeiende kamerplanten. Belangrijke overige groene kamerplanten zijn ficus, palm, yucca, varen en hедера.

Duitsland

Snijbloemen

De bestedingen aan snijbloemen in Duitsland zijn in 2007 met 2% gedaald ten opzichte van 2005. Boeketten vormen verreweg het belangrijkste product in de afzet van snijbloemen. De bestedingen aan monoboeketten zijn ongeveer twee maal zo hoog als aan gemengde boeketten.

De bestedingen aan snijbloemen liggen verreweg het hoogst bij de bloemist/kiosk, 54% van de totale bestedingen aan snijbloemen wordt hier gedaan. De kwekerij en supermarkt staan op een gedeelde tweede plaats, beide met een aandeel van 15% in de totale bestedingen aan snijbloemen.

Over alle afzetkanalen bekeken wordt 50% van de bestedingen aan snijbloemen uitgegeven aan monoboeketten. Circa 24% van de bestedingen wordt uitgegeven aan gemengde boeketten en 17% van de uitgaven wordt gedaan aan grafstukken (relatief duur per stuk). Bij supermarkten (met name bij de discount) liggen de bestedingen aan monoboeketten aanzienlijk hoger dan gemiddeld. Circa 34% van de uitgaven bij de kwekerij betreffen grafstukken. Dit kan worden verklaard doordat er in Duitsland zogenaamde 'Friedhofsgartnerei' bestaan, een combinatie van een kwekerij en een bloemenwinkel. Deze zijn ook te vinden rond begraafplaatsen. In alle afzetkanalen wordt het meeste geld besteed aan rozen. Na roos wordt er het meeste geld besteed aan tulpen, anjer, chrysant en gerbera.

Kamerplanten

De bestedingen aan kamerplanten in Duitsland zijn in 2007 met 13% gestegen ten opzichte van 2005. De bestedingen aan bloeiende kamerplanten zijn ongeveer vier maal zo hoog als aan groene kamerplanten.

De afgelopen jaren neemt het aandeel groene kamerplanten licht af.

Bij de bloemist/kiosk wordt het meest uitgegeven aan kamerplanten, 28% van de totale bestedingen aan kamerplanten wordt hier gedaan. De supermarkt en de bouwmarkt staan op een tweede en derde plaats, met een aandeel van respectievelijk 22% en 15% in de totale bestedingen aan kamerplanten. Bij de discounter wordt relatief veel uitgegeven aan groene kamerplanten in vergelijking met andere afzetkanalen.

Wanneer wordt gekeken naar de bloeiende kamerplanten, dan blijkt dat in bijna alle afzetkanalen het meeste geld besteed wordt aan orchidee. Na orchidee wordt er het meeste geld besteed aan cyclamen en poinsettia.

Bij de groene kamerplanten wordt over het algemeen het meeste geld besteed aan palmen. Het beeld is echter wat gevarieerder dan bij de bloeiende kamerplanten. Belangrijke overige groene kamerplanten zijn cactus, ficus en yucca.

Bij de bol-op-pot wordt over het algemeen het meeste geld besteed aan narcis, op de voet gevolgd door de hyacint.

Verenigd Koninkrijk

Snijbloemen

De marktomvang van snijbloemen in het Verenigd Koninkrijk bedroeg in 2006 circa € 2.820 miljoen. Dit is een stijging van 15% ten opzichte van 2003.

Het belangrijkste afzetkanaal is de supermarkt, 68% van de consumenten geeft aan dat zij hier bloemen hebben gekocht. Na de supermarkt volgen de bloemist (14%), de convenience store (6%) en de marktkraam (5%). In bijna alle afzetkanalen worden meestal rozen gekocht.

Kamerplanten

De marktomvang van kamerplanten in het Verenigd Koninkrijk bedroeg in 2006 circa € 773 miljoen. Dit is een stijging van ruim 4% ten opzichte van 2003.

Het belangrijkste afzetkanaal is de supermarkt (persoonlijke aankopen), 41% van de consumenten geeft aan dat zij hier bloemen hebben gekocht. Na de supermarkt volgen het tuincentrum (20%) en de bouwmarkt (12%).

In de drie belangrijkste afzetkanalen wordt meestal orchidee gekocht.

Frankrijk

Snijbloemen

De marktomvang van snijbloemen in Frankrijk bedroeg in 2005 circa € 1.891 miljoen. Dit is een daling van 4% ten opzichte van 2003. Boeketten vormen het belangrijkste product in de afzet van snijbloemen. De bestedingen aan monoboeketten zijn iets hoger dan aan gemengde boeketten. De bestedingen aan bloemstukken en schalen/bakken zijn de afgelopen jaren licht gedaald.

De bloemist is verreweg het belangrijkste afzetkanaal, met name voor de verkoop van snijbloemen per stuk en rozen per stuk. Voor de verkoop van boeketten is de hyper-/supermarkt ook een belangrijk afzetkanaal.

De roos heeft met 45% in 2005 het grootste aandeel in de bestedingen aan snijbloemen. Sinds 2001 is het belang van de roos licht gegroeid. Na roos besteedt de consument het meest aan tulp en anjer. De bestedingen aan deze bloemen zijn sinds 2001 echter wel licht afgenomen. De bestedingen aan chrysant/margriet zijn sinds 2001 met meer dan de helft gedaald.

Kamerplanten

De marktomvang van kamerplanten in Frankrijk bedroeg in 2005 circa € 1.206 miljoen. Dit is een stijging van 2% ten opzichte van 2003. De bestedingen aan bloeiende planten zijn aanzienlijk hoger dan aan groene kamerplanten. Op elke euro die wordt besteed aan groene planten, wordt negen euro aan bloeiende kamerplanten besteed. De bestedingen aan groene kamerplanten zijn de afgelopen jaren wel licht gestegen.

Voor bloeiende kamerplanten is de bloemist met een aandeel van 37% in de totale bestedingen het belangrijkste afzetkanaal, gevolgd door de hyper-/supermarkt (19%) en het tuincentrum (17%). Potchrysanten worden relatief veel via de hyper/supermarkt verkocht. Het tuincentrum is voor groene planten met een aandeel van 40% in de totale bestedingen het belangrijkste afzetkanaal, gevolgd door de bloemist (30%) en de hyper-/supermarkt (15%).

1 Inleiding

Er wordt veel gesproken over het toenemende belang van een aantal afzetkanalen, zoals de bouwmarkt, het tuincentrum of de supermarkt. Om deze verwachtingen te onderbouwen, heeft het Productschap Tuinbouw het belang van de verschillende afzetkanalen voor de afzet van bloemen en planten in kaart gebracht voor de zogenaamde 'kernlanden' (Nederland, Duitsland, Verenigd Koninkrijk, Frankrijk). Hiernaast zijn, waar mogelijk, de belangrijkste producten per afzetkanaal weergegeven.

