

---

## **De Spaanse consument en kamerplantstijlen**

Kwalitatief onderzoek naar stijlmogelijkheden voor de Spaanse kamerplantenmarkt

---

**2008 / 99**

---

---

**Zoetermeer, november 2008 - Frederieke Vermeer**

---

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](mailto:smt@tuinbouw.nl) Internet [www.tuinbouw.nl](http://www.tuinbouw.nl)

---

Auteur **Frederieke Vermeer** Telefoon (079) 3470 658 E-mail [f.vermeer@tuinbouw.nl](mailto:f.vermeer@tuinbouw.nl)

---



# Inhoudsopgave

<b>Samenvatting</b>	<b>7</b>
<b>1 Inleiding</b>	<b>9</b>
1.1 Achtergrond	9
1.2 Doelstelling	9
1.3 Onderzoeksmethode	9
1.4 Steekproef	9
1.5 Stijlgroepen	10
1.6 Rapportage	10
<b>2 Houding ten opzichte van kamerplanten</b>	<b>11</b>
2.1 Waarden en associaties met kamerplanten	11
2.2 Bloeiende kamerplanten versus groene kamerplanten	12
<b>3 De Spaanse kamerplantkoopster</b>	<b>13</b>
3.1 Wanneer koopt de Spaanse consument kamerplanten	13
3.2 Wanneer kiest men voor bloeiend en wanneer voor groen	14
3.3 Waar koopt men kamerplanten en waarom daar	15
3.4 Waar let men op bij het kopen van een kamerplant	16
3.5 Waar haalt de Spaanse consument zijn ideeën vandaan	16
3.6 De invloed van het ouderlijk huis en eigen ervaringen	17
3.7 Barrières	18
<b>4 Stijlen en kamerplanten</b>	<b>19</b>
4.1 Spontaan te definiëren stijlen	19
4.2 Beoordeling 'Ellen Modern', 'Ellen gezellig', 'Sophie', 'Truus' en 'Vanessa'.	20
4.2.1 Ellen Modern	20
4.2.2 Ellen Gezellig	20
4.2.3 Sophie	21
4.2.4 Vanessa	21
4.2.5 Truus	22
4.3 Voorkeuren op een rij	22
<b>5 Consumenten verwachtingen en wensen</b>	<b>23</b>
5.1 Verwachte ontwikkeling in de kamerplanten markt	23
5.2 Wensen ten aanzien van de kamerplanten markt	23
<b>6 Aanbevelingen</b>	<b>25</b>



# Samenvatting

De explosief groeiende interesse voor interieurdecoratie op de Spaanse markt biedt vele kansen voor de afzet van Nederlandse kamerplanten. Om effectief op deze ontwikkeling in te kunnen spelen is met groepsdiscussie getracht inzicht te krijgen in het huidige koopgedrag en voorkeuren van de Spaanse consument wat betreft kamerplantstijlen. In deze samenvatting leest u de belangrijkste conclusies van het onderzoek.

Het hebben van kamerplanten is voor veel Spaanse consumenten een uitdaging en brengt risico's met zich mee. Als men de kamerplanten niet goed verzorgd, zullen deze immers afsterven. Dit laatste is erg onwenselijk omdat dit zou suggereren dat je geen zorgzaam persoon bent. Bij kamerplantaankopen voor eigen gebruik kiest men dan ook vaak voor veilige kamerplanten. Veelal groene kamerplanten waarmee men al enigszins bekend is. Bloeiende kamerplanten koopt men eerder als cadeau en in tegenstelling tot eigen gebruik aankopen, altijd met sierpot. De combinatie van een hoge mate van onwetendheid omtrent de verzorging van kamerplanten en het risico van falen, weerhoudt Spanjaarden vaak van het aankopen van onbekende (bloeiende) kamerplanten.

De meesten Spanjaarden kopen hun kamerplanten bij de (buurt) bloemist. Het persoonlijke advies en de vakbekwaamheid van deze specialist zijn de sterkste punten van dit verkoopkanaal. Wanneer men meer ervaring en kennis krijgt in het verzorgen van kamerplanten, wordt het interessant om naar tuincentra te gaan. Het ruime aanbod is daar ideaal en ook van goede kwaliteit volgens de ondervraagden. Wel ontbreekt het aan goede persoonlijke advisering en zijn de tuincentra daarnaast moeilijk bereikbaar doordat ze meestal aan de rand van de stad liggen. Overige verkoopkanalen spelen een meer secundaire rol en hangen sterk samen met impulsaankopen. Zeker in het voorjaar wanneer al het aanbod op straat gepresenteerd wordt.

Verskillende aspecten beïnvloeden het aankoopgedrag. Zo blijkt dat wat men van het ouderlijk huis uit gewend is, vaak over te nemen. Maar ook vrienden hebben invloed op het gedrag. Niet alleen op gebied van informatie uitwisseling maar ook als inspiratiebron, als een vriend een leuke maar onbekende kamerplant in huis heeft staan. Het voordeel hiervan is dat ervaringen met de onbekende plant eerst onderling uitgewisseld kunnen worden. Andere inspiratiebronnen zijn Tv-programma's over tuinieren en interieurtijdschriften. Eenmaal op de verkoopplaats speelt onder andere versheid, uitstraling, grootte, vorm en kleur een rol in de uiteindelijke keuze.

Voor het vaststellen van stijlvoorkeuren zijn door een arrangeur pot-plantcombinaties gemaakt, op basis van de Bloemenbureau Holland stijldefinities Ellen Modern, Ellen Gezellig, Sophie, Truus en Vanessa. Uit de vergelijking van deze kamerplantensets komen een aantal dingen duidelijk naar voren. Zo lijkt het huidige Spaanse aanbod sterk Truus georiënteerd te zijn, aangezien de 'Truus' combinaties erg herkenbaar zijn en veel ondervraagden deze in huis hebben. Echter, wanneer we kijken naar de stijlsets die de Spaanse ondervraagden het meest aanspreken en welke ze zouden ambiëren voor toekomstige aankopen, dan zijn dit de Ellen Gezellig en Ellen Modern combinaties in het bijzonder. De Vanessa combinaties veroorzaken daarentegen nogal wat opwinding en verdeeldheid. Of men houdt ervan, of men vindt het verschrikkelijk. Opmerkelijk, aangezien bij de andere stijlsets altijd wel iets in de smaak viel. De Spaanse markt lijkt dan ook nog niet rijp genoeg voor Vanessa. De stijl 'Sophie' tot slot vindt men wel mooi, maar door het krullerige vooral geschikt voor bloeiende kamerplanten en cadeaugebruik.

