
Importeursonderzoek Oekraïne

De Oekraïense importeur in beeld

2008 / 39

Zoetermeer, april 2008 - René van Paassen

Productschap Tuinbouw, Afdeling M&I

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

Productschap Tuinbouw, Postbus 280, 2700 AG Zoetermeer

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

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

Inhoudsopgave

Samenvatting	7
1 Inleiding	9
1.1 Achtergrond van het onderzoek	9
1.2 Doelstelling	10
1.3 Opzet en methode van onderzoek	10
1.4 Onderzoeksdoelgroep	10
1.5 Rapportage	11
2 Inkoop	13
2.1 Inkoopkanalen	13
2.2 Aantal leveranciers	15
3 Keuze, beoordeling en imago van leveranciers	17
3.1 Inleiding	17
3.2 Reden voor keuze leverancier	17
3.3 Service Nederlandse leveranciers	18
3.4 Veranderingen Nederlandse leveranciers	19
3.5 Verbeterpunten	19
3.6 Stellingen	20
4 Herkomstlanden	21
4.1 Beoordeling herkomstlanden	23
4.2 Sterkte/zwakteanalyse Nederland	26
5 Assortiment Oekraïense importeurs	29
5.1 Inleiding	29
5.2 Ontwikkeling binnen assortiment	29
5.3 Assortimentssamenstelling	30
6 Informatievoorziening en -behoefte	33
7 Afzet	35
7.1 Inleiding	35
7.2 Afzetkanalen	35
7.3 Belang herkomst	37
7.4 Verwachte marktontwikkeling	37

Samenvatting

Het Productschap Tuinbouw heeft in maart 2008 voor het eerst een oriënterend importeursonderzoek in Oekraïne uitgevoerd. Oekraïne is momenteel nog een relatief kleine afzetmarkt voor de Nederlandse sierteeltsector. Er is de afgelopen jaren echter wel een sterk stijgende lijn zichtbaar in de export naar Oekraïne, mede veroorzaakt door de sterk stijgende welvaart. Doordat Oekraïne toetreedt tot de WTO zal dit bovendien de export naar Oekraïne vergemakkelijken. Alles wijst er dan ook op dat deze markt, met ruim 46 miljoen inwoners, de komende jaren sterk zal groeien.

Door het relatief kleine aantal importeurs dat aan het onderzoek heeft meegewerkt (6), zijn de resultaten en conclusies in dit rapport slechts indicatief voor de Oekraïense markt.

Wanneer wordt gekeken naar het omzetaandeel van verschillende landen van herkomst, geven de importeurs aan dat Nederland het belangrijkste land van herkomst is, voor zowel snijbloemen als voor potplanten. Nederland onderscheidt zich met name positief door een breed assortiment en de hoge servicegraad. Negatief onderscheidt Nederland zich met name door de prijs. Ecuador staat op een tweede plaats en is met name bekend om haar goede rozen met een grote bloem en lange steel. Over het algemeen wordt Nederland ook gezien als het beste productieland van snijbloemen en potplanten. Voor snijbloemen verwachten de importeurs voor de komende drie jaar met name een toenemend belang van Nederland, Oekraïne en Kenia. Voor Ecuador, Colombia en Polen denken een aantal importeurs dat deze de komende jaren marktaandeel kunnen verliezen. De kwaliteit van bloemen uit Polen is niet altijd goed en men denkt dat (een deel van) deze productie zal worden overgenomen door Oekraïense productiebedrijven. Voor potplanten wordt de meeste groei verwacht van herkomstlanden Nederland en Italië.

Gemiddeld hebben de importeurs ruim 5 leveranciers, waarvan bijna 2 Nederlandse leveranciers. Circa 17% van de respondenten verwacht dat het *totale aantal leveranciers* in de komende drie jaar zal dalen, vanwege problemen met transport bij de grensovergang en invoerbelastingen. De helft van de respondenten denkt dat het aantal leveranciers gelijk zal blijven en één derde denkt dat het aantal in de komende jaren zal stijgen door de ontwikkeling van nieuwe productielanden zoals Kenia en nieuwe lokale groothandelaren. Eenderde van de respondenten verwacht dat het aantal *Nederlandse leveranciers* zal toenemen. Tweederde van de respondenten verwacht juist een stabilisatie.

De grootste Nederlandse leverancier van snijbloemen levert gemiddeld 4,8 keer per maand, voor potplanten is dit gemiddeld 3 keer per maand. De grootste niet-Nederlandse leverancier levert gemiddeld 10 keer per maand snijbloemen en 1,5 keer per maand potplanten. De relatie met de Nederlandse leverancier is vaak langdurig, gemiddeld koopt men al 9 jaar snijbloemen van de grootste Nederlandse leverancier. De relatie met de grootste niet-Nederlandse leverancier is vrijwel gelijk, met 9,3 jaar. Gemiddeld koopt men al 5 jaar potplanten van de grootste Nederlandse leverancier. De relatie met de grootste niet-Nederlandse leverancier is slechts 3 jaar. De belangrijkste spontaan genoemde redenen die worden genoemd voor de keuze van de grootste Nederlandse leverancier zijn de kwaliteit en de prijs van de producten. Genoemde redenen voor de grootste niet-Nederlandse leverancier zijn onder anderen kwaliteit, acceptabele prijs en de koersverhouding tussen de Euro en de dollar.

Van de Nederlandse leveranciers willen de importeurs graag:

- Point-of-sale materiaal;
- Levering in gewenste verpakking;
- Assortimentslijsten;
- Boeken met typen en variëteiten;
- Brochures/boekjes met verzorgingstips;
- Duidelijke weergave productnamen;
- Designshows.

De belangrijkste veranderingen in de afgelopen drie jaar in de samenwerking met Nederlandse leveranciers waren volgens de importeurs:

- De kwaliteit is verbeterd;
- De prijs is verbeterd;
- Bloemen zijn duurder geworden;
- Er waren voorheen minder problemen aan de grens;
- Bijna alle bedrijven hebben Russisch sprekend personeel aangenomen;
- Nederlandse leveranciers hebben vertrouwen in de betaalcapaciteit van Oekraïense klanten;
- Nederland heeft interesse in de Oekraïense markt.

Als verbeterpunten voor de Nederlandse leveranciers werden spontaan de volgende punten genoemd:

- Zelfde kwaliteit, maar lagere prijzen;
- Betere kwaliteit (kwaliteit is niet altijd goed);
- Trainingen, designshows;
- Brochures/leaflets met verzorgingstips voor klanten;
- Breder assortiment.

Voor de niet-Nederlandse leverancier werden de volgende verbeterpunten genoemd:

- Breedte assortiment;
- Goede uitvoering van orders;
- Informatie over noviteiten;
- Voldoende voorraad met speciale dagen;
- Lagere prijs;
- Betere kwaliteit.

Zowel voor snijbloemen als voor potplanten is de breedte en de diepte van het assortiment in de afgelopen vijf jaar toegenomen. Voor de komende vijf jaar wordt verwacht dat deze trend door zal zetten. De belangrijkste snijbloemen in het assortiment zijn chrysaant, roos en orchidee.

De belangrijkste potplanten zijn orchidee, dracaena en azalea.

De belangrijkste afzetkanalen voor de Oekraïense importeurs zijn de groothandel en directe verkoop aan de consument. Voor de komende vijf jaar wordt verwacht dat met name de directe verkoop aan consumenten zal toenemen. Hiernaast wordt met name een groei verwacht van de bloemist en de institutionele markt.

Alle importeurs geven aan dat zij in de komende vijf jaar een stijging verwachten van de consumptie van snijbloemen en/of potplanten in Oekraïne. Gemiddeld wordt ingeschat dat de consumptie over vijf jaar 19% zal zijn gegroeid. Tweederde van de respondenten denkt dat het *aandeel van de Nederlandse producten* op de Oekraïense markt in de komende vijf jaar zal toenemen. Eenderde denkt dat het aandeel gelijk zal blijven.