Voor Nederland en Duitsland is gebruik gemaakt van GfK panelcijfers. Voor het Verenigd Koninkrijk is gebruik gemaakt van Paneldata van TNS en de gegevens met betrekking tot de Franse afzetkanalen komen van Oniflhor. Voor kleinere afzetkanalen of producten zijn er weinig respondenten binnen deze panels, hierdoor is de betrouwbaarheid van de cijfers m.b.t. deze kleine afzetkanalen en producten minder groot (doordat de resultaten op basis van weinig consumenten worden vertaald naar de totale bevolking).

2 Nederland

2.1 Snijbloemen

- De bestedingen aan snijbloemen in Nederland zijn in 2007 met 5% gestegen ten opzichte van 2005.

Tabel 1: Belang productvormen snijbloemen Nederland (Basis: bestedingen)

	2005	2006	2007
Bloemen totaal	100%	100%	100%
Totaal snijbloemen	85%	84%	82%
Monoboeket	48%	45%	56%
Gemengd boeket	37%	39%	27%
Bloemstukje	14%	15%	17%
Losse takjes	1%	1%	1%

Bron: Productschap Tuinbouw/GfK

- Boeketten vormen verreweg het belangrijkste product in de afzet van snijbloemen.
- De bestedingen aan monoboeketten zijn ongeveer twee maal hoger dan aan gemengde boeketten.
- Het belang van monoboeketten is de afgelopen jaren toegenomen ten koste van gemengde boeketten.
- De bestedingen aan bloemstukjes zijn de afgelopen jaren licht gestegen.

Tabel 2: Belang afzetkanalen snijbloemen (Basis: bestedingen 2005-2007)

	2005	2006	2007
Nationaal totaal	100%	100%	100%
Totaal traditioneel	78%	79%	78%
Bloemenwinkel	49%	50%	52%
Ambulante handel(Venter)	2%	3%	3%
Tuincentra	6%	7%	7%
Markt/Kraampje/straathandel	21%	19%	16%
Totaal Supermarkten	14%	13%	15%
Albert Heijn	3%	4%	4%
Laurus	2%	2%	1%
Aldi	2%	2%	2%
Ov.discount(Lidl/Koopconsult)	0%	0%	0%
Superunie	4%	5%	5%
Schuitema	1%	1%	1%
Overige supermarkten	0%	0%	1%
Totaal overige	8%	8%	7%
Bomen-/bloemenkwekerijen	2%	2%	2%
Benzinestation	1%	0%	1%
Bouwmarkten / DHZ	0%	0%	0%
Overige afzetkanalen	6%	5%	4%

Bron: Productschap Tuinbouw/GfK

- De bestedingen aan snijbloemen liggen verreweg het hoogst in de traditionele afzetkanalen, 78% van de totale bestedingen wordt gedaan bij de traditionele kanalen. De belangrijkste traditionele kanalen zijn de bloemenwinkel (52%), markt/straathandel (16%) en tuincentra (7%).
- Circa 15% van de totale bestedingen wordt gedaan bij het supermarktkanaal. Superunie en Albert Heijn zijn de belangrijkste supermarktkanalen.
- Bij bouwmarkten worden geen snijbloemen gekocht.

Tabel 3: Belang productvormen snijbloemen per afzetkanaal (Basis: bestedingen 2007)

	Bloemen totaal	Totaal snij- bloemen	Mono- boekje	Gemengd boekje	Bloem- stukje	Losse takjes
Nationaal totaal	100%	82%	56%	27%	17%	1%
Totaal traditioneel	100%	80%	52%	29%	19%	1%
Bloemenwinkel	100%	77%	46%	31%	22%	0%
Ambulante handel(Venter)	100%	93%	76%	17%	7%	0%
Tuincentra	100%	65%	39%	27%	33%	2%
Markt/Kraampje/straathandel	100%	94%	70%	24%	5%	1%
Totaal Supermarkten	100%	93%	76%	17%	7%	0%
Albert Heijn	100%	95%	84%	11%	5%	0%
Laurus	100%	91%	73%	18%	8%	0%
Aldi	100%	97%	91%	6%	3%	0%
Ov.discount(Lidl/Koopconsult)	100%	61%	51%	10%	37%	2%
Superunie	100%	91%	66%	25%	9%	0%
Schuitema	100%	95%	76%	19%	5%	0%
Overige supermarkten	100%	85%	64%	21%	15%	1%
Totaal overige	100%	81%	57%	25%	18%	0%
Bomen-/bloemenkwekerijen	100%	86%	72%	14%	13%	1%
Benzinestation	100%	88%	51%	36%	12%	0%
Bouwmarkten / DHZ	100%	54%	43%	11%	45%	1%
Overige afzetkanalen	100%	79%	50%	28%	21%	0%

Bron: Productschap Tuinbouw/GfK

- Bij supermarkten wordt verreweg het meest besteed aan monoboeketten. Gemengde boeketten of bloemstukjes worden aanzienlijk minder verkocht.
- Bij de markt/straathandel en ambulante handel worden relatief veel monoboeketten verkocht in vergelijking met andere traditionele afzetkanalen.
- Het aandeel van bloemstukjes in de totale bestedingen ligt het hoogst bij tuincentra en bloemenwinkels.
- De totale bestedingen bij onder anderen 'Overige Discount', 'Overige supermarkten', 'benzinestation' en 'bouwmarkt' zijn zeer laag (zie tabel 2), waardoor deze cijfers minder betrouwbaar zijn.

Tabel 4: Belang soorten snijbloemen per afzetkanaal (Basis: bestedingen monobossen 2007)

	Monoboeket totaal	Roos	Tulp	Chrysant	Amaryllis	Zonnebloem	Alstroemeria	Anjer	Freesia	Gerbera	Hyacint	Lelie	Lisianthus	Narcis	Zantedeschia/calla	Overige (snij)bloemen
Nationaal totaal	100%	41%	10%	8%	3%	3%	2%	2%	2%	2%	1%	2%	0%	2%	0%	24%
Totaal traditioneel	100%	40%	10%	8%	3%	3%	2%	2%	2%	2%	1%	2%	0%	1%	0%	26%
Bloemenwinkel	100%	40%	8%	7%	2%	3%	2%	1%	1%	3%	1%	2%	0%	1%	0%	29%
Ambulante handel(Venter)	100%	34%	16%	9%	1%	5%	2%	2%	4%	1%	1%	3%	1%	2%	0%	19%
Tuincentra	100%	32%	9%	9%	3%	1%	1%	2%	1%	3%	1%	2%	0%	1%	0%	34%
Markt/Kraampje/straathandel	100%	41%	12%	9%	3%	3%	3%	3%	3%	2%	1%	2%	0%	1%	0%	18%
Totaal Supermarkten	100%	46%	12%	8%	3%	2%	1%	2%	1%	2%	1%	2%	0%	3%	0%	16%
Albert Heijn	100%	52%	14%	5%	3%	3%	1%	1%	0%	2%	2%	2%	0%	5%	0%	9%
Laurus	100%	40%	12%	13%	1%	2%	2%	4%	3%	2%	0%	1%	0%	3%	0%	18%
Aldi	100%	60%	8%	5%	5%	1%	2%	2%	1%	1%	1%	2%	0%	5%	0%	8%
Ov.discount(Lidl/Koopconsult)	100%	33%	20%	3%	7%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	38%
Superunie	100%	38%	11%	10%	2%	2%	2%	2%	2%	3%	0%	2%	0%	2%	0%	24%
Schuitema	100%	39%	15%	11%	3%	1%	1%	3%	0%	4%	2%	3%	0%	3%	0%	15%
Overige supermarkten	100%	35%	13%	8%	1%	2%	1%	2%	3%	4%	0%	2%	0%	4%	0%	27%
Totaal overige	100%	45%	7%	9%	2%	3%	2%	1%	0%	2%	0%	2%	0%	1%	0%	26%
Bloemenkwekerijen	100%	55%	6%	6%	2%	4%	4%	0%	0%	2%	0%	1%	0%	0%	0%	20%
Benzinestation	100%	18%	6%	2%	0%	7%	1%	2%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	59%
Bouwmarkten / DHZ	100%	10%	19%	11%	32%	2%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	25%
Overige afzetkanalen	100%	43%	8%	12%	2%	2%	1%	1%	1%	2%	0%	2%	0%	1%	0%	25%