Tot slot, stijlgeoriënteerde pot-plantcombinaties met informatie en benodigdheden voor de verzorging blijken wenselijk te zijn. Nog idealer zou het zijn als deze stijlcombinaties ook toegankelijker zouden zijn. Het aanbieden van dergelijke combinaties in supermarkten, maar bijvoorbeeld ook in interieurzaken wordt door de ondervraagden aanbevolen.





# 1 Inleiding

## 1.1 Achtergrond

Een toenemende interesse in interieurdecoratie en stijlen is waarneembaar op de Spaanse markt. Zo deed woonwarenhuis Ikea in 1996 haar intrede en heeft ondertussen 11 warenhuizen gevestigd. Maar ook het Spaanse 'Inditex', moederbedrijf van de gerenommeerde modeketen 'Zara', heeft een interieurketen opgestart. In 2003 opende zij haar 1<sup>e</sup> 'Zara Home' filiaal. Nú 5 jaar later, telt Zara Home 111 filialen in Spanje. Deze explosief groeiende interesse in interieurdecoratie biedt vele kansen voor de afzet van Nederlandse kamerplanten. Echter, om effectief in te kunnen spelen op bovengenoemde ontwikkeling is meer inzicht nodig in het huidige koopgedrag en voorkeuren van de Spaanse consument.

## 1.2 Doelstelling

Dit onderzoek heeft tot doel meer inzicht te geven in het koopbeslissingsproces van de Spaanse consument inzake kamerplanten en welke voorkeuren men heeft betreffende verschillende stijlen.

## 1.3 Onderzoeksmethode

Om bovenstaande doelstelling goed te kunnen beantwoorden, is gekozen voor groepsdiscussies (GD) uitgevoerd door onderzoeksbureau Research International Spanje. In totaal hebben 4 groepsdiscussies plaatsgevonden met elk 8 respondenten. Zoals te lezen in onderstaand overzicht zijn de groepsdiscussies verdeeld naar twee leeftijdsgroepen en afgenomen in zowel Madrid en als Barcelona.

	Madrid	Barcelona
25 - 35 jaar	1 GD	1 GD
36 - 45 jaar	1 GD	1 GD

Groepsdiscussies hebben een kwalitatieve onderzoeks aard en zijn er op gericht om meer inzicht te geven in een bepaald vraagstuk. De resultaten van dit onderzoek geven dan ook een richting aan en zijn indicatief van aard.

## 1.4 Steekproef

Enkel vrouwelijke kamerplantkopers tussen de 25 en 45 jaar hebben deelgenomen aan het onderzoek. Om affiniteit met het product te waarborgen voldoen alle ondervraagden aan de volgende criteria; ten minste 3 kamerplantaankopen in de afgelopen 12 maanden (cadeau & eigen gebruik). Verdere criteria waaraan voldaan is;

- (Hoofd)verantwoordelijk voor de huishoudelijke aankopen
- Als fulltimer dan wel parttimer werkzaam
- Goede mix van gemiddelde en hoge inkomens
- Woonachtig in Madrid of Barcelona, i.v.m. onderzoekslocaties
- Elke groep mix van alleenstaande en samenwonende/gehuwde

## **1.5 Stijlgroepen**

Voor het vaststellen van stijlvoorkeuren is gebruik gemaakt van de stijlgroepen 'Ellen modern', 'Ellen gezellig', 'Sophie', 'Truus' en 'Vanessa'. Een arrangeur die goed bekend is met deze stijlgroepen en de stijldefinities zoals Bloemenbureau Holland deze hanteert, heeft per stijl pot-plantcombinaties gemaakt. Zowel Madrid als Barcelona hebben een identieke set ontvangen voor het onderzoek. De ondervraagden hebben deze pot-plantcombinaties beoordeeld tijdens de groepsdiscussies.

## **1.6 Rapportage**

Hoofdstuk 2 gaat in op de houding en associaties die men ten opzichte van bloeiende en groene kamerplanten heeft. Vervolgens wordt in hoofdstuk 3 het huidige koopgedrag beschreven. Hoe men de verschillende stijlgroepen beoordeeld en welke voorkeuren er zijn, leest u in hoofdstuk 4. In hoofdstuk 5 en 6 leest u tot slot de conclusies en aanbevelingen.

## 2 Houding ten opzichte van kamerplanten

Om op de Spaanse kamerplantenmarkt in te kunnen spelen, is het belangrijk om eerst vast te stellen hoe men überhaupt tegenover kamerplanten staat. Welke rol spelen kamerplanten in het dagelijkse leven van de Spaanse consument? Welke waarden kent men kamerplanten toe? Deze en andere vragen zijn tijdens de groepsdiscussies gesteld om zo de houding van de Spaanse consument ten opzichte van kamerplanten vast te stellen. De resultaten leest u in dit hoofdstuk.

### 2.1 Waarden en associaties met kamerplanten

Uit de discussies kwam naar voren dat kamerplanten een woning tot leven brengen, harmonie creëren en bijdragen aan een gezonde leefomgeving. De harmonie die kamerplanten aan een ruimte geven, wordt vaak aangehaald door de ondervraagden. Een woonkamer met kamerplanten is volgens de ondervraagden gezelliger, warmer, knusser en huiselijker. Door het ruime aanbod in soorten en kleuren kun je een kamer zelfs persoonlijker en vrolijker maken en een geheel eigen stijl geven. Naast het plezier dat men beleeft aan alle kleuren die kamerplanten met zich meebrengen, heeft men het ook vaak over de geur van kamerplanten. Vooral de geur van bloeiende kamerplanten zou tot sensorische harmonie en welbehagen leiden.

