
Bloemisten structuuronderzoek West Europa

Nederland, België, Frankrijk, Verenigd Koninkrijk

PT 2008 - 33

Maart 2008 - Josephine van Dijk

Productschap Tuinbouw, Afdeling MIMO

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 **Josephine van Dijk** Telefoon 079-3470649 E-mail j.vandijk@tuinbouw.nl

Inhoudsopgave

Management Summary	7
1 Inleiding	9
1.1 Achtergrond van het onderzoek	9
1.2 Doelstelling van het onderzoek	9
1.3 Toelichting op het onderzoek	9
1.4 Indeling rapport	10
2 Nederland	11
2.1 Assortiment	11
2.2 Inkoopkanalen	13
2.3 Internetgebruik	13
2.4 Opslagpercentage	13
2.5 Bedrijvenmarkt	14
2.6 Consumentenmarkt	17
2.7 Omzetontwikkeling en toekomstverwachting	18
3 België	20
3.1 Assortiment	20
3.2 Inkoopkanalen	22
3.3 Internetgebruik	22
3.4 Opslagpercentage	22
3.5 Bedrijvenmarkt	23
3.6 Consumentenmarkt	26
3.7 Omzetontwikkeling en toekomstverwachting	27
4 Frankrijk	29
4.1 Assortiment	29
4.2 Inkoopkanalen	31
4.3 Internetgebruik	31
4.4 Opslagpercentage	31
4.5 Bedrijvenmarkt	32
4.6 Consumentenmarkt	35
4.7 Omzetontwikkeling en toekomstverwachting	36
5 Verenigd Koninkrijk	38
5.1 Assortiment	38
5.2 Marktaandeel Nederland	40
5.3 Inkoopkanalen	43
5.4 Internetgebruik	43
5.5 Opslagpercentage	43
5.6 Bedrijvenmarkt	44
5.7 Consumentenmarkt	47
5.8 Omzetontwikkeling en toekomstverwachting	48

Inhoudsopgave vervolg

Bloemisten Activiteiten Monitor 2007

5.9	Informatiebronnen	50
6	Onderzoeksverantwoording	51
6.1	Methode van onderzoek	51
6.2	Veldwerk	51
6.3	Lengte vragenlijst	51
6.4	Respondent	51
6.5	Verwerking	51
6.6	Steekproefopbouw	51
6.7	Respons	54

Management Summary

De Bloemisten Activiteiten Monitor en de Bloemisten structuuronderzoeken werden altijd separaat uitgevoerd. Twee jaar geleden is gekozen voor een combinatie van de twee onderzoeken tot één onderzoek. In januari 2008 zijn bloemisten uit de West Europese landen Nederland, België en Frankrijk geïnterviewd over o.a. samenstelling assortiment, belang Nederlands product, inkoopkanalen, bedrijvenmarkt, consumentenmarkt, omzetontwikkeling en toekomstverwachting. Resultaten van het Verenigd Koninkrijk dateren uit januari 2007.

Nederland: Toekomst snijbloemen niet zo goed als in 2007

De bloemisten halen het grootste gedeelte van hun omzet uit de verkoop van snijbloemen (ca. drie vijfde, inclusief decoratiegroen). Kamerplanten nemen een vijfde van de omzet voor hun rekening en dit aandeel lijkt verder te dalen. Het belang van andere artikelen dan snijbloemen en kamerplanten wordt groter (17% in 2004 tot 22% in 2007).

Het jaar 2007 was voor snijbloemen een redelijk positief jaar (ten opzichte van 2006 althans). Kamerplanten hadden het, zoals verwacht, veel moeilijker. De verwachting voor 2008 wat betreft de verkoop van snijbloemen is volgens de bloemisten redelijk goed te noemen, maar minder dan 2007. De net-balance score komt uit op 22 en de helft van alle bloemisten verwacht een stabilisatie. Voor kamerplanten wordt 2008 naar alle waarschijnlijkheid een jaar van stabilisatie, de net-balance score komt uit op 5 en de helft van de bloemisten verwacht in ieder geval een gelijkblijvende omzet.

Een zeer ruime meerderheid van de Nederlandse bloemisten levert aan de consument, maar niet alle bloemisten hebben bedrijven als klant (90% bedient de bedrijvenmarkt met snijbloemen en 68% met kamerplanten). De meeste snijbloemenomzet (72%) komt dan ook uit het consumentensegment. Bedrijven hebben gemiddeld een omzetaandeel van 16% in het kamerplantensegment.

België: Ook voor 2008 geen grote verwachtingen

De bloemisten halen circa de helft van hun omzet uit de verkoop van snijbloemen en dat aandeel daalt verder. Kamerplanten nemen een kwart van de omzet voor hun rekening (bloeiende planten zijn hierbij belangrijker in termen van omzet dan groene kamerplanten). Het belang van balkon-, perk- en tuinplanten komt uit op 15% en dat is aanzienlijk.

2007 was geen goed jaar en de verwachting voor 2008 is niet veel beter. De verkoop van snijbloemen in 2007 was volgens de bloemisten nog wel redelijk te noemen, die van kamerplanten was beduidend slechter. Voor zowel snijbloemen als voor kamerplanten wordt 2008 een jaar van stabilisatie.

Negen op de tien bloemisten leveren aan de consument, maar niet alle bloemisten hebben bedrijven als klant (78% bedient de bedrijvenmarkt met snijbloemen en 66% levert kamerplanten aan

bedrijven). De meeste omzet (ca. 83%) komt dan ook uit het consumentensegment. Bedrijven hebben gemiddeld een omzetaandeel van 17% en dat lijkt steeds minder te worden.

Frankrijk: Bedrijvenmarkt onvoldoende benut

De bloemisten halen het grootste gedeelte van hun omzet uit de verkoop van snijbloemen. Kamerplanten nemen een kwart van de omzet voor hun rekening.

De verwachting voor 2008 wat betreft de verkoop van snijbloemen is volgens de bloemisten redelijk goed te noemen en de verwachting is dat 2008 net zo wordt als 2007. De net-balance score komt overigens uit op 15 en 29% van alle bloemisten verwacht een stabilisatie. Voor kamerplanten wordt 2008 ook gelijk aan 2007: een jaar van stabilisatie, de net-balance score komt uit op 9 en 32% van de bloemisten verwacht een gelijkblijvende omzet.

Opvallend dat 80% van alle bloemisten aan de consument en aan bedrijven snijbloemen levert, maar niet alle bloemisten hebben bedrijven als klant (62% bedient de bedrijvenmarkt met snijbloemen. Voor kamerplanten komt dit zelfs nog lager uit: 49% van alle bloemisten beleverd bedrijven met kamerplanten).

De meeste snijbloemenomzet (87%) komt dan ook uit het consumentensegment. Bedrijven hebben "slechts" een omzetaandeel van 9% in de kamerplantenomzet.

Verenigd Koninkrijk: Toekomst snijbloemen en kamerplanten positief

De bloemisten in het Verenigd Koninkrijk halen 70% van hun omzet uit de verkoop van snijbloemen. Decoratiegroen is goed voor 10% van de totale omzet. Wanneer de omzet van decoratiegroen bij de omzet van snijbloemen wordt opgeteld, komt het bloemenaandeel op 77% in het Verenigd Koninkrijk. Kamerplanten nemen in de meeste landen een kwart van de omzet voor hun rekening, waarbij de bloeiende kamerplanten twee keer zo belangrijk zijn dan groene kamerplanten. In het Verenigd Koninkrijk is het omzetbelang van kamerplanten het kleinst met 13%.

In het Verenigd Koninkrijk is de omzet van snijbloemen enigszins gestegen. De verwachting voor 2007 wat betreft de verkoop van snijbloemen is volgens de bloemisten redelijk goed te noemen. De net-balance score komt uit op +47. Voor kamerplanten wordt 2007 minstens zo goed als dat van snijbloemen verwachten de bloemisten. In het Verenigd Koninkrijk mag de grootste groei verwacht worden (net-balance score van +41).

De meeste bloemisten leveren aan de consument, maar niet alle bloemisten hebben bedrijven als klant. In het Verenigd Koninkrijk is het bedrijvensegment relatief belangrijk: ruim een vijfde van de omzet van de bloemisten wordt door bedrijven behaald.

1 Inleiding

1.1 Achtergrond van het onderzoek

Jarenlang zijn de Bloemisten Activiteiten Monitor en de Bloemisten structuuronderzoeken separaat uitgevoerd. Twee jaar geleden is gekozen voor een combinatie van de twee onderzoeken tot één onderzoek. In deze rapportage zal de bloemisten structuur van de West Europese landen zoals Nederland, België, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk besproken worden.

1.2 Doelstelling van het onderzoek

Doelen van de Bloemisten structuuronderzoeken kunnen als volgt worden omschreven:

- Inzicht verkrijgen in de samenstelling van het assortiment de omzetontwikkelingen van bloemen en planten;
- Inzicht verkrijgen in het belang van Nederland bij de bloemist en de verschillende inkoopkanalen;
- Inzicht verkrijgen in de verhouding tussen bedrijvenmarkt en consumentenmarkt.

1.3 Toelichting op het onderzoek

Het (kwantitatieve) onderzoek is uitgevoerd door middel van telefonische interviews in Nederland, België, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk. Hierbij is gebruik gemaakt van een computergestuurd telefonisch interviewsysteem (CATI). De gesprekken zijn gevoerd door ervaren en native speaking business to business interviewers, die veel ervaring hebben op het gebied van de tuinbouwsector.

Per land is gestreefd naar 300 gesprekken met de eigenaar cq. bedrijfsleider van de bloemenwinkel.

Het veldwerk van Nederland, België en Frankrijk is in januari 2008 gehouden en het Verenigd Koninkrijk in januari 2007. De vragenlijst van voorgaande metingen heeft als basis gediend voor deze meting. Enkele zaken in de vragenlijst zijn verder geoptimaliseerd. Voor de verdere verantwoording van het onderzoek, wordt verwezen naar de onderzoeksverantwoording, dat als hoofdstuk 6 in dit rapport is opgenomen.

1.4 Indeling rapport

In deze rapportage zal West Europa besproken worden. Er wordt, waar mogelijk, een vergelijking met vorige metingen gemaakt. Daar waar significante verschillen tussen de metingen bestaan, zal daar expliciet melding van gemaakt worden. Bij een aantal grafieken en tabellen moeten we rekening houden met indicatieve resultaten vanwege het relatief beperkt aantal waarnemingen dat gerealiseerd is.

Er zijn ook bloemisten structuuronderzoek rapportages verschenen van andere landen of landengroepen:

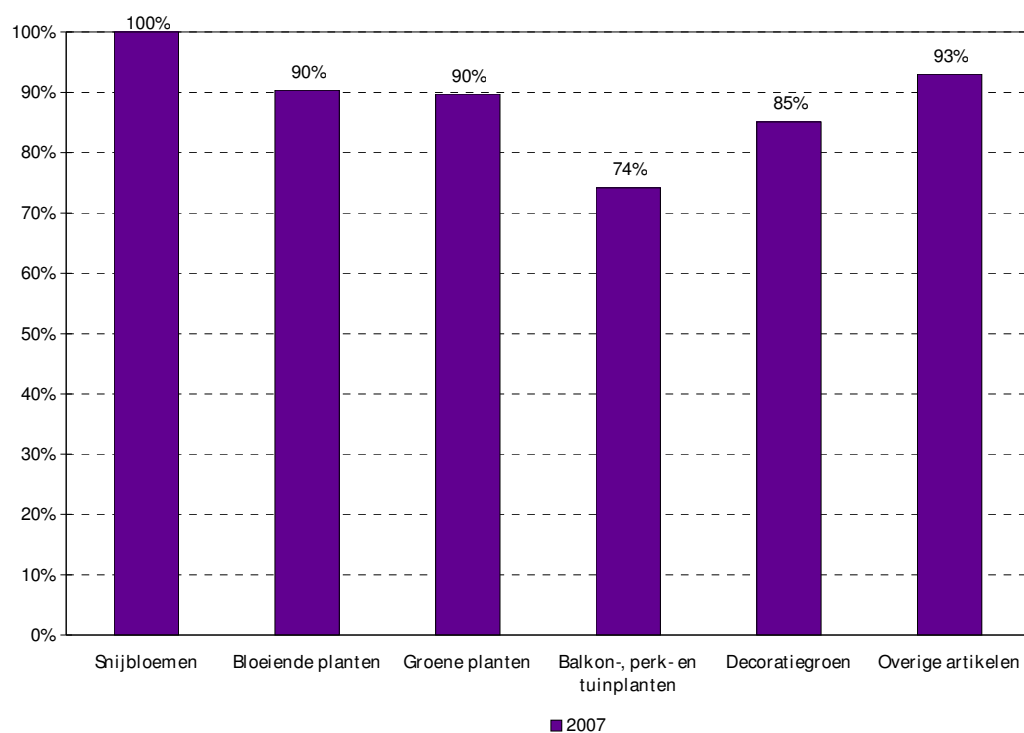
- **Oost Europa PT 2007-17** (Hongarije, Polen, Tsjechië, Slowakije, Slovenië)
- **Zuid Europa PT 2007-18** (Italië, Spanje, Portugal)
- **Noord Europa PT 2008-31** (Denemarken, Zweden)
- **Midden Europa PT 2008-32** (Duitsland, Oostenrijk, Zwitserland)
- **West Europa PT 2008-33** (Nederland, België, Frankrijk, Verenigd Koninkrijk)

2 Nederland

In dit hoofdstuk staan de belangrijkste uitkomsten centraal die betrekking hebben op de Nederlandse bloemisten. In Nederland is een groot aantal vragen gesteld om het profiel van de bloemist te kunnen achterhalen.

2.1 Assortiment

Penetratiegraad producten (2007)



Basis: alle Nederlandse bloemisten

- Alle Nederlandse bloemisten hebben snijbloemen in hun assortiment
- Het percentage bloemisten dat kamerplanten verkoopt, ligt op 90%
- Drie kwart van de Nederlandse bloemisten verkoopt balkon-, perk- en tuinplanten

Omzetverdeling producten (naar meting)



Basis: alle Nederlandse bloemisten

- Ongeveer drie vijfde van de omzet van een bloemist wordt door de verkoop van snijbloemen verkregen (redelijk stabiel over de jaren, hoewel er een dalende tendens in lijkt te zitten)
- Een vijfde van de omzet wordt door de verkoop van kamerplanten gerealiseerd (licht dalend over de jaren)
- Het aandeel van andere artikelen dan snijbloemen en kamerplanten neemt weer iets verder toe (van 19% naar 22%)

2.2 Inkoopkanalen

Omzetverdeling inkoopkanalen snijbloemen en kamerplanten (naar productgroep, 2007)

	Snijbloemen	Kamerplanten
Cash & Carry op de veiling	31%	47%
Via de klok	29%	29%
Cash & Carry buiten de veiling	13%	10%
Lijnrijder	15%	7%
Exporteur	7%	5%
Via een importeur	1%	1%
Eigen productie	1%	1%
Internet	1%	1%
Direct bij producent \ kweker	1%	0%

Basis: alle Nederlandse bloemisten die product ook daadwerkelijk verkopen

- De meeste omzet wordt via de veilinggebonden Cash & Carry's of direct op de klok zelf ingekocht
- Lijnrijders zijn belangrijker bij de verkoop van bloemen dan bij planten, terwijl kamerplanten, maar dan bij bloemen, via de veilinggebonden C&C lopen

2.3 Internetgebruik

Een zeer ruime meerderheid van de Nederlandse bloemisten (86%) heeft de mogelijkheid tot het gebruik van Internet. Hiervan beschikt 92% over een emailadres en 43% van de bloemenwinkels met toegang tot internet heeft een eigen homepage.