Bron: Productschap Tuinbouw/GfK

- In bijna alle afzetkanalen wordt het meeste geld besteed aan rozen. Alleen bij bouwmarkten staat de Amaryllis op de eerste plaats. De totale bestedingen bij de bouwmarkt zijn echter zeer laag (zie tabel 2), waardoor deze cijfers minder betrouwbaar zijn.
- Na roos wordt er het meeste geld besteed aan tulpen en chrysanten.

2.2 Kamerplanten

- De bestedingen aan potplanten in Nederland zijn in 2007 met 12% gestegen ten opzichte van 2005.

Tabel 5: Belang productvormen kamerplanten Nederland (Basis: bestedingen)

	2005	2006	2007
Potplanten totaal	100%	100%	100%
Totaal kamerplanten	80%	78%	79%
Bloeiende kamerplanten	47%	52%	53%
Groene kamerplanten	33%	26%	26%
Gemengde plantenbakjes	7%	7%	7%
Bloembollen in plastic pot	4%	5%	6%
Bloembollen in sierpot	9%	10%	7%

Bron: Productschap Tuinbouw/GfK

- Kamerplanten vormen verreweg het belangrijkste product in de afzet van potplanten.
- De bestedingen aan bloeiende kamerplanten zijn ongeveer twee maal hoger dan aan groene kamerplanten.

Tabel 6: Belang afzetkanalen kamerplanten (Basis: bestedingen 2005-2007)

	2005	2006	2007
Nationaal totaal	100%	100%	100%
Totaal traditioneel	78%	79%	75%
Bloemenwinkel	28%	29%	29%
Ambulante handel(Venter)	0%	0%	0%
Tuincentra	43%	43%	39%
Markt/Kraampje/straathandel	7%	6%	7%
Totaal Supermarkten	11%	11%	13%
Albert Heijn	2%	3%	4%
Laurus	2%	2%	1%
Aldi	2%	2%	1%
Ov.discount(Lidl/Koopconsult)	0%	0%	0%
Superunie	3%	3%	5%
Schuitema	1%	1%	1%
Overige supermarkten	0%	0%	0%
Totaal overige	11%	10%	11%
Bomen-/bloemenkwekerijen	1%	2%	3%
Benzinestation	0%	0%	0%
Bouwmarkten / DHZ	3%	3%	3%
Overige afzetkanalen	6%	5%	5%

Bron: Productschap Tuinbouw/GfK

- De bestedingen aan kamerplanten liggen verreweg het hoogst in de traditionele afzetkanalen, 75% van de totale bestedingen wordt gedaan bij de traditionele kanalen. De belangrijkste traditionele kanalen zijn tuincentra (39%), de bloemenwinkel (29%) en markt/straathandel (7%).
- Circa 13% van de totale bestedingen wordt gedaan bij het supermarktkanaal. Superunie en Albert Heijn zijn de belangrijkste supermarktkanalen.
- Slechts 3% van alle bestedingen aan kamerplanten wordt gedaan bij de bouwmarkt.

Tabel 7: Belang productvormen kamerplanten per afzetkanaal (Basis: bestedingen 2007)

	Potplanten totaal	Totaal kamerplanten	Bloeiende kamerplanten	Niet-Bloeiende kamerplanten	Gemengde plantenbakjes	Bloembollen binnen	Bloembollen in sierpot
Nationaal totaal	100%	79%	53%	26%	7%	6%	7%
Totaal traditioneel	100%	79%	52%	28%	7%	6%	7%
Bloemenwinkel	100%	72%	53%	19%	12%	6%	10%
Ambulante handel(Venter)	100%	35%	32%	3%	18%	25%	22%
Tuincentra	100%	87%	51%	36%	5%	5%	4%
Markt/Kraampje/straathandel	100%	68%	50%	18%	4%	14%	14%
Totaal Supermarkten	100%	73%	58%	15%	8%	9%	11%
Albert Heijn	100%	84%	70%	14%	4%	4%	8%
Laurus	100%	75%	65%	10%	5%	11%	9%
Aldi	100%	55%	35%	20%	9%	15%	21%
Ov.discount(Lidl/Koopconsult)	100%	64%	54%	10%	3%	20%	13%
Superunie	100%	69%	53%	16%	11%	10%	10%
Schuitema	100%	66%	54%	12%	12%	10%	13%
Overige supermarkten	100%	90%	64%	26%	3%	4%	3%
Totaal overige	100%	83%	55%	28%	6%	5%	6%
Bloemenkwekerijen	100%	90%	75%	15%	4%	4%	2%
Benzinestation	100%	37%	33%	4%	32%	1%	30%
Bouwmarkten / DHZ	100%	91%	51%	40%	3%	3%	3%
Overige afzetkanalen	100%	78%	49%	29%	6%	8%	7%

Bron: Productschap Tuinbouw/GfK

- Bij supermarkten wordt in vergelijking met traditionele afzetkanalen het meest besteed aan bloeiende kamerplanten en bol-op-pot.
- Bij de markt/straathandel en ambulante handel wordt relatief veel bol-op-pot verkocht in vergelijking met andere traditionele afzetkanalen.