Kamerplanten worden ook sterk geassocieerd met de natuur. Woningen zouden tegenwoordig ruimschoots voorzien zijn van allerlei technische snufjes en gekunstelde dingen. Kamerplanten daarentegen zijn levende objecten en brengen volgens de ondervraagden natuurlijkheid in huis. Ook associeert veel ondervraagden kamerplanten met gezondheid. De aanwezigheid van kamerplanten leidt namelijk tot een zuurstofrijkere en daarmee gezondere leefomgeving. Daarnaast zien sommigen het verzorgen van kamerplanten als een ontspannende activiteit.

Opvallend is nog dat de ondervraagden kamerplanten sterk associëren met zorgzaamheid. Kamerplanten zijn namelijk afhankelijk van de aandacht en verzorging van de verzorgster. Deze afhankelijkheid schept volgens de ondervraagden een relatie tussen de verzorger en de kamerplanten, die veel voldoening geeft bij succes. Het hebben van mooie, gezonde kamerplanten suggereert volgens velen dan ook dat je een zorgzaam persoon bent. Zonder jouw goede zorg zouden de kamerplanten immers niet kunnen bestaan.

Enkele citaten van de ondervraagden:

*“They give good vibrations.”*

*They light up the room and make it cozy and homey.”*

*“Disconnecting from stress and the city, it’s like being in the nature.”*

*“We have lots of electronic devices at home. Plants are more natural, they belong to the planet.”*

*“When there are plants at home, you breathe better.”*

*“They give a personal touch.”*

*“I live alone, they give me company.”*

*“You forget your worries while you’re taking care of them.”*

*“It’s a living being that asks for a little and gives you a lot.”*

*“Giving a plant is like a pet, but it’s not that complicated.”*

*It’s lovely to see them growing because of you bought them with no warranty and you managed to make them live”.*

## 2.2 Bloeiende kamerplanten versus groene kamerplanten

De meesten vinden groene kamerplanten houdbaarder en makkelijker in onderhoud dan bloeiende kamerplanten. Met andere woorden, veel plezier voor weinig moeite. Daarnaast zou men groene kamerplanten makkelijker en veelzijdiger toepasbaar vinden in verschillende interieurstijlen dan bloeiende kamerplanten. Groene kamerplanten vindt men mannelijker, robuuster en meer op zichzelf staan, terwijl bloeiende kamerplanten weer vrouwelijker, lieflijker, afhankelijker en verfijnder overkomen.

Bloeiende kamerplanten blijken bij de meeste ondervraagden frustraties op te roepen. Men geeft aan het moeilijk te vinden om een bloeiende plant lang in bloei te houden en eenmaal uitgebloeid ook weer in bloei te krijgen. Bloeiende kamerplanten zouden meer vakmanschap vergen. Ondanks dat bloeiende kamerplanten hen vaak meer aanspreken, houdt het risico van falen hen dan ook vaak tegen om tot aankoop over te gaan. Slechts enkele zien bloeiende kamerplanten juist weer als een uitdaging. Als het hen lukt om de plant langdurig in bloei te houden of weer in bloei te krijgen is de euforie groot. Het lijkt erop dat zij meer vertrouwen hebben in hun vaardigheden en/of het minder erg vinden als de plant dood gaat.

Enkele citaten betreffende groene kamerplanten;

*“They will survive anyway”*  
*“You water them once per week and that’s all”*  
*“They grow up alone”*  
*“A foliage plant fits everywhere whilst a flowering plant is more specific”*

Enkele citaten betreffende bloeiende kamerplanten;

*“They have an expiring date”*  
*“I never manage to make the flowers bloom again.... it makes me feel sad.”*  
*“They need more care, you have to pamper them more, I see them more fragile.”*  
*“Foliage plants are like a girl in a black or dark suite, flowering plants are like wearing jeans and a sexy top”*  
*“I’m thrilled when I succeed in keeping it blooming.”*

## 3 De Spaanse kamerplantkoopster

In het voorgaande hoofdstuk heeft u kunnen lezen hoe de Spaanse consumenten over kamerplanten denken. Dit hoofdstuk geeft meer inzicht in het daadwerkelijk koopgedrag. Vragen die daarbij o.a. gesteld worden zijn: Wanneer koopt men kamerplanten, waar koopt men kamerplanten en wat koopt men. Ook leest u welke aspecten het koopgedrag van de Spaanse consument beïnvloeden.

### 3.1 Wanneer koopt de Spaanse consument kamerplanten

Het kopen van kamerplanten voor eigen gebruik blijkt aan een aantal aspecten gekoppeld te zijn. Zo zijn aankopen vaak **seizoensgebonden**. De meeste ondervraagden kopen hun kamerplanten vooral in het voorjaar. Simpelweg doordat er in dat seizoen veel meer bloemen en kamerplanten uitstallingen op straat zijn en men daardoor verleid wordt. Ook is volgens de Spaanse vrouwen het aanbod in het voorjaar ruimer, aantrekkelijker en kwalitatief beter. Kamerplanten bloeien immers van nature vooral in het voorjaar volgens de ondervraagden. Daarnaast vindt men het heerlijk om na de donkere wintermaanden de vrolijkheid en warmte van het voorjaar in huis te halen. Redenen om juist in de herfst en vooral de winter kamerplanten te kopen, is dat je dan veel binnenshuis bent en kamerplanten dan vitaliteit en energie geven. In de zomer kopen de Spaanse vrouwen het minst vaak kamerplanten in verband met de ongunstige klimaat en omdat men in die periode veel van huis is.