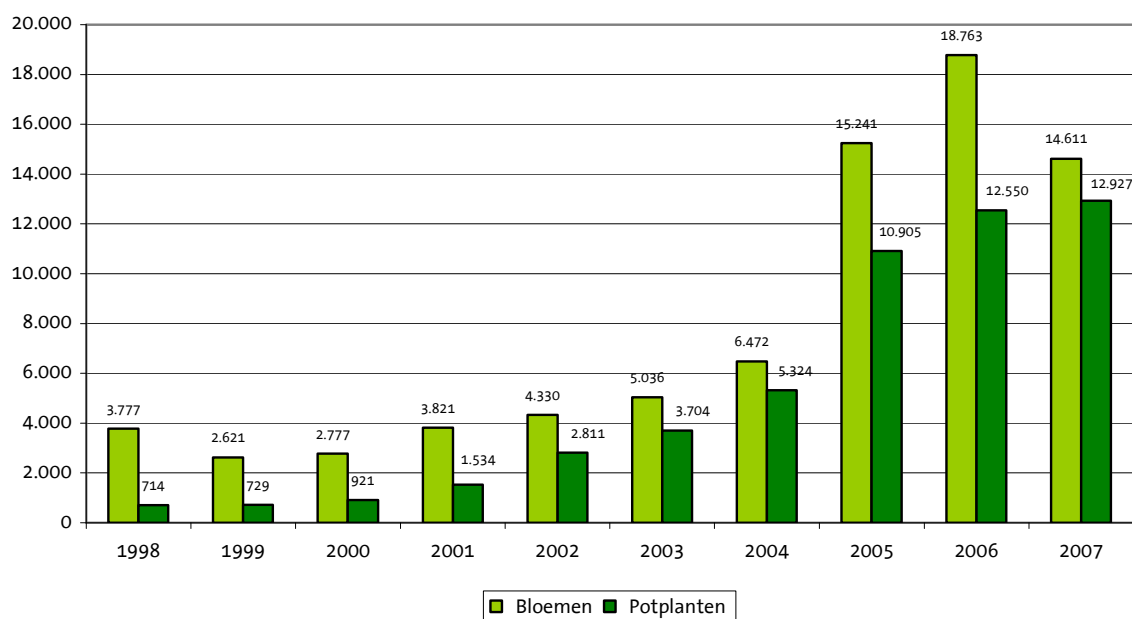
1 Inleiding

1.1 Achtergrond van het onderzoek

Het Productschap Tuinbouw heeft in maart 2008 voor het eerst een oriënterend importeursonderzoek in Oekraïne uitgevoerd. Het onderzoek was semi-kwalitatief van aard en is uitgevoerd onder Oekraïense importeurs van snijbloemen en potplanten uit Nederland. Het veldwerk in dit onderzoek is uitgevoerd door marktonderzoeksbureau Synovate uit Kiev. Hoewel Oekraïne nog een relatief kleine afzetmarkt is voor de Nederlandse sierteeltsector, is de export naar dit land wel groeiende.

In 2007 bedroeg de totale export van snijbloemen naar Oekraïne bijna €15 miljoen en die van kamerplanten circa €13 miljoen. Hiermee heeft Oekraïne slechts een aandeel van ongeveer 0,5% in de totale Nederlandse export. Er is de afgelopen jaren echter wel een sterk stijgende lijn zichtbaar in de export naar Oekraïne, mede veroorzaakt door de sterk stijgende welvaart. Doordat Oekraïne toetreedt tot de WTO zal bovendien export naar Oekraïne gemakkelijker worden. De verwachting is dan ook dat deze markt, met ruim 46 miljoen inwoners, de komende jaren sterk zal groeien. De groeiende export en de goede verwachtingen voor deze markt voor de komende jaren maken het interessant om te kijken naar de ontwikkelingen die zich op deze markt voordoen. In Figuur 1.1 zijn de exportontwikkeling van bloemen en potplanten vanuit Nederland naar Oekraïne weergegeven.

Figuur 1.1 Export bloemen en potplanten vanuit Nederland naar Oekraïne (x 1.000 Euro)



Bron: HBAG

1.2 Doelstelling

De belangrijkste doelen van dit rapport zijn het verkrijgen van inzicht in (de ontwikkeling van):

- Positie van de Nederlandse leveranciers van bloemen en planten in Oekraïne;
- Imago van de Nederlandse leveranciers en Nederland als productieland van snijbloemen en potplanten;
- De handelswijze van Oekraïense importeurs;
- Servicewensen en informatiebehoefte van Oekraïense importeurs.

De volgende onderwerpen zijn in het onderzoek aan de orde gekomen:

- Inkoop;
- Keuze, beoordeling en imago van leveranciers;
- Beoordeling productielanden;
- Assortiment;
- Informatievoorziening en -behoefte;
- Afzet van bloemen en planten.

1.3 Opzet en methode van onderzoek

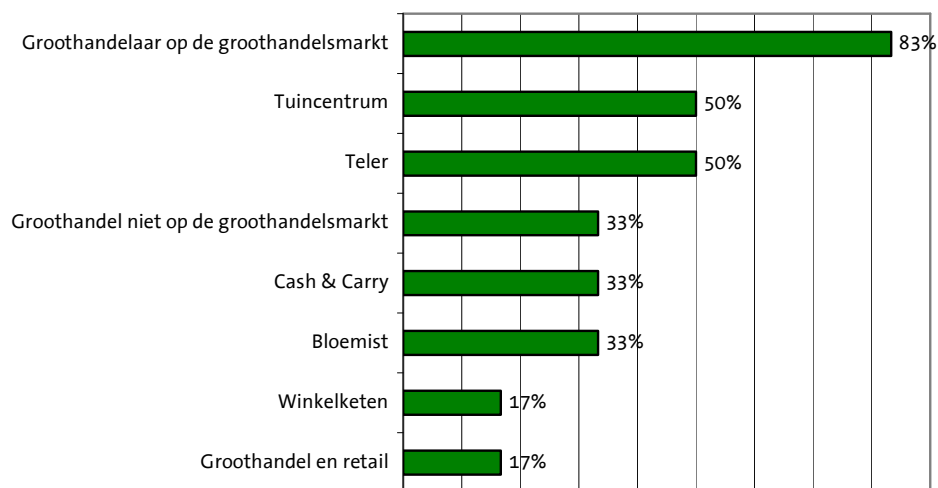
Het onderzoek is kwalitatief uitgevoerd (combinatie van gesloten en open vragen).

Marktonderzoeksbureau Synovate heeft in maart zes face-to-face interviews gehouden met Oekraïense importeurs van snijbloemen en potplanten. De interviews duurden 45 tot 60 minuten en zijn op de werkplek van de respondenten afgenomen. Binnen het bedrijf is gevraagd naar de persoon die verantwoordelijk is voor de inkoop van bloemen en/of planten. Er zijn 12 adressen achterhaald van importeurs die direct bloemen en/of planten importeren uit Nederland. De helft hiervan heeft geweigerd om mee te werken aan dit onderzoek. Van de zes importeurs die hebben meegewerkt waren er vier (met name) snijbloemenimporteurs en 2 potplantenimporteurs. Door het relatief kleine aantal importeurs dat aan het onderzoek heeft meegewerkt, zijn de resultaten en conclusies in dit rapport slechts indicatief voor de Oekraïense markt.

1.4 Onderzoeksdoelgroep

De doelgroep van het onderzoek bestond uit Oekraïense importeurs van bloemen en/of planten uit Nederland met een minimum inkoopbedrag van €15.000 per jaar. De bedrijven die hebben meegewerkt bestaan 6 tot 15 jaar en zijn gevestigd in Kiev (3), Lugansk (1) en Dnepropetrovsk (2).

Figuur 1.2 Indeling importeurs snijbloemen en potplanten naar bedrijfstype



* De som van de percentages telt niet op tot 100% doordat de respondenten meerdere activiteiten kunnen hebben.

De meeste respondenten zien zichzelf als groothandelaar. Een groot aantal van de ondervraagde bedrijven vervult meerdere functies.

1.5 Rapportage

In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op de inkoop van snijbloemen en potplanten (aantallen en soorten leveranciers, omzetaandelen en leveringsaspecten). Hoofdstuk 3 gaat in op de beoordeling en het imago van Nederlandse leveranciers van bloemkwekerijproducten. Hoofdstuk 4 bevat de beoordeling en het belang van verschillende productielanden. In hoofdstuk 5 wordt er ingegaan op het gevoerde assortiment. De informatievoorziening aan en de informatiebehoefte van de Oekraïense importeurs staan centraal in hoofdstuk 6. De beschrijving van de onderzoeksresultaten wordt afgesloten in hoofdstuk 7, waarin de afzet van bloemkwekerijproducten aan de orde komt.

Wanneer er geen onderscheid is gemaakt tussen bloemen en planten, zijn er geen grote verschillen tussen deze productgroepen waarneembaar. Door het relatief kleine aantal importeurs dat aan het onderzoek heeft meegewerkt, zijn de resultaten en conclusies in dit rapport indicatief voor de Oekraïense markt.