Tabel 8: Belang soorten bloeiende kamerplanten per afzetkanaal (Basis: bestedingen 2007)

	Bloeiende kamerplanten	Orchidee	Hortensia	Kalanchoe	Azalea	Kerstster	Anthurium	Chrysan op pot	Cyclaam	Begonia	Bromelia	Potroos	Hibiscus	Kaapviooltje	Spathiphyllum	Impatiens/Vijtig liesje	Zonnebloem (kamerplant)	Overig
Nationaal totaal	100%	28%	8%	5%	5%	5%	4%	4%	4%	2%	2%	2%	1%	1%	1%	0%	0%	27%
Totaal traditioneel	100%	25%	7%	5%	5%	4%	5%	4%	4%	3%	2%	2%	1%	1%	2%	0%	0%	29%
Bloemenwinkel	100%	27%	9%	4%	5%	5%	4%	4%	4%	3%	2%	2%	0%	1%	2%	0%	0%	27%
Ambulante handel(Venter)	100%	0%	31%	0%	15%	13%	0%	9%	7%	0%	0%	4%	0%	2%	0%	4%	0%	16%
Tuincentra	100%	25%	6%	6%	4%	4%	6%	2%	5%	2%	2%	2%	1%	1%	2%	1%	0%	33%
Markt/Kraampje/straathandel	100%	23%	7%	3%	15%	3%	2%	9%	5%	4%	2%	4%	1%	3%	1%	0%	0%	20%
Totaal Supermarkten	100%	28%	14%	6%	5%	7%	3%	7%	5%	2%	1%	3%	0%	1%	1%	0%	0%	18%
Albert Heijn	100%	38%	14%	6%	1%	9%	0%	7%	5%	1%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	13%
Laurus	100%	16%	14%	8%	10%	5%	5%	11%	3%	3%	4%	1%	0%	3%	2%	0%	0%	16%
Aldi	100%	18%	17%	5%	16%	0%	6%	9%	3%	4%	1%	2%	0%	1%	0%	0%	0%	17%
Ov.discount(Lidl/Koopconsult)	100%	15%	9%	4%	1%	8%	3%	1%	6%	1%	0%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	49%
Superunie	100%	26%	15%	4%	6%	7%	3%	6%	5%	1%	1%	4%	1%	2%	1%	0%	0%	19%
Schuitema	100%	15%	10%	11%	4%	5%	5%	8%	5%	2%	1%	3%	0%	3%	0%	0%	0%	26%
Overige supermarkten	100%	44%	2%	0%	10%	4%	0%	5%	10%	4%	2%	1%	2%	1%	0%	0%	0%	16%
Totaal overige	100%	43%	5%	5%	3%	4%	3%	6%	2%	2%	2%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	22%
Bloemenkwekerijen	100%	54%	4%	6%	2%	3%	3%	4%	2%	1%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	18%
Benzinestation	100%	0%	4%	10%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	12%	0%	0%	2%	0%	14%	0%	59%
Bouwmarkten / DHZ	100%	48%	6%	2%	2%	5%	6%	7%	4%	1%	1%	0%	1%	0%	1%	0%	0%	16%
Overige afzetkanalen	100%	35%	5%	5%	4%	4%	2%	6%	1%	3%	2%	2%	0%	1%	2%	0%	0%	27%

Bron: Productschap Tuinbouw/GfK

- Wanneer wordt gekeken naar de bloeiende kamerplanten, dan wordt in bijna alle afzetkanalen het meeste geld besteed aan orchidee. Alleen bij de ambulante handel en het benzinestation staan hortensia respectievelijk impatiens op de eerste plaats. De totale bestedingen bij deze kanalen zijn echter zeer laag (zie tabel 2), waardoor deze cijfers minder betrouwbaar zijn.
- Na orchidee wordt er het meeste geld besteed aan kalanchoë en azalea.

Tabel 9: Belang soorten groene kamerplanten per afzetkanaal (Basis: bestedingen 2007)

	Niet-Bloeiende kamerplanten	Cactus/vetplant	Ficus	Yucca	Palm	Dracena	Calathea	Varen	Hedera/klimop	Conifeer(voor binnen)	Peperomia(rattestaart)	Zamioculcas	Dieffenbachia	Nolina(oifantspoot)	Croton(codiaeum)	Schefflera	Overig
Nationaal totaal	100%	14%	7%	7%	7%	5%	4%	4%	3%	2%	2%	1%	1%	1%	0%	0%	40%
Totaal traditioneel	100%	14%	6%	7%	6%	5%	5%	4%	3%	1%	2%	1%	1%	1%	0%	0%	41%
Bloemenwinkel	100%	18%	7%	4%	2%	3%	3%	5%	5%	3%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	45%
Ambulante handel(Venter)	100%	48%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	52%
Tuincentra	100%	14%	6%	8%	7%	7%	6%	4%	3%	1%	3%	1%	1%	1%	0%	0%	41%
Markt/Kraampje/straathandel	100%	7%	13%	6%	24%	2%	2%	6%	3%	0%	5%	2%	0%	3%	0%	0%	28%
Totaal Supermarkten	100%	12%	10%	5%	12%	7%	3%	5%	2%	1%	2%	3%	2%	0%	1%	0%	35%
Albert Heijn	100%	9%	4%	5%	10%	9%	1%	4%	0%	0%	2%	4%	2%	0%	3%	0%	46%
Laurus	100%	11%	25%	2%	0%	0%	2%	4%	4%	10%	0%	8%	0%	0%	2%	0%	31%
Aldi	100%	7%	21%	12%	17%	12%	7%	3%	1%	0%	1%	0%	2%	0%	0%	0%	18%
Ov.discount(Lidl/Koopconsult)	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	23%	0%	0%	28%	8%	0%	0%	0%	0%	41%
Superunie	100%	18%	9%	4%	14%	6%	1%	9%	3%	0%	1%	1%	2%	0%	0%	0%	32%
Schuitema	100%	15%	3%	3%	12%	0%	11%	0%	9%	0%	0%	12%	4%	0%	0%	0%	31%
Overige supermarkten	100%	9%	2%	0%	14%	4%	8%	0%	0%	0%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	57%
Totaal overige	100%	14%	9%	12%	7%	3%	3%	1%	3%	3%	2%	4%	0%	2%	0%	0%	35%
Bloemenkwekerijen	100%	33%	0%	32%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	29%
Benzinestation	100%	44%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	56%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Bouwmarkten / DHZ	100%	8%	13%	13%	9%	5%	6%	0%	0%	7%	2%	1%	1%	4%	0%	0%	31%
Overige afzetkanalen	100%	14%	9%	6%	8%	3%	2%	2%	5%	0%	2%	8%	0%	0%	0%	0%	41%

Bron: Productschap Tuinbouw/GfK

- Wanneer wordt gekeken naar de groene kamerplanten, dan wordt over het algemeen het meeste geld besteed aan cactussen/vetplanten. Het beeld is echter wat gevarieerder dan bij de bloeiende kamerplanten. Belangrijke overige groene kamerplanten zijn ficus, palm, yucca, varen en hedera.

3 Duitsland

3.1 Snijbloemen

- De bestedingen aan snijbloemen in Duitsland zijn in 2007 met 2% gedaald ten opzichte van 2005.

Tabel 10: Belang productvormen snijbloemen Duitsland (Basis: bestedingen)

	2005	2006	2007
Snijbloemen, inclusief arrangementen	100%	100%	100%
Boeketten	74%	73%	74%
Monoboeketten	49%	48%	50%
Gemengde boeketten	25%	25%	24%
Arrangementen	26%	27%	26%
Adventskranzen/-stukken	3%	3%	3%
Grafstukken	17%	18%	17%
Bloemstukken	6%	6%	5%

Bron: Productschap Tuinbouw/GfK

- Boeketten vormen verreweg het belangrijkste product in de afzet van snijbloemen.
- De bestedingen aan monoboeketten zijn ongeveer twee maal hoger dan aan gemengde boeketten.