Acht procent van alle 302 bloemisten (23 bloemisten) zegt wel eens snijbloemen en/of kamerplanten in te kopen via een elektronisch bestelsysteem via Internet.

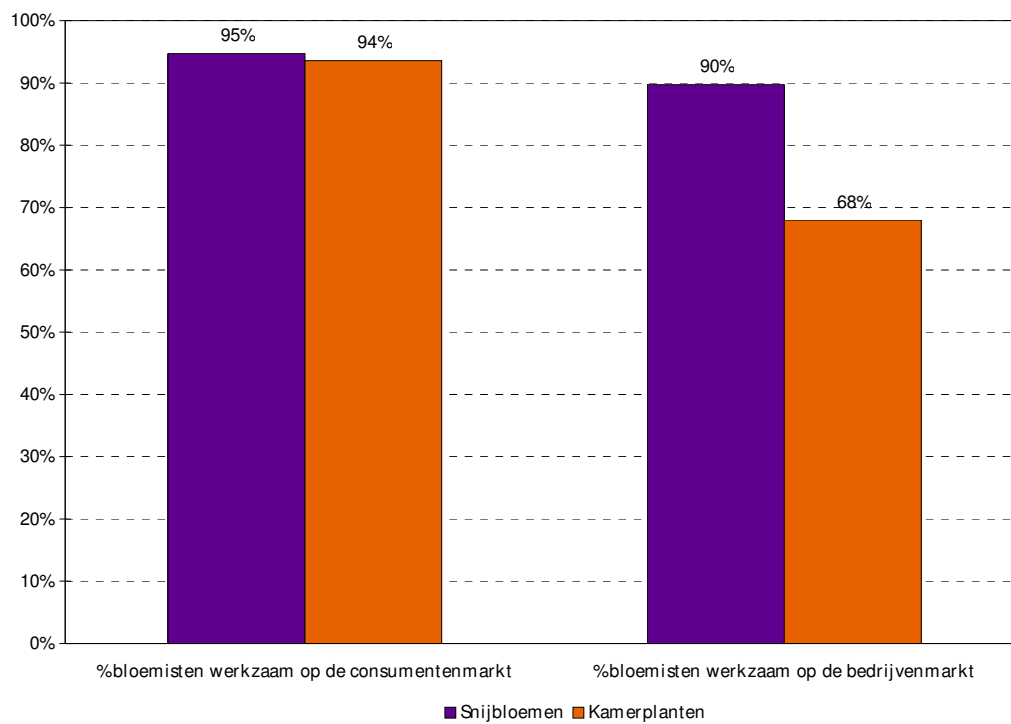
Deze 23 bloemisten schatten vervolgens in dat 33% (gemiddeld genomen) van hun snijbloemen en kamerplanten op deze manier ingekocht wordt.

2.4 Opslagpercentage

Tevens is gevraagd naar het opslagpercentage voor snijbloemen en kamerplanten. Het gemiddelde voor snijbloemen EN voor kamerplanten komt uit op 118% (artikelen met een inkoopprijs van 2 euro liggen voor € 4,36 in de winkel).

2.5 Bedrijvenmarkt

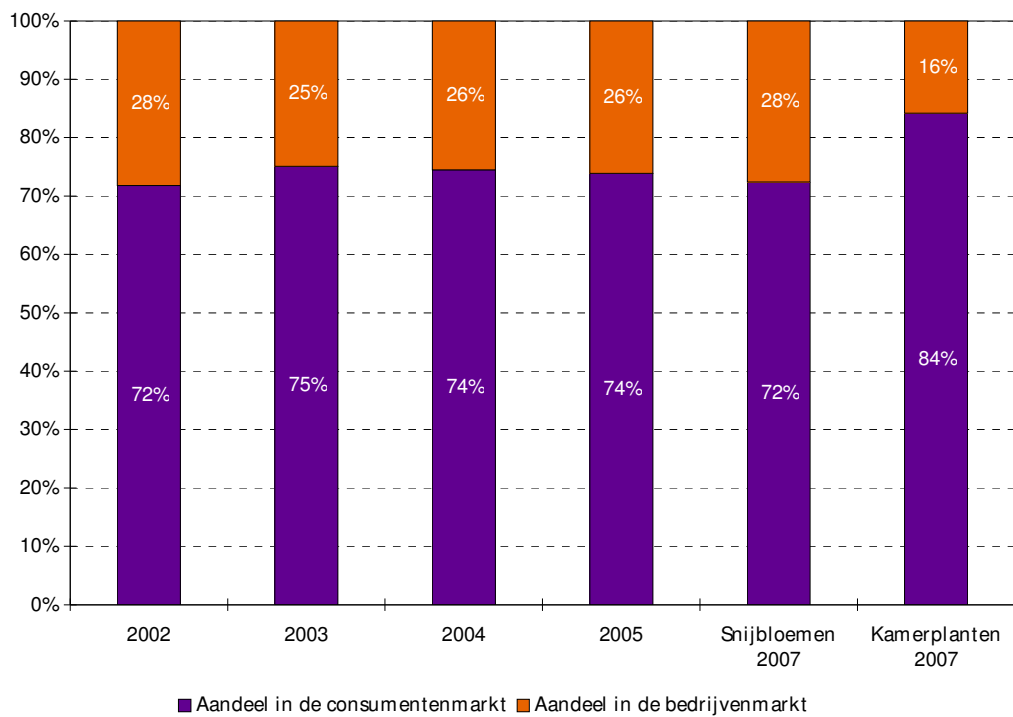
Penetratiegraad bloemisten werkzaam op een bepaalde markt (naar product, 2007)



Basis: alle Nederlandse bloemisten

- Een zeer ruime meerderheid van de Nederlandse bloemisten bedient de consumentenmarkt met de verkoop van zowel snijbloemen als kamerplanten (*anders gesteld in voorgaande jaren*)
- Het percentage Nederlandse bloemisten die werkzaam is op de bedrijvenmarkt met snijbloemen is 90%. Ruim twee derde van de bloemisten is werkzaam op de bedrijvenmarkt met kamerplanten

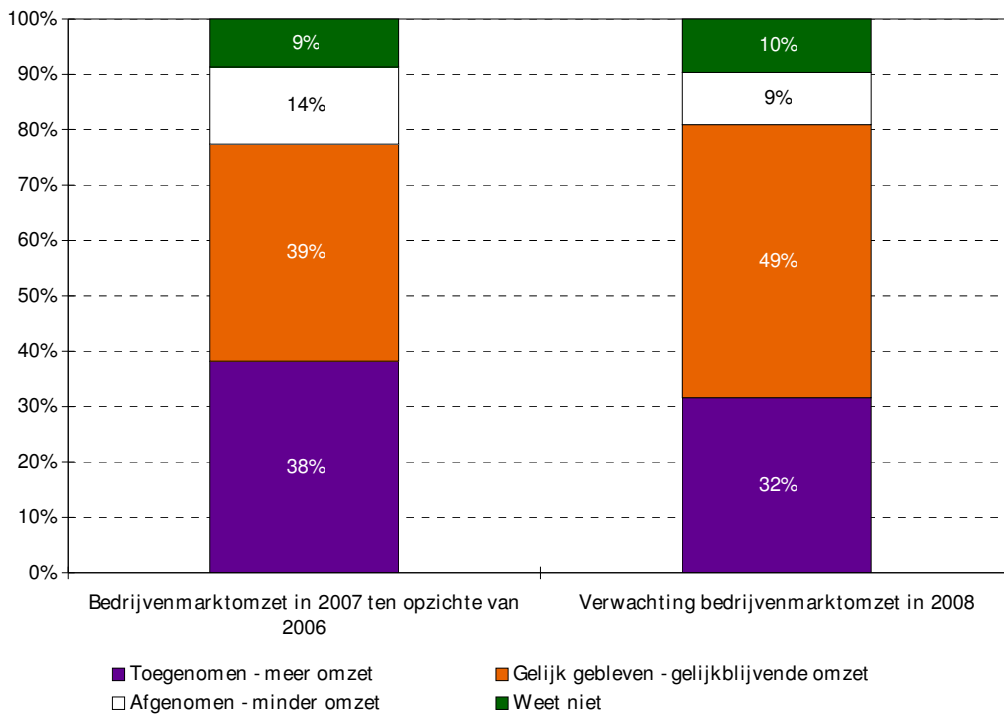
Omzetverdeling naar markt (naar meting)



Basis: alle Nederlandse bloemisten

- Bijna drie kwart van de snijbloemenomzet van een bloemist wordt door de verkoop aan de consument verkregen (in 2007 is de vraag scherper gesteld)
- Een zesde van de kamerplantenomzet wordt via de bedrijvenmarkt gerealiseerd
- Het belang om aan bedrijven te verkopen, is voor snijbloemen duidelijk groter dan voor kamerplanten

Bedrijvenmarkt omzet 2007 ten opzichte van 2006 en verwachting voor 2008



Basis: Nederlandse bloemisten werkzaam op bedrijvenmarkt

- Twee vijfde van de Nederlandse bloemisten heeft de bedrijvenmarkt omzet in 2007 zien toenemen ten opzichte van 2006. Eveneens twee vijfde van de bloemisten geeft aan dat de omzet in beide jaren gelijk gebleven is, terwijl 14% de omzet heeft zien dalen in een jaar tijd. Hiermee komt de net-balance score (% bloemisten dat zegt 'toename' minus het % bloemisten dat zegt 'afname') uit op een score van 24
- De verwachting voor 2008 is redelijk positief (net-balance score is 23), echter de helft van de bloemisten verwacht een stabilisatie

2.6 Consumentenmarkt

Heeft u in de laatste 12 maanden bij uw klanten een verandering geconstateerd? (spontaan)

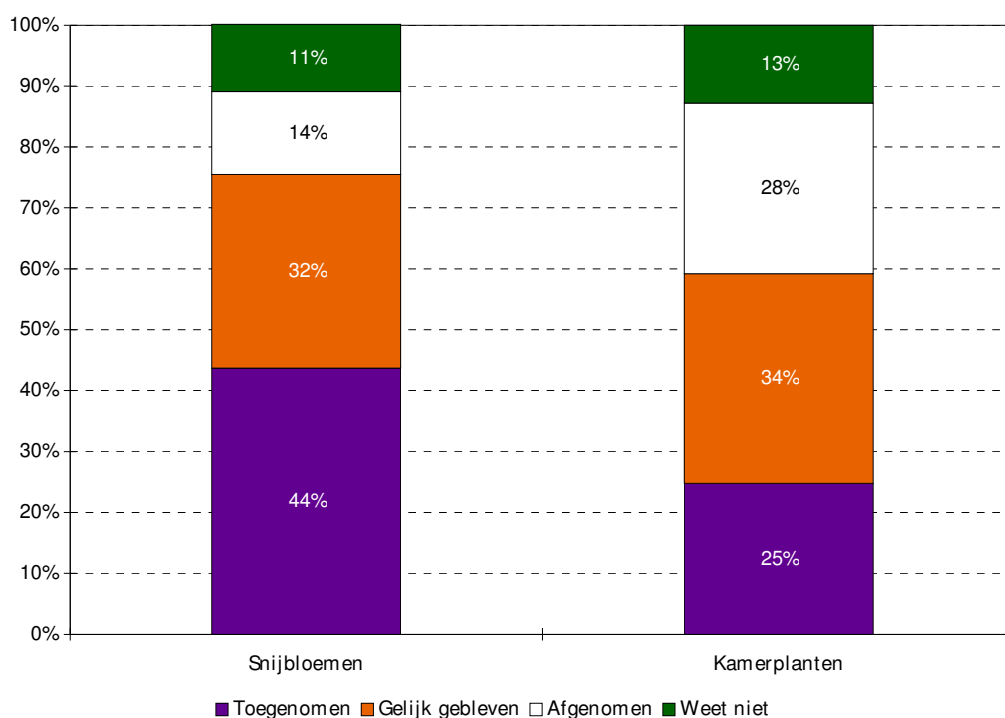
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Geen veranderingen	24	27%	38%	25%	17%	20%
Koopt vaker goedkopere producten	1%	2%	0%	7%	23%	20%
Koopt minder vaak producten	2%	-	1%	9%	26%	16%
Consument is kritischer \ mode bewuster	9%	11%	10%	7%	7%	12%
Koopt alleen voor cadeau \ gelegenheid	1%	1%	1%	2%	9%	5%
Consument let meer op aanbiedingen	-	1%	1%	5%	10%	5%
Consument koopt duurdere \ luxere producten	23%	36%	33%	15%	10%	9%
Bezoekt minder vaak mijn winkel	2%	0%	0%	8%	23%	6%
Koopt minder voor zichzelf	-	-	-	-	-	7%
Weet niet \ geen antwoord	2%	3%	2%	1%	4%	5%

Basis: alle Nederlandse bloemisten

- Drie kwart van de Nederlandse bloemisten zegt één of meerdere veranderingen te hebben opgemerkt in het koopgedrag van hun klanten in de winkel
- De veranderingen zijn overwegend “negatief geladen” en hebben vooral te maken met prijs en frequentie (klanten kopen vaker goedkopere producten, zij kopen sowieso al minder vaak en is daarnaast ook nog eens heel kritisch. In een jaar tijd zijn deze drie oorzaken min of meer hetzelfde gebleven)