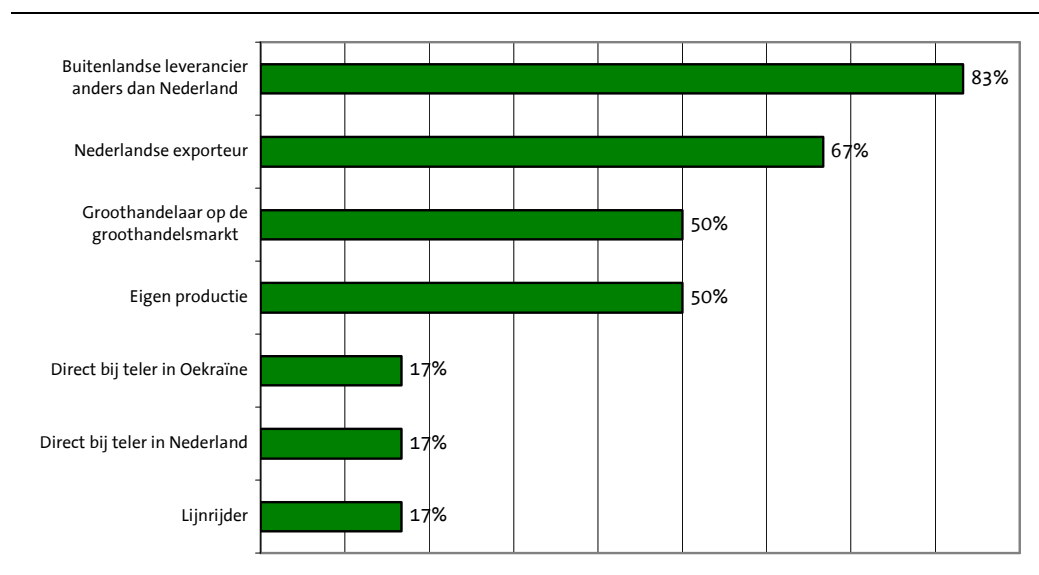
2 Inkoop

2.1 Inkoopkanalen

Om inzicht te krijgen in de meest gebruikte inkoopkanalen en het relatieve belang van deze inkoopkanalen voor de Oekraïense importeurs, is de respondenten gevraagd om aan te geven via welke inkoopkanalen zij snijbloemen dan wel potplanten inkopen. Vervolgens konden zij door middel van omzetaandelen aangeven wat het relatieve belang van de verschillende inkoopkanalen is.

In Figuur 2.1 wordt aangegeven welk percentage van de importeurs van welke aankoopkanalen gebruik maakt. De respondenten konden hierbij meerdere antwoorden geven.

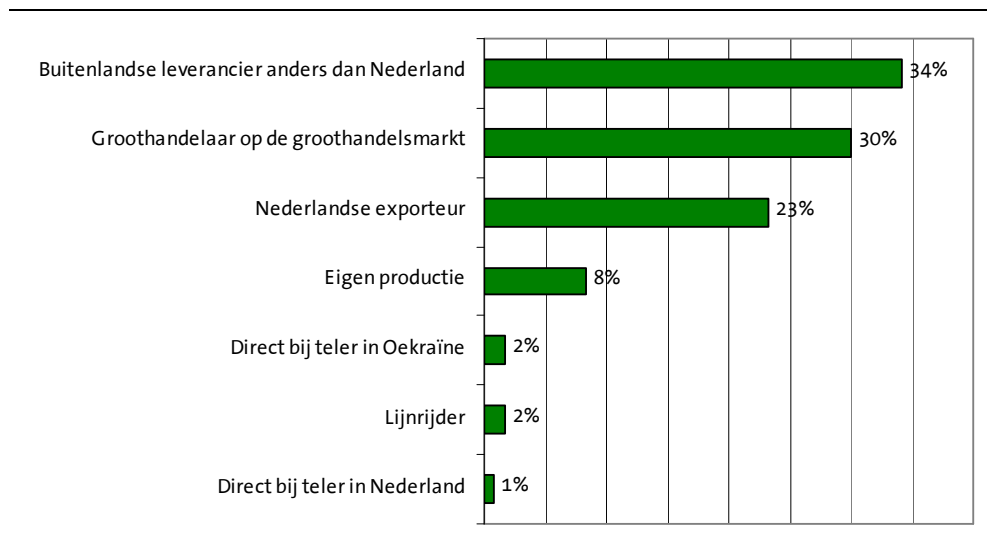
Figuur 2.1 Leveranciers van Oekraïense importeurs



- De meeste importeurs maken gebruik van niet-Nederlandse buitenlandse leveranciers. Hierna wordt de Nederlandse exporteur het meest genoemd als aankoopkanaal.
- Aankoopkanalen die door geen van de respondenten worden gebruikt, zijn
 - Importeur/groothandelaar, niet op de groothandelsmarkt
 - Cash & Carry
 - Bezorgende groothandel
 - Bij teler op de groothandelsmarkt
 - Coöperatief voor gezamenlijke verkopen

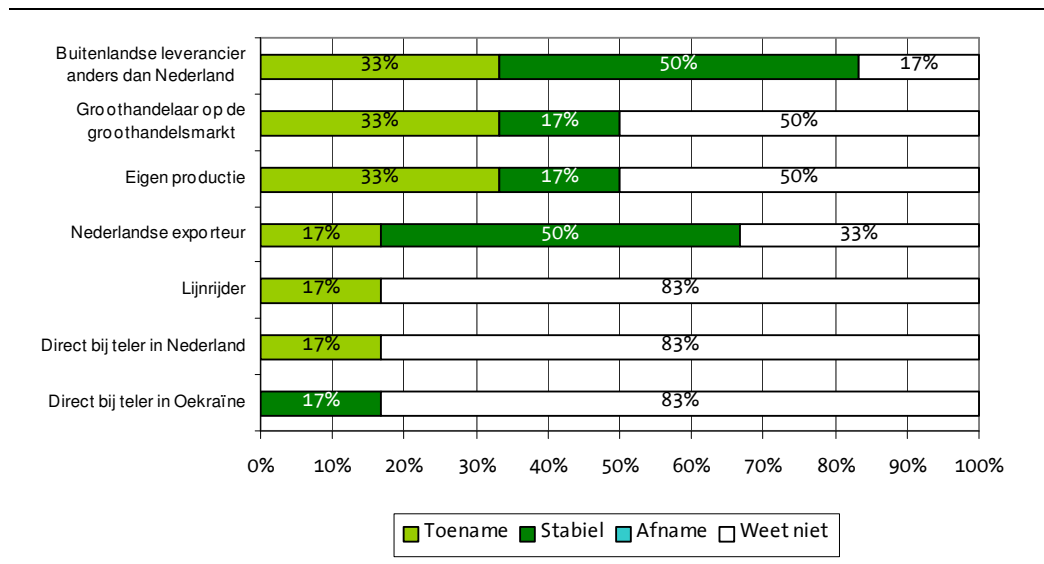
Nadat de importeurs aan hebben gegeven waar vandaan ze hun producten betrekken, is gevraagd om hun inkopen op basis van percentages te verdelen over de verschillende inkoopkanalen. Een overzicht van de gemiddelde omzetaandelen van de diverse inkoopkanalen is te vinden in Figuur 2.2. De 'buitenlandse leverancier anders dan Nederland' is procentueel het belangrijkste.

Figuur 2.2 Procentuele verdeling inkoopwaarde over de aankoopkanalen



In Figuur 2.3 staan de verwachtingen van de importeurs voor de ontwikkelingen van de verschillende aankoopkanalen weergegeven voor de komende drie jaar.

Figuur 2.3 Verwachting omzetaandelen inkoopkanalen komende drie jaar



- Voor de “buitenlandse leverancier anders dan Nederland”, de “groothandelaar op de groothandelsmarkt” en de eigen productie zijn de toekomstverwachtingen het meest positief.
- Geen van de respondenten geeft voor een afzetkanaal aan een afname van het omzetaandeel te verwachten.

2.2 Aantal leveranciers

Gemiddeld hebben de importeurs ruim 5 leveranciers waarvan er bijna 2 bestaan uit Nederlandse leveranciers. Circa 17% van de respondenten verwacht dat het *totale aantal leveranciers* in de komende drie jaar zal dalen, vanwege problemen met transport bij de grensovergang en invoerbelastingen. De helft van de respondenten denkt dat het aantal leveranciers gelijk zal blijven en één derde denkt dat het aantal leveranciers in de komende jaren zal stijgen door de ontwikkeling van nieuwe productielanden zoals Kenia en nieuwe lokale groothandelaren.

Eenderde van de respondenten verwacht dat het aantal *Nederlandse leveranciers* zal toenemen. Tweederde denkt dat het aantal stabiel zal blijven in de komende drie jaar. De volgende redenen worden genoemd:

- We zijn tevreden met onze leveranciers;
- We vertrouwen onze leverancier;
- Problemen met invoerdocumenten aan de grens;
- Er is geen noodzaak voor meer leveranciers.

De grootste Nederlandse leverancier van snijbloemen levert gemiddeld 4,8 keer per maand, voor potplanten is dit gemiddeld 3 keer per maand. De grootste niet-Nederlandse leverancier levert gemiddeld 10 keer per maand snijbloemen en 1,5 keer per maand potplanten.

Gemiddeld koopt men al 9 jaar snijbloemen van de grootste Nederlandse leverancier. De relatie met de grootste niet-Nederlandse leverancier is vrijwel gelijk, met 9,3 jaar. In totaal koopt men gemiddeld 10,8 jaar snijbloemen uit Nederland.

