

---

# Management Summary

---

<b>Titel</b>	<b>Rapportnummer</b>
Tuincentrum Structuuronderzoek Europa / Evaluatie Nederlandse plantenmerken	2008-92
<b>Auteur</b>	<b>Projectnummer</b>
Josephine Klapwijk - van Dijk	12850-07
<b>Onderzoeksmethode</b>	<b>Telefoonnummer</b>
Kwantitatief	079-3470649
<b>Trefwoorden</b>	<b>E-mail</b>
Tuincentra, Duitsland, Frankrijk, Spanje, Italië, VK, Plantenmerken	j.vandijk@tuinbouw.nl

---

## Doel:

In september 2008 zijn tuincentra eigenaren/managers uit Duitsland, Frankrijk, Spanje, Italië en het Verenigd Koninkrijk geïnterviewd om meer inzicht te verkrijgen in o.a. samenstelling assortiment, belang Nederlands product, inkoopkanalen, omzetontwikkeling, toekomstverwachting en de consument. Ook het onderwerp Nederlandse plantenmerken is aan de orde gekomen. Er was meer inzicht gewenst in de behoefte naar een merk voor planten, het imago en de bekendheid van Nederlandse plantenmerken.

## Snijbloemen worden nog steeds niet op grote schaal verkocht

- ◆ Echte kamerplanten wordt door een ruime meerderheid van de tuincentra verkocht. Ten aanzien van bloeiende planten valt op dat relatief weinig Italiaanse tuincentra deze in hun assortiment hebben opgenomen.
- ◆ De verkoop van snijbloemen komt bij 1 op de 2 Duitse tuincentra voor. In de andere landen ligt dat op een lager niveau. In Spanje en Italië is dat bijvoorbeeld bij één op de acht en in Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk is dat bij één op de drie.
- ◆ Buitenplanten worden bij drie vijfde van de Spaanse en Italiaanse tuincentra aangetroffen. In de andere landen ligt dat aantal beduidend hoger.

## Relatief veel eigen productie bij Italiaanse en Britse tuincentra

- ◆ In Italië en vooral in het Verenigd Koninkrijk, telen relatief veel tuincentra het product zelf om het vervolgens via het tuincentrum te verkopen.
- ◆ Ongeveer 70% van de tuincentra in Spanje, Italië en het Verenigd Koninkrijk, koopt meer dan drie kwart van de bloemen en planten die ze verkopen, in. Een zeer ruime meerderheid van de Duitse tuincentra koopt nagenoeg alle snijbloemen en kamerplanten in. In Frankrijk blijkt drie tiende van de Franse tuincentra circa de helft tot drie kwart van de bloemen en planten in te kopen.

## Groene planten vooral in Italië van belang

- ◆ Drie vijfde van de omzet van Italiaanse tuincentra wordt door de verkoop van groene planten gerealiseerd. In het Verenigd Koninkrijk en Duitsland is dat aandeel slechts 12-13%. Het gemiddelde komt uit op ruim een kwart.
- ◆ Een vijfde van de omzet wordt via de verkoop van bloeiende planten gerealiseerd (belang van bloeiende kamerplanten is in Spanje het hoogst).
- ◆ Het belang om buitenplanten te verkopen is evident: drie tiende van de omzet wordt hiermee behaald. In het Verenigd Koninkrijk (en ook Duitsland) is het belang van buitenplanten duidelijk groter dan in andere landen (en ook dan groene kamerplanten).

## Relatief veel inkoop via de lokale groothandel

- ◆ De meeste tuincentra kopen hun groene en bloeiende kamerplanten in via de lokale groothandel. In Spanje is een importeur relatief belangrijk (hiermee kan overigens hetzelfde als een groothandelaar bedoeld worden). Een derde van de Britse kamerplantenomzet wordt verzorgd door Nederlandse exporteurs en bijna een tiende van

de totale kamerplanteninkoop van Duitse tuincentra loopt via een Nederlandse bloemenveiling.

- ◆ Volgens twee vijfde van alle tuincentra komt meer dan de helft van de inkoopwaarde van de kamerplanten die zij verkopen, uit Nederland. Het omzetaandeel van Nederlandse buitenplanten ligt beduidend lager dan die van kamerplanten: meer dan de helft van alle tuincentra meent dat nog geen vijfde van de inkoopwaarde van de te verkopen buitenplanten uit Nederland komt.

#### **Meerderheid beschikt over internet**

- ◆ De meerderheid van de tuincentra zegt over Internet te beschikken. Een derde van alle tuincentra zegt wel eens snijbloemen en/of kamerplanten in te kopen via een elektronisch bestelsysteem via Internet.

#### **Het jaar 2008 is naar verwachting geen goed jaar voor kamerplanten, zeker niet in Spanje**

- ◆ Drie tiende van alle tuincentra heeft de kamerplantenomzet in 2007 zien toenemen ten opzichte van 2006. Twee vijfde van de tuincentra geeft aan dat de omzet in beide jaren gelijk gebleven is, terwijl een vijfde de omzet heeft zien dalen in een jaar tijd. Overigens was 2007 in Duitsland en het Verenigd Koninkrijk geen beter jaar dan 2006.
- ◆ De verwachting voor 2008 wat betreft de verkoop van kamerplanten is volgens de tuincentra in de 5 landen redelijk negatief. Twee vijfde van alle tuincentra verwacht in ieder geval een stabilisatie. In Spanje mag de grootste daling verwacht worden. Voor kamerplanten wordt 2008 in Italië een jaar van stabilisatie. De verwachting voor 2008 is uitermate positief in Frankrijk en gematigd positief in Duitsland.

#### **Productinformatie meest effectief via label of persoonlijk advies**

- ◆ In het algemeen kunnen klanten nog beter dan nu geïnformeerd worden via een label of plantetiket en via advies vanuit het tuincentrum.

#### **Vooral Duitse tuincentra zien geen verschil tussen lokale geteelde of Nederlandse planten**

- ◆ In het algemeen meent een zesde van de tuincentra dat de lokaal geteelde planten beter dan de Nederlandse zijn. Bijna twee vijfde van alle tuincentra vindt de Nederlandse planten juist beter en een even zo grote groep vindt dat er geen verschil is in kwaliteit.
- ◆ Gemiddeld genomen is de Nederlandse plant van betere kwaliteit dan de lokaal geteelde plant. Tevens zijn Nederlandse planten goedkoper, verser, mooier en hebben een betere prijs-kwaliteitverhouding. Duitse tuincentra menen dat de lokaal geteelde planten van betere kwaliteit zijn en ook nog eens mooier zijn dan de Nederlandse planten. Volgens Italiaanse tuincentra beschikken de lokaal geteelde planten over een langere levensduur dan de Nederlandse planten.

#### **Twijfel over nut plantenmerk**

- ◆ Er is twijfel bij de tuincentra over het nut van een plantenmerk. Een derde van alle tuincentra is van mening dat een plantenmerk een goede ontwikkeling is, terwijl een even zo grote groep het niets uitmaakt. Ruim een kwart van alle tuincentra vindt het geen goede ontwikkeling. Dit is vooral in Spanje goed merkbaar.
- ◆ De bekendheid van verschillende Nederlandse plantenmerken ligt niet hoog. Duitse tuincentra komen uiteindelijk op 4 verschillende merken, in de andere landen ligt dat zo rond de drie merken.

Het volledige rapport is te downloaden via [www.tuinbouw.nl](http://www.tuinbouw.nl) onder inloggen ([PT2008-92](#)), of aan te vragen via [info@tuinbouw.nl](mailto:info@tuinbouw.nl), of 079 347 0633.