2.7 Omzetontwikkeling en toekomstverwachting

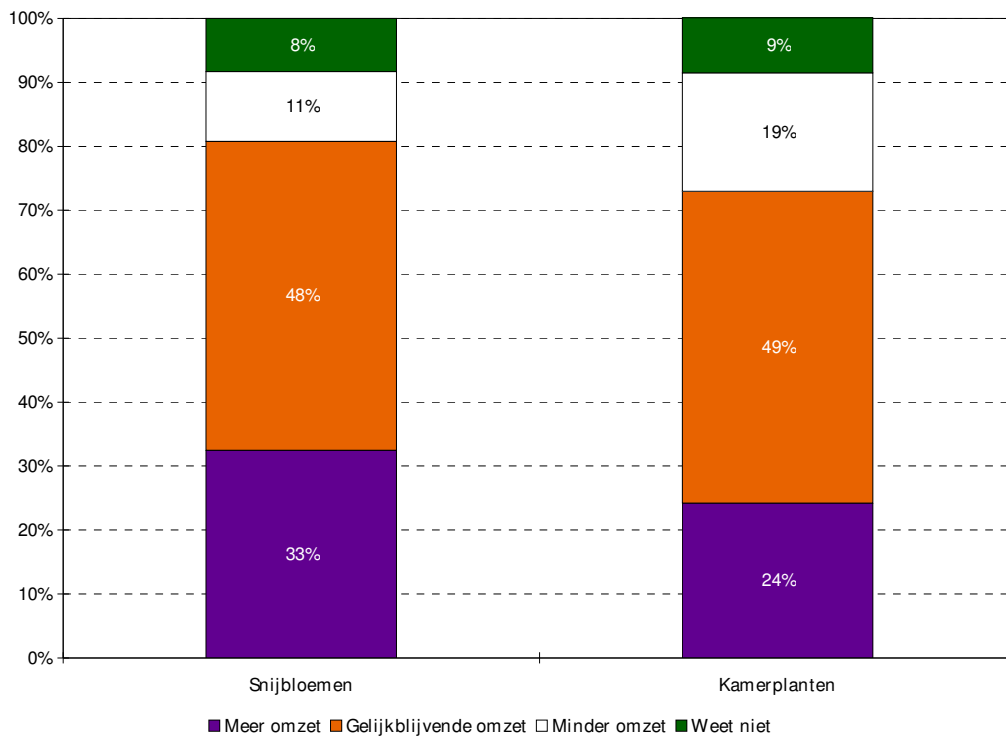
Verkopen 2007 ten opzichte van 2006 (naar product)



Basis: alle Nederlandse bloemisten die het product verkopen

- Het jaar 2007 was voor snijbloemen in Nederland een beter jaar dan voor kamerplanten (de net-balance score voor snijbloemen komt uit 30 en voor kamerplanten is dat zelfs negatief: -3)
- De overall inschatting van de Nederlandse bloemisten is dat de snijbloemenomzet in 2007 ten opzichte van 2006 enigszins toegenomen is, terwijl de omzet van kamerplanten gestabiliseerd is

Verkoopverwachting voor 2008 (naar product)



Basis: alle Nederlandse bloemisten die het product verkopen

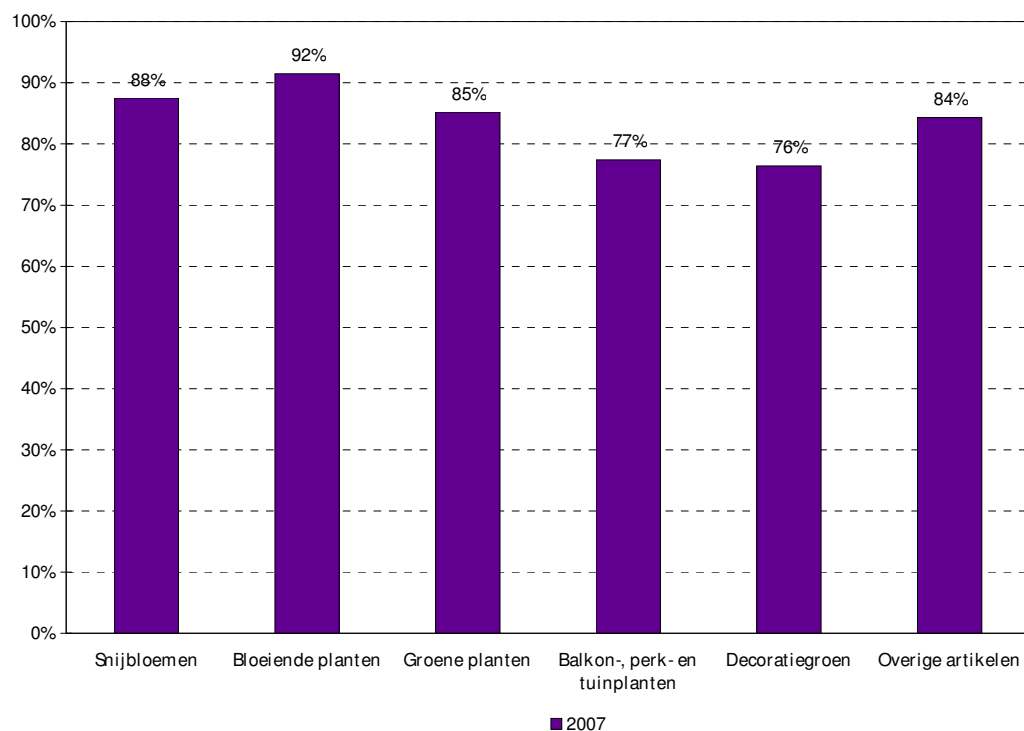
- De verwachting voor 2008 is positief voor snijbloemen (net-balance score is 22), hoewel ruim de helft van de Nederlandse bloemisten een stabilisatie verwacht of het niet weet
- Voor kamerplanten wordt 2008 waarschijnlijk weer een jaar van stabilisatie, de net-balance score is 6 en drie vijfde van de bloemisten verwacht een stabilisatie of weet het niet
- Tevens is gevraagd hoe de verhouding van groene en bloeiende kamerplanten in de verkopen van 2008 zal zijn. Een kwart (23%) van de Nederlandse bloemisten verwacht in 2008 dat er meer nadruk op de bloeiende kamerplanten zal liggen, terwijl een even zo grote groep (24%) juist verwacht dat de nadruk meer op groene kamerplanten zal komen te liggen. 45% denkt dat er niets aan de verhouding zal veranderen en 9% weet niet wat er gaat gebeuren.

3 België

In België is een groot aantal vragen gesteld om het profiel van de bloemist te kunnen achterhalen.

3.1 Assortiment

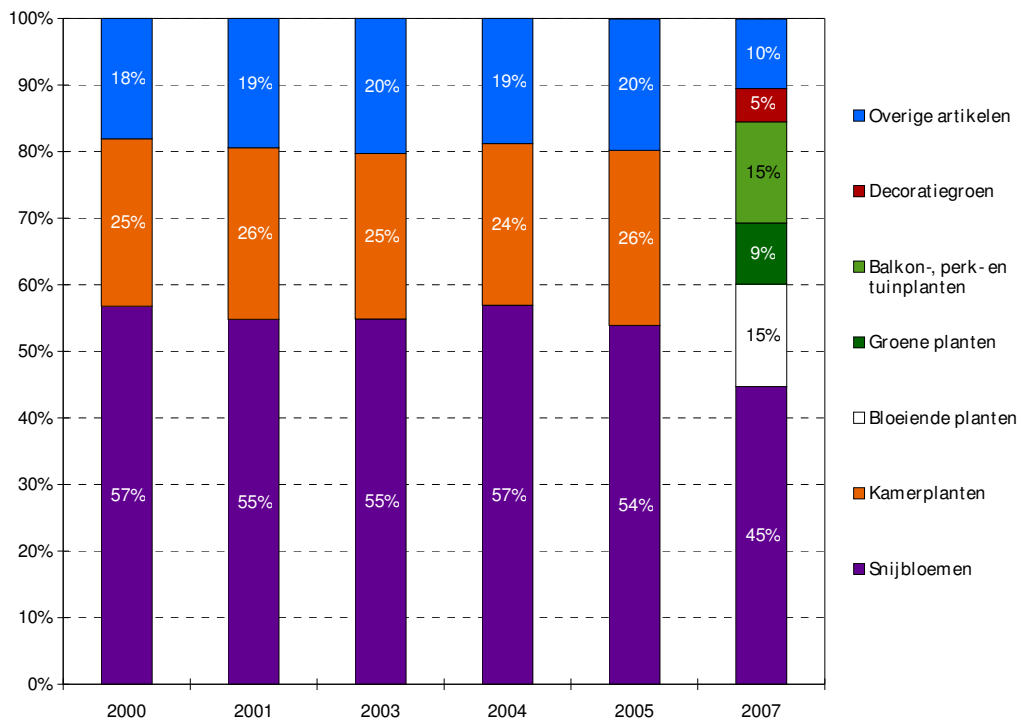
Penetratiegraad producten (2007)



Basis: alle Belgische bloemisten

- Niet alle Belgische bloemisten hebben snijbloemen in hun assortiment
- Het percentage bloemisten dat bloeiende kamerplanten verkoopt, ligt zelfs nog hoger dan dat van snijbloemen
- Ruim drie kwart van de Belgische bloemisten verkoopt balkon-, perk- en tuinplanten

Omzetverdeling producten (naar meting)



Basis: alle Belgische bloemisten

- Circa de helft van de omzet van een bloemist wordt door de verkoop van snijbloemen (inclusief decoratiegroen) verkregen
- Het omzetaandeel van snijbloemen blijft verder dalen
- Een kwart van de omzet wordt door de verkoop van kamerplanten gerealiseerd (redelijk stabiel over de jaren)
- Balkon-, perk- en tuinplanten zijn goed voor 15% van de omzet en dat is aanzienlijk

3.2 Inkoopkanalen

Omzetverdeling inkoopkanalen snijbloemen en kamerplanten (naar productgroep, 2007)

	Snijbloemen	Kamerplanten
Groothandelaar op groothandelsmarkt	24%	25%
Nederlandse lijnrijder	5%	4%
Lokale lijnrijder	6%	4%
Via een importeur	2%	2%
Groothandelaar buiten groothandelsmarkt	33%	36%
Direct bij producent \ kweker	1%	5%
Rechtstreeks via een Nederlandse exporteur	2%	1%
Rechtstreeks via een niet-Nederlandse exporteur	1%	2%
Lokale C&C	5%	7%
Klok van een bloemenveiling	18%	9%
Nog anders	3%	5%

Basis: alle Belgische bloemisten die product ook daadwerkelijk verkopen

- De meeste omzet loopt via een groothandelaar (al dan niet op een groothandelsmarkt)
- Belgische bloemisten maken eigenlijk maar van 1 inkoopkanaal gebruik (sommige bloemisten gebruiken 2 verschillende kanalen)
- De bloemenveiling is relatief belangrijk in België voor de inkoop van snijbloemen

3.3 Internetgebruik

6% van alle bloemisten in België zegt wel eens snijbloemen en/of kamerplanten in te kopen via een elektronisch bestelsysteem via Internet.

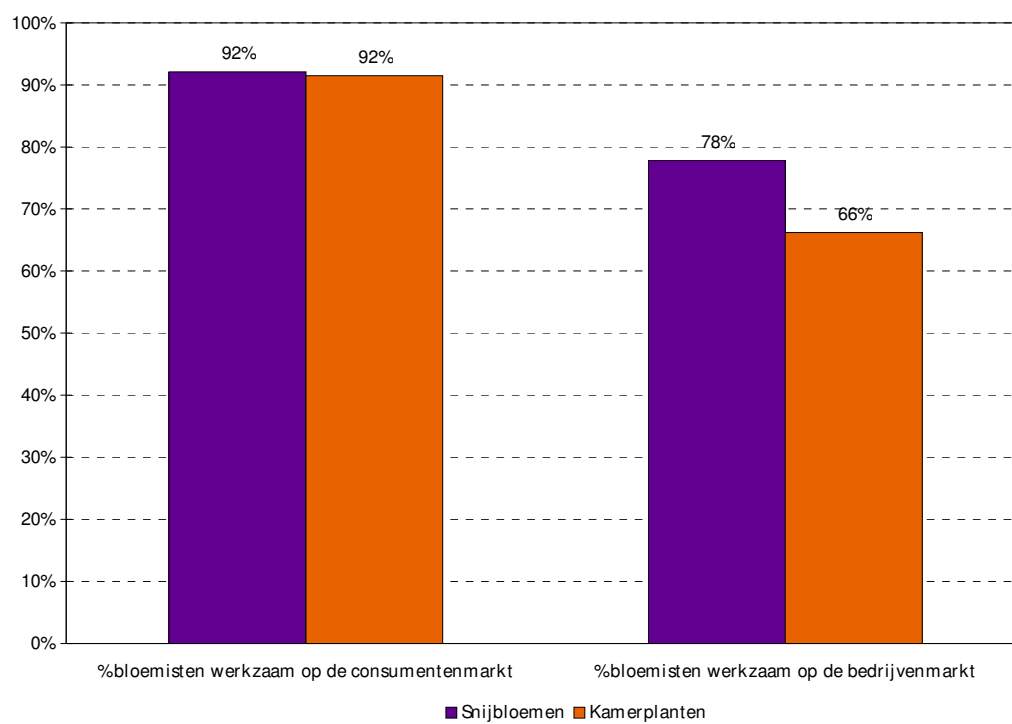
Deze 17 bloemisten schatten vervolgens in dat 29% (gemiddeld genomen) van hun snijbloemen en kamerplanten op deze manier ingekocht wordt.

3.4 Opslagpercentage

Tevens is gevraagd naar het opslagpercentage voor snijbloemen en kamerplanten. Het gemiddelde opslagpercentage voor snijbloemen komt uit op 126% (dus iets van 2 euro inkoop kost in de winkel € 4,52). Voor kamerplanten ligt het opslagpercentage op bijna hetzelfde niveau: 121%.