Gemiddeld koopt men al 5 jaar potplanten van de grootste Nederlandse leverancier. De relatie met de grootste niet-Nederlandse leverancier is slechts 3 jaar. In totaal koopt men gemiddeld 7,5 jaar potplanten uit Nederland.

3 Keuze, beoordeling en imago van leveranciers

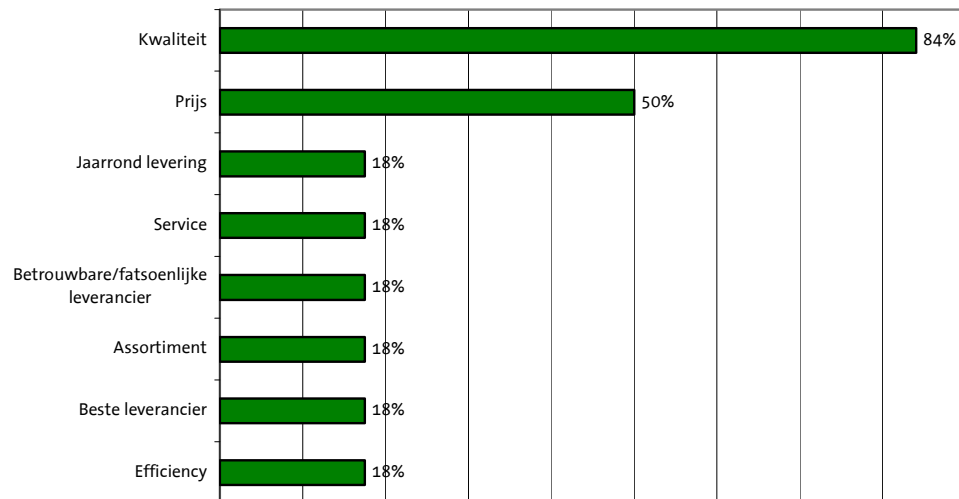
3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk staat de beoordeling van de grootste Nederlandse- en de grootste niet-Nederlandse leverancier centraal. De eerste paragraaf gaat over de criteria die importeurs hanteren bij het maken van een keuze voor een leverancier van snijbloemen en/of potplanten. In de daaropvolgende paragrafen worden de totaaloordelen en imago-profielen van Nederlandse en de andere leveranciers behandeld.

3.2 Reden voor keuze leverancier

Om inzicht te krijgen in de criteria die Oekraïense importeurs hanteren bij de keuze van een leverancier is aan de respondenten gevraagd om spontaan te noemen waarom ze hebben gekozen voor hun grootste Nederlandse leverancier.

Figuur 3.1 Waarom de grootste Nederlandse leverancier?



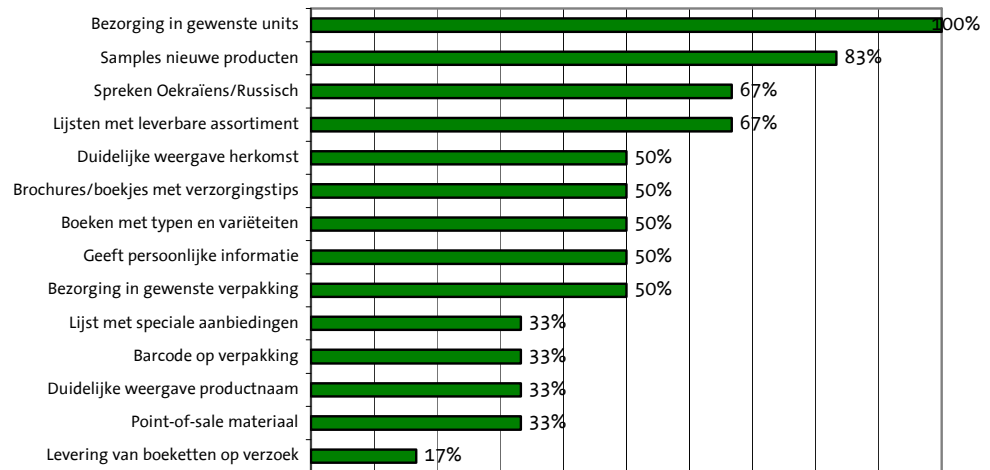
- De belangrijkste spontaan genoemde redenen die worden genoemd voor de keuze van de grootste Nederlandse leverancier zijn de kwaliteit en de prijs van de producten.
- Andere motivaties voor de keuze van de grootste Nederlandse leverancier zijn:
 - Efficiency: er is voortdurend contact. Wat we willen kan worden geleverd wanneer we willen;
 - Voordelige voorwaarden voor verpakking en transport;
 - Jaarrond levering;
 - Betrouwbaarheid;
 - Breed en diep assortiment.

- Belangrijkste redenen voor de grootste niet-Nederlandse leverancier zijn:
 - Kwaliteit;
 - Acceptabele prijs;
 - De producten uit Ecuador (voornamelijk roos) worden nergens anders ter wereld geproduceerd. Consumenten in Oekraïne willen grote bloemen en de Ecuadoriaanse roos voldoet hier beter aan dan de Nederlandse;
 - Prijs (mede door koersverhouding Euro-dollar);
 - Snelle reactie op verzoeken;
 - Persoonlijk contact;
 - Aan alle wensen wordt volledig voldaan

3.3 Service Nederlandse leveranciers

De importeurs is gevraagd welke services momenteel worden verleend door de grootste Nederlandse leverancier. Vervolgens is gevraagd welke service ze nu nog niet krijgen, maar wel graag zouden willen hebben.

Figuur 3.2 Services die worden geleverd door Nederlandse leveranciers



- De services die het meest worden geleverd door de grootste Nederlandse leverancier zijn de bezorging in gewenste units en samples van nieuwe producten.
- Van de Nederlandse leveranciers willen de importeurs graag:
 - Point-of-sale materiaal;
 - Levering in gewenste verpakking;
 - Assortimentslijsten;
 - Boeken met typen en variëteiten;
 - Brochures/boekjes met verzorgingstips;
 - Duidelijke weergave productnamen;
 - Designshows.

3.4 Veranderingen Nederlandse leveranciers

De importeurs is gevraagd wat in de afgelopen drie jaar de belangrijkste veranderingen waren in de samenwerking met Nederlandse leveranciers. De belangrijkste veranderingen zijn:

- De kwaliteit is verbeterd;
- De prijs is verbeterd / Bloemen zijn duurder geworden (beiden genoemd door importeurs);
- Er waren voorheen minder problemen aan de grens;
- Bijna alle bedrijven hebben Russisch sprekend personeel aangenomen, en kunnen met iedereen spreken (verkopers en directie importeur). Dit is belangrijk omdat we kunnen bellen en de order kunnen aanpassen;
- Nederlandse leveranciers hebben vertrouwen in de betaalcapaciteit van Oekraïense klanten;
- Nederland heeft interesse in de Oekraïense markt.

“We zijn een bedrijf dat kwaliteit en service verkoopt aan onze klanten. Onze Nederlandse leveranciers doen hetzelfde voor ons.”

“Met de feestdagen krijgen we geen goede kwaliteit bloemen. We hebben altijd problemen op 14 februari en 8 maart. Ik denk dat dit komt door de hoge vraag naar bloemen in andere landen, kwalitatief betere bloemen worden dan naar andere landen gestuurd.”

3.5 Verbeterpunten

De respondenten is gevraagd of zij verbeterpunten konden noemen voor de Nederlandse en niet-Nederlandse leveranciers.

Voor de Nederlandse leveranciers werden spontaan de volgende punten genoemd:

- Zelfde kwaliteit, maar lagere prijzen;
- Betere kwaliteit (kwaliteit is niet altijd goed);
- Trainingen, designshows;
- Brochures/leaflets met verzorgingstips voor klanten;
- Breder assortiment.