Tabel 11: Belang afzetkanalen snijbloemen (Basis: bestedingen 2003-2007)

	2003	2004	2005	2006	2007
Duitsland Totaal	100%	100%	100%	100%	100%
Bloemenwinkel/kiosk	54%	51%	53%	55%	54%
Kwekerij	16%	16%	15%	15%	15%
Tuincentrum	4%	5%	5%	4%	4%
Markt/straatstand	8%	8%	7%	7%	8%
Totaal supermarkt	14%	15%	15%	15%	15%
Traditioneel	3%	3%	3%	3%	3%
Verbrauchermarkt	3%	3%	3%	3%	3%
Discount	8%	9%	9%	9%	9%
Warenhuis	0%	0%	0%	0%	0%
Bouwmarkt	1%	1%	1%	1%	1%
Postorder	0%	0%	0%	0%	0%
Overig	3%	3%	4%	3%	3%

Bron: Productschap Tuinbouw/GfK

- De bestedingen aan snijbloemen liggen verreweg het hoogst bij de bloemist/kiosk, 54% van de totale bestedingen aan snijbloemen wordt hier gedaan.
- De kwekerij en supermarkt staan op een gedeelde tweede plaats, beide met een aandeel van 15% in de totale bestedingen aan snijbloemen.

Tabel 12: Belang productvormen snijbloemen per afzetkanaal (Basis: bestedingen 2007)

	Snijbloemen, inclusief arrangementen	Boeketten	Monoboeketten	Gemengde boeketten	Arrangementen	Adventskranzen/-stukken	Grafstukken	Bloemstukken
Duitsland Totaal	100%	74%	50%	24%	26%	3%	17%	5%
Bloemenwinkel/kiosk	100%	75%	46%	28%	25%	3%	17%	6%
Kwekerij	100%	58%	40%	18%	42%	3%	34%	6%
Tuincentrum	100%	63%	37%	26%	37%	6%	22%	9%
Markt/straatstand	100%	82%	60%	22%	18%	5%	9%	3%
Totaal supermarkt	100%	89%	76%	13%	11%	4%	5%	2%
Traditioneel	100%	88%	67%	21%	12%	3%	7%	3%
Verbrauchermarkt	100%	83%	65%	18%	17%	6%	9%	2%
Discount	100%	92%	83%	9%	8%	3%	3%	2%
Warenhuis	100%	95%	73%	22%	5%	4%	1%	0%
Bouwmarkt	100%	40%	26%	14%	60%	10%	38%	12%
Postorder	100%	98%	54%	44%	2%	0%	1%	1%
Overig	100%	74%	37%	37%	26%	8%	15%	3%

Bron: Productschap Tuinbouw/GfK

- Over alle afzetkanalen bekeken wordt 50% van de bestedingen aan snijbloemen uitgegeven aan monoboeketten. Circa 24% van de bestedingen wordt uitgegeven aan gemengde boeketten en 17% van de uitgaven wordt gedaan aan grafstukken (relatief duur per stuk).
- Bij supermarkten (met name bij de discount) is het aandeel van monoboeketten in de bestedingen aanzienlijk hoger dan gemiddeld.
- Circa 34% van de uitgaven bij de kwekerij betreffen grafstukken. Dit kan worden verklaard doordat er in Duitsland zogenaamde 'Friedhofsgartnerei' bestaan, een combinatie van een kwekerij en een bloemenwinkel. Deze zijn ook te vinden rond begraafplaatsen. Ook bij de bouwmarkt is een hoog percentage zichtbaar bij grafstukken, maar dit percentage is niet betrouwbaar door het lage marktaandeel van de bouwmarkt voor wat betreft de verkoop van snijbloemen (zie tabel 11).

Tabel 13: Belang soorten snijbloemen per afzetkanaal (Basis: bestedingen monobossen 2007)

	Monoboeketten	Roos	Tulp	Anjer	Chryasant	Gerbera	Amaryllis	Aster	Lelie	Narcis	Orchidee	Anthurium	Fresia	Pioenroos	Gladiol	Hyacint	Margriet	Cyclaam	Takken	Overig
Duitsland Totaal	100%	52%	10%	5%	5%	5%	2%	2%	2%	2%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	0%	0%	7%
Bloemenwinkel/kiosk	100%	55%	7%	6%	5%	6%	3%	2%	2%	1%	2%	1%	1%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	7%
Kwekerij	100%	49%	5%	4%	10%	5%	2%	1%	2%	1%	3%	1%	1%	0%	4%	0%	1%	0%	1%	10%
Tuincentrum	100%	50%	7%	5%	6%	4%	3%	2%	2%	1%	4%	0%	0%	0%	1%		1%		1%	14%
Markt/straatstand	100%	45%	14%	4%	5%	3%	2%	5%	2%	3%	1%	1%	1%	2%	2%	0%	0%	0%	2%	8%
Supermarkt	100%	51%	18%	5%	4%	4%	2%	2%	2%	5%	1%	0%	1%	0%	0%	2%	1%	0%	0%	2%
Traditioneel	100%	49%	15%	5%	4%	3%	3%	2%	2%	7%	1%	2%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	2%
Verbrauchermarkt	100%	50%	12%	5%	6%	5%	1%	2%	2%	6%	3%	1%	2%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	5%
Discount	100%	51%	21%	5%	3%	4%	1%	2%	2%	4%	1%	0%	1%	0%	0%	3%	1%	0%	0%	1%
Warenhuis	100%	60%	1%		7%	8%			5%	1%	0%			6%	1%					11%
Bouwmarkt	100%	42%	7%	5%	4%	5%	1%	0%		2%	12%		1%		2%	1%	1%	1%	4%	11%
Postorder	100%	80%		0%		2%	2%			0%	6%		1%		2%	2%	3%			0%
Overig	100%	59%	6%	5%	2%	8%	0%	2%	3%	1%	1%	0%	0%	1%	2%	0%	0%	0%	0%	8%

Bron: Productschap Tuinbouw/GfK

- In alle afzetkanalen wordt het meeste geld besteed aan rozen.
- Na roos wordt er het meeste geld besteed aan tulpen, anjer, chryasant en gerbera.

3.2 Kamerplanten

- De bestedingen aan kamerplanten in Duitsland zijn in 2007 met 13% gestegen ten opzichte van 2005.

Tabel 14: Belang productvormen kamerplanten Duitsland (Basis: bestedingen)

	2005	2006	2007
Kamerplanten	100%	100%	100%
Bloeiende kamerplanten	74%	75%	78%
Groene kamerplanten	23%	22%	19%
Bol-op-pot	3%	4%	3%

Bron: Productschap Tuinbouw/GfK

- De bestedingen aan bloeiende kamerplanten zijn ongeveer vier maal hoger dan aan groene kamerplanten.
- De afgelopen jaren neemt het aandeel groene kamerplanten licht af.