3.5 Bedrijvenmarkt

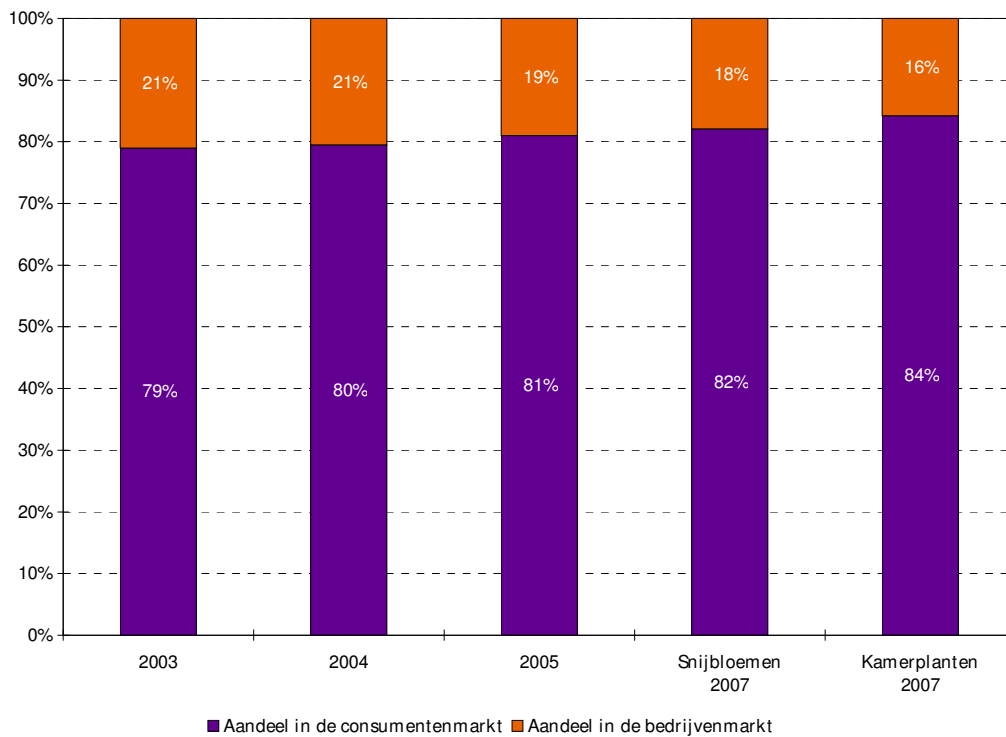
Penetratiegraad bloemisten werkzaam op een bepaalde markt (naar meting)



Basis: alle Belgische bloemisten

- Negen op de tien Belgische bloemisten bedienen de consumentenmarkt met zowel bloemen als met planten
- Beduidend meer Belgische bloemisten zijn werkzaam op de bedrijvenmarkt met snijbloemen dan met kamerplanten

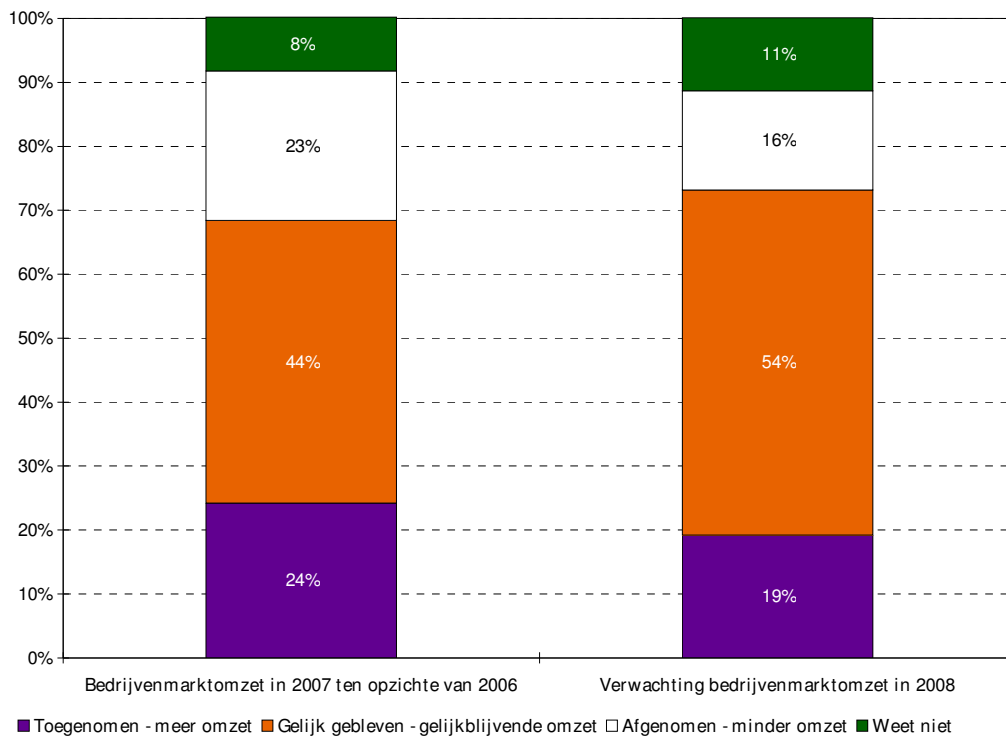
Omzetverdeling naar markt (naar meting)



Basis: alle Belgische bloemisten

- Het overgrote deel van de omzet van een bloemist wordt door de verkoop aan de consument verkregen
- Snijbloemen maken iets meer omzet dan kamerplanten
- Het aandeel in de omzet via de bedrijvenmarkt neemt verder af (*in 2007 is de vraag scherper gesteld*)

Bedrijvenmarkt omzet 2007 ten opzichte van 2006 en verwachting voor 2008



Basis: Belgische bloemisten werkzaam op bedrijvenmarkt

- Een kwart van de bloemisten heeft de bedrijvenmarkt omzet in 2007 zien toenemen ten opzichte van 2006. Ruim twee vijfde van de bloemisten geeft aan dat de omzet gelijk gebleven is, terwijl bijna een kwart de omzet heeft zien dalen in een jaar tijd. Hiermee komt de net-balance score (% bloemisten dat zegt 'toename' minus het % bloemisten dat zegt 'afname') op 1 uit. Overall gezien is er dus geen verandering opgetreden
- De verwachting voor 2008 is eveneens een stabilisatie (net-balance score is 3)

3.6 Consumentenmarkt

Heeft u in de laatste 12 maanden bij uw klanten een verandering geconstateerd? (spontaan)

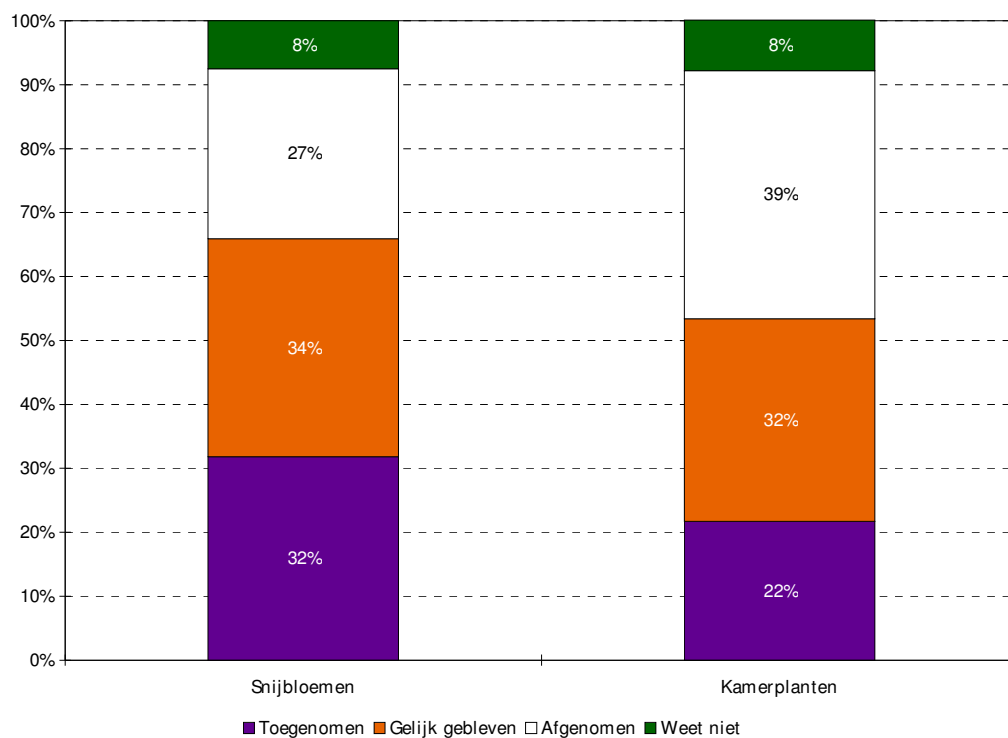
	2000	2001	2003	2004	2005
Geen veranderingen	21%	36%	31%	33%	25%
Koopt vaker goedkopere producten	16%	13%	16%	13%	21%
Koopt minder vaak producten	2%	3%	4%	4%	14%
Koopt vaker producten van hogere kwaliteit	5%	3%	5%	2%	6%
Koopt minder voor zichzelf	2%	2%	3%	6%	5%
Consument is kritischer \ mode bewuster	7%	7%	7%	4%	4%
Consument koopt voor een kleiner bedrag	38%	30%	22%	17%	3%
Meer vraag naar planten	2%	1%	2%	2%	3%
Weet niet \ geen antwoord	3%	1%	5%	8%	8%

Basis: alle Belgische bloemisten

- Twee derde van de Belgische bloemisten zegt één of meerdere veranderingen te hebben opgemerkt in het koopgedrag van hun klanten in de winkel
- De veranderingen zijn overwegend “negatief geladen” en hebben te maken met prijs en frequentie (klanten kopen vaker goedkopere producten en doen dat dan ook nog eens minder vaak. In een jaar tijd zijn deze oorzaken alleen maar sterker geworden)

3.7 Omzetontwikkeling en toekomstverwachting

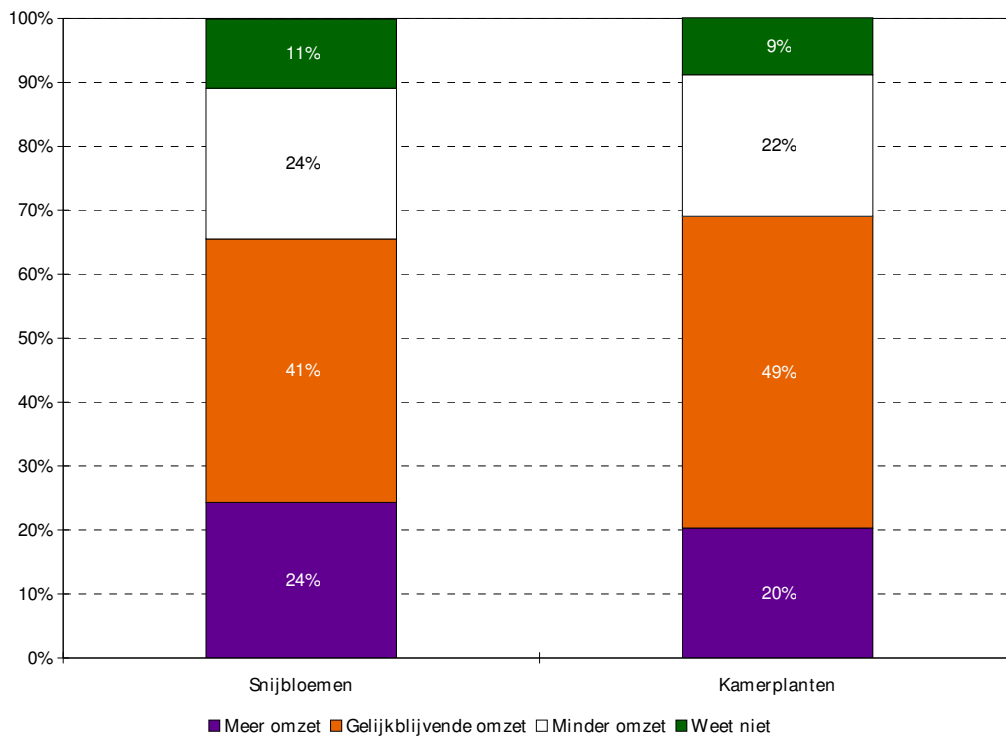
Verkopen 2007 ten opzichte van 2006 (naar product)



Basis: alle Belgische bloemisten die het product verkopen

- Het jaar 2007 was voor snijbloemen in België een beter jaar dan voor kamerplanten (de netbalance score voor snijbloemen is 5 en voor kamerplanten zelfs -17)
- De overall inschatting van de bloemisten is dat de snijbloemenomzet in 2007 in België ten opzichte van 2006 gestabiliseerd is, terwijl de omzet van kamerplanten enigszins gedaald is

Verkoopverwachting voor 2008 (naar product)



Basis: alle Belgische bloemisten die het product verkopen

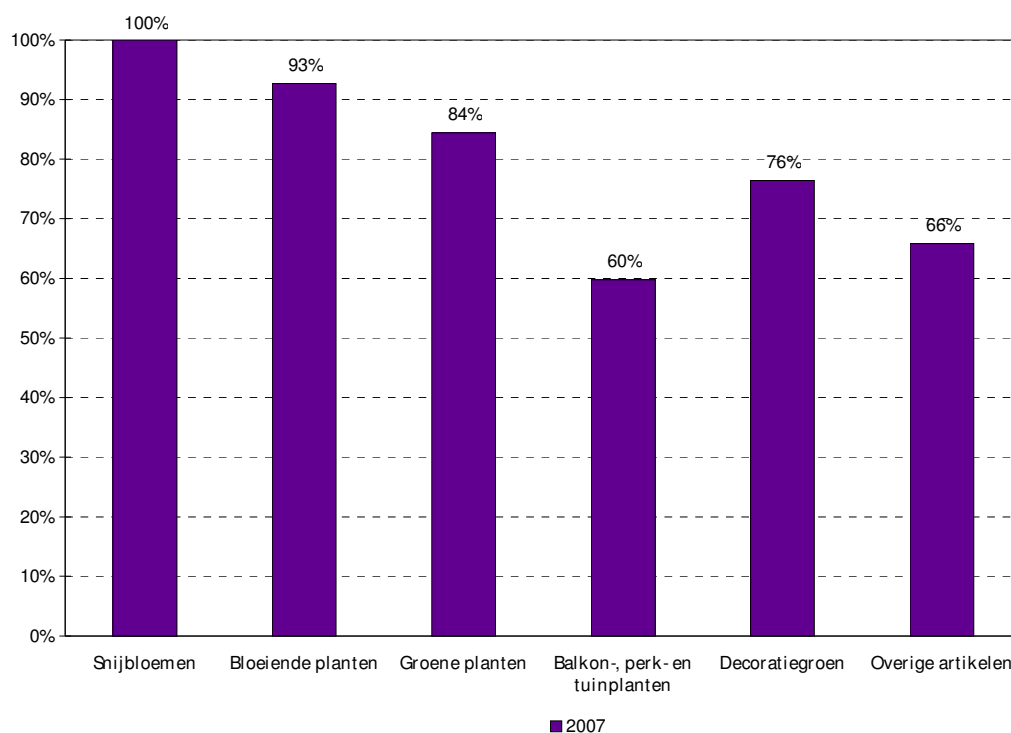
- De verwachting is dat 2008 voor snijbloemen net zo'n jaar wordt als 2007 (net-balance score is 0 en de helft van de Belgische bloemisten verwacht een stabilisatie of weet het niet)
- Voor kamerplanten wordt 2008 ook een jaar van stabilisatie, maar dat is in ieder geval positiever dan 2007
- Tevens is gevraagd hoe de verhouding van groene en bloeiende kamerplanten in de verkopen van 2008 zal zijn. Ruim de helft (54%) van de Belgische bloemisten verwacht in 2008 dat er meer nadruk op de bloeiende kamerplanten zal liggen, terwijl 6% juist verwacht dat de nadruk meer op groene kamerplanten zal komen te liggen. Een derde (32%) denkt dat er niets aan de verhouding zal veranderen en 8% weet niet wat er gaat gebeuren.

4 Frankrijk

De belangrijkste uitkomsten die betrekking hebben op de Franse bloemisten staan nu centraal. In Frankrijk is een groot aantal vragen gesteld om het profiel van de bloemist te kunnen achterhalen.