*“I buy indoor pot plants in springtime, when there is more light... to feel the spring inside home.”*

Een ander aspect dat invloed heeft op eigen gebruik aankopen is de **gemoedstoestand** waarin men is. Zo geven de vrouwen enerzijds aan spontaan kamerplanten te kopen wanneer men goed gemutst is. De plant benadrukt en reflecteert in dat geval het goede humeur van dat moment. Op lange termijn herinnert de plant hen constant aan dat heerlijke moment. Anderzijds, zou het kopen van een plant juist ook opfleurend en troostend werken wanneer men zich bijvoorbeeld somber of verdrietig voelt

*“I buy them depending on my mood; If I'm happy I buy more and if I'm sad I buy a plant to lift me up.”*

Verder blijken eigen gebruik aankopen sterk gerelateerd te zijn aan de **levenscyclus van de consument**. Zo zou de behoefte om kamerplanten te kopen sterk toenemen wanneer je (voor het eerst) een eigen woning hebt. Kamerplanten onderstrepen het gevoel van volwassenheid en dat je op eigen benen kan staan. Daarnaast bieden kamerplanten de mogelijkheid om je eigen persoonlijkheid en smaak te benadrukken. Bij een verhuizing naar een andere woning helpen kamerplanten juist weer om je snel thuis en op je gemak te voelen. En wanneer je het interieur helemaal over een andere boeg wilt gooien dan kun je met kamerplanten je nieuwe stijl versterken. Aldus de ondervraagden.

*“When I lived at my parents house I never bought plants. It was their house. Now that I have my own I buy them.”*

Ook **kinderen** blijken een belangrijke rol in kamerplantaankopen te spelen. Enkele deelnemers met kinderen geven aan dat kamerplanten een ideaal middel zijn om meer interactie met hun kinderen te hebben. Door ze te betrekken in het aankoopproces en de verzorging van kamerplanten, scheidt het niet alleen een sterkere band tussen ouder en kind maar is het ook een ideale manier om kinderen dingen te leren over de natuur en het leven.

*“My daughter loves to help me watering the plants. It’s our special moment.”*

Tot slot geeft men ook aan vaker kamerplanten te kopen **naar mate men ouder wordt**. Kinderen verlaten het huis waardoor er meer tijd is voor hobby’s zoals kamerplanten verzorgen. Daarnaast zouden kamerplanten het zogeheten ‘empty nest’ gevoel verzachten. Een andere reden om meer kamerplanten te kopen naar mate men ouder wordt, is de behoefte voor een rustiger leven. Het verzorgen van kamerplanten past hier prima bij.

*“the house feels empty when the kids leave the home you know... Now I have my plants to take care of.”*

In het geval van **cadeau gebruik** is er altijd sprake van een geplande aankoop en spelen bovenstaande aspecten nauwelijks een rol. De smaak en interieurstijl van de ontvanger daarentegen zijn leidend. Kamerplanten zouden vooral geschikt zijn om cadeau te doen bij geboortes. Volgens de deelnemers staat een plant namelijk voor een nieuw leven. Maar ook als kleine attentie bij uitnodigingen van bekenden, is een kamerplant een geschikt cadeau. Een plant is origineler en persoonlijker dan een fles wijn, chocolade of een dessert.

*“I got loads of plants when I gave birth to my son!”*

*“My mom loves plants, I always give here a plant on special occasions.”*

*“When I know them I rather take a plant with me than chocolates, it’s more special.”*

### 3.2 Wanneer kiest men voor bloeiend en wanneer voor groen

De deelnemers kopen vaker groene kamerplanten voor zichzelf dan bloeiende. Niet frappant gezien ze groene kamerplanten makkelijker in onderhoud en langer houdbaar vinden. Groene kamerplanten zouden hierdoor de prijs meer waard zijn voor eigen gebruik. Opvallend is wel dat naar mate men meer ervaring met kamerplanten heeft, men meer uitdagende kamerplanten durft te kopen.

*I buy more now because I’m more receptive... I’m more mature... I have killed some plants, but I have succeed in keeping others... I’m more daring now.”*

*“When I buy for myself I prefer to spend my money on a plant that will live long than on a super delicate plant that will last short”*

*“We’re too busy to take care of flowering plants properly, foliage plants are better.”*

Voor cadeau gebruik geeft men aan vaker bloeiende kamerplanten te kopen. Dit past beter bij de feestelijke stemming en laat een beter indruk achter. Dat bloeiende kamerplanten doorgaans duurder zijn speelt in tegenstelling tot bij eigen gebruik, geen rol. Een cadeau mag immers wat duurder zijn volgens de ondervraagden. Bij cadeau gebruik koopt men altijd een plant met sierpot. Voor eigen gebruik is dit veel minder vaak het geval. Men heeft in dat geval al een geschikte pot of probeert de plant liever eerst even uit en koopt er later een pot bij.

*“When I buy for others, I buy the most beautiful one, but when I buy for me, I buy the most resistant one.”*

*“If you buy them for a gift, you take into account the pot, but if it’s for yourself, you mostly focus on the plant only.”*

### 3.3 Waar koopt men kamerplanten en waarom daar

Meestal kopen de ondervraagden hun kamerplanten bij de bloemist. Zeker als het om een cadeau aankoop gaat. Bloemisten zijn namelijk makkelijk bereikbaar doordat ze over de hele stad verspreid zijn. En worden daarnaast gezien als dé specialist op gebied van bloemen en kamerplanten. Ze verkopen kwaliteitsproducten, hebben kennis van zaken en bieden een zeer gevarieerd en exclusief assortiment aan. Dit laatste breidt zich doorgaans ook uit met sierpotten en andere gerelateerde accessoires. Verder wordt de persoonlijke advisering erg op prijs gesteld en vindt men bloemisten visueel aantrekkelijker dan andere verkoopkanalen door de mooie presentaties van de producten.

*“You can find a florist’s shop in your borough; they have the plants so well that they’re calling you!”*

*“They love their job.... You can ask them for advice.”*

Een ander verkoopkanaal wat men als specialistisch bestempeld, zijn de tuincentra. Ook daar zou men kennis van zaken hebben en is het aanbod in kamerplanten en randproducten zeer ruim. Zowel in soorten als in aantallen. Door dit laatste verwacht hebben de vrouwen tevens de verwachting dat tuincentra wat goedkoper zijn dan bloemisten. Groot nadeel van tuincentra is echter dat zij moeilijk bereikbaar zijn. Meestal liggen ze aan de buitenrand van steden en dorpen en zijn enkel bereikbaar met de auto. Tuincentra aankopen zijn dan ook bijna altijd geplande aankopen. Een ander groot nadeel van tuincentra is het gemis aan persoonlijke begeleiding zoals bij bloemisten wel het geval is. Opvallend is wel dat naar mate men meer ervaring krijgt met kamerplanten men vaker naar een tuincentrum gaat. Het brede aanbod zou hier de reden voor zijn.