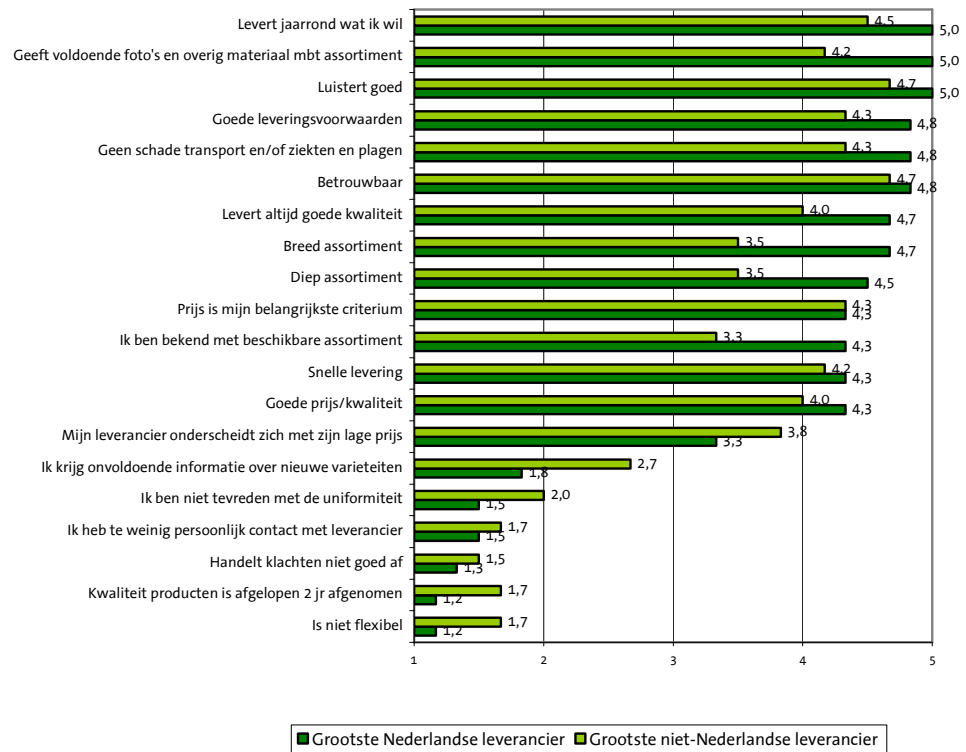
Voor de niet-Nederlandse leverancier werden de volgende verbeterpunten genoemd:

- Breedte assortiment (assortiment in Italië is niet zo breed als in Nederland, maar de kwaliteit is vergelijkbaar. Daarom worden sommige planten in Italië gekocht);
- Goede uitvoering van orders;
- Informatie over noviteiten;
- Voldoende voorraad met speciale dagen;
- Lagere prijs;
- Betere kwaliteit.

3.6 Stellingen

In Figuur 3.3 worden de gemiddelde scores op stellingen voor de grootste Nederlandse en niet-Nederlandse leverancier weergegeven (1= totaal oneens, 5= volledig eens). De aspecten zijn zo gerangschikt dat het aspect waarop de Nederlandse leverancier het hoogst scoort bovenaan staat en het aspect waarop het laagst gescoord wordt onderaan staat.

Figuur 3.3 Gemiddelde beoordeling van de grootste Nederlandse en niet-Nederlandse leverancier van snijbloemen/potplanten (1= totaal oneens, 5= volledig eens)

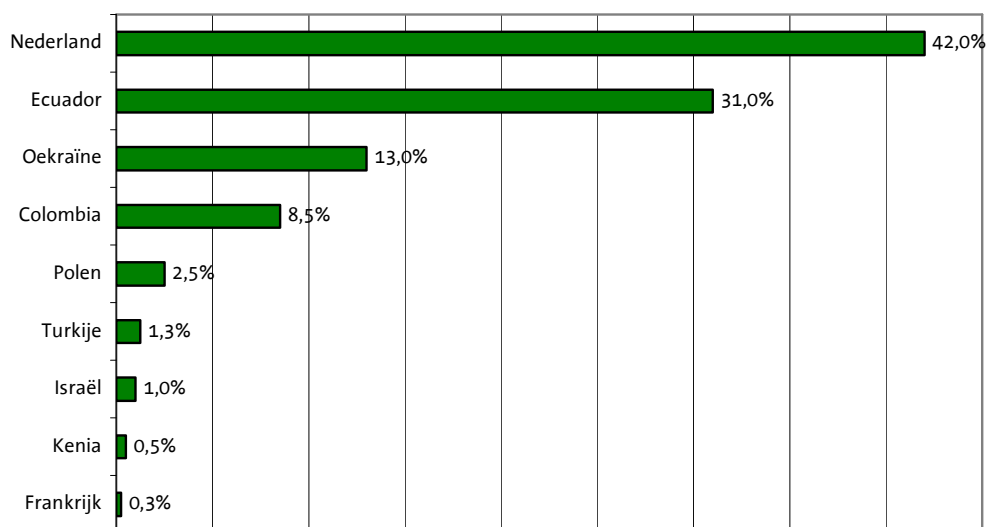


- Op de meeste stellingen krijgt de Nederlandse leverancier een betere beoordeling dan de niet-Nederlandse leverancier. Met name op de diepte en breedte van het assortiment en de communicatie over het assortiment scoort de Nederlandse leverancier beter.
- Op de stelling “Prijs is mijn belangrijkste criterium” is in beide gevallen gelijk gescoord, wat begrijpelijk is, aangezien hier om een beoordeling van de importeur zelf wordt gevraagd.
- Op de stelling “Mijn leverancier onderscheidt zich met zijn lage prijs” scoort de niet-Nederlandse leverancier hoger.

4 Herkomstlanden

In Figuur 4.1 staan de omzetaandelen van de verschillende herkomstlanden in de totale omzet van snijbloemen weergegeven.

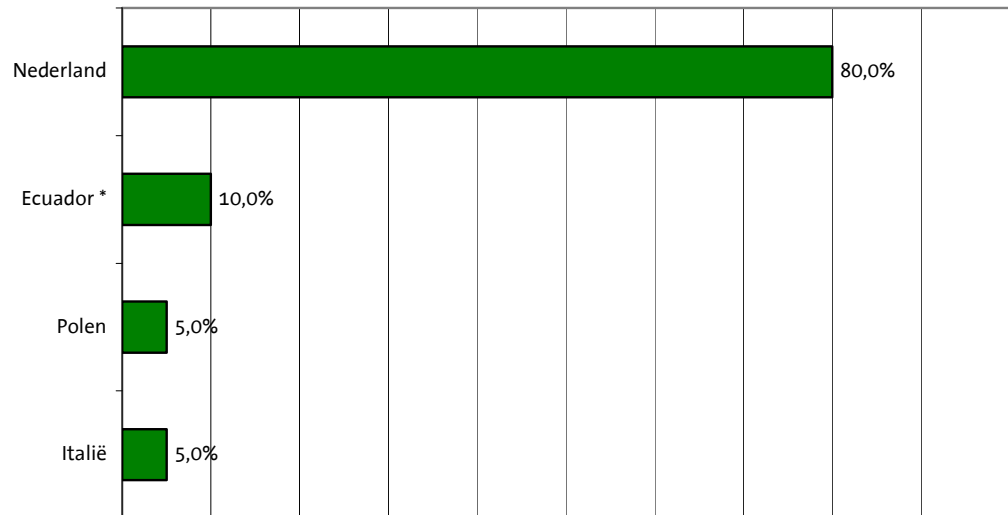
Figuur 4.1 Omzetaandelen herkomstlanden snijbloemen



- Circa 42% van de omzet in bloemen is van Nederlandse herkomst. Nederland is hiermee het belangrijkste herkomstkanaal voor snijbloemen.
- Ecuador is, met een aandeel van 31%, het op één na belangrijkste herkomstland voor snijbloemen.
- Oekraïne zelf staat met 13% op een derde plaats.

In Figuur 4.2 staan de omzetaandelen van de verschillende herkomstlanden in de totale omzet van potplanten weergegeven.

Figuur 4.2 Omzetaandelen herkomstlanden potplanten



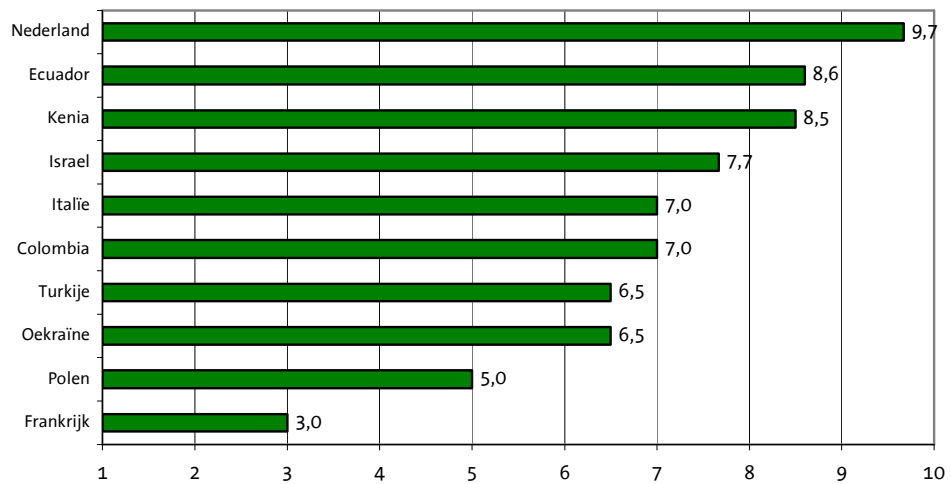
* Ecuador betreft met name stekmateriaal

- Circa 80% van de omzet in potplanten is van Nederlandse herkomst. Nederland is hiermee verreweg het belangrijkste herkomstkanaal voor potplanten.
- Op afstand volgen Ecuador, Polen en Italië met omzetaandelen van respectievelijk 10%, 5% en 5%.