4.1 Assortiment

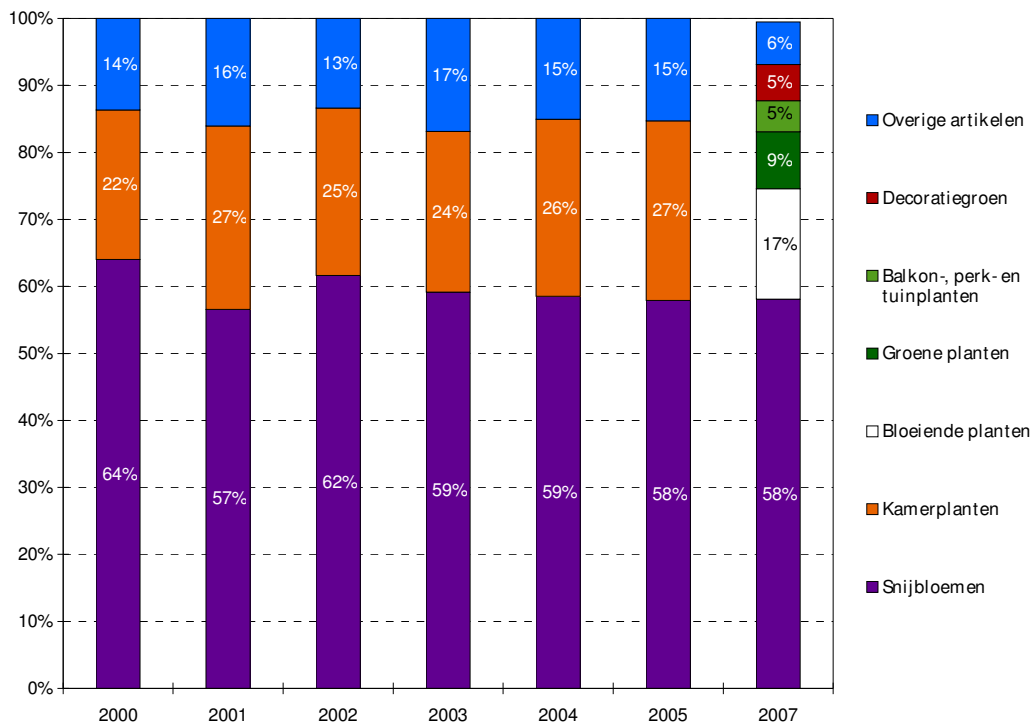
Penetratiegraad producten (2007)



Basis: alle Franse bloemisten

- Alle Franse bloemisten hebben snijbloemen in hun assortiment
- De penetratiegraad van bloeiende kamerplanten ligt hoger dan die van groene kamerplanten
- Twee derde van de Franse bloemisten verkoopt 'overige artikelen'
- Balkon-, perk- en tuinplanten zijn het minst ver "doorgedrongen"

Omzetverdeling producten (naar meting)



Basis: alle Franse bloemisten

- Ongeveer drie vijfde van de omzet van een bloemist wordt door de verkoop van snijbloemen verkregen (stabiel over de jaren)
- Een kwart van de omzet wordt door de verkoop van kamerplanten gerealiseerd (eveneens stabiel over de jaren)

4.2 Inkoopkanalen

Omzetverdeling inkoopkanalen snijbloemen en kamerplanten (naar productgroep, 2007)

	Snijbloemen	Kamerplanten
Groothandelaar op groothandelsmarkt (MIN)	34%	36%
Nederlandse lijnrijder	10%	6%
Lokale lijnrijder	11%	7%
Via een importeur	5%	4%
Groothandelaar buiten groothandelsmarkt (MIN)	18%	18%
Direct bij producent \ kweker	5%	14%
Rechtstreeks via een Nederlandse exporteur	10%	5%
Rechtstreeks via een niet-Nederlandse exporteur	1%	2%
Lokale C&C	3%	5%
Internet	1%	1%
Nog anders	2%	2%

Basis: alle Franse bloemisten die product ook daadwerkelijk verkopen

- De meeste omzet wordt op de groothandelsmarkten in Frankrijk ingekocht
- Franse bloemisten maken eigenlijk maar van 1 (of sommige bloemisten van 2) verschillende inkoopkanalen gebruik
- De Nederlandse lijnrijder is relatief belangrijk in Frankrijk voor de inkoop van snijbloemen
- De aankoop van kamerplanten loopt meer dan bij snijbloemen direct via de kweker

4.3 Internetgebruik

11% van alle bloemisten in Frankrijk zegt wel eens snijbloemen en/of kamerplanten in te kopen via een elektronisch bestelsysteem via Internet.

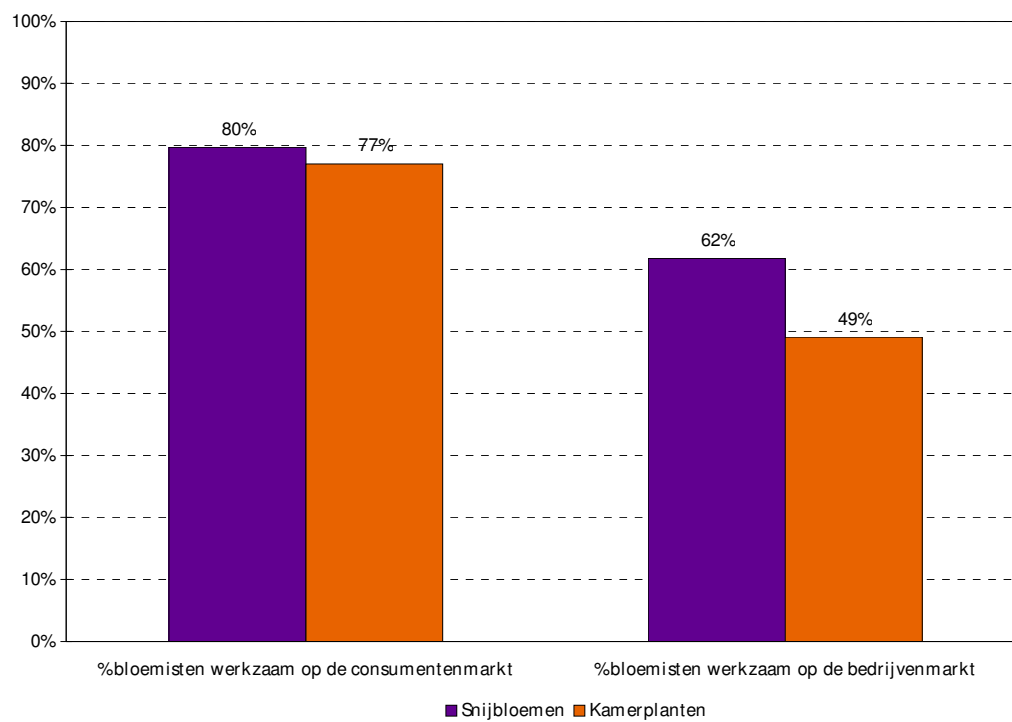
Deze 32 bloemisten schatten vervolgens in dat 56% (gemiddeld genomen) van hun snijbloemen en kamerplanten op deze manier ingekocht wordt.

4.4 Opslagpercentage

Tevens is gevraagd naar het opslagpercentage voor snijbloemen en kamerplanten. Het gemiddelde opslagpercentage voor snijbloemen komt uit op 153% (dus iets van 2 euro inkoop kost in de winkel ruim 5 euro). Voor kamerplanten ligt het opslagpercentage iets lager: 145%.

4.5 Bedrijvenmarkt

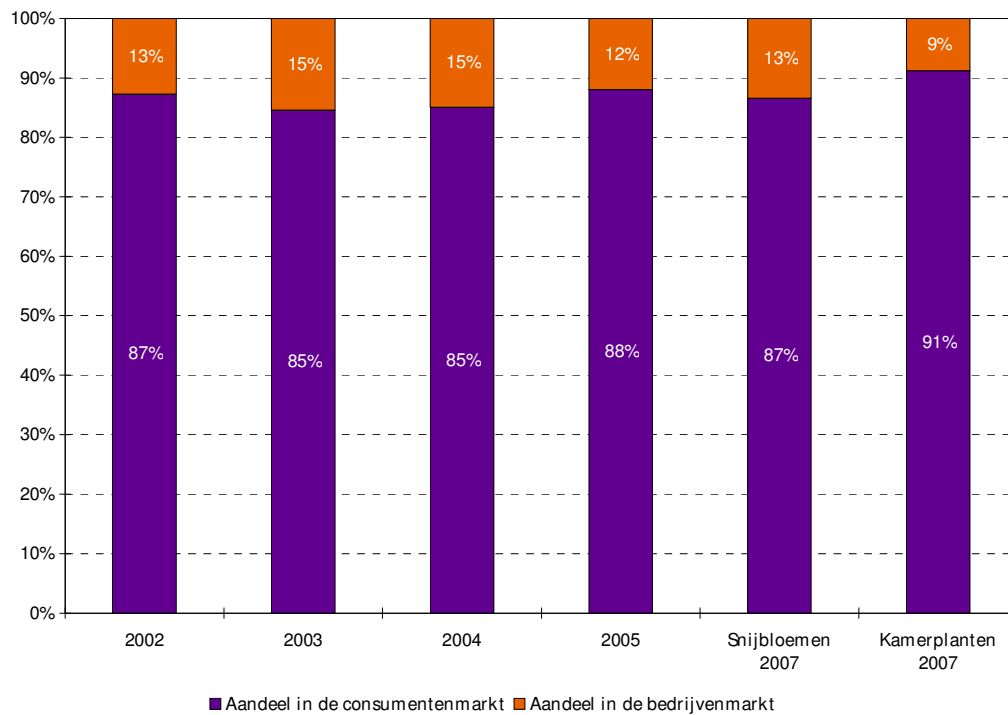
Penetratiegraad bloemisten werkzaam op een bepaalde markt (naar product, 2007)



Basis: alle Franse bloemisten

- “Slechts” acht op de tien Franse bloemisten bedienen de consumentenmarkt met snijbloemen en/of kamerplanten)
- Het percentage Franse bloemisten die werkzaam is op de bedrijvenmarkt, ligt beduidend lager: drie vijfde van de bloemisten is werkzaam met snijbloemen en slechts de helft van de bloemisten is werkzaam met kamerplanten op de bedrijvenmarkt

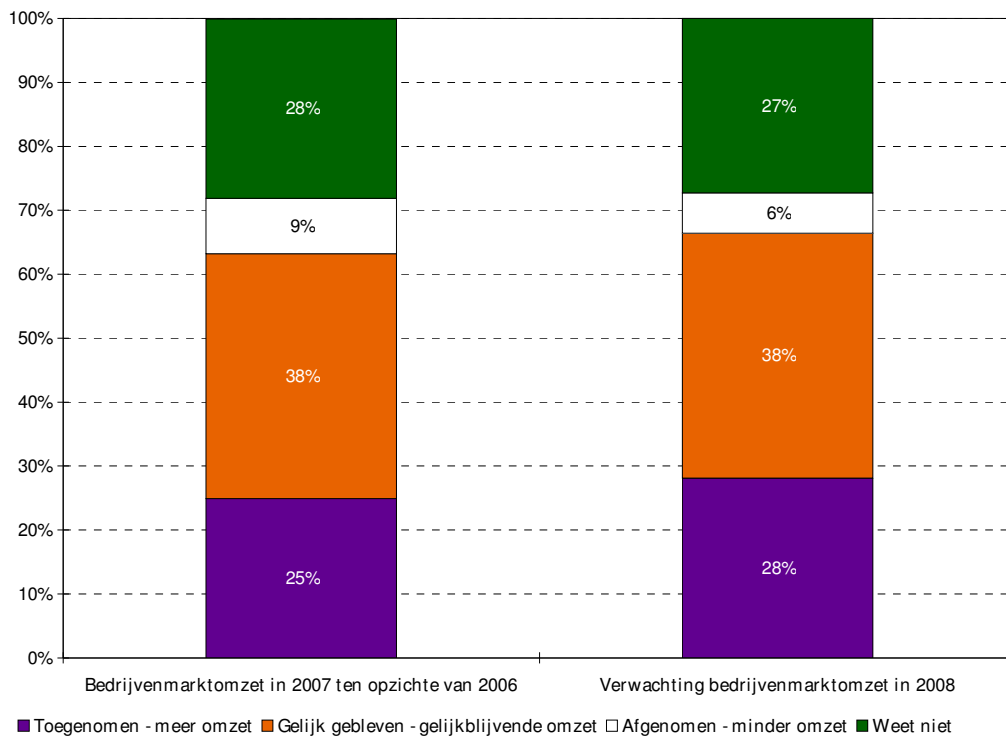
Omzetverdeling naar markt (naar meting)



Basis: alle Franse bloemisten

- Het overgrote deel van de omzet van een bloemist wordt door de verkoop aan de consument verkregen (*in 2007 is de vraag scherper gesteld*)
- Wanneer de cijfers van 2007 van snijbloemen en kamerplanten samengenomen worden, lijkt er een lichte toename van de consumentenmarkt te zijn

Bedrijvenmarkt omzet 2007 ten opzichte van 2006 en verwachting voor 2008



Basis: Franse bloemisten werkzaam op bedrijvenmarkt

- Een kwart van de bloemisten heeft de bedrijvenmarkt omzet in 2007 zien toenemen ten opzichte van 2006. Twee vijfde van de bloemisten geeft aan dat de omzet in beide jaren gelijk gebleven is, terwijl 9% de omzet heeft zien dalen in een jaar tijd. Hiermee komt de net-balance score (% bloemisten dat zegt 'toename' minus het % bloemisten dat zegt 'afname') uit op 14
- Een relatief grote groep (28%) heeft geen idee
- De verwachting voor 2008 is enigszins positief (net-balance score is 22), desondanks verwacht twee vijfde van de bloemisten een stabilisatie
- Ook hier valt de relatief grote groep bloemisten op die het niet weet

4.6 Consumentenmarkt

Heeft u in de laatste 12 maanden bij uw klanten een verandering geconstateerd? (spontaan)