*“In garden centres there are more types and in more quantity... they are professionals to: the plants are in good condition and most off the time they can give good advise. But it’s definitely less personal than buying at your florist.”*

Ook in supermarkten, op de markt en in warenhuizen zoals ‘El Corte Inglés’ worden kamerplanten verkocht. Echter men is minder goed te spreken over deze verkoopplekken. De kamerplanten zouden van slechte kwaliteit zijn doordat ze niet goed verzorgd worden. Het personeel is volgens de ondervraagden dan ook niet vakbekwaam. Daarnaast is het aanbod beperkt en uitgezonderd warenhuizen, heeft men nauwelijks gerelateerde randproducten. Als men op deze plekken een kamerplant koopt dan komt dit meestal door een aanbieding of het een spontane uitzondering op de regel.

*“They don’t take care about the plants and I think they \’ll last shorter... they treat them as if they were cans and there’s nobody who you can ask about them”*

*“If it’s a special offer, I might buy 3 or 4 of them. But normally no.”*

Bouwmarkten en de IKEA verschillen enkel van supermarkten en warenhuizen doordat de ondervraagden het logisch vinden om daar kamerplanten tegen te komen. Een bouwmarkt en woonwinkel zijn immers woninggeoriënteerd. Desondanks dit logische gevoel gaat men zelden bewust naar een bouwmarkt of de IKEA om kamerplanten te kopen. Voordeel van deze verkoopplekken is wel dat je kamerplanten vaak in een bepaalde setting of woonstijl kan beoordelen.

*“They have beautiful pots there.*

*“You can see how the plant fits in the room or a particular style.”*

Spanje kent tot slot ook nog de verkoop via kiosken. Barcelona in het bijzonder. Kiosken hangen volgens de ondervraagden een beetje tussen de bloemist en de markt in. Kwalitatief betere producten en meer kennis dan marktverkopers maar weer minder kwalitatief en vakbekwaam dan de bloemist. Het kamerplantenaanbod is beperkt. Kiosken verkopen meestal snijbloemen en randproducten kun je er volgens de Spaanse vrouwen al helemaal niet vinden. Een aankoop bij een kiosk is bijna altijd impulsief en vindt vaak plaats op weg naar huis. De ondervraagden geven aan niet vaak een plant bij een kiosk te kopen.

*“Now you see plants everywhere... all these stalls around and it's a temptation... I always and up buying something.”*

*“There not as good as a florist but are dedicated to the product as well.”*

*“They mostly sell flowers en some plants. I hardly see pots and such things.”*

### 3.4 Waar let men op bij het kopen van een kamerplant

Een belangrijk aspect waar men bij het kopen van een kamerplant naar kijkt, is of de plant er **kwalitatief** goed uitziet maar ook **levendig**. Dus intense kleuren, frisse uitstraling, geen beschadigingen, niet verdroogd enzovoort. Bij bloeiende kamerplanten let men ook op de **geur**. Verder kijkt men naar de **vorm** van de plant. Verschillende vormen roepen namelijk verschillende emoties op volgens de ondervraagden. Strakke, rechte en lineaire vormen komen bijvoorbeeld mannelijker, koeler en zakelijker over. Terwijl grillige, fijne en ronde vormen weer vrouwelijker, warmer en zachter over zouden komen. Verder kijkt men ook naar praktische elementen zoals de **grootte** van de plant, **mate van verzorging**, **standplaats** enzovoort. Indien men ook een sierpot bij de plant nodig heeft dan let men er goed op of de combinatie stijl- en verhoudingsgewijs bij elkaar past. Noemenswaardig is nog dat advisering tijdens de aankoop van grote waarde is voor de ondervraagden. Bijna alle ondervraagden laten zich graag adviseren en volgen dit advies doorgaans op.

*“Your home is a projection of how you are and the plants must fit in.”*

*“A sharp plant seems aggressive to me, whereas an extended one seems more tender. So shape matters.”*

*I ask advice to the shop assistant in order to decide which plant I take from the ones I like most.”*

*“They should be healthy and look fresh of course.”*

### 3.5 Waar haalt de Spaanse consument zijn ideeën vandaan

Magazines, Tv-programma's maar vooral ook het zien van andere kamerplanten en pot-plant combinaties bij vrienden en familie thuis, brengt de Spaanse consument op ideeën. Veel gelezen decoratiemagazines zijn Habitania, Nuevo Estilo, AD en Casa Viva. Het voordeel van magazines is dat je de plant gelijk in een totaal stijlplaatje ziet. Voorbeelden die doorgaans aanspreken doordat je volgens de ondervraagden meestal alleen de decoratiemagazines leest die je aanspreken. Tv-programma's zijn juist weer erg handig om meer kennis over de verzorging van kamerplanten op te doen en zo meer uitdagende kamerplanten durft te proberen. Decogarden en Bricomania (weekend programma's) worden als populaire en goede Tv-programma's genoemd. Het absolute voordeel van vrienden en familie als inspiratiebron, is dat je zowel een totaal plaatje ziet maar ook kan informeren naar de verzorging en vooral de persoonlijke ervaring met de plant.

*“Yes, I now and than look at these gardening programs... it not only gives you inspiration but also the necessary information to take care of that plant.*

*“The advantage of magazines is that you get a good idea of the total picture. So not only the plant it self but how it will fit in the interior as well.”*



### 3.6 De invloed van het ouderlijk huis en eigen ervaringen

De meeste ondervraagden geven aan dat zij zijn opgegroeid in een huis dat altijd vol stond met kamerplanten. Vaak wordt aangegeven dat men dezelfde kamerplanten koopt als in het ouderlijk huis omdat ze daar simpel weg mee bekend zijn. Een ander aspect dat het koopgedrag beïnvloed is de eigen ervaring die opgedaan wordt. De vrouwen geven aan vaak terug te vallen op kamerplanten die hen eerder goed bevallen zijn. Opvallend is nog dat de ondervraagden bij nieuwe soorten of problemen hun moeder vaak raadplegen voor advies.