Tabel 15: Belang afzetkanalen kamerplanten (Basis: bestedingen 2003-2007)

	2003	2004	2005	2006	2007
Duitsland Totaal	100%	100%	100%	100%	100%
Bloemenwinkel/kiosk	31%	29%	29%	31%	28%
Kwekerij	12%	11%	11%	12%	13%
Tuincentrum	15%	15%	16%	14%	13%
Markt/straatstand	3%	3%	2%	3%	3%
Supermarkt	20%	21%	21%	20%	22%
Traditioneel	5%	5%	5%	4%	4%
Verbrauchermarkt	8%	9%	9%	8%	8%
Discount	7%	7%	7%	8%	9%
Warenhuis	0%	0%	0%	0%	0%
Bouwmarkt	15%	17%	16%	16%	15%
Postorder	0%	0%	1%	0%	1%
Overig	3%	4%	5%	4%	5%

Bron: Productschap Tuinbouw/GfK

- De bestedingen aan kamerplanten liggen het hoogst bij de bloemist/kiosk, 28% van de totale bestedingen aan kamerplanten wordt hier gedaan.
- De supermarkt en de bouwmarkt staan op een tweede en derde plaats, met een aandeel van respectievelijk 22% en 15% in de totale bestedingen aan kamerplanten.

Tabel 16: Belang productvormen kamerplanten per afzetkanaal (Basis: bestedingen 2007)

	Kamerplanten	Bloeiende kamerplanten	Groene kamerplanten	Bol-op-pot
Duitsland Totaal	100%	78%	19%	3%
Bloemenwinkel/kiosk	100%	81%	16%	3%
Kwekerij	100%	84%	14%	2%
Tuincentrum	100%	79%	19%	2%
Markt/straatstand	100%	86%	9%	5%
Supermarkt	100%	75%	21%	3%
Traditioneel	100%	80%	16%	3%
Verbrauchermarkt	100%	81%	16%	3%
Discount	100%	67%	29%	4%
Warenhuis	100%	69%	23%	7%
Bouwmarkt	100%	76%	22%	2%
Postorder	100%	44%	48%	8%
Overig	100%	60%	38%	2%

Bron: Productschap Tuinbouw/GfK

- Bij de discounter wordt relatief veel uitgegeven aan groene kamerplanten in vergelijking met andere afzetkanalen.
- Bij postorderbedrijven en warenhuizen wordt relatief veel bol-op-pot verkocht in vergelijking met andere afzetkanalen. De totale bestedingen bij deze kanalen zijn echter zeer laag (zie tabel 15), waardoor deze cijfers minder betrouwbaar zijn.

Tabel 17: Belang soorten bloeiende kamerplanten per afzetkanaal (Basis: bestedingen 2007)

	Bloeiende kamerplanten	Orchidee	Cyclamen	Poinsettia	Potroos	Azalea	Hortensia	Begonia	Kalanchoë	Primula	Amaryllus	Aster	Unthuriem	Chrysan	Saintpaulia	Hibiscus	Bromelia	Gerbera	Gloxinia	Clivia	Stephanotis	Violetje	Overig
Duitsland Totaal	100%	26%	10%	9%	5%	4%	4%	3%	3%	3%	3%	3%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	18%
Bloemenwinkel/kiosk	100%	27%	11%	9%	5%	6%	3%	3%	4%	3%	3%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	16%
Kwekerij	100%	18%	10%	9%	4%	4%	3%	5%	3%	3%	1%	9%	2%	2%	1%	1%	1%	2%	0%	0%	0%	1%	22%
Tuincentrum	100%	29%	9%	10%	4%	3%	4%	4%	4%	3%	2%	2%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	18%
Markt/straatstand	100%	13%	15%	7%	2%	8%	10%	4%	2%	4%	3%	6%	1%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	21%
Supermarkt	100%	24%	9%	10%	4%	4%	2%	2%	4%	3%	5%	3%	2%	2%	1%	2%	1%	2%	0%	0%	0%	0%	17%
Traditioneel	100%	18%	10%	11%	6%	3%	3%	3%	5%	5%	4%	5%	2%	3%	2%	1%	1%	2%	0%	0%	0%	0%	17%
Verbrauchermarkt	100%	31%	10%	10%	4%	4%	2%	3%	4%	2%	2%	3%	2%	2%	1%	2%	1%	2%	0%	0%	0%	0%	14%
Discount	100%	21%	6%	9%	3%	4%	2%	2%	2%	3%	9%	2%	2%	3%	1%	3%	2%	3%	1%	1%	0%	0%	20%
Warenhuis	100%	27%	5%	1%	7%	0%	5%	3%	0%	2%	0%	15%	1%	1%	4%	1%	0%	2%	0%	0%	2%	0%	24%
Bouwmarkt	100%	38%	10%	7%	3%	3%	4%	2%	3%	2%	1%	2%	2%	1%	1%	2%	2%	1%	0%	0%	0%	0%	14%
Postorder	100%	14%	0%	0%	22%	6%	0%	2%	0%	0%	8%	0%	0%	0%	0%	9%	5%	9%	0%	0%	0%	0%	24%
Overig	100%	24%	7%	7%	9%	6%	2%	1%	3%	2%	3%	2%	2%	2%	1%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	26%

Bron: Productschap Tuinbouw/GfK

- Wanneer wordt gekeken naar de bloeiende kamerplanten, wordt er in bijna alle afzetkanalen het meeste geld besteed aan orchidee. Alleen bij de markt/straathandel staat cyclamen op de eerste plaats. De totale bestedingen bij dit kanaal zijn echter zeer laag (zie tabel 15), waardoor deze cijfers minder betrouwbaar zijn.
- Na orchidee wordt er het meeste geld besteed aan cyclamen en poinsettia.

Tabel 18: Belang soorten groene kamerplanten per afzetkanaal (Basis: bestedingen 2007)

	Groene kamerplanten	Palmen	Cactus	Ficus Benjamina	Yucca	Hedera	Dracaena	Varen	Ficus elastica	Asparagus	Soleirolia	Philodendron	Overig
Duitsland Totaal	100%	10%	7%	6%	5%	4%	3%	2%	1%	1%	1%	1%	59%
Bloemenwinkel/kiosk	100%	13%	6%	4%	4%	5%	1%	1%	2%	0%	1%	1%	61%
Kwekerij	100%	9%	4%	5%	6%	3%	0%	2%	2%	0%	1%	3%	65%
Tuincentrum	100%	5%	6%	8%	4%	3%	4%	4%	0%	0%	0%	1%	64%
Markt/straatstand	100%	13%	9%	2%	0%	4%	0%	1%	0%	24%	0%	1%	46%
Supermarkt	100%	10%	9%	9%	5%	4%	3%	2%	2%	0%	0%	1%	54%
Traditioneel	100%	13%	9%	9%	2%	7%	3%	2%	3%	1%	1%	1%	50%
Verbrauchermarkt	100%	8%	13%	5%	4%	3%	3%	1%	2%	0%	0%	1%	60%
Discount	100%	11%	7%	11%	6%	4%	3%	3%	1%	0%	0%	1%	52%
Warenhuis	100%	4%	13%	19%	0%	0%	7%	0%	0%	0%	0%	0%	56%
Bouwmarkt	100%	11%	4%	5%	6%	3%	5%	2%	1%	0%	1%	3%	60%
Postorder	100%	29%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	69%
Overig	100%	9%	14%	3%	8%	8%	6%	2%	0%	0%	1%	0%	49%

Bron: Productschap Tuinbouw/GfK

- Wanneer wordt gekeken naar de groene kamerplanten, dan wordt over het algemeen het meeste geld besteed aan palmen. Het beeld is echter wat gevarieerder dan bij de bloeiende kamerplanten. Belangrijke overige groene kamerplanten zijn cactus, ficus en yucca.