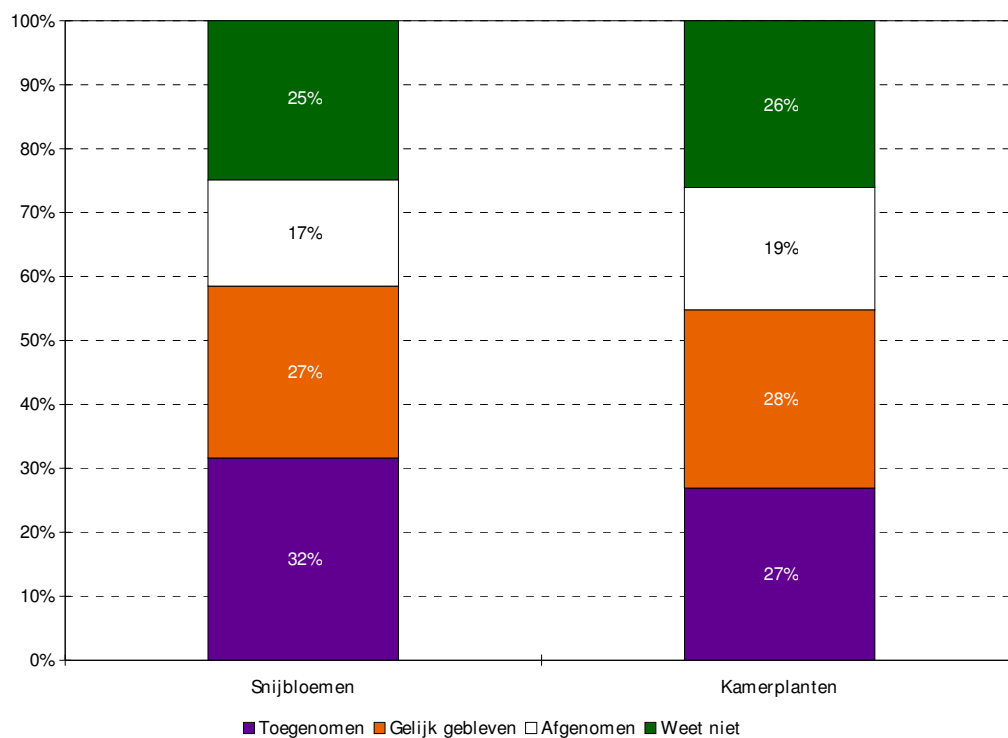
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Geen veranderingen	46%	42%	43%	29%	21%	26%
Koopt vaker goedkopere producten	7%	10%	6%	16%	24%	25%
Koopt minder vaak producten	4%	1%	2%	4%	7%	20%
Consument koopt bewuster	-	-	-	-	-	10%
Meer verkoop van losse takken en bloemen	0%	-	1%	1%	0%	4%
Consument is kritischer \ mode bewuster	5%	1%	5%	5%	6%	3%
Meer vraag naar bloemen	4%	3%	6%	8%	4%	3%
Koopt vaker producten van hogere kwaliteit	3%	5%	4%	4%	4%	3%
Weet niet \ geen antwoord	-	-	-	1%	5%	6%

Basis: alle Franse bloemisten

- Twee derde van de Franse bloemisten zegt één of meerdere veranderingen te hebben opgemerkt in het koopgedrag van hun klanten in de winkel
- De veranderingen zijn overwegend “negatief geladen” en hebben vooral te maken met prijs en frequentie (klanten kopen vaker goedkopere producten, zij kopen sowieso al minder vaak en kopen daarnaast ook nog eens heel bewust. In een jaar tijd zijn deze drie oorzaken alleen maar sterker geworden)

4.7 Omzetontwikkeling en toekomstverwachting

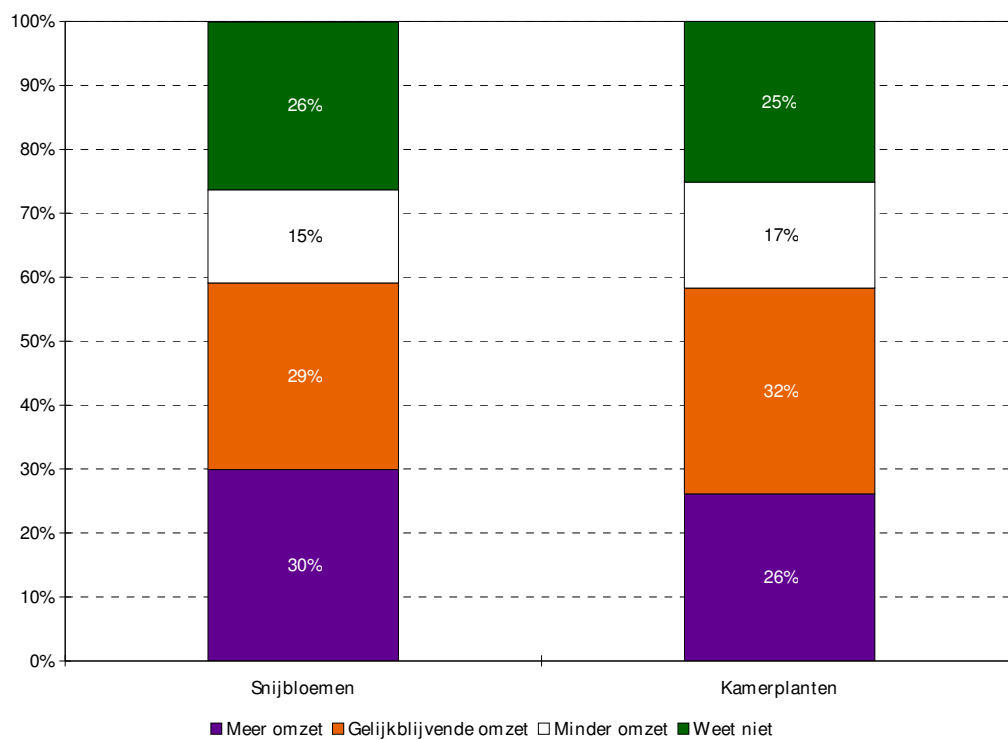
Verkopen 2007 ten opzichte van 2006 (naar product)



Basis: alle Franse bloemisten die het product verkopen

- Het jaar 2007 was voor snijbloemen in Frankrijk een beter jaar dan voor kamerplanten (de net-balance score voor snijbloemen is 15 en voor kamerplanten 8)
- Een kwart van de bloemisten heeft geen idee hoe de verkopen zijn gegaan
- De overall inschatting van de bloemisten is dat de snijbloemenomzet in 2007 in Frankrijk ten opzichte van 2006 licht gestegen is, terwijl de omzet van kamerplanten gestabiliseerd is

Verkoopverwachting voor 2008 (naar product)



Basis: alle Franse bloemisten die het product verkopen

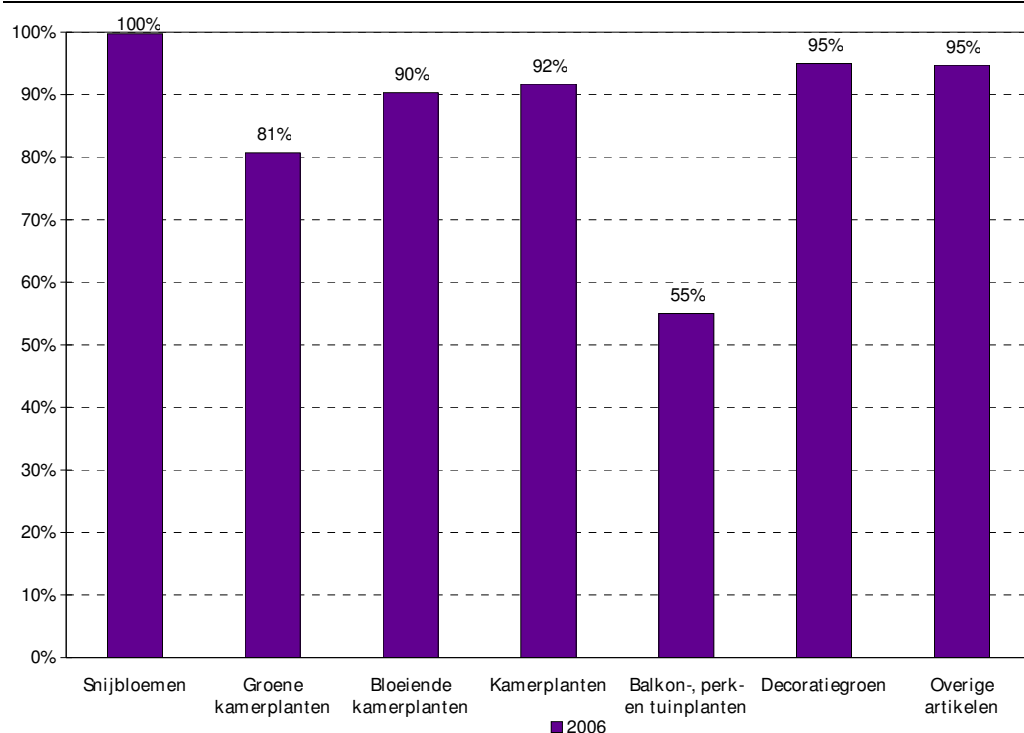
- De verwachting voor 2008 is enigszins positief voor snijbloemen (net-balance score is 15), hoewel drie tiende van de bloemisten een stabilisatie verwacht en een kwart het niet weet
- Voor kamerplanten wordt 2008 wederom een jaar van stabilisatie, de net-balance score is 9 en een derde van de bloemisten verwacht een stabilisatie. Helaas weet een kwart het niet

5 Verenigd Koninkrijk

In dit hoofdstuk staan de belangrijkste uitkomsten centraal die betrekking hebben op de Britse bloemisten. Ook in het Verenigd Koninkrijk is een groot aantal vragen gesteld om het profiel van de bloemist te kunnen achterhalen.

5.1 Assortiment

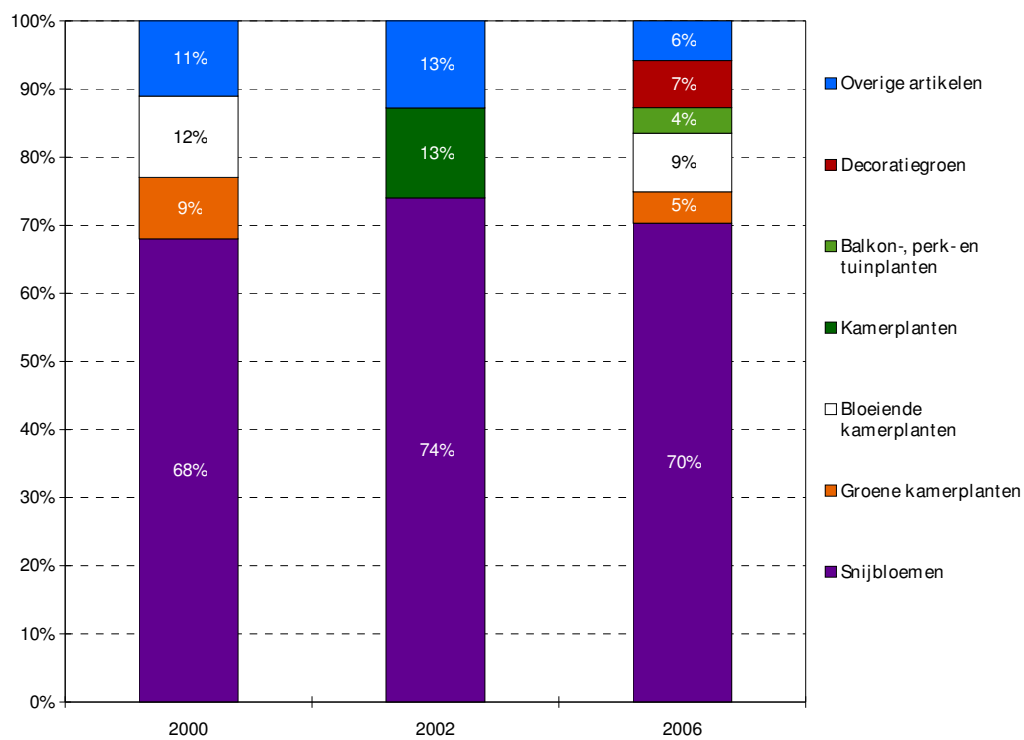
Penetratiegraad producten (2006)



(Basis: alle Britse bloemisten, n=300)

- Nagenoeg alle Britse bloemisten hebben snijbloemen en/of kamerplanten in het assortiment
- Het aandeel Britse bloemisten dat andere artikelen dan snijbloemen en kamerplanten verkoopt en decoratiegroen, ligt boven het niveau van kamerplanten
- Balkon-, perk- en tuinplanten wordt door de helft van de Britse bloemisten verkocht

Omzetverdeling producten (naar meting)

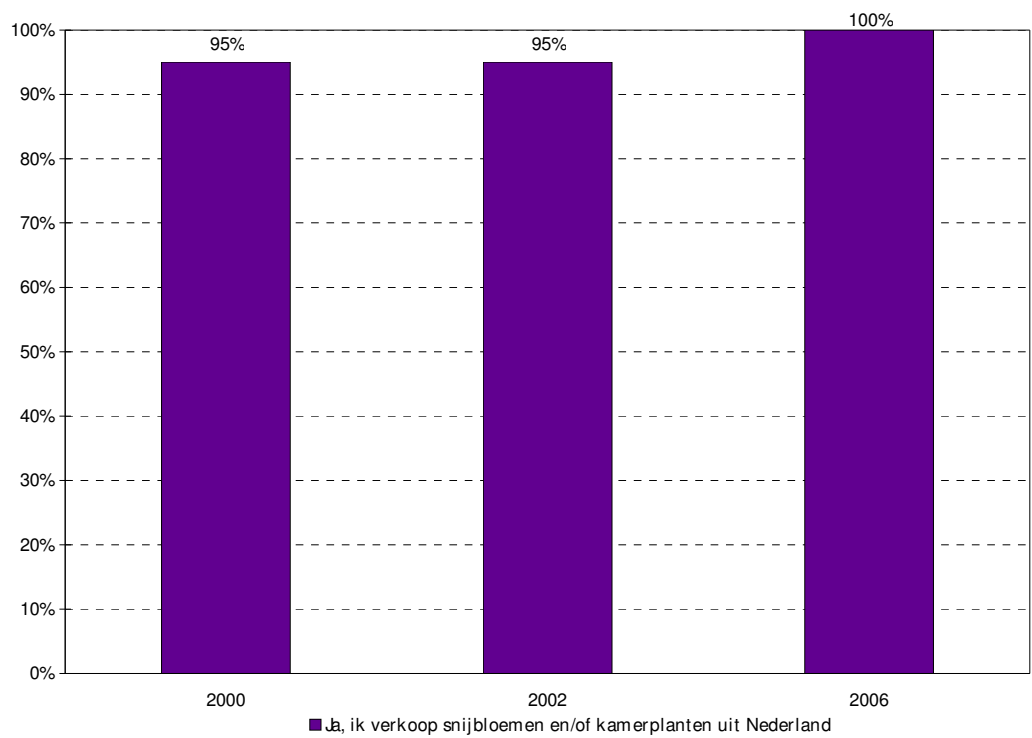


(Basis: alle Britse bloemisten)

- Volgens inschatting van de bloemisten zelf wordt ongeveer drie kwart van de omzet door de verkoop van snijbloemen inclusief decoratiegroen verkregen. In 2000 werd nog twee derde van de omzet door snijbloemen gegenereerd
- In 2000 werd een vijfde van de omzet door de verkoop van kamerplanten gerealiseerd. Dat aandeel is gedaald naar zo'n 14% en stabiel over de laatste jaren
- Het belang van de verkoop van andere artikelen dan bloemen en planten neemt af