*“When a plant gets ill I take it to my mother’s...it’s like a plant hospital.”  
I also buy plants which I’m familiar with... I know what to expect then.*

### 3.7 Barrières

Een dynamische leefwijze, huisdieren, allergieën en complexiteit zijn barrières voor het kopen van kamerplanten. Door de onregelmatigheid van een dynamische leefwijze zijn sommige vrouwen niet in staat om kamerplanten goed te verzorgen waardoor ze dood gaan. Huisdieren vreten kamerplanten weer aan en wroeten in de aarde en met complexe kamerplanten weet de meesten geen raad. Bijvoorbeeld kamerplanten uit een heel ander klimaat. Dat allergieën een barrière vormen spreekt voor zich.

Opmerkelijk is dat aardig wat ondervraagden het idee hebben dat kamerplanten overdag zuurstof afgeven maar dit 's nachts juist weer aan de ruimte onttrekken. Vanuit dat oogpunt zou je dan ook vooral moeten oppassen met kamerplanten op slaapkamers. Één dame wist zelfs te vertellen dat haar behandeld arts erop aandrong, om de grote hoeveelheid gekregen kamerplanten in de ziekenhuiskamer mee naar huis te nemen. Dit in verband met de gezondheid van haar pasgeboren zoon. Hoe onjuist dit beeld ook is, voor sommige ondervraagden is het een reden om geen kamerplanten op de slaapkamer te plaatsen én op te passen met de hoeveelheid kamerplanten in huis.

Tot slot, hoewel sommige ondervraagden de combinatie van kinderen en kamerplanten juist als positief en nuttig ervaren (paragraaf 3.1), blijkt dit voor anderen absoluut niet het geval te zijn. Sterker nog het werkt als een barrière. Zeker wanneer het gaat om jongere kinderen. Kinderen zouden net als huisdieren de kamerplanten (onbewust) vernielen tijdens het spelen en in de aarde wroeten. Men verwacht weer meer kamerplanten te kopen wanneer de kinderen ouder dan wel uit huis zijn.

## 4 Stijlen en kamerplanten

In de voorgaande hoofdstukken zijn het koopgedrag en de houding ten opzichte van kamerplanten besproken. Dit hoofdstuk gaat dieper in op de beoordeling van stijlgroepen. Een arrangeur die goed bekend is met de stijldefinities Ellen Modern, Ellen Gezellig, Vanessa, Truus en Sophie, heeft per stijl een achttal pot-plantcombinaties gemaakt. Zowel in Madrid als in Barcelona hebben de ondervraagden deze stijlsets beoordeeld.

### 4.1 Spontaan te definiëren stijlen

Voordat de ondervraagden de verschillende pot-plantcombinaties mochten beoordelen is hen eerst gevraagd wat voor stijlen zijn, in het algemeen, konden noemen. De volgende acht hoofdstijlen zijn hieruit naar voren gekomen:

- Minimalistisch: modern, strakke & duidelijke lijnen, simpele contrasten, harmonieus, uitgebalanceerd en oosterse inspiratie (Zen).
- Rustiek 1: platteland, groen, natuurlijk, verwilderd en degelijk
- Rustiek 2: gemoedelijk, gezellig, vrouwelijk en jeugdig
- Klassiek 1: rococo, krullerig, gecompliceerd en overdaad
- Klassiek 2: ouderwets, standaard, degelijke en symmetrisch
- Kantoorachtig: functioneel, onpersoonlijk, houdbaar en groene kamerplanten
- 'Glamorous': subtiel, neigt naar kitsch, extravagant, mix van verschillende materialen
- Perfectionist: geordend, voorspelbaar, alles past perfect bij elkaar, harmonieus maar niet spontaan
- Exotisch: buitenlands, tropisch, kleurrijk, aparte vormen, en warm
- Simpel: duidelijk, ongecompliceerd, comfortabel, gemakkelijk en niet tijdrovend

Meest opvallend is dat twee hoofdstijlen op twee verschillende manieren omschreven worden. Wanneer we naar de stijlgroep 'Rustiek' kijken dan zou nummer 1 ook als 'Natuurlijk' gedefinieerd kunnen worden en nummer 2 als 'Gezellig'. Voor de 'Klassieke' stijl zou omschrijving nummer 1 ook als 'Romantisch' gedefinieerd kunnen worden en nummer 2 als 'Ouderwets'. Bovenstaande illustreert niet alleen duidelijk dat één stijl verschillend kan overkomen maar illustreert ook dat termen in verschillende landen/culturen een andere lading/betekenis kunnen hebben.

## 4.2 Beoordeling 'Ellen Modern', 'Ellen gezellig', 'Sophie', 'Truus' en 'Vanessa'.

Na het spontaan benoemen van stijlen zijn de ondervraagden gevraagd de vijf kamerplantensets te benoemen en te beoordelen. Om groepsinvloeden te voorkomen hebben de ondervraagden hun indrukken eerst op papier moeten zetten. Vervolgens zijn de kamerplantensets achtereenvolgend besproken. Tot slot zijn de definities zoals Bloemenbureau Holland deze hanteert aan de deelnemers voorgelegd.

### 4.2.1 Ellen Modern

De 'Ellen Modern' pot-plantcombinaties passen volgens de ondervraagden goed bij de stijl die zij 'Minimalistisch' noemen en vormen een eenheid. Strakke sierpotten, 'design' georiënteerd, verticale & ranke lijnen, elegant, keurig en rust zijn positieve aspecten die genoemd worden. Verder passen de pot-plantcombinaties volgens de vrouwen goed binnen de huidige interieurtrends die zij nu op de Spaanse markt zien. De groene kleur is duidelijk dominant en het witte accent hier en daar geeft het geheel een plezierig accent.