Tabel 19: Belang soorten bol-op-pot per afzetkanaal (Basis: bestedingen 2007)

	Bol-op-pot	Hyacint	Crocus	Narcis	Sneeuwkllokje	Tulp
Duitsland Totaal	100%	37%	2%	42%	0%	18%
Bloemenwinkel/kiosk	100%	42%	0%	41%	1%	16%
Kwekerij	100%	39%	3%	31%	2%	25%
Tuincentrum	100%	41%	0%	48%	0%	12%
Markt/straatstand	100%	30%	2%	39%	0%	29%
Supermarkt	100%	37%	4%	46%	0%	12%
Traditioneel	100%	42%	2%	52%	0%	5%
Verbrauchermarkt	100%	46%	2%	40%	0%	12%
Discount	100%	27%	7%	49%	0%	17%
Warenhuis	100%	52%	0%	45%	0%	3%
Bouwmarkt	100%	27%	2%	48%	0%	23%
Postorder	100%	0%	17%	0%	0%	83%
Overig	100%	36%	4%	49%	0%	11%

Bron: Productschap Tuinbouw/GfK

- Wanneer wordt gekeken naar bol-op-pot, dan wordt over het algemeen het meeste geld besteed aan narcis, op de voet gevolgd door de hyacint.
- Bij het kanaal postorder is een uitschieter te zien voor crocus. De totale bestedingen bij dit kanaal zijn echter zeer laag (zie tabel 2), waardoor deze cijfers minder betrouwbaar zijn.

4 Verenigd Koninkrijk

4.1 Snijbloemen

- De marktomvang van snijbloemen in het Verenigd Koninkrijk bedroeg in 2006 circa € 2.820 miljoen. Dit is een stijging van 15% ten opzichte van 2003.

Tabel 20: Belang soorten snijbloemen per afzetkanaal (Basis: penetratie tweewekelijks 2007)

	Aantal mensen dat hier planten		Soorten bloemen																				
	Totaal	Roos	Chrysant	Lelie	Anjer	Narcis	Gemengd boeket	Tulp	Gladiol	Fresia	Orchidee	Trosanjier	Zonnebloem	Dahlia	Alstroemeria	Lelietje van Dalen	Zantedeschia	Gerbera	Amaryllis	Lathyrus	Anemone	Overig	
Convenience store (Tesco Metro, Londis, etc)	6%	100%	19%	16%	10%	14%	8%	5%	5%	2%	3%	1%	3%	1%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	8%
Bouwmarkt (B&Q, Homebase, etc)	0%	100%	9%	9%	0%	4%	4%	0%	13%	22%	4%	13%	0%	0%	9%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	13%
Bloemist	14%	100%	26%	9%	20%	10%	5%	11%	3%	0%	2%	1%	1%	1%	0%	1%	1%	2%	0%	0%	0%	0%	6%
Benzinepomp (Shell, BP, etc)	1%	100%	27%	11%	11%	18%	7%	7%	10%	0%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	5%
Tuincentrum	1%	100%	18%	12%	8%	17%	10%	5%	1%	3%	6%	3%	3%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	3%	3%	3%	8%
Kwekerij	1%	100%	4%	37%	20%	10%	10%	8%	4%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	0%	0%	0%	4%	0%	0%	0%	0%
Internet (anders dan supermarkt site)	1%	100%	38%	3%	18%	7%	4%	17%	3%	0%	3%	4%	0%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%
Postorder	0%	100%	18%	9%	18%	27%	0%	6%	9%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%	6%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Marktkraam	5%	100%	17%	7%	11%	16%	10%	7%	7%	2%	3%	1%	2%	4%	1%	1%	0%	2%	0%	1%	0%	0%	6%
Supermarkt (persoonlijk)	68%	100%	17%	16%	17%	14%	5%	9%	5%	1%	3%	1%	3%	1%	0%	1%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	6%
Supermarkt (Internet)	1%	100%	23%	18%	19%	19%	9%	4%	1%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%
Lokale winkel (bv. groentewinkel)	0%	100%	17%	33%	21%	17%	0%	4%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	8%

Bron: Productschap Tuinbouw/TNS

* Op basis van tweewekelijkse metingen waar mensen voor het laatst planten hebben gekocht

- Het belangrijkste afzetkanaal is de supermarkt, 68% van de consumenten geeft in 12 metingen door het jaar aan dat zij hier in de afgelopen twee weken voor het laatst bloemen hebben gekocht. Na de supermarkt volgen de bloemist (14%), de convenience store (6%) en de marktkraam (5%).
- In bijna alle afzetkanalen is de roos het belangrijkste product. Alleen bij de bouwmarkt, kwekerij, postorder en kleine winkel staan andere snijbloemen op de eerste plaats. Het totale aantal aankopen binnen deze afzetkanalen is in de metingen echter erg laag (zie kolom 1), waardoor deze cijfers minder betrouwbaar zijn.

4.2 Kamerplanten

- De marktomvang van kamerplanten in het Verenigd Koninkrijk bedroeg in 2006 circa € 773 miljoen. Dit is een stijging van ruim 4% ten opzichte van 2003.

Tabel 21: Belang soorten kamerplanten per afzetkanaal (Basis: penetratie tweewekelijks 2007)

	Aantal mensen dat hier planten koopt*	Overig bloeiende planten																		
	Totaal	Voorjaarsbollen	Orchidee	Sansevieria	Overige groene planten	Gemengde kamerplanten	Cactussen	Cyclamen	Spathiphyllum	Chrysanth	Saintpaulia	Poinsettia	Hedera	Begonia	Palm	Begonia	Azalea	Overig		
Convenience store (Tesco Metro, Londis, etc)	3%	100%	24%	9%	11%	0%	4%	0%	0%	2%	9%	0%	11%	11%	0%	7%	0%	4%	4%	4%
Bouwmarkt (B&Q, Homebase, etc)	12%	100%	20%	0%	7%	0%	13%	7%	4%	1%	7%	2%	0%	3%	5%	3%	7%	1%	1%	17%
Bloemist	6%	100%	23%	5%	8%	0%	3%	10%	1%	13%	0%	5%	9%	4%	3%	1%	10%	0%	0%	6%
Benzinepomp (Shell, BP, etc)	1%	100%	43%	0%	0%	43%	0%	0%	0%	0%	14%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Tuincentrum	20%	100%	18%	3%	12%	0%	7%	5%	1%	7%	2%	6%	5%	2%	1%	3%	1%	4%	7%	15%
Kwekerij	3%	100%	15%	0%	17%	0%	22%	13%	2%	15%	0%	2%	0%	0%	0%	4%	0%	4%	4%	0%
Internet (anders dan supermarkt site)	1%	100%	50%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Postorder	1%	100%	30%	20%	10%	20%	0%	0%	20%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Marktkraam	6%	100%	11%	4%	9%	0%	7%	4%	2%	9%	4%	6%	4%	0%	0%	7%	3%	6%	1%	21%
Supermarkt (persoonlijk)	41%	100%	13%	5%	12%	1%	7%	6%	2%	4%	6%	12%	3%	10%	1%	3%	1%	2%	2%	10%
Supermarkt (Internet)	1%	100%	30%	20%	0%	0%	0%	10%	20%	0%	0%	0%	0%	0%	20%	0%	0%	0%	0%	0%