5.2 Marktaandeel Nederland

Verkoop van producten uit Nederland (naar meting)



(Basis: alle Britse bloemisten)

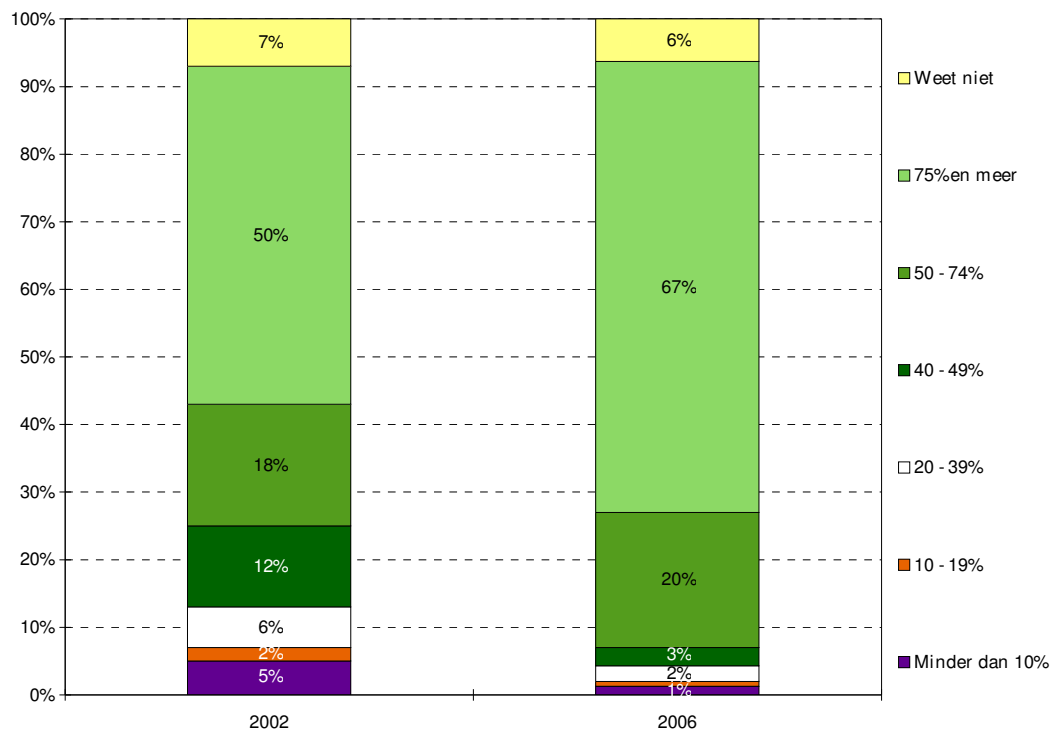
- Alle Britse bloemisten zeggen producten uit Nederland te verkopen
- Ten opzichte van voorgaande jaren is het aandeel bloemisten dat producten uit Nederland verkoopt, gestegen

Uit welke productielanden komen de snijbloemen en kamerplanten? (spontaan, 2006)

	SNIJBLOEMEN	KAMERPLANTEN
Uit Nederland	98%	82%
Uit eigen land	44%	53%
Uit Colombia	51%	-
Uit Israël	29%	-
Uit Kenia	25%	-
Uit Ecuador	23%	-
Denemarken	-	17%
België	-	7%
Andere landen	14%	12%
Weet niet	0%	6%

- Nederland is een heel belangrijk productieland voor de inkoop van snijbloemen voor de Britse bloemisten
- Op het gebied van snijbloemen is Colombia een belangrijk productieland, maar ook de productie uit eigen land is van belang
- Wat betreft kamerplanten is de lokale teelt en het Nederlands product toonaangevend

Percentage inkoopwaarde producten uit Nederland (naar meting)



(Basis: alle Britse bloemisten die producten uit Nederland verkopen)

- Twee derde van de bloemisten in het Verenigd Koninkrijk die producten uit Nederland verkoopt, zegt dat meer dan 75% van de totale inkoopwaarde uit Nederlands product bestaat
- De inkoopwaarde vanuit Nederland neemt toe (in 2002 gaf nog maar de helft van de bloemisten aan dat meer dan 75% van de totale inkoopwaarde uit Nederland kwam, nu is dat aandeel bloemisten dus gestegen naar 67%)

5.3 Inkoopkanalen

Omzetverdeling inkoopkanalen snijbloemen en kamerplanten (naar productgroep, 2006)

	SNIJBLOEMEN	KAMERPLANTEN
Groothandelaar op groothandelsmarkt	28%	38%
Rechtstreeks via een Nederlandse exporteur	34%	24%
Nederlandse lijnrijder	12%	9%
Groothandelaar buiten groothandelsmarkt	10%	8%
Lokale C&C	2%	4%
Direct bij producent \ kweker	1%	4%
Via een importeur	4%	3%
Internet	3%	3%
Nederlandse bloemenveiling	2%	2%
Nederlandse C&C	3%	1%
Rechtstreeks via een niet-Nederlandse exporteur	1%	1%
Lokale lijnrijder	1%	2%
Nog anders	-	1%

Basis: alle Britse bloemisten die product ook daadwerkelijk verkopen

- De meeste omzet wordt op de groothandelsmarkten in het Verenigd Koninkrijk ingekocht
- Een derde van de snijbloemenomzet wordt direct via een Nederlandse exporteur ingekocht. Voor kamerplanten ligt dat met een kwart iets lager
- De Nederlandse lijnrijder kent een redelijke klantenkring
- Er is verder geen onderscheid tussen de productgroepen wat betreft omzet via de verschillende inkoopkanalen

5.4 Internetgebruik

Een ruime meerderheid van de bloemisten in het Verenigd Koninkrijk (81%) heeft de mogelijkheid tot het gebruik van Internet. Hiervan zegt 29% van de bloemisten (en dat is weer 24% van alle 300 bloemisten) wel eens snijbloemen en/of kamerplanten in te kopen via een elektronisch bestelsysteem via Internet.

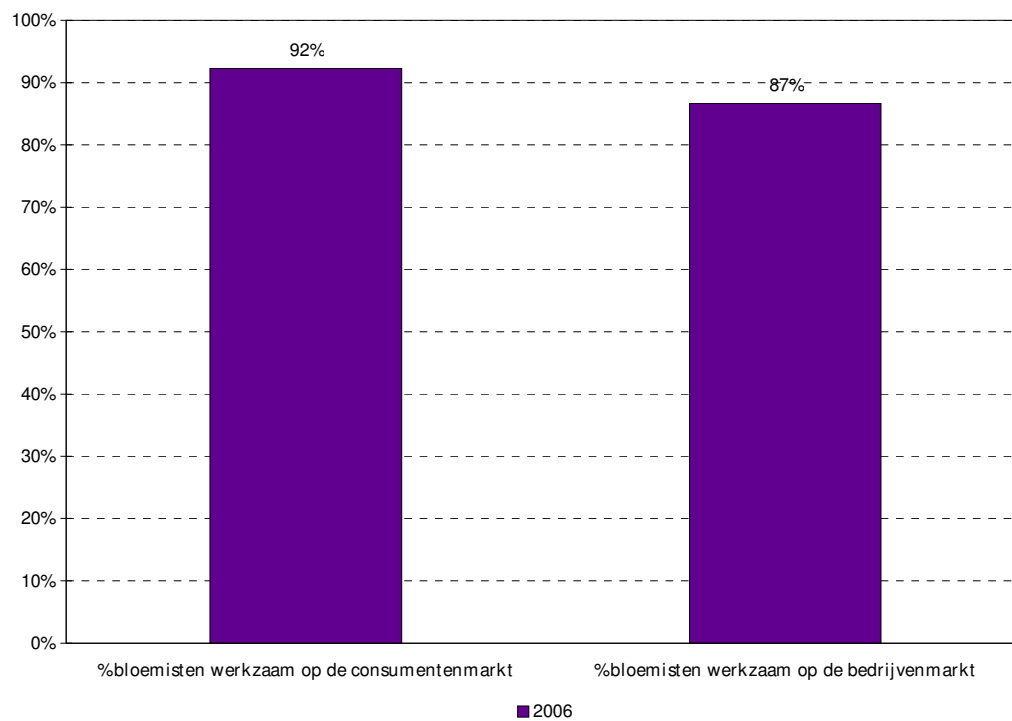
Deze bloemisten schatten vervolgens in dat 43% (gemiddeld genomen) van hun snijbloemen en kamerplanten op deze manier ingekocht wordt. Ongeveer 35% van deze bloemisten zeggen dat consumenten wel eens via internet bloemen bij hun bestellen.

5.5 Opslagpercentage

Aan de bloemisten die bloemen en planten verkopen is ook gevraagd of zij een schatting kunnen geven van het opslagpercentage voor snijbloemen en kamerplanten. Voor snijbloemen komt die schatting uit op 141% gemiddeld (gaat dus ruim één keer over de kop) en voor kamerplanten komt die schatting uit op 130%.

5.6 Bedrijvenmarkt

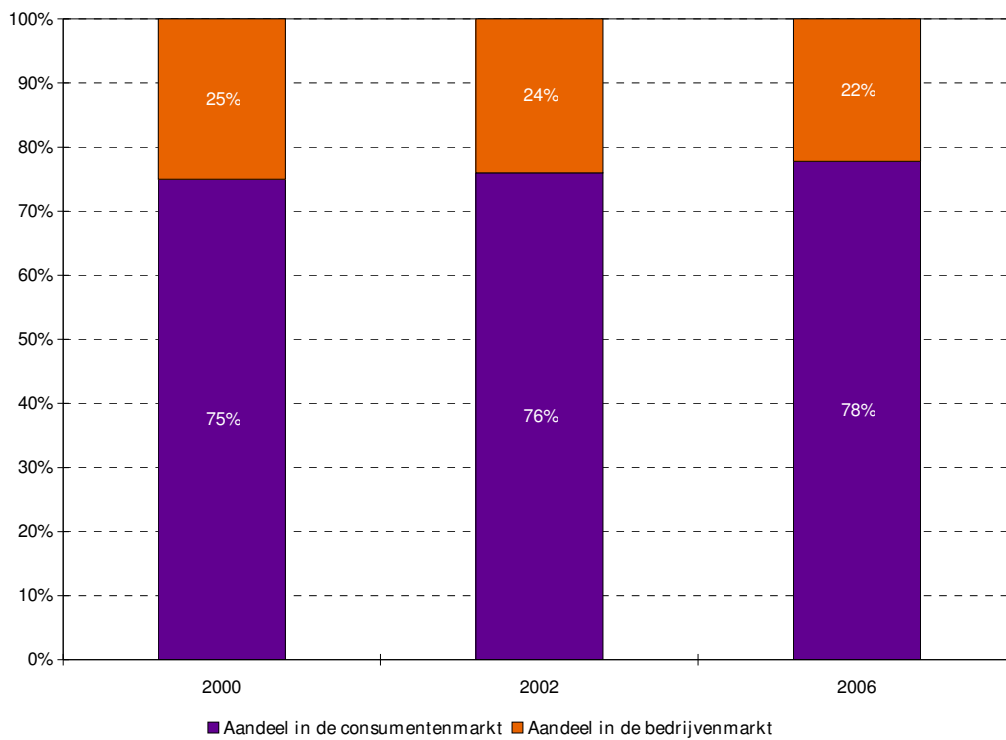
Penetratiegraad bloemisten werkzaam op een bepaalde markt (2006)



(Basis: alle Britse bloemisten, n=300)

- Niet alle Britse bloemisten bedienen de consumentenmarkt
- Het percentage Britse bloemisten dat werkzaam is op de bedrijvenmarkt, ligt met 87% net iets lager

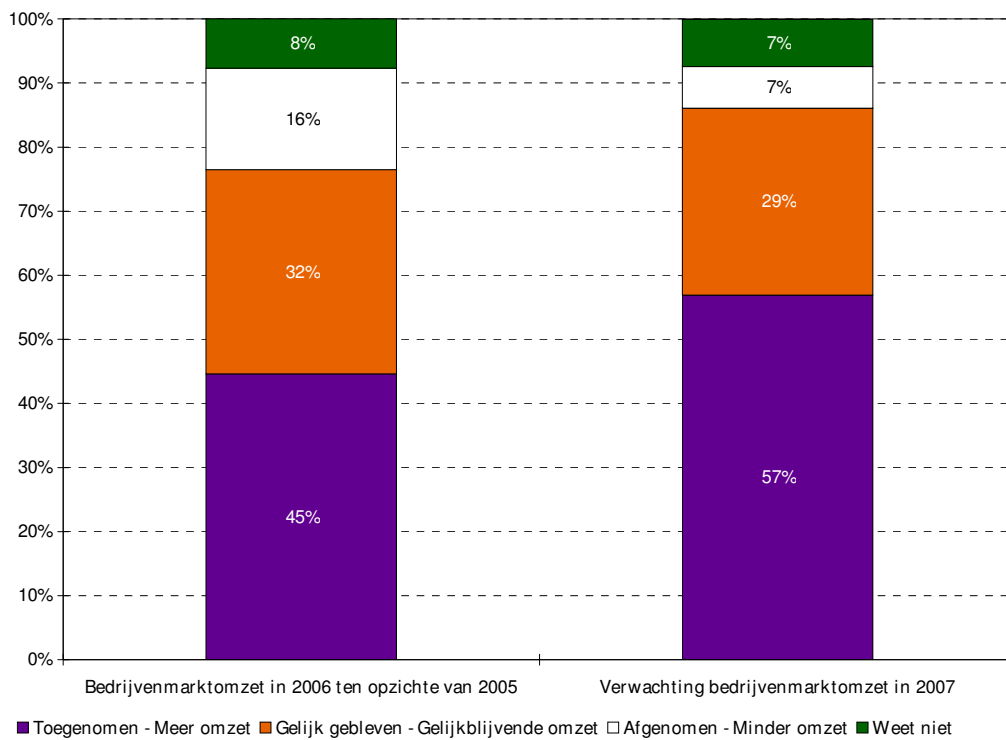
Omzetverdeling naar markt (naar meting)



(Basis: alle Britse bloemisten)

- Het overgrote deel (circa vier vijfde) van de omzet van een bloemist wordt door de verkoop aan de consument verkregen
- In de loop der jaren is het aandeel dat bedrijven bij bloemisten spenderen, langzaam aan het afnemen

Bedrijvenmarkt omzet 2006 ten opzichte van 2005 en verwachting voor 2007



(Basis: Britse bloemisten werkzaam op bedrijvenmarkt, n=260)

- Ruim twee vijfde van de bloemisten heeft de bedrijvenmarkt omzet in 2006 zien toenemen ten opzichte van 2005. Een derde van de bloemisten geeft aan dat de omzet in beide jaren gelijk gebleven is, terwijl een zesde de omzet heeft zien dalen in een jaar tijd. Hiermee komt de net-balance score (% bloemisten dat zegt 'toename' minus het % bloemisten dat zegt 'afname') positief uit: 29
- De verwachting voor 2007 is zeer optimistisch (net-balance score is 50) en bijna een derde van de bloemisten verwacht een stabilisatie