*"It's easy to combine, to adept to different environments."*

*"It'd be loved by a self-confident women who works as a manager and lives in a sophisticated big flat."*



Ondanks dat de pot-plantcombinaties de ondervraagden erg aanspreken vindt men de stijl ook wel wat aan de koele kant, functioneel, mannelijk en te gecontroleerd. De stijl zou wel wat dynamiek en vitaliteit kunnen gebruiken.

De rood omcirkelde pot-plantcombinatie valt buiten de boot volgens de ondervraagden. Men wijst de 'Vanessa' en 'Sophie' combinaties aan wanneer er gevraagd wordt waar de plant dan beter bij past.

### 4.2.2 Ellen Gezellig

De pot-plantcombinaties die de stijlgroep 'Ellen gezellig' reflecteren, vindt men goed passen bij de stijlomschrijving Rustiek 1. De combinaties komen landelijk, verwilderd (in de positieve zin van het woord), houdbaar, levendig, fris, uitbundig, authentiek jeugdig, spontaan en informeel over. Men vindt de sfeer van de combinaties niet onaardig maar de gebruikte potten spreekt de meerderheid minder aan. Opvallend is wel dat de 'Ellen Gezellig' combinaties meer in de smaak vallen bij de ondervraagden in Barcelona dan in Madrid.

*"The pots are not inviting... look like 2<sup>nd</sup> hand, expect the one with the little woods."*

*"it's a bit IKEA-like... it would fit perfect with that style. Pleasantly casual"*



Volgens de vrouwen ontbreekt het de stijl wel aan kleur. Daardoor komt het hen te neutraal, simpel en functioneel over. Merkwaardig is het dan wel weer dat ze juist de gerbera combinatie, de meest fleurige, eerder bij de stijlgroep 'Truus' vinden passen dan bij 'Ellen gezellig'. Waarschijnlijk komt dit doordat de combinatie nu te veel op zichzelf staat en daarom uit de toon valt ten opzichte van het geheel.

### 4.2.3 Sophie

Dat men de 'Sophie' combinaties goed vindt passen bij de door hun genoemde Klassieke-Rococo stijl is niet verrassend. Aspecten als krullerig, gecompliceerd en overdaad komen sterk terug in de pot-plantcombinaties. Men geeft aan de combinaties elegant, harmonieus, warm, vrouwelijk, romantisch, verfijnd en sensueel te vinden. Maar ook kortstondig, complex en prijzig. De pot-plantcombinaties vindt men erg geschikt als cadeau.

*"You have to think where to put them."*

*"My daughter would love it... process-like."*

*"It'd be loved by a rich housewife who lives in a majestic house and has service that take care of the plants."*

*"Very ephemeral, they're plants that die."*

Wel vindt men de stijl niet echt eenduidig. Dan is er weer een wat meer nostalgische oud uitzijnde pot gebruikt en dan weer een moderne strakke pot. Verder varieert de stijl in goedkoop en exclusieve combinaties. Het meest buiten de toon valt het zwart fluwelen tasje met parels. Volgens de Spaanse ondervraagden past dit veel beter bij de 'Vanessa' combinaties. Alhoewel niet favoriet, de oudere vrouwen zijn erg enthousiast over de 'Sophie'. Favoriet is 'Truus'.



### 4.2.4 Vanessa

De stijl 'Vanessa' zorgt voor veel opwinding en een duidelijke tweedeling onder de vrouwen. Of men houdt ervan of men vindt het afschuwelijk. Dit in tegenstelling tot de andere stijlen waar iedereen altijd wel iets vond dat haar aansprak. Degene die de stijl wel zagen zitten vonden de combinaties extravagant, verfijnd, uniek, sprekend en treffend. Het toevoegen van de extra items zoals de kralensnoeren benadrukte juist deze extravagantie en het sprekende nog meer.

*"It's very strong and striking."*

*"It's horrible... freaky, especially the butterflies!"*

*"The plants are beautiful, but taken separately and with no pots."*

*"It'd be beloved by an aunt with no class, but who'd like to be classy."*

*"It'll be loved by a single woman who has class and her own style."*

De deelnemster die zich totaal niet tot de stijl aangesproken voelden omschreven de pot-plantcombinaties weer als raar, te veel van het goede, ordinar, smakeloos, misplaatst en puur imago georiënteerd.

Geliefd of niet, in beide gevallen kan men zich niet voorstellen dat je een huis aankleedt met enkel van dit soort overweldigende pot-plantcombinaties. Daarvoor staan ze te veel op zichzelf. Ook was men eensgezind over de combinatie met de conifeer. Deze sloot beter aan bij de 'Ellen gezellig' combinaties.



#### 4.2.5 Truus

De combinaties gemaakt voor de stijlgroep 'Truus' komen volgens de deelnemster sterk overeen met de stijlen die zij als Rustiek 1 (landelijk) en Klassiek 2 (ouderwets) definiëren. Termen als natuurlijk, groen, toegankelijk, degelijk en standaard worden genoemd. De houtachtige potten en mandjes zouden het landelijke sfeertje extra benadrukken. Verder vinden de vrouwen de stijl wel vrolijk, fris, speels en sommigen zelfs jeugdig. Dit zijn wel vaak de oudere ondervraagden. De jongeren vinden de stijl vaak ouderwets en traditioneel. Andere negatieve aspecten die genoemd werden zijn onpersoonlijk, goedkope uitstraling en te veel poespas als jute strikjes en stro-achtige toevoegingen.



De vrouwen geven aan dat dergelijke potplantcombinaties veelvuldig verkrijgbaar zijn Spanje. De stijl is dan ook erg herkenbaar voor de ondervraagden. De meesten hebben dan ook wel iets dergelijks in huis staan.

Door zijn grote bladeren past de Epipremnum volgens de ondervraagden niet bij de stijlgroep 'Truus'. Veel eerder verwachten ze deze combinatie bij de stijlgroep 'Sophie'.