4.1 Beoordeling herkomstlanden

Aan de Oekraïense importeurs van snijbloemen en potplanten is naar hun mening gevraagd over de verschillende productielanden. Op een schaal van 1 (slecht) tot 10 (goed) konden de respondenten aangeven hoe hoog zij de gegeven landen als productieland waarden. In Figuur 4.3 staat het gemiddelde oordeel van de importeurs voor een land.

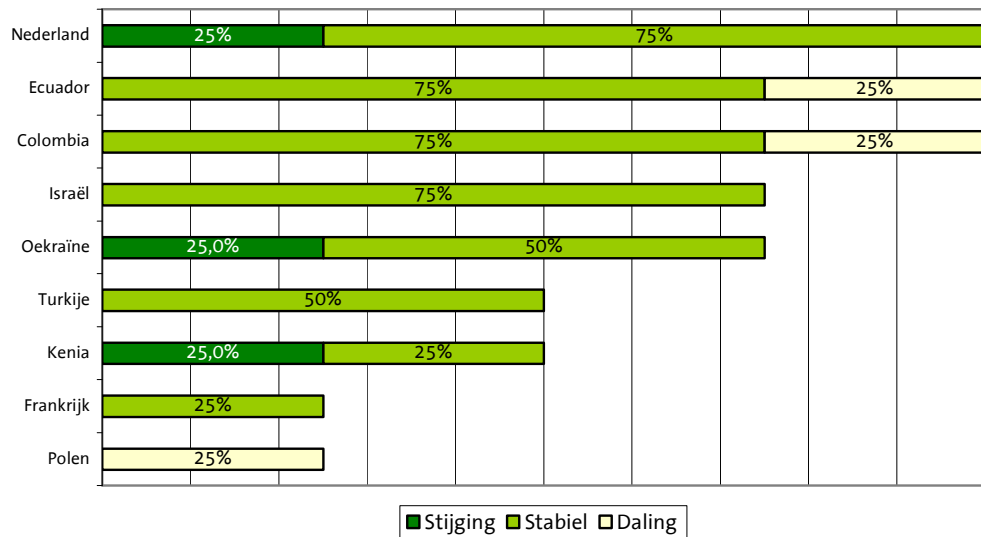
Figuur 4.3 Gemiddelde waardering productielanden snijbloemen en/of potplanten



- Nederland wordt het hoogst gewaardeerd als producent van snijbloemen. Met een gemiddelde score van bijna 10 springt Nederland er in verhouding tot de andere landen positief uit.
- Na Nederland worden Ecuador en Kenia het best beoordeeld.

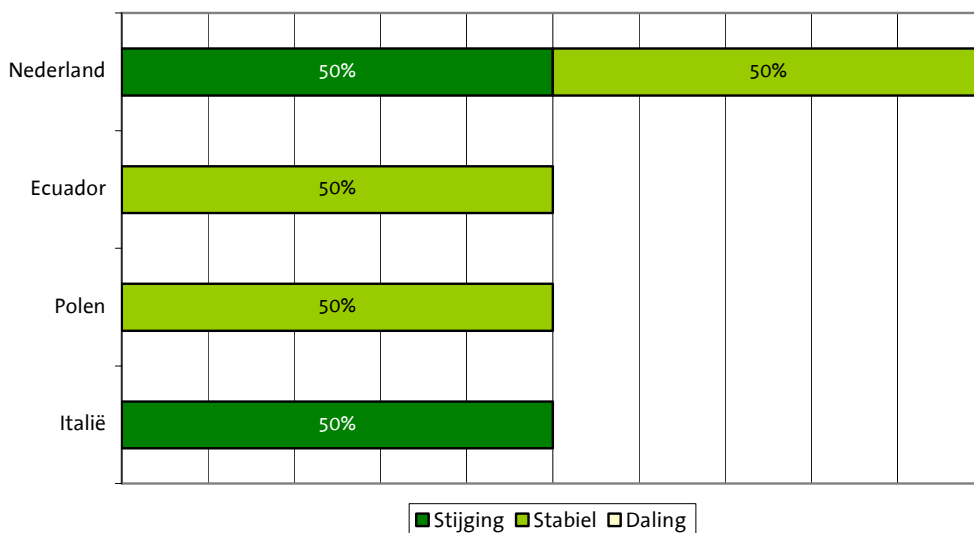
Naast een beoordeling van de huidige stand van zaken is de respondenten gevraagd of zij hun verwachting voor de ontwikkeling van de verschillende productielanden in de komende drie jaar konden geven (zie Figuur 4.4).

Figuur 4.4 Verwachting snijbloemenimporteurs voor herkomstlanden komende drie jaar



- Alle respondenten kochten bloemen uit Nederland. Driekwart van de importeurs verwacht dat het belang van Nederland als herkomstland de komende drie jaar niet zal veranderen. Eén kwart denkt dat het belang van Nederland in de komende jaren zal toenemen.
- De helft van de respondenten koopt bloemen uit Kenia. De ene helft van deze respondenten denkt dat het belang van Kenia zal toenemen, de andere helft denkt dat het belang stabiel zal blijven.

Figuur 4.5 Verwachting potplantenimporteurs voor herkomstlanden komende drie jaar



- Alle respondenten kochten potplanten uit Nederland. De helft van de importeurs verwacht dat het belang van Nederland als herkomstland de komende drie jaar niet zal veranderen. De andere helft denkt dat het belang in de komende jaren zal toenemen.
- De helft van de respondenten koopt potplanten uit Italië. Deze respondenten denken allemaal dat het belang van Italië zal toenemen. Hierbij gaat het met name om buitenplanten (Citrus).

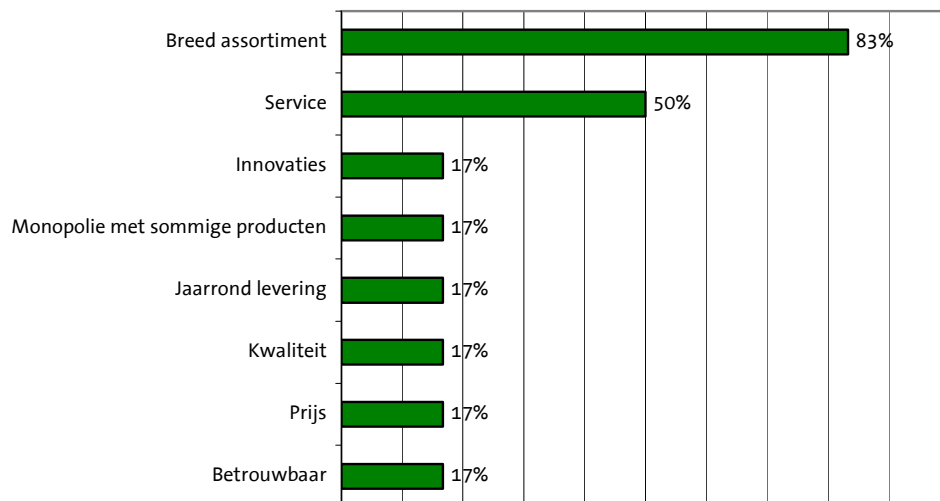
De respondenten (snijbloemen en/of potplanten) gaven bij de verwachtingen voor de komende drie jaar de volgende opmerkingen:

- Er worden steeds meer bloemen en soorten bloemen geproduceerd in Oekraïne.
- Aankopen in Polen zullen dalen omdat het klimaat hier vergelijkbaar is met het klimaat in Oekraïne. Deze productie kan worden overgenomen door Oekraïne.
- Nederland levert de beste service en heeft door haar centrale handelsfunctie jaarrond een breed assortiment.
- De productie in Kenia groeit en de producten zijn interessant geprijsd.
- De kwaliteit van Poolse producten is slecht.
- De Nederlandse Lelie kan wat prijs betreft niet concurreren met de Oekraïense.
- De Nederlandse roos kan niet goed concurreren met de Ecuadoriaanse, de prijs is hoger (mede door euro-dollar-koers) en de bloemknoppen uit Nederland zijn kleiner.

4.2 Sterkte/zwakteanalyse Nederland

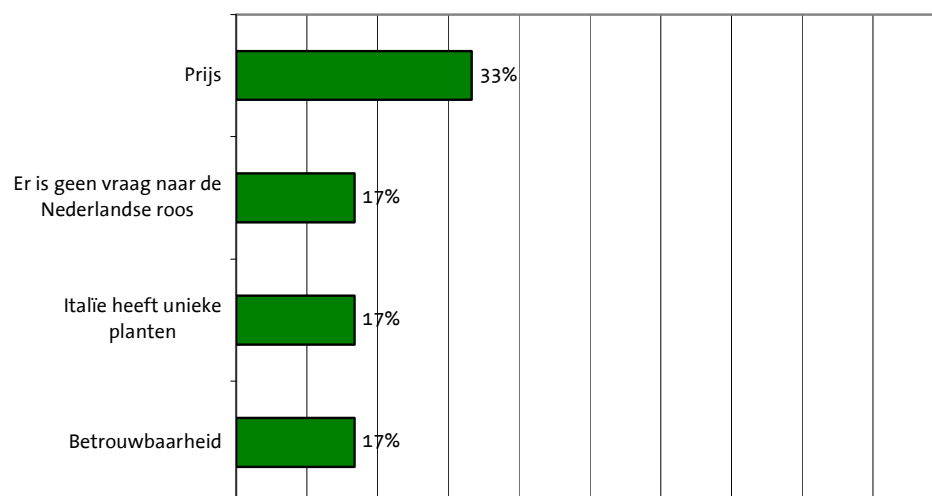
In paragraaf 4.1 is duidelijk geworden dat Nederland als productieland hoger gewaardeerd wordt dan de andere landen die in het onderzoek zijn meegenomen. Om er vervolgens achter te komen waarin Nederland zich van andere landen onderscheidt, is er aan de respondenten gevraagd om drie aspecten te noemen waarin Nederland zich als herkomstland van snijbloemen en potplanten positief en negatief onderscheidt ten opzichte van andere landen. Een overzicht van de spontaan gegeven antwoorden wordt gegeven in Figuur 4.6 en Figuur 4.7.

Figuur 4.6 Positieve onderscheidende aspecten van Nederland als herkomstland



- Het meest genoemde aspect waarop Nederland zich positief onderscheidt, is de breedte van het assortiment. Dit is door 83% van de respondenten genoemd.
- 50% van de respondenten noemde de service bij Nederlandse producten als positief onderscheidend kenmerk.

Figuur 4.7 **Negatieve onderscheidende aspecten van Nederland als herkomstland**



-
- Eenderde van de importeurs noemt de prijs van Nederlandse producten als negatief onderscheidend kenmerk (te hoog t.o.v. andere herkomstlanden).
 - Andere negatieve kenmerken die worden genoemd, zijn:
 - Er is geen vraag naar de Nederlandse roos (kleinere bloem dan roos uit Ecuador);
 - Italië heeft een aantal unieke planten die niet in Nederland beschikbaar zijn;
 - Betrouwbaarheid.

5 Assortiment Oekraïense importeurs

5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk zal het gevoerde assortiment van de Oekraïense snijbloemen- en potplantenimporteurs besproken worden. Allereerst wordt gekeken naar de uitbreiding van het assortiment en het aantal variëteiten. Daarna komt de samenstelling van het assortiment en de reden waarom bepaalde producten uit een land worden gehaald aan bod.

5.2 Ontwikkeling binnen assortiment

Aan de snijbloemenimporteurs is gevraagd of zij het idee hebben dat het aantal soorten en variëteiten snijbloemen en potplanten dat ze in hun assortiment voeren in de afgelopen vijf jaar gegroeid, gelijk gebleven of juist gedaald is. Vervolgens is hen gevraagd welke verwachting zij hebben voor de komende drie jaar (zie Tabel 5-1).

Tabel 5-1 Ontwikkelingen afgelopen 5 jaar en verwachtingen komende 5 jaar in breedte en diepte van het assortiment

	Afgelopen 5 jaar	Komende 5 jaar
Snijbloemen		
Breedte assortiment	+30%	+12,5%
Diepte assortiment (variëteiten)	+25%	+8,75%
Potplanten		
Breedte assortiment	+25%	+35%
Diepte assortiment (variëteiten)	+30%	+35%

- Volgens de respondenten is zowel de breedte (aantal typen snijbloemen) als de diepte (aantal variëteiten per snijbloem) toegenomen in de afgelopen vijf jaar. Voor de komende vijf jaar verwacht men dat deze trend zich (in mindere mate zal doorzetten).
- Ook voor potplanten geldt dat zowel de breedte als de diepte in de afgelopen vijf jaar is toegenomen. Ook voor de komende vijf jaar wordt nog een sterke uitbreiding verwacht van het aantal soorten en variëteiten potplanten.

5.3 Assortimentssamenstelling

De respondenten is gevraagd wat de tien belangrijkste snijbloemen of potplanten zijn binnen hun bedrijf. Vervolgens is gevraagd of ze een voorkeur hebben voor de herkomst van deze snijbloemen.

Tabel 5-2 Rangorde en herkomst snijbloemen

Snijbloemen		Land van Herkomst				
Rangorde	Snijbloem	Oekraïne	Nederland	Centraal/Midden Amerika	Afrika	Turkije
1	Chrysant		100%			
2	Roos	25%	25%	50%		
3	Orchidee		100%			
4	Anjer			67%		33%
5	Tulp	25%	75%			
6	Lelie	33%	67%			
7	Boeketgroen		50%	50%		
8	Gerbera	50%	50%			
9	Freesia		100%			
10	Alstroemeria	100%				
11	Iris		100%			
12	Anthurium		50%		50%	
13	Hypericum		100%			

- De belangrijkste snijbloemen zijn chrysant, roos en orchidee.
- Als redenen voor de voorkeur voor Nederlandse herkomst van bloemen geeft men met name de kwaliteit, het brede assortiment en de jaarrond levering. Minder vaak genoemde redenen zijn prijs en betrouwbaarheid.
- Als reden voor de keuze van Oekraïense snijbloemen wordt de prijs gegeven.
- Bloemen uit Centraal Amerika koopt men vanwege de kwaliteit en de prijs.

Tabel 5-3 Rangorde en herkomst potplanten

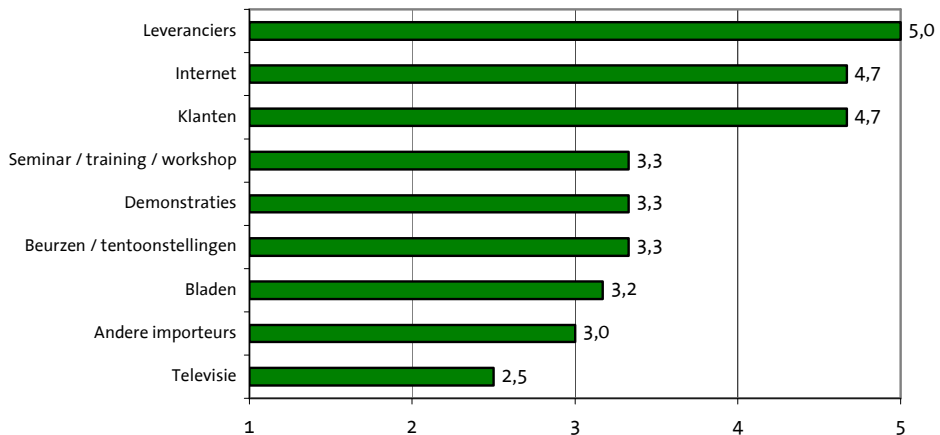
Potplanten		Land van Herkomst	
Rangorde	Potplant	Nederland	Rest West-Europa
1	Orchidee	100%	
2	Dracaena	100%	
3	Azalea	100%	
4	Spathiphyllum	50%	50%
5	Begonia	100%	
6	Dieffenbachia	100%	
7	Hibiscus	100%	
8	Ficus	100%	
9	Saintpaulia	100%	
10	Syngonium	100%	
11	Calathea	100%	
13	Anthurium	100%	

- De belangrijkste potplanten zijn orchidee, dracaena en azalea.
- Voor potplanten heeft men vrijwel alleen een voorkeur voor Nederlandse producten.
- Als redenen voor de voorkeur voor Nederlandse herkomst van potplanten geeft men met name de kwaliteit, prijs, betrouwbaarheid en het brede assortiment. Minder vaak genoemde redenen zijn de jaarrond levering, het diepe assortiment, de beschikbaarheid en de service.

6 Informatievoorziening en -behoefte

Nadat de respondenten een aantal informatiebronnen voorgelegd hebben gekregen, is aan de ondervraagde importeurs gevraagd hoe belangrijk zij deze "informatiebron" beschouwen voor hun dagelijkse werkzaamheden. Zij konden hierbij kiezen van 1 (totaal onbelangrijk) tot 5 (zeer belangrijk). In Figuur 6.1 wordt een overzicht van de gegeven antwoorden gegeven.

Figuur 6.1 Gemiddelde score belang informatiebronnen (1=onbelangrijk, 5=belangrijk)



- Leveranciers vormen de belangrijkste informatiebron, hierna volgen internet en klanten als belangrijke informatiebronnen.
- De importeurs hebben hierbij de volgende wensen:
 - Meer trainingen;
 - Meer informatie over nieuwe bloemen, verzorging, brochures en leaflets;
 - Master-classes en designshows voor het personeel en klanten, zodat er een nieuwe cultuur kan ontstaan onder klanten;
 - Artikelen en Tv-programma's om de consument te beïnvloeden, zodat er minder bloemen verpakt in cellofaan worden verkocht;
 - Hotels en andere bedrijven willen geen geld uitgeven aan bloemen. Het is belangrijk naar deze bedrijven te communiceren dat het loont om te investeren in bloemen.