5.7 Consumentenmarkt

Heeft u in de laatste 12 maanden bij uw klanten een verandering geconstateerd? (spontaan)

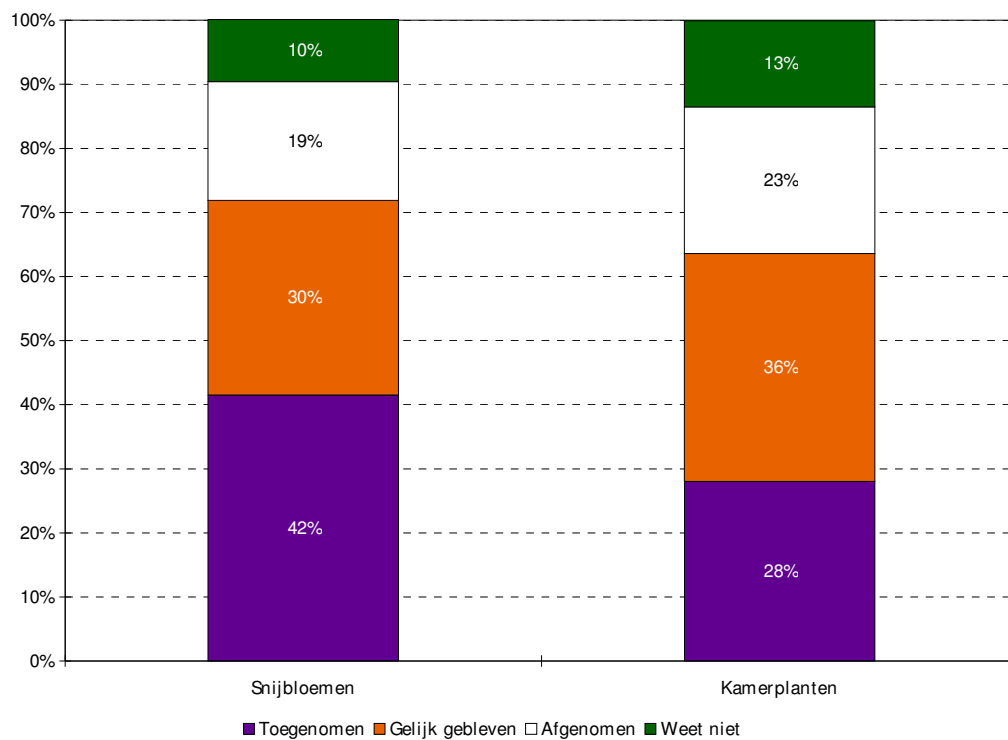
	2002	2006
Geen veranderingen	22%	21%
Koopt duurdere\luxere producten	29%	17%
Doet meer trendaankopen	22%	13%
Is kritischer \ modebewust	22%	12%
Koopt producten van hogere kwaliteit	13%	12%
Koopt goedkopere producten	3%	12%
Heeft specifieke wensen tav kleur en boeket	5%	10%
Consument koopt meer bloemen in de supermarkt	-	9%
Meer vraag naar bloemen	6%	6%
Koopt producten van lagere kwaliteit	2%	5%
Meer vraag naar (speciale) boeketten	-	5%
Bezoekt vaker mijn winkel	3%	4%
Bezoekt minder vaak mijn winkel	3%	3%
Meer vraag naar losse bloemen en takken	3%	3%
Koopt alleen voor cadeau	-	3%
Let meer op aanbiedingen	2%	2%
Koopt minder vaak producten	2%	1%
Weet niet \ geen antwoord	4%	4%

Basis: alle Britse bloemisten

- Drie kwart van de Britse bloemisten zegt één of meerdere veranderingen te hebben opgemerkt in het koopgedrag van hun klanten in de winkel en dat is in de loop der jaren niet veranderd
- De veranderingen hebben te maken met prijs (klanten kopen duurdere en meer luxe producten, producten van hogere kwaliteit) en klanten kopen producten die in de mode zijn (doen meer trendaankopen)

5.8 Omzetontwikkeling en toekomstverwachting

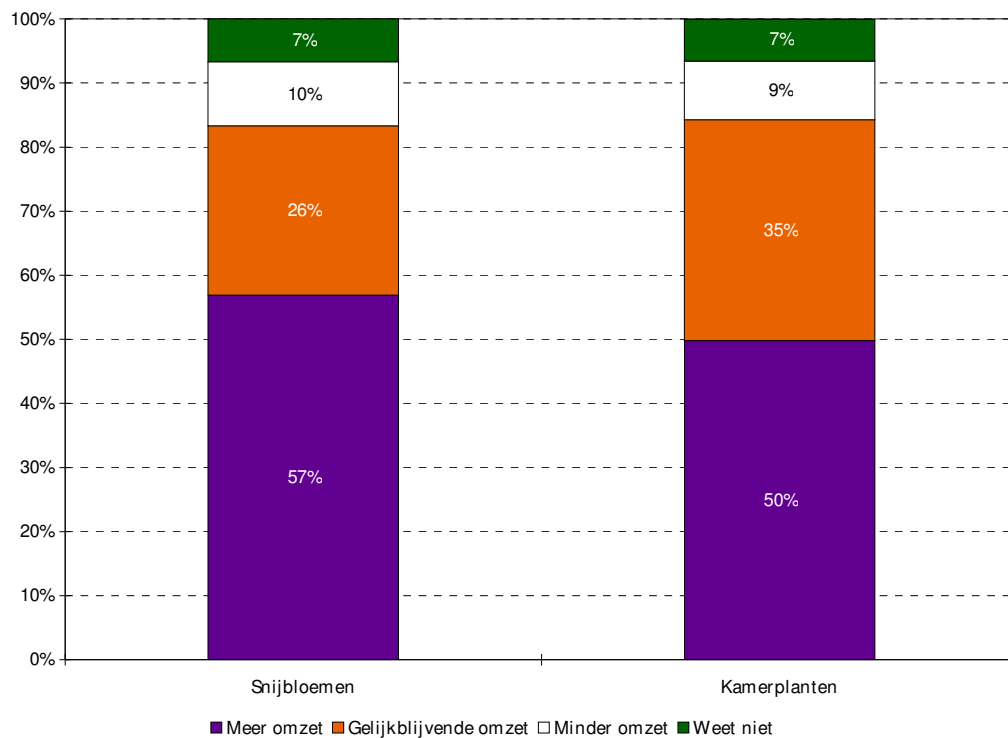
Verkopen 2006 ten opzichte van 2005 (naar product)



(Basis: alle Britse bloemisten die het product verkopen)

- Het jaar 2006 was voor snijbloemen in het Verenigd Koninkrijk een beter jaar dan voor kamerplanten (de net-balance score voor snijbloemen is 23 en voor kamerplanten 5)
- De overall inschatting van de Britse bloemisten is dat de snijbloemenomzet in 2006 ten opzichte van 2005 licht gestegen is. Die van kamerplanten is stabiel gebleven

Verkoopverwachting voor 2007 (naar product)



(Basis: alle Britse bloemisten die het product verkopen)

- De verwachting voor 2007 is zeer optimistisch voor snijbloemen te noemen (net-balance score is 47 en een derde van de bloemisten verwacht een stabilisatie of weet het niet weet)
- 2007 wordt voor kamerplanten ook een goed jaar, de net-balance score is 41 en twee vijfde van de Britse bloemisten verwacht een gelijkblijvende omzet of weet het niet

5.9 Informatiebronnen

Aan de Britse bloemisten is gevraagd welke vakbladen zoal gelezen worden.

- Florist Trade Magazine (71%)
- Holland Flower (34%)
- Mercury (28%).
- Teleflorist Network (20%)
- Fusion Flowers (20%)

Ook is hen gevraagd welke consumentenbladen er gelezen worden. Bijna de helft (46%) zegt dit niet te doen en nog eens een vijfde (18%) weet het antwoord op de vraag niet. Drie titels worden door circa 10% van de bloemisten gelezen: Home & Gardens, Country Living en Good Housekeeping. House & Garden en Ideal Home wordt door 5% gelezen.

Welke websites bezocht u wel eens om nieuwe ideeën te krijgen of inspiratie op te doen? (spontaan)

	2006
Website van Flowercouncil.org	20%
Website collega bloemist	7%
Website Interflora	6%
Website magazine	6%
Website F&PA	4%
Overige websites	9%
Ik bezoek geen websites	3%
Weet niet \ geen antwoord	4%

Basis: alle Britse bloemisten

Met name de website van Bloemenbureau Holland wordt wel eens bezocht door bloemisten om nieuwe ideeën of inspiratie op te doen

6 Onderzoeksverantwoording

In dit rapport staan Nederland, België, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk centraal. In totaal zijn 300 gesprekken per land gevoerd met bloemist/winkeliers.

6.1 Methode van onderzoek

Het onderzoek is uitgevoerd door middel van telefonische interviews. Hierbij is gebruik gemaakt van een computergestuurd telefonisch interviewsysteem (CATI).

6.2 Veldwerk

Het onderzoek is in de periode van 4 januari tot en met 7 februari gehouden.

6.3 Lengte vragenlijst

Nederland: de gemiddelde interviewtijd bedroeg bijna 15 minuten

België: De gemiddelde interviewtijd bedroeg bijna 16 minuten.

Frankrijk: De gemiddelde interviewtijd bedroeg bijna 15 minuten.

Verenigd Koninkrijk: De gemiddelde interviewtijd bedroeg bijna 19 minuten.

Er is gebruik gemaakt van een mastervragenlijst, waardoor een groot aantal vragen over de landen heen vergelijkbaar zijn. Tevens is rekening gehouden met voorgaande metingen. Indien afgeweken is van “oude” antwoordcategorieën, is daar bij de betreffende grafieken en tabellen melding van gemaakt.

6.4 Respondent

Alle gesprekken zijn gevoerd met bloemistwinkeliers (eigenaar danwel de bedrijfsleider).

6.5 Verwerking

De verwerking van de half open vragen is gedaan door middel van hercoderen. Daarnaast is het geheel van de antwoorden op de open vragen integraal opgenomen in de bijlage van het tabellenrapport.

Er heeft geen herweging plaatsgevonden. Dit betekent dat elke respondent even zwaar meetelt in het totaaloordeel.

6.6 Steekproefopbouw

De steekproef van alle landen is ad random getrokken uit de door SMT aangeleverde adresbestanden. Dit heeft tot het volgende profiel geleverd:

AANTAL WINKELS	Nederland	België	Frankrijk	VK
• 1	85%	93%	85%	83%
• 2	10%	5%	11%	13%
• 3 of meer	5%	2%	4%	3%
Gemiddeld aantal winkels	1,2	1,2	1,2	1,2
GROOTTE WINKEL				
• 0 – 40 m ²	11%	11%	11%	26%
• 41 – 60 m ²	11%	14%	20%	21%
• 61 – 80 m ²	14%	10%	24%	8%
• 81 – 100 m ²	18%	11%	18%	8%
• meer dan 100m ²	41%	50%	24%	10%
Gemiddeld	88 m ²	90 m ²	77 m ²	
AANTAL MEDEWERKERS				
• 1	15%	31%	38%	6%
• 2	20%	30%	29%	12%
• 3	21%	15%	15%	18%
• 4	13%	11%	10%	63%
• 5 of meer	31%	13%	29%	
Gemiddeld aantal mensen	4,2	3,5	2,4	4,9
LID BLOEMISTENORGANISATIE				
• Interflora \ Fleurop	27%	11%	28%	30%
• VBW	33%	-	-	-
• VLAM	-	25%	-	-
• Florajet	-	-	20%	-
• Teleflorist	-	-	-	30%
• Euroflorist	17%	11%	10%	-
• KUFB	-	19%	-	-
• Lokaal	-	-	-	10%
• Geen lid	34%	45%	50%	19%
LEEFTIJD BLOEMIST				
• 29 jaar en jonger	8%	2%	13%	11%
• 30 – 39 jaar	24%	18%	33%	23%
• 40 – 49 jaar	32%	42%	30%	27%
• 50 jaar en ouder	36%	36%	28%	36%
Gemiddelde leeftijd bloemist	45 jaar	47 jaar	41 jaar	45 jaar
GESLACHT BLOEMIST				
• Man	54%	50%	28%	16%
• Vrouw	46%	50%	72%	84%

INKOOP SNIJBLOEMEN	Nederland	België	Frankrijk	VK
• Kweker	2%	2%	11%	-
• Groothandel/ C&C op de veiling/GH/MIN	48%	31%	44%	50%
• Groothandel/C&C buiten veiling/GH/MIN	17%	43%	24%	18%
• Lokale C&C / C&C op de MIN	-	9%	5%	5%
• Lokale exporteur	-	3%	2%	2%
• Nederlandse exporteur	8%	3%	13%	53%
• Nederlandse lijnrijder	20%	9%	19%	19%
• Lokale lijnrijder	-	10%	18%	3%
• Internet	2%	1%	3%	6%
• Klok bloemenveiling	34%	22%	-	3%
• Eigen productie	2%	-	-	-
• C&C in Nederland	-	-	1%	-
• Importeur	1%	2%	8%	8%
INKOOP KAMERPLANTEN				
• Kweker	1%	12%	22%	-
• Groothandel/ C&C op de veiling/GH/MIN	57%	31%	45%	54%
• Groothandel/C&C buiten veiling/GH/MIN	14%	41%	22%	11%
• Lokale C&C / C&C op de MIN		10%	7%	6%
• Lokale exporteur		2%	3%	2%
• Nederlandse exporteur	7%	2%	7%	38%
• Nederlandse lijnrijder	11%	8%	14%	15%
• Lokale lijnrijder		8%	11%	4%
• Internet	1%	1%	3%	6%
• Klok bloemenveiling	33%	15%	1%	2%
• Eigen productie	1%	-	-	-
• Importeur	1%	3%	9%	6%
• Tuincentra	-	-	-	3%
WINKEL BEVINDT ZICH				
• Centrum van de stad	30%	26%	43%	21%
• Buitenwijk stad	37%	28%	27%	46%
• Dorp \ platteland	33%	44%	29%	33%

6.7 Respons

De onderstaande tabel geeft een volledig beeld:

Statusregister				
	Nederland	België	Frankrijk	VK
STEEKPROEFGROOTTE	2.000	2.000	2.000	4.570
Niet gebruikte adressen	1.227	562	1.343	3.121
BRUTO STEEKPROEF	773	1.438	657	1.449
Openstaande afspraken	48	32	94	100
Verkeerd nummer	87	366	76	542
Niet bruikbaar	220	644	147	216
Weigering	94	60	26	211
Geen contact	21	31	13	80
Geslaagd gesprek	302	305	301	300
NETTO RESPONS	76%	84%	92%	58%