Bron: Productschap Tuinbouw/TNS

* Op basis van tweewekelijkse metingen waar mensen voor het laatst planten hebben gekocht

- Het belangrijkste afzetkanaal is de supermarkt, 41% van de consumenten geeft in 12 metingen door het jaar aan dat zij hier in de afgelopen twee weken voor het laatst kamerplanten hebben gekocht. Na de supermarkt volgen het tuincentrum (20%) en de bouwmarkt (12%).
- In de drie belangrijkste afzetkanalen is de orchidee het belangrijkste product. Alleen bij de bouwmarkt, kwekerij, postorder en kleine winkel staan andere kamerplanten op de eerste plaats. Het totale aantal aankopen binnen deze afzetkanalen is in de metingen echter erg laag (zie kolom 1), waardoor deze cijfers minder betrouwbaar zijn.

5 Frankrijk

5.1 Snijbloemen

- De marktomvang van snijbloemen in Frankrijk bedroeg in 2005 circa € 1.891 miljoen. Dit is een daling van 4% ten opzichte van 2003.

Tabel 22: Belang productvormen snijbloemen Frankrijk (Basis: bestedingen)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Per stuk verkocht (terplekke gemaakt, excl. Bloemstukken)	20%	19%	20%	18%	20%	21%
- Monobos	11%	12%	11%	11%	12%	13%
- mengboeket	9%	8%	9%	8%	8%	8%
Boeketten (kant-en-klaar, excl. Bloemstukken)	35%	36%	36%	37%	40%	39%
- Monobos	21%	21%	21%	21%	21%	21%
- mengboeket	15%	15%	15%	16%	18%	17%
Bloemstukken	30%	31%	30%	31%	28%	28%
Schalen/bakken planten	12%	12%	13%	13%	11%	11%
Overig (bonsai, droogbloemen, etc)	2%	2%	2%	1%	1%	1%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Bron: Productschap Tuinbouw/Oniflor

- Boeketten vormen het belangrijkste product in de afzet van snijbloemen.
- De bestedingen aan monoboeketten zijn iets hoger dan aan gemengde boeketten.
- De bestedingen aan bloemstukken en schalen/bakken zijn de afgelopen jaren licht gedaald.

Tabel 23: Belang product(vorm) per afzetkanaal (Basis: bestedingen 2005)

2005	Roos per stuk	Rozenboeketten	boeketten	snijbloemen en boeketten	snijbloemen per stuk
Bloemist	76%	44%	52%	61%	78%
Zaadwinkel	1%	1%	0%	0%	0%
Marktverkoop	7%	10%	13%	11%	7%
Tuincentrum	4%	3%	4%	4%	4%
Hyper-/supermarkt	3%	36%	27%	19%	3%
Kweker	8%	6%	3%	4%	6%
Overig	1%	1%	1%	1%	2%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%

Bron: Productschap Tuinbouw/Oniflor

- De bloemist is verreweg het belangrijkste afzetkanaal, met name voor de verkoop van snijbloemen per stuk en rozen per stuk.
- Voor de verkoop van boeketten is de hyper-/supermarkt ook een belangrijk afzetkanaal.

Tabel 24: Belang bloemsoort (Basis: bestedingen)

	2001	2002	2003	2004	2005
Roos	40%	41%	44%	43%	45%
Anjer	13%	11%	10%	10%	9%
Tulp	14%	14%	15%	14%	12%
Chrysan /Margriet	7%	7%	5%	4%	3%
Mimosa	2%	2%	2%	1%	2%
Gladiol	2%	3%	2%	2%	2%
Anemoon	2%	2%	2%	1%	1%
Lelie	2%	2%	2%	2%	3%
Narcis	2%	1%	1%	1%	2%
Fresia	1%	2%	1%	1%	1%
Iris	1%	1%	1%	1%	0%
Orchidee	1%	2%	2%	2%	3%
Pioen	0%	0%	0%	1%	2%
Overig	13%	14%	13%	17%	16%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%

Bron: Productschap Tuinbouw/Oniflhor

- De roos heeft met 45% in 2005 het grootste aandeel in de bestedingen aan snijbloemen. Sinds 2001 is het belang van de roos licht gegroeid.
- Na de roos besteedt de consument het meest aan tulp en anjer. De bestedingen aan deze bloemen zijn sinds 2001 echter wel licht afgenomen.
- De bestedingen aan chrysan/margriet zijn sinds 2001 met meer dan de helft gedaald.

5.2 Kamerplanten

- De marktomvang van kamerplanten in Frankrijk bedroeg in 2005 circa € 1.206 miljoen. Dit is een stijging van 2% ten opzichte van 2003.

Tabel 25: Belang productvormen kamerplanten Frankrijk (Basis: bestedingen)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Bloeiende planten	92%	92%	91%	92%	92%	90%
Groene planten	8%	8%	9%	8%	8%	10%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Bron: Productschap Tuinbouw/Oniflhor

- De bestedingen aan bloeiende planten zijn aanzienlijk hoger dan aan groene kamerplanten. Op elke euro die wordt besteed aan groene planten, wordt negen euro aan bloeiende kamerplanten besteed.
- De bestedingen aan groene kamerplanten zijn de afgelopen jaren licht gestegen.

Tabel 26: Belang product(vorm) per afzetkanaal (Basis: bestedingen 2005)

2005	Bloeiende planten				Groene kamerplanten
	Potchryasant	Azalea	Cyclamen		
Bloemist	37%	20%	52%	36%	30%
Zaadwinkel	2%	2%	1%	2%	2%
Marktverkoop	8%	11%	11%	8%	3%
Tuincentrum	17%	15%	14%	22%	40%
Hyper-/supermarkt	19%	25%	11%	14%	15%
Kweker	11%	19%	7%	15%	5%
Overig	6%	7%	3%	4%	6%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%

Bron: Productschap Tuinbouw/Oniflor

- Voor bloeiende kamerplanten is de bloemist met een aandeel van 37% in de totale bestedingen het belangrijkste afzetkanaal, gevolgd door de hyper-/supermarkt (19%) en het tuincentrum (17%). Potchryasanten worden relatief veel via de hyper-/supermarkt verkocht.
- Het tuincentrum is voor groene planten met een aandeel van 40% in de totale bestedingen het belangrijkste afzetkanaal, gevolgd door de bloemist (30%) en de hyper-/supermarkt (15%).