#### 4.3 Voorkeuren op een rij

Zoals al aangegeven blijkt de stijl 'Truus' erg herkenbaar te zijn. Wanneer er dan ook gevraagd wordt naar de stijl die men in huis heeft, dan is dit inderdaad vaak 'Truus'. Hierbij wordt wel de kanttekening gemaakt dat ze niet alleen Truus in huis hebben, maar bijvoorbeeld ook Ellen gezellig. Truus is alleen vaak de hoofdstijl. Aannemelijk is het dat dit komt doordat Truus in Spanje de meest aangeboden stijl blijkt te zijn.

Wanneer gevraagd wordt welke stijl men zou ambiëren in de toekomst dan staat Ellen modern met vlag en wimpel op de eerste plaats opgevolgd door Ellen gezellig. Waarschijnlijk spreekt het sterke en robuuste aspect dat deze twee stijlen hebben de ondervraagden erg aan. Sophie vindt men wel erg mooi maar het fragiele en bewerkelijke element van deze stijl lijkt hen wat tegen te houden. Als cadeau zouden Sophie combinaties het echter goed doen. Vanessa komt niet geheel onverwacht onderaan te staan. De Spaanse consument lijkt hier weinig mee te kunnen.

## 5 Consumenten verwachtingen en wensen

Ook is gevraagd naar de verwachte veranderingen en wensen op gebied van kamerplanten en stijlen. Hieronder leest u deze verwachtingen en wensen.

### 5.1 Verwachte ontwikkeling in de kamerplanten markt

Wanneer er gesproken wordt over mogelijke veranderingen op het gebied van kamerplantstijlen dan hebben de ondervraagden twee sterke verwachtingen. Zo verwacht men ten eerste dat er een meer exotische stijl zich zal ontwikkelen en ten tweede dat de minimalistische stijl de hoofdrol zal gaan spelen in het aanbod.

Bij de exotische stijl denkt de Spaanse consument aan bijzondere, excentrieke, uitheemse, warme en kleurrijke kamerplanten en combinaties. Sierpotten en kamerplanten waarmee je veel meer in staat zou zijn om jezelf te onderscheiden doordat ze sprekender en unieker zijn. Voor de minimalistische ontwikkeling verwacht men naast de leidende rol in het aanbod dat combinaties nog meer naar gecontroleerde eenvoud en symmetrie zullen neigen. Strakke en verticale lijnen en vormen met hier en daar een tikkeltje 'Zen'.

### 5.2 Wensen ten aanzien van de kamerplanten markt

Ook is aan de ondervraagden gevraagd welke wensen zij hebben voor de kamerplantenmarkt. Waar en hoe zouden zij deze graag zien veranderen? Hieruit komen drie duidelijke lijnen naar voren. Ten eerste, zou men graag meer ondersteuning en voorzieningen op het gebied van plantverzorging zien. Niet alleen heeft men het dan over vakbekwame persoonlijk advies tijdens de aankoop. Ook suggereert men workshops waarin meer geleerd kan worden over de verzorging van kamerplanten. Een ander aspect dat vaak genoemd wordt is het kopen van kant en klare combinaties. Kamerplanten die al in de juiste aarde en potgrootte staan. Voorzien van verzorgingsinformatie en eventueel relevante verzorgingsartikelen.

Een tweede aspect wat men heel graag anders zou zien is de toegankelijkheid van de kamerplantenmarkt door simpelweg meer verkooppunten. Vooral een betere bereikbaarheid van tuincentra die nu nog vaak aan de rand van steden en dorpen liggen is gewenst. Maar ook supermarkten zouden hierin kunnen faciliteren door speciale verkoopruimten te creëren. Ruimtes met de juiste temperatuur en luchtvochtigheid voor kamerplanten. Tot slot, geven de vrouwen aan het wenselijk te vinden als interieurwinkels ook pot-plantcombinaties zouden verkopen.

Een laatste wens die men noemt is een klantenkaart. Hier zien de vrouwen echter alleen nut in als ook andere gerelateerde producten binnen het spaarsysteem vallen en ze een vrije keuze hebben bij het besteden van een volle spaarkaart. De korting of het cadeau waar je voor spaart moet immers wel bij je smaak passen.





## 6 Aanbevelingen

De interesse voor stijlgerelateerde pot-plantcombinaties is zeker aanwezig op de Spaanse markt. Vooral combinaties binnen de stijlen Ellen Modern en Ellen gezellig lijken erg succesvol. Veel vrouwen gaven aan toekomstige aankopen binnen deze stijlen te ambiëren. Daarnaast zullen Truus combinaties van oudsher ook goed in de smaak vallen. Deze stijl blijkt immers al goed geworteld te zijn in de Spaanse kamerplantenmarkt.

De stijlgroep Sophie lijkt eerder geschikt voor cadeau pot-plantcombinaties. Niet allen door het krullerige rococo en uitbundige van de stijl maar ook omdat deze stijl zeer goed lijkt te combineren met bloeiende kamerplanten. Dergelijke kleurrijke, verfijnde en harmonieuze combinaties zijn een waar feest om cadeau te geven. Combinaties binnen de stijl Vanessa daarentegen lijken op dit moment niet echt succesvol. De stijl is te specifiek en zal gezien de reacties in de groepsdiscussies slechts een kleine groep aanspreken.

Een ander belangrijk aspect dat uit het onderzoek naar voren kwam, is de vaak hoge mate van onwetendheid over verzorging onder de ondervraagden. De combinatie van onwetendheid en de daarbij opkomende onzekerheid leidt er zelfs toe dat het consumenten weerhoudt om andere soorten te kopen. Cruciaal is het om de Spaanse consument vertrouwen en kunde te geven dat zij in staat zijn om ook onbekende soorten goed te kunnen verzorgen. Denk hierbij aan (after)service op gebied van informatievoorziening of zelfs workshops en trainingen voor detaillisten zodat zij de consument correct en volledig kunnen informeren. Het contact leggen met Tv-programma's en tijdschriften waarin stilgestaan wordt bij de verzorging van kamerplanten. Informatie etiketten en gedrukte informatie op verpakkingen afgestemd op de gewenste informatie voor de eindconsument. Verder zou er ook gedacht kunnen worden over toolkits waarin consumenten alle basisinformatie kunnen vinden maar ook de nodige basisproducten (bemestingsproducten, vochtmeters) voor een goede verzorging.