7 Afzet

7.1 Inleiding

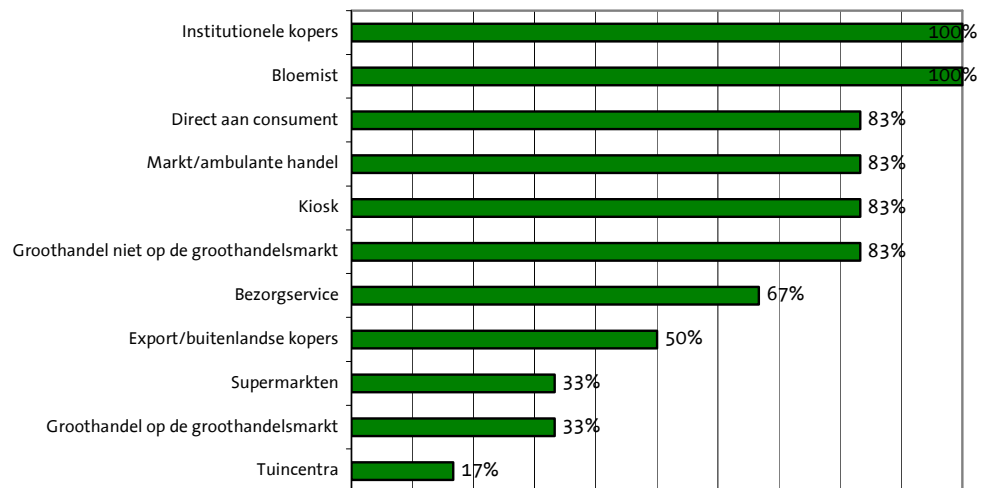
In dit laatste hoofdstuk wordt gekeken naar de verkoop van snijbloemen en potplanten door de Oekraïense importeurs. Allereerst wordt er gekeken naar de afzetkanalen. Daarna komen de herkomstlanden en de verwachte ontwikkelingen op het gebied van de Nederlandse afzet en algemene ontwikkelingen op groothandelniveau aan de orde.

7.2 Afzetkanalen

Aan de respondenten is gevraagd om aan te geven welk type afnemers bloemen of planten bij hun bedrijf kopen. Daarnaast is gevraagd welk deel van de omzet deze afnemersgroep voor haar rekening neemt. Op deze manier wordt een globale indruk verkregen van de productstromen die er zijn in Oekraïne.

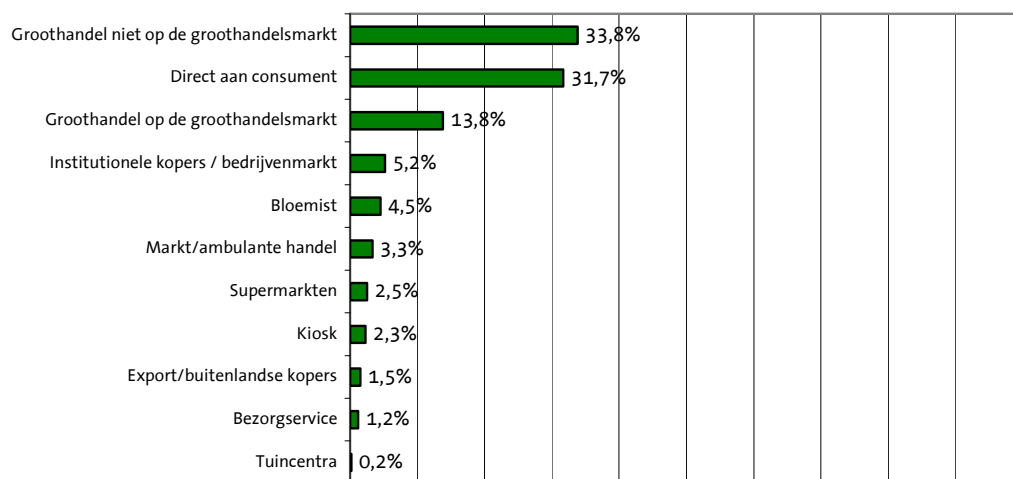
In Figuur 7.1 staat een overzicht van het deel van de importeurs die een bepaalde klantengroep hebben. In Figuur 7.2 staat vervolgens weergegeven welk deel van de omzet deze groep gemiddeld voor haar rekening neemt.

Figuur 7.1 Afnemers van snijbloemen en/of potplanten



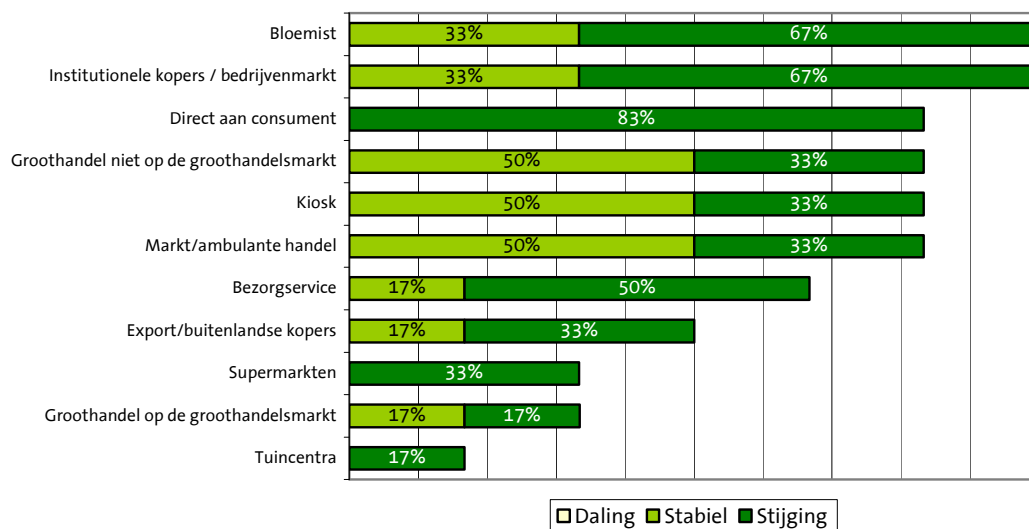
- Alle importeurs uit dit onderzoek verkopen aan bloemisten en institutionele kopers (bv. hotel, catering, etc.).
- Andere belangrijke bestemmingen zijn directe verkoop aan de consument, de markt/ambulante handel, de kiosk en de groothandel (niet op de groothandelsmarkt).

Figuur 7.2 Omzetaandeel afzetkanalen



- Kijkend naar de omzetaandelen van de verschillende afzetkanalen, blijkt dat ruim éénderde van de omzet bij de groothandel (niet op de groothandelsmarkt) vandaan komt. Iets minder (ca. 32%) van de omzet bestaat uit directe verkopen aan de consument.

Figuur 7.3 Verwachtingen afzetkanalen komende 5 jaar



- Voor geen van de afzetkanalen wordt verwacht dat deze de komende vijf jaar minder belangrijk zal worden.
- Ruim 83% van de importeurs geeft aan dat zij verwachten dat de directe verkopen aan de consument de komende jaren zullen stijgen.
- Na de directe verkopen aan de consument wordt het meest verwacht van de verkoop aan bloemisten en institutionele verkopers (bedrijvenmarkt).

7.3 Belang herkomst

Tweederde van de importeurs geeft aan dat het land van herkomst belangrijk is voor de klanten. Deze importeurs geven allemaal aan dat de Nederlandse producten hierbij de voorkeur genieten, met name vanwege de kwaliteit.

Tweederde van de importeurs geeft ook aan dat het land van herkomst volgens hen ook belangrijk is voor de Oekraïense consument. Het land van herkomst wordt dan ook actief gebruikt als sales-argument. Met name Nederlandse herkomst van producten wordt nadrukkelijk genoemd, maar ook bij Oekraïense, Colombiaanse of Ecuadoriaanse producten wordt de herkomst genoemd.

7.4 Verwachte marktontwikkeling

Alle importeurs geven aan dat zij in de komende vijf jaar een stijging verwachten van de consumptie van snijbloemen en/of potplanten in Oekraïne. De stijging wordt gemiddeld ingeschat op 19% voor de komende vijf jaar. De belangrijkste redenen hiervoor zijn:

- Verbetering van de economische en politieke situatie;
- Verbreding van het assortiment waardoor extra consumptie wordt gestimuleerd;
- Snijbloemen en potplanten geven een goed gevoel.

Tweederde van de respondenten denkt dat het *aandeel van de Nederlandse producten op de Oekraïense markt* in de komende vijf jaar zal toenemen. Eenderde denkt dat het aandeel gelijk zal blijven. Men geeft hiervoor de volgende redenen:

- Algemene marktgroei, waardoor er meer producten moeten worden ingekocht;
- Consumenten willen Nederlandse producten;
- Groei van inkoopcapaciteit en daling van prijzen.