
Consumentenscan Bromelia
Consumenten in NL, D, F en GB over de Bromelia

2007 / 55

Iris van Santen, juli 2007

Productschap Tuinbouw, Afdeling Marktinformatie Marktonderzoek

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 info@tuinbouw.nl Internet www.tuinbouw.nl

Projectleider: Iris van Santen Telefoon (079) 347 06 42 E-mail i.vansanten@tuinbouw.nl

1	Samenvatting en conclusies	5
1.1	Inleiding	5
1.2	Promotieorganisaties	5
1.3	kwekers/veredelaars	6
1.4	Groothandel, export en detailhandel	6
2	Inleiding	7
2.1	De Consumentenscan	7
2.2	Doel van het onderzoek	7
2.3	Onderzoeksmethode	7
2.4	Doelgroep	8
2.5	Rapportage	8
3	Koopgedrag bloeiende kamerplanten	9
3.1	Inleiding	9
4	Kennis	11
4.1	Naam bromelia nauwelijks bekend	11
4.2	Men wordt het liefst geïnformeerd via etiket bij de plant	12
5	Houding	13
5.1	Inleiding	13
5.2	Bromelia geschikt om jaarrond te kopen	13
5.3	Lichte voorkeur voor bromelia in sierpot	14
5.4	Bromelia prima geschikt voor zowel eigen gebruik als cadeau	14
5.5	Men vindt bromelia vooral geschikt om als enkele plant te kopen	15
5.6	Stellingen over de plant	16
5.7	Britten kiezen de guzmania, Duitsers gaan voor een vriessea	21
5.8	Spontane associaties bij bromelia	22
5.9	Gele bromelia favoriet	23
6	Koopgedrag	25
6.1	Koopgedrag	25
6.2	Redenen om geen bromelia te kopen	26
6.3	Welke aspecten van de bromelia zijn volgens bromeliakopers voor verbetering vatbaar?	27
6.4	Nederland	28
6.5	Duitsland	29
6.6	Frankrijk	30
6.7	Groot-Brittannië	31
6.8	Verbeterpunten samengevat	31
6.9	Herhalingsaankopen	32
6.10	Franse kopers gaan voor een bromelia naar de bloemist	33
7	Bijlage Overzicht Consumentenscans	35

1 Samenvatting en conclusies

1.1 Inleiding

Kennis van consumentengedrag is essentieel om te kunnen voldoen aan consumentenbehoeften en tijdig te kunnen inspringen op marktontwikkelingen. Daarom voert Productschap Tuinbouw in samenwerking met LTO-groeiservice, HBAG, Bloemenbureau Holland en de veilingen marktonderzoek uit om meer inzicht te krijgen in hoe consumenten een bepaalde bloem of plant waarderen en beoordelen. Dit onderzoek, consumentenscan genaamd, loopt al een aantal jaren en vele snijbloemen en potplanten hebben inmiddels de revue gepasseerd.

In dit rapport vindt u de resultaten van de bromelia. Doelstelling is: *Hoe is de kennis, houding, gebruik en het gedrag van de consument ten aanzien van de bromelia in de kernlanden?*

Hieronder volgt een samenvatting en conclusies. Voor zowel promotieorganisaties, kwekers, veredelaars en handel kan dit onderzoek van ondersteunende waarde zijn bij de afzet van de bromelia. Hieronder wordt per schakel in de keten aangegeven welke punten van belang zijn.

1.2 Promotieorganisaties

Bromelia doet denken aan exotische bestemmingen

De bromelia heeft duidelijk een eigen karakter, een sprekend imago. In elk van de vier landen heeft men bij het zien van de bromelia associaties met tropische, exotische oorden, warmte, vakantie, jungle, rimboe, zon, zomer en strand. Ook vinden zij de plant vrolijk, kleurrijk, krachtig, stoer en anders dan andere planten: vernieuwend en origineel. Daarnaast vindt men de plant statig en verheven. Relatief veel Franse plantenkopers hebben specifieke associaties met tropische eilanden. In Groot-Brittannië vinden sommigen de plant soms zelfs sensueel, spannend, passioneel en sexy. Deze beschrijvingen zijn belangrijk bij het ontwikkelen van een promotiecampagne. De weinige negatieve reacties luiden: saai, kil, stekelig, agressief en ouderwets.

Ook is het imago van de bromelia onderzocht. De plantenkopers werd gevraagd steeds te kiezen tussen twee tegenovergestelde uitspraken (bijv. modern-ouderwets, mooi-lelijk, etc.). Er kwam onder andere naar voren dat men de bromelia een mooie, moderne en levendige plant vindt met een exclusief karakter en een natuurlijke, creatieve uitstraling. Opvallend is dat Nederlandse kopers wat gematigder zijn in hun antwoorden dan de andere landen.

Bromelia geschikt om jaarrond te kopen

De plant wordt vaak geassocieerd met warme seizoenen, maar dit betekent niet dat de plantenkopers de plant het liefst in de lente of de zomer kopen. Veel kopers vinden de plant geschikt om jaarrond te kopen. Ook in de winter of herfst zou men best een bromelia willen kopen. In de winter kan de bromelia bijvoorbeeld een beetje kleur en warmte in huis brengen. In de herfst passen de kleuren van de bromelia goed bij het seizoen.

Lichte voorkeur voor bromelia in sierpot

De Duitse, Britse en Franse plantenkopers hebben een lichte voorkeur om de bromelia in een sierpot te kopen. In Frankrijk komt deze voorkeur het duidelijkst naar voren. Dit heeft mogelijk te maken met de voorkeur van de Fransen om een plant (ook de bromelia) als cadeau te kopen. De kopers in de andere landen vinden de bromelia even geschikt voor eigen gebruik als voor cadeau. Overigens koopt men het liefst een enkele bromelia, dus niet in combinatie met meerdere bromelia's of andere planten.

Britten kiezen de guzmania, Duitsers gaan voor een vriessea

Als de plantenkopers moesten kiezen tussen een tillandsia, vriessea of guzmania dan gaat de voorkeur in Nederland, Frankrijk en Groot-Brittannië uit naar de Guzmania.

In Groot-Brittannië is de animo voor de vriessea het kleinst en de voorkeur voor de guzmania het grootst. In Duitsland is echter een ander beeld te zien. Hoewel de guzmania ook hier goed scoort, kiest ruim de helft van de Duitse plantenkopers voor de vriessea.

Kiest men voor een guzmania, dan gaat de voorkeur uit naar een gele variant. Na geel scoort oranje goed, behalve in Groot-Brittannië, waar de rode bromelia beter scoort. Naar een roze bromelia gaat het minst de voorkeur uit.

1.3 kwekers/veredelaars

Houdbaarheid, stevigheid en prijs zijn aandachtspunten

Aan de plantenkopers is gevraagd een oordeel te geven over de verschillende aankoopaspecten zoals kwaliteit, kleur, houdbaarheid, volheid, etc. Het blijkt dat zij de aspecten goed beoordelen. Toch kunnen wel enkele aandachtspunten genoemd worden. Zo scoort in de vier landen de houdbaarheid minder goed in vergelijking met de andere aspecten. Enkele bromeliakopers zouden graag willen weten hoe de bromelia voor een tweede keer in bloei te krijgen is. Het verstrekken van de juiste informatie over de plant helpt de plantenkoper om de bromelia goed te verzorgen om zo langer ervan te genieten.

Ook de stevigheid is een aandachtspunt. Sommige bromelia's zijn wat lang en iel en daardoor minder stevig. Naast houdbaarheid en stevigheid is ook de prijs een aandachtspunt. In elk van de landen scoort prijs het minst op tevredenheid, in Frankrijk is men het minst tevreden over de prijs. Ook al is het aspect niet altijd van groot belang voor de kopers, toch iets om in de gaten te houden.

1.4 Groothandel, export en detailhandel

Tuincentrum belangrijk aankoopkanaal voor aankoop van bromelia

Het tuincentrum is in Nederland en Duitsland het belangrijkste aankoopkanaal voor de verkoop van bromelia's, gevolgd door de bloemist. In Groot-Brittannië staat de supermarkt op één, gevolgd door het tuincentrum. Opvallend is dat men in Frankrijk voor een bromelia naar de bloemist gaat.

Bromelia minder goed verkrijgbaar in Groot-Brittannië en Frankrijk

Het aantal kopers van de bromelia kan nog verder stijgen. Waarom kochten de niet-kopers geen bromelia het afgelopen jaar? De verkrijgbaarheid is in Frankrijk en Groot-Brittannië een zeer belangrijk aandachtspunt. Zo heeft ruim een kwart van de Fransen geen bromelia gekocht omdat zij er niet bekend mee zijn en 13% noemt de slechte verkrijgbaarheid. In Groot-Brittannië is de slechte verkrijgbaarheid zelfs de belangrijkste reden voor Britse niet-kopers om geen bromelia te kopen. Voor de handel en de detailhandel is het dus zaak om de bromelia voldoende aan te bieden. De reacties op de plant zijn grotendeels positief en er is zeker potentie voor de bromelia.

Nederlandse en Duitse niet-kopers hadden al genoeg planten staan. Daarnaast is in Nederland een belangrijke reden dat men andere planten mooier vindt.

Aanbieden van bromelia in sierpotten

Zoals eerder gezegd heeft men een lichte voorkeur voor het kopen van de bromelia in een sierpot. Belangrijk voor handelaren is dan ook om in het assortiment ook bromelia's op te nemen die als potplantcombinatie worden verkocht en kant-en-klaar in de winkel kunnen worden gepresenteerd.

2 Inleiding

2.1 De Consumentenscan

Om te kunnen voldoen aan consumentenbehoeften en tijdig te kunnen inspringen op marktontwikkelingen is kennis van consumentengedrag essentieel. Dit blijkt ook uit een toenemende vraag naar productspecifieke informatie vanuit de sierteeltsector. Om hierin te voorzien heeft Productschap Tuinbouw samen met LTO-groeiservice, Bloemenbureau Holland, HBAG en de bloemenveilingen productspecifiek marktonderzoek uitgevoerd om meer inzicht te krijgen in hoe consumenten een bepaalde bloem of plant beoordelen, hoe bekend hij ermee is, enz. Dit onderzoek, consumentenscan genaamd (voorheen PMO), loopt al een aantal jaren en vele bloemen en planten hebben inmiddels de revue gepasseerd. In de bijlage is een overzicht te vinden van de producten die al aan bod zijn geweest. De rapporten zijn voor sectorgenoten bij het Productschap Tuinbouw op te vragen. In 2007 heeft het onderzoek voor bromelia, hortensia en kerstster plaatsgevonden in de vier kernlanden: **Nederland, Duitsland, Frankrijk en Groot-Brittannië**. Het veldwerk is uitgevoerd door Metrixlab. In dit rapport worden de resultaten van de bromelia beschreven.

2.2 Doel van het onderzoek

De probleemstelling van dit onderzoek luidt als volgt:

Hoe is de kennis, houding en het gedrag van de consument ten aanzien van de bromelia in de kernlanden?

2.3 Onderzoeksmethode

Via email is een grote groep consumenten in de vier landen uitgenodigd om een internetvragenlijst over de bromelia in te vullen. In de vragenlijst zijn foto's getoond van de bromelia. De volgende foto is aan de plantenkopers getoond:



¹ Bloemenveiling Aalsmeer, Bloemenveiling FloraHolland en de VBN

2.4 Doelgroep

De doelgroep van het onderzoek bestaat uit mannen en vrouwen uit Nederland, Duitsland, Groot-Brittannië en Frankrijk die minimaal vier keer per jaar een bloeiende kamerplant kopen. De minimale leeftijd van de ondervraagden is 18 jaar. Van de ondervraagden die de vragen over de bromelia beantwoord hebben bestaat ongeveer voor de helft uit mannen en de helft uit vrouwen.

In het onderstaande overzicht is de steekproefgrootte per land voor de kamerplanten weergegeven.

Tabel 2.4.1 Aantal ondervraagde bloemenkopers per land

	Aantal ondervraagden
Nederland	309
Duitsland	305
Frankrijk	332
Groot-Brittannië	302

2.5 Rapportage

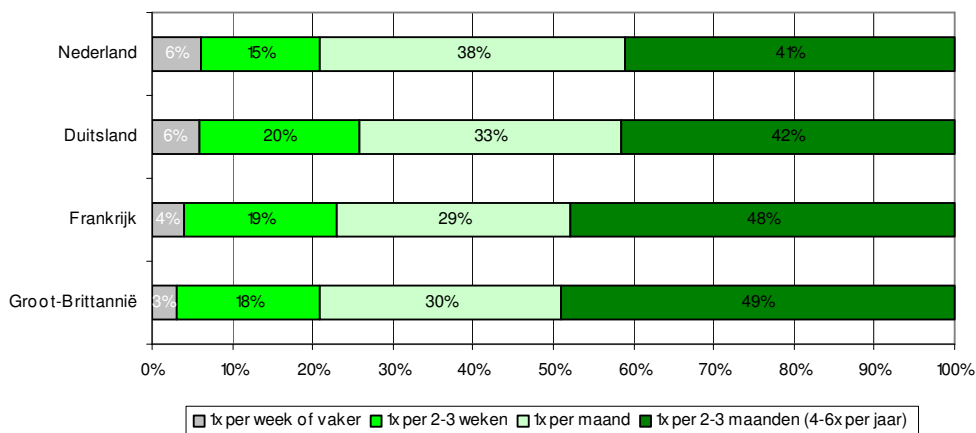
In hoofdstuk twee zal eerst het koopgedrag van de consument worden beschreven wat betreft bloeiende kamerplanten in het algemeen. In hoofdstuk drie wordt gekeken hoe bekend men is met de bromelia en hoofdstuk vier gaat dieper in op imago, gebruik en voorkeuren. In hoofdstuk vijf wordt beschreven waar men de bromelia doorgaans koopt, waarom men de plant niet koopt en wat er verbeterd kan worden aan de bromelia. In de bijlage vindt u zoals eerder genoemd een overzicht van de producten die tot nu toe in de Consumentenscan aanbod zijn geweest.

3 Koopgedrag bloeiende kamerplanten

3.1 Inleiding

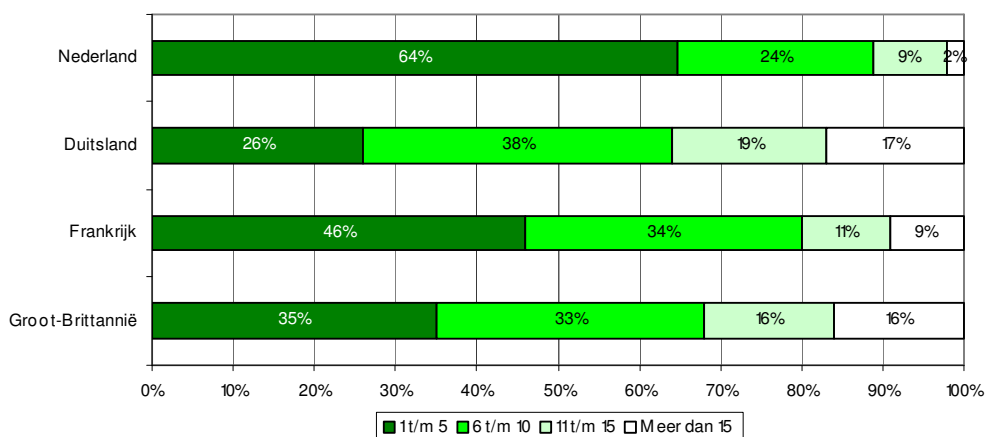
Om de ondervraagden bekend te maken met het onderzoek wordt gestart met een aantal eenvoudig te beantwoorden vragen. Eerst volgen een aantal vragen die betrekking hebben op het koopgedrag van de ondervraagden met betrekking tot bloeiende kamerplanten in het algemeen.

Figuur 3.1.1 Hoe vaak koopt u gemiddeld bloeiende kamerplanten per jaar?
(basis: alle ondervraagde plantenkopers)



- Duitsland is het land waar plantenkopers het meest frequent aankopen doen; zo'n 26% doet wekelijks of eens per twee drie weken een bloeiende plantenaankoop.
- De landen liggen vrij dicht bij elkaar qua aankoopfrequentie.

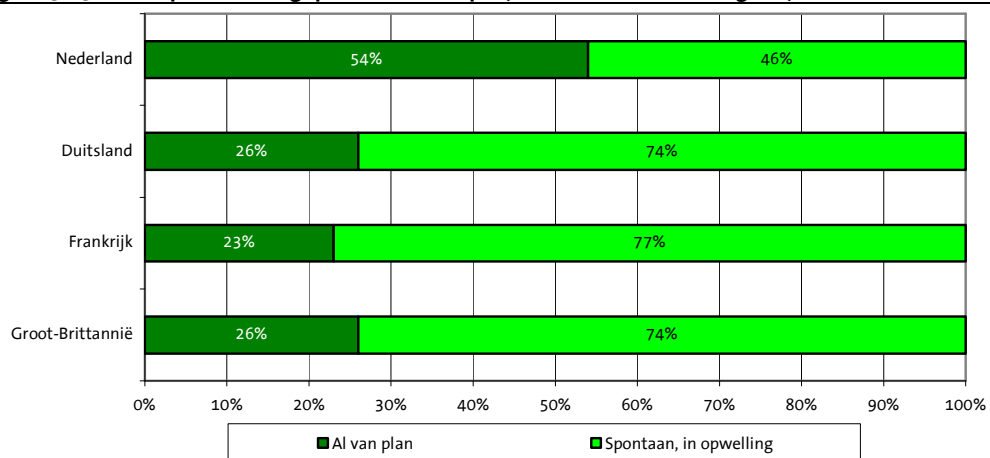
Figuur 3.1.2 Hoeveel bloeiende kamerplanten heeft u nu gemiddeld in huis?
(basis = alle ondervraagde plantenkopers)



- Met name Duitse en Britse kopers hebben veel bloeiende kamerplanten in huis staan. Zo'n 17% van de Duitsers en 16% van de Britten zegt zelfs meer dan 15 bloeiende planten te hebben.
- De meeste Nederlandse bloeiende plantenkopers hebben 1 tot 5 bloeiende planten in huis staan en lijken hiermee de minste bloeiende kamerplanten in huis te hebben.

Aan de ondervraagden is gevraagd of zij bij hun laatste aankoop al van plan waren om een bloeiende plant te kopen of dat men ter plaatse besloot om de plant te kopen.

Figuur 3.1.3 Spontane of geplande aankoop? (basis = alle ondervraagden)



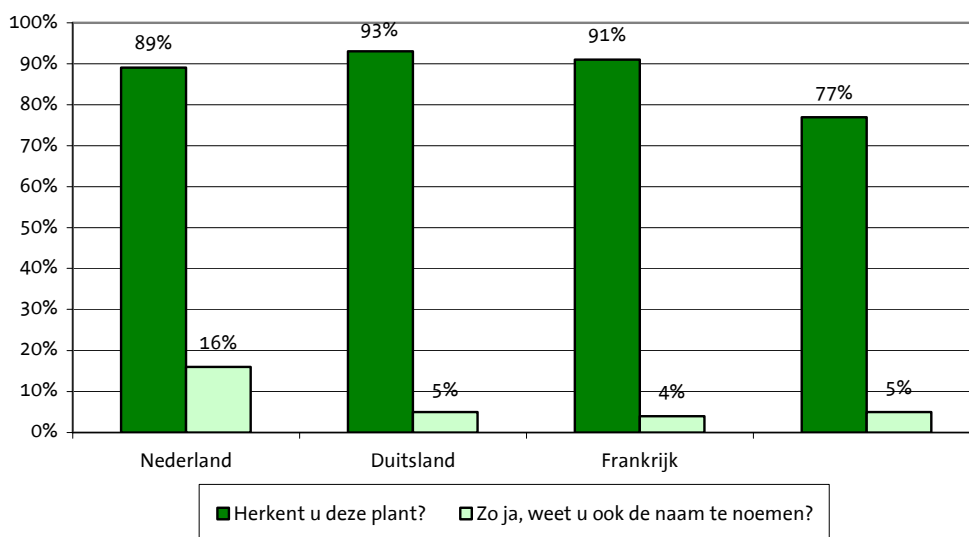
- Van de Nederlandse consumenten geeft 54% aan dat zij al van plan waren om de bloeiende plant te kopen. Nederland verschilt hierin met het koopgedrag in de andere landen, waar de grote meerderheid de bloeiende plant spontaan kocht.

4 Kennis

4.1 Naam bromelia nauwelijks bekend

Van elke bloeiende kamerplant die in het onderzoek meegenomen is, is aan de ondervraagden een afbeelding getoond en gevraagd of men die plant wel eens gezien heeft. Op deze wijze wordt achterhaald of de ondervraagden de betreffende kamerplant *herkennen*. Vervolgens is aan degenen die de bromelia op de foto herkennen gevraagd of zij de naam ook weten te noemen. De foto die van de bromelia getoond is, is terug te vinden in de inleiding.

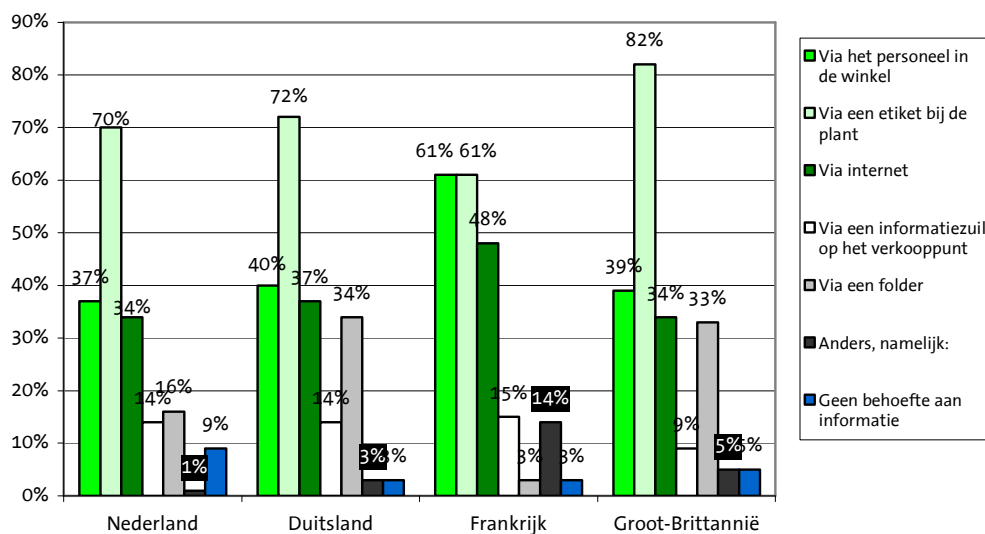
Figuur 4.1.1 Herkenning en naamsbekendheid bromelia (Basis: alle ondervraagden)



- De bromelia wordt over het algemeen goed herkend op de getoonde foto, met name in Duitsland en Frankrijk waar meer dan 90% de bromelia herkent. Groot-Brittannië scoort iets lager dan de andere landen maar nog altijd 77% herkent de plant op de foto.
- De naamsbekendheid van de bromelia ligt erg laag in elk van de vier landen. Dit was in 2002 ook al het geval.
- Nederland scoort met 16% nog het best op naamsbekendheid, in de andere landen is de naam nagenoeg onbekend, met name onder jongere plantenkopers (18-34 jaar).

4.2 Men wordt het liefst geïnformeerd via etiket bij de plant

Figuur 4.2.1. Hoe zou u in het algemeen het liefst geïnformeerd willen worden over de verzorging van kamerplanten?



- De plantenkopers willen het liefst via het label/etiket bij de plant geïnformeerd worden over de verzorging van de kamerplant. Dit benadrukt nog eens het belang van een goed plantenlabel met duidelijke instructies over de verzorging, standplaats, water geven, bemesten, enz.
- Zeker in Groot-Brittannië is het plantenlabel een belangrijke informatiebron (82%).
- In Frankrijk hecht men daarnaast evenveel waarde aan het advies van het winkelpersoneel.
- Internet komt bij de meeste landen op de derde plaats als informatiebron.
- In Duitsland en Groot-Brittannië valt op dat relatief veel kopers graag geïnformeerd willen worden via een folder.

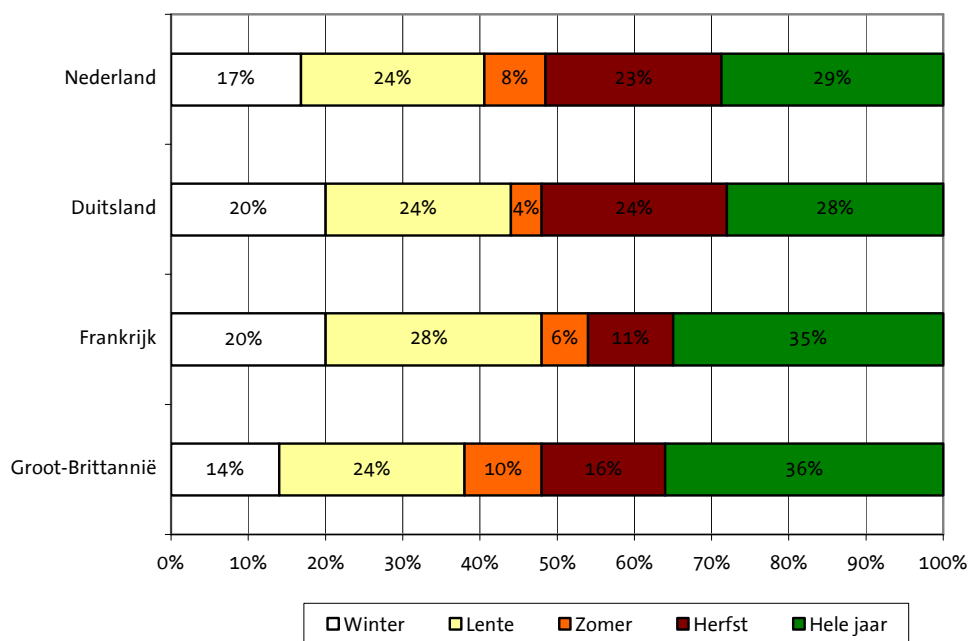
5 Houding

5.1 Inleiding

Aan de plantenkopers in de vier kernlanden is gevraagd naar hun voorkeur in het gebruik van de kamerplanten uit het onderzoek. Het gebruik had betrekking op: geschikte aankoopperiode, plant met of zonder sierpot, cadeau of eigen gebruik, in compositie of als losse plant en de geschiktheid van de plant voor buitengebruik.

5.2 Bromelia geschikt om jaarrond te kopen

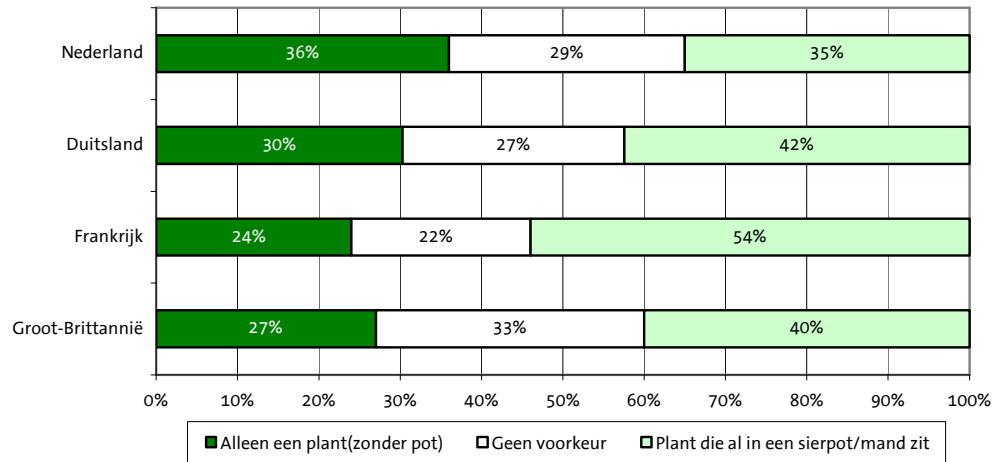
Figuur 5.22.1 In welke periode zou u het liefst een bromelia kopen? (Basis: alle ondervraagden)



- Opvallend is dat men in elk van de vier landen de bromelia niet echt in een specifiek seizoen zou willen kopen. Veel kopers vinden de plant geschikt om jaarrond te kopen.
- De plant wordt vaak geassocieerd met warme seizoenen, maar dit hoeft dus niet te betekenen dat men de plant het liefst in de lente of de zomer koopt. In de winter kan de bromelia bijvoorbeeld een beetje kleur en warmte in huis brengen. In de herfst passen de kleuren van de bromelia goed bij het seizoen. De bromelia is dus prima geschikt om jaarrond te verkopen.

5.3 Lichte voorkeur voor bromelia in sierpot

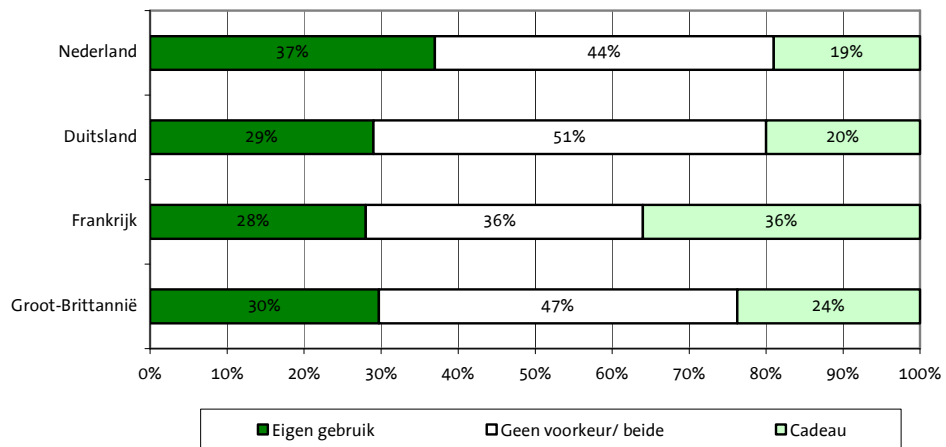
Figuur 5.3.1 Hoe zou u de bromelia het liefst kopen? (Basis: alle ondervraagden)



- De meningen van de plantenkopers zijn verdeeld: er is zowel animo om de bromelia met een sierpot te kopen alsook om alleen de plant (zonder pot) te kopen.
- In Nederland is voor beide toepassingen de voorkeur even groot.
- In de andere drie landen lijkt de voorkeur voor de bromelia in een sierpot groter te zijn. In Frankrijk komt deze voorkeur het duidelijkst naar voren. Dit heeft onder andere te maken met de voorkeur van de Fransen om een plant als cadeau te kopen, waarbij men dan vaak een sierpot koopt.

5.4 Bromelia prima geschikt voor zowel eigen gebruik als cadeau

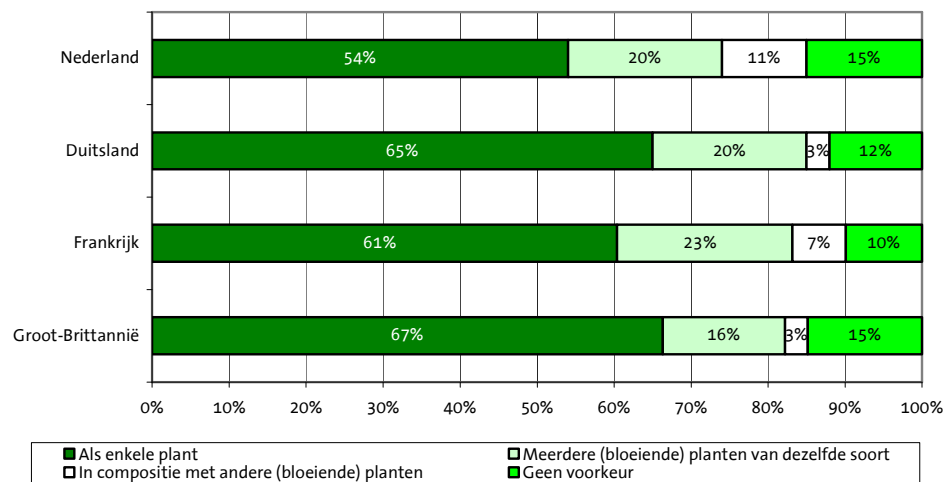
Figuur 5.4.1 Waar vindt u de bromelia het meest geschikt voor? (Basis: alle ondervraagden)



- De plantenkopers vinden de bromelia geschikt voor zowel eigen gebruik als cadeau.
- Franse kopers hebben de grootste voorkeur om de plant als cadeau te kopen. Zoals hierboven genoemd is Frankrijk echt een cadeau-land wat betreft de aankopen van bloemen en planten.

5.5 Men vindt bromelia vooral geschikt om als enkele plant te kopen

Figuur 5.5.1 Waar vindt u de bromelia het meest geschikt voor? (Basis: alle ondervraagden)



- In Nederland koopt meer dan de helft van de plantenkopers de bromelia het liefst als enkele plant, in de andere drie landen is dit zelfs tweederde.
- Een duidelijke voorkeur dus voor het kopen van de bromelia als enkele plant.

5.6 Stellingen over de plant

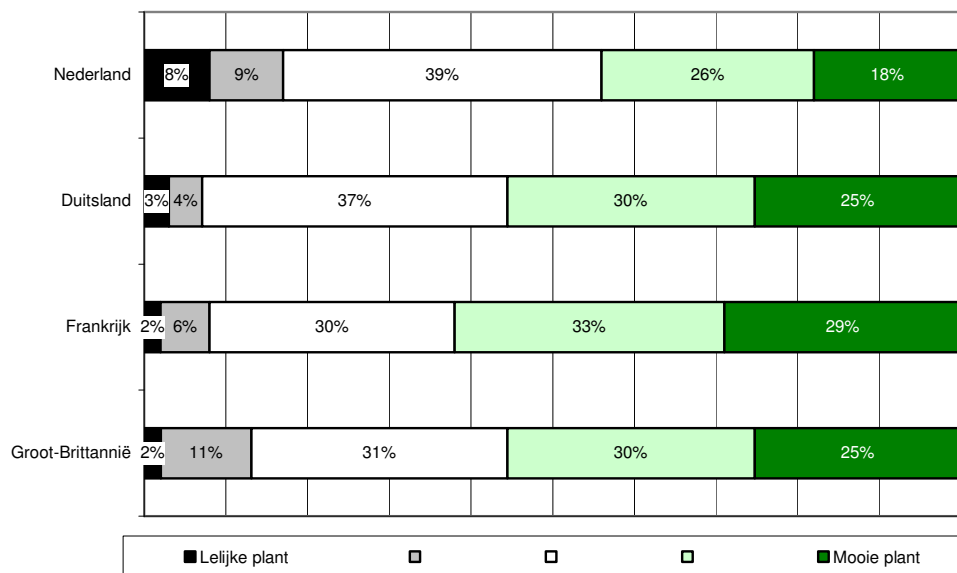
Voor de bromelia zijn steeds twee tegenovergestelde uitspraken voorgelegd aan de plantenkopers. Bij elke uitspraak kon men op een schaal van 1 t/m 5 aangeven in hoeverre zij het eens of oneens met de uitspraak waren.

De volgende beschrijvingen zijn aan de consumenten voorgelegd:

- | | | |
|----------------------|---|-------------------|
| 1. Lelijke plant | – | mooie plant |
| 2. Moderne plant | – | ouderwetse plant |
| 3. Alledaagse plant | – | exclusieve plant |
| 4. Gewone plant | – | creatieve plant |
| 5. Kunstmatige plant | – | natuurlijke plant |
| 6. Formele plant | – | levendige plant |
| 7. Koele plant | – | exotische plant |
| 8. Goedkope plant | – | dure plant |
| 9. Elegante plant | – | grove plant |

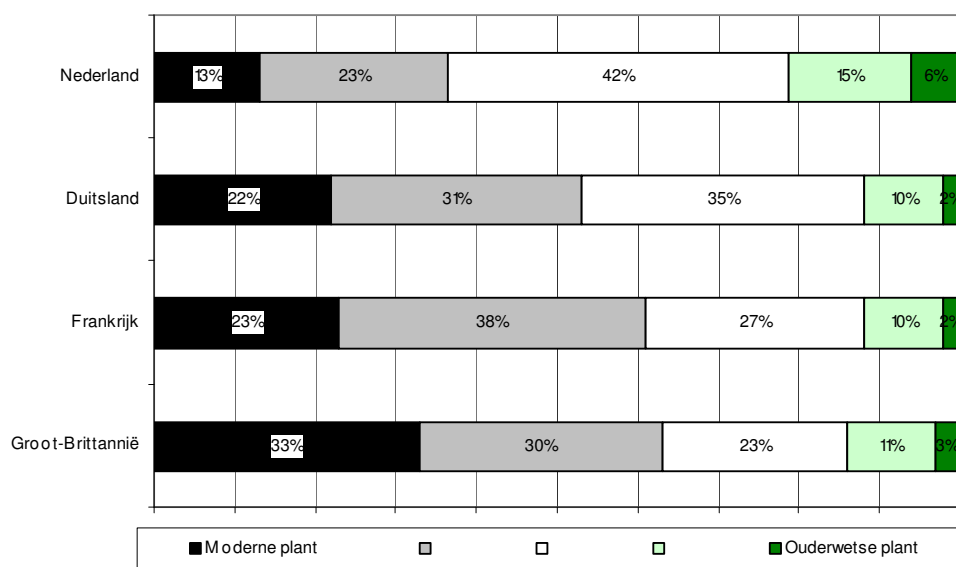
In de volgende grafieken wordt een overzicht gegeven van de antwoorden. Tevens volgt een tekstuele beschrijving van de resultaten.

Figuur 5.6.1 Lelijk - mooi (basis = alle ondervraagden)



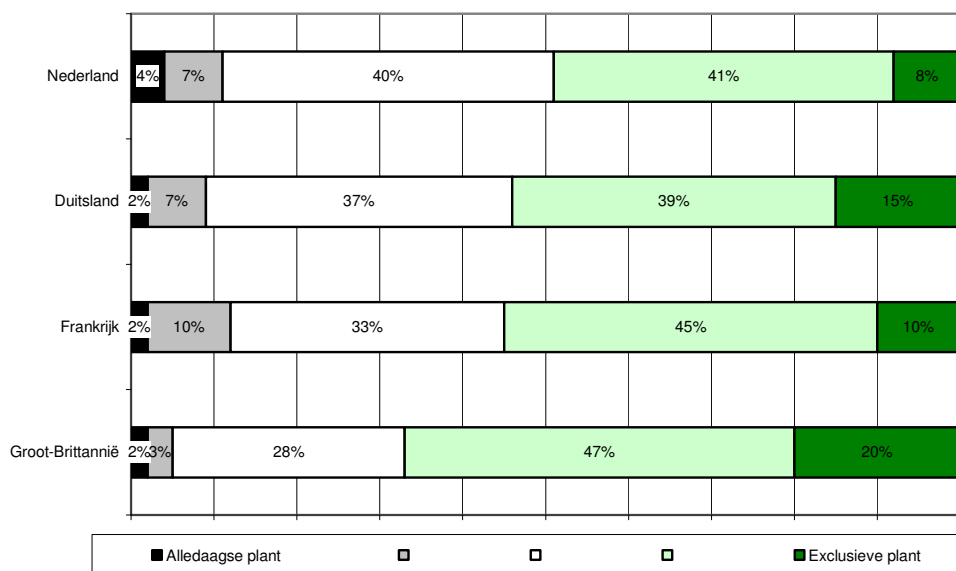
- De meeste plantenkopers zijn positief en vinden de bromelia een mooie plant. Zeker in Frankrijk vindt men de plant aantrekkelijk.
- In Nederland en Groot-Brittannië zijn de plantenkopers in verhouding iets minder positief maar ook hier overheerst de mening dat de plant mooi is. In 2002 waren Nederlandse kopers ook al wat minder positief over de plant.

Figuur 5.6.2 Modern - Ouderwets (basis = alle ondervraagden)



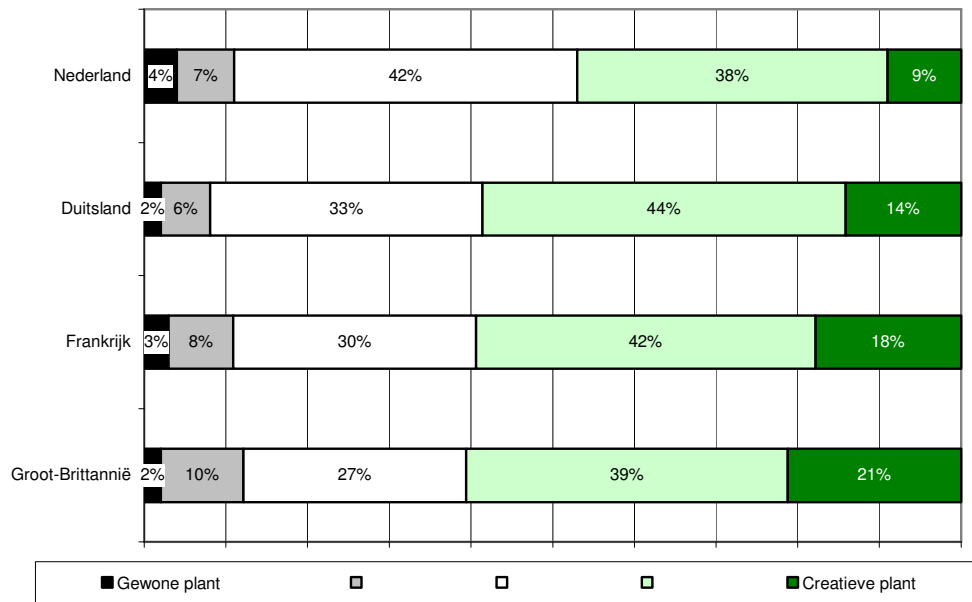
- In elk van de vier landen vinden de plantenkopers de bromelia een moderne plant.
- Britse plantenkopers vinden de plant het meest modern, in Nederland wordt de plant minder vaak modern genoemd. In 2002 was een vergelijkbaar beeld te zien.

Figuur 5.6.3 Alledaags - exclusief (basis = alle ondervraagden)



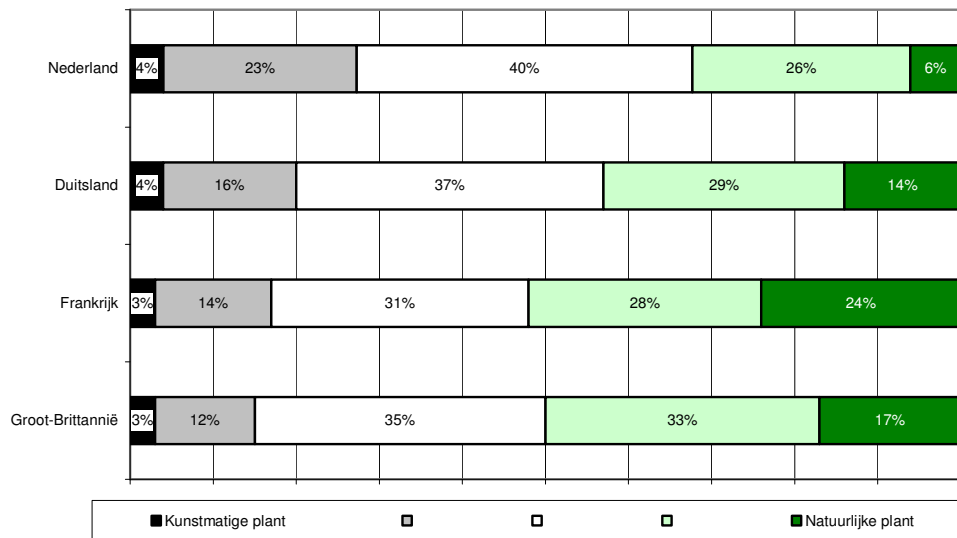
- In bovenstaande grafiek is te zien dat de plantenkopers de bromelia vooral een exclusieve plant vinden.
- In Groot-Brittannië lijkt de plant een exclusiever karakter te hebben terwijl dit in Nederland iets minder het geval is. Maar ook in Nederland vindt nog altijd 48% van de plantenkopers de bromelia exclusief.

Figuur 5.6.4 Gewoon - Creatief (basis = alle ondervraagden)



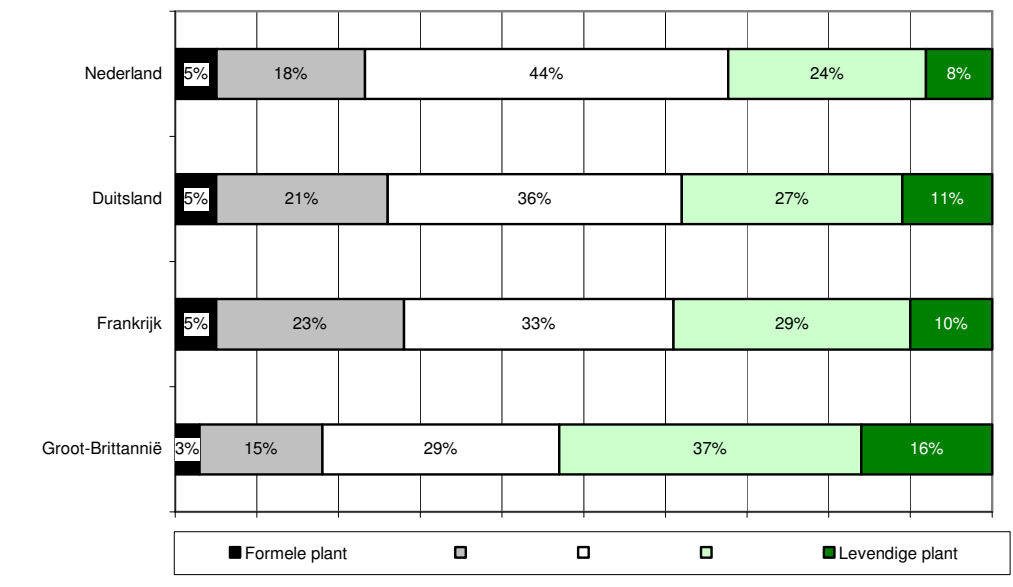
- Eerder was al te zien dat de plant een exclusief imago heeft en niet alledaags. Bovenstaande grafiek sluit hierbij aan. Men vindt de bromelia eerder creatief dan gewoon.

Figuur 5.6.5 Kunstmatig- Natuurlijk (basis = alle ondervraagden)



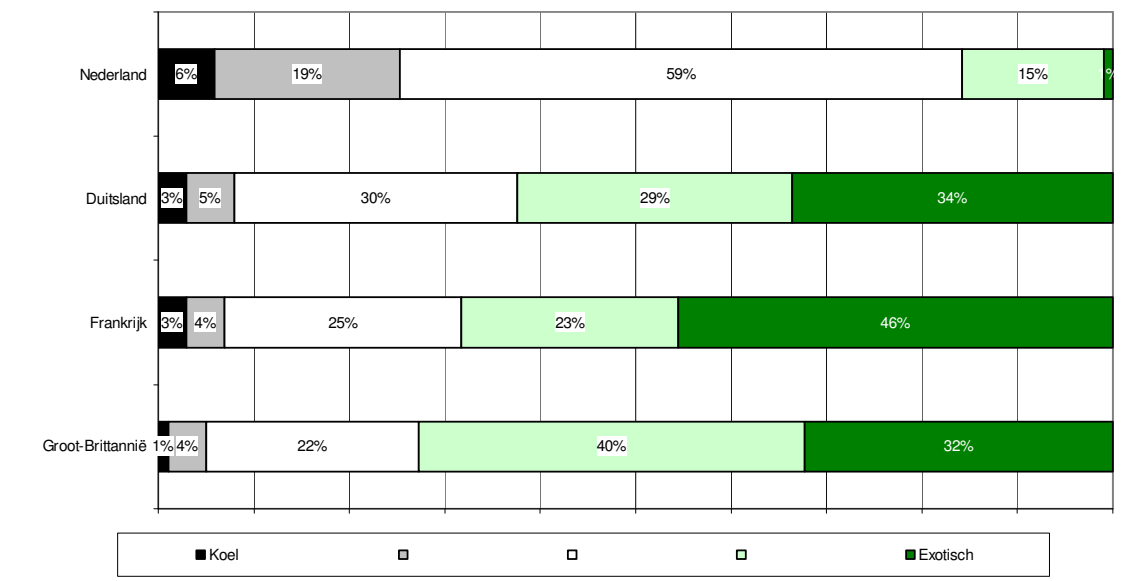
- Nederlandse plantenkopers vinden de bromelia vaker kunstmatig dan de kopers in de andere landen.
- Met name de Britten en de Fransen vinden de plant eerder natuurlijk overkomen dan kunstmatig.

Figuur 5.6.6 Formeel - levendig (basis = alle ondervraagden)



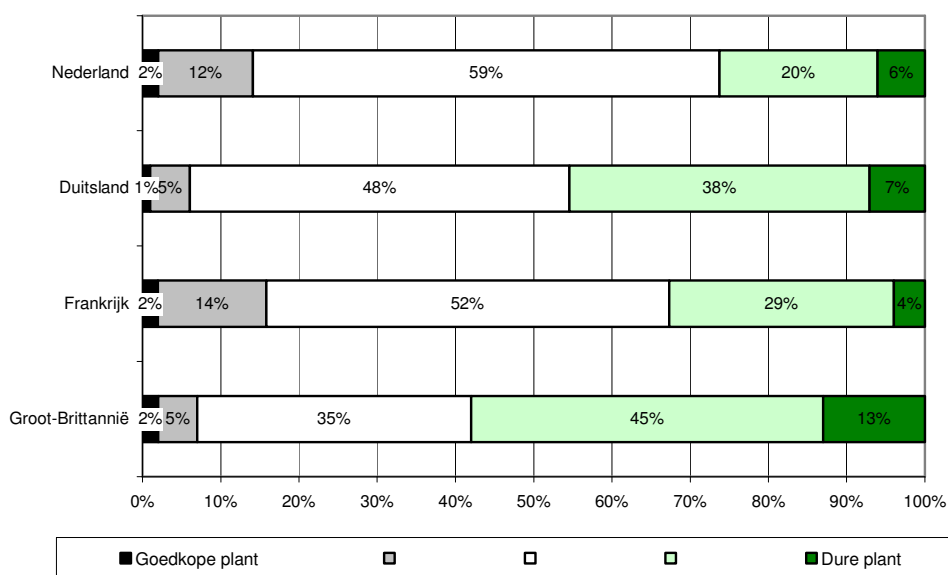
- Vooral de Britse plantenkopers zijn van mening dat de plant eerder levendig dan formeel aandoet.

Figuur 5.6.7 Koel - Exotisch (basis = alle ondervraagden)



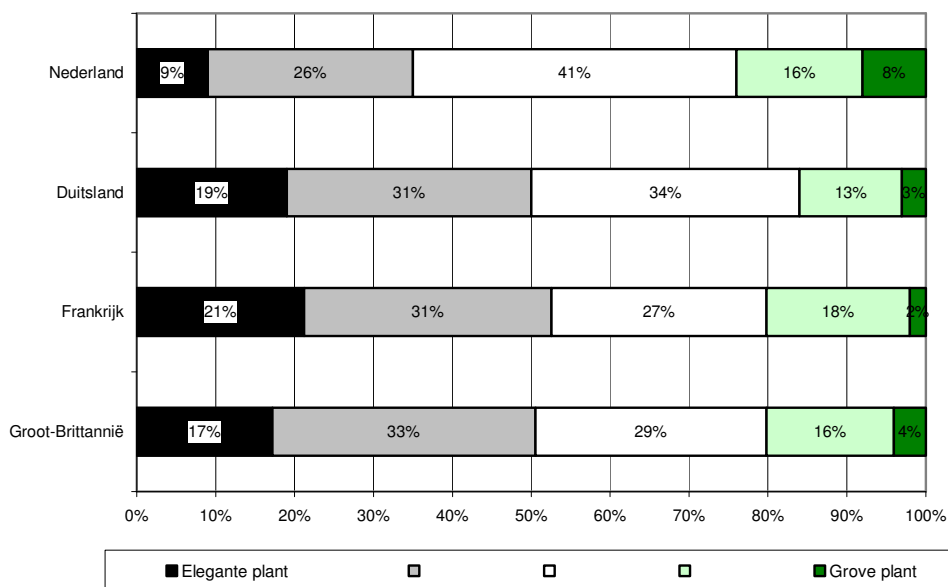
- In Duitsland, Frankrijk en Groot-Brittannië vindt men de bromelia eerder exotisch dan koel.
- De mening van de Nederlandse plantenkopers wijkt af van plantenkopers in de andere drie landen. Meer Nederlandse plantenkopers vinden dat de bromelia koel overkomt.

Figuur 5.6.8 Goedkoop - duur (basis = alle ondervraagden)



- De meningen verschillen wat betreft de vraag of de bromelia duur of goedkoop is.
- In Groot-Brittannië zijn opvallend meer plantenkopers dan van mening dat de bromelia duur is in de andere landen. Daarna is ook Duitsland vaker van mening dat de plant duur is.
- In Nederland is dit percentage weer aanzienlijk lager, maar ook is te zien dat 59% geen duidelijk beeld heeft bij het prijsniveau.

Figuur 5.6.9 Elegant – grof (basis = alle ondervraagden)



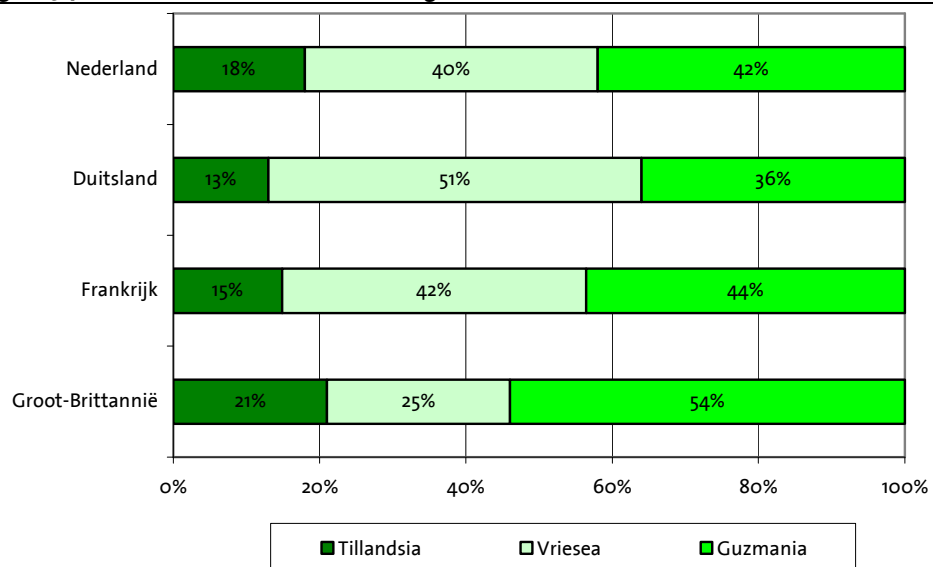
- Over het algemeen vinden de plantenkopers de bromelia eerder elegant dan grof.
- Nederlandse plantenkopers vinden de bromelia minder elegant dan de kopers uit de andere landen, alhoewel toch nog 35% de plant elegant vindt.

5.7 Britten kiezen de guzmania, Duitsers gaan voor een vriesea

Aan de plantenkopers zijn de volgende drie foto's voorgelegd van bromelia met de vraag aan welke bromeliasoort zij de voorkeur geven. In onderstaande figuur zijn de resultaten te lezen.



Figuur 5.7.1 Aan welke bromeliasoort geeft u de voorkeur?



- Als de plantenkopers moesten kiezen tussen één van de drie bromeliasoorten, dan gaat de voorkeur in Nederland, Frankrijk en Groot-Brittannië uit naar de Guzmania.
- In Groot-Brittannië is de animo voor de vriesea het kleinst en de voorkeur voor de guzmania het grootst.
- In Duitsland is echter een ander beeld te zien. Hoewel de guzmania ook hier goed scoort, kiest ruim de helft van de Duitse plantenkopers voor de vriesea.
- Opvallend is dat Tillandsia minder in trek is bij mannelijke kopers.

5.8 Spontane associaties bij bromelia

Aan de plantenkopers is gevraagd welke gevoelens de bromelia spontaan bij hen oproept. Zij konden alles noemen, zowel positief als negatief. Wat betreft de bromelia overheersen duidelijk de positieve opmerkingen.

In elk van de vier landen komen dezelfde associaties met de bromelia naar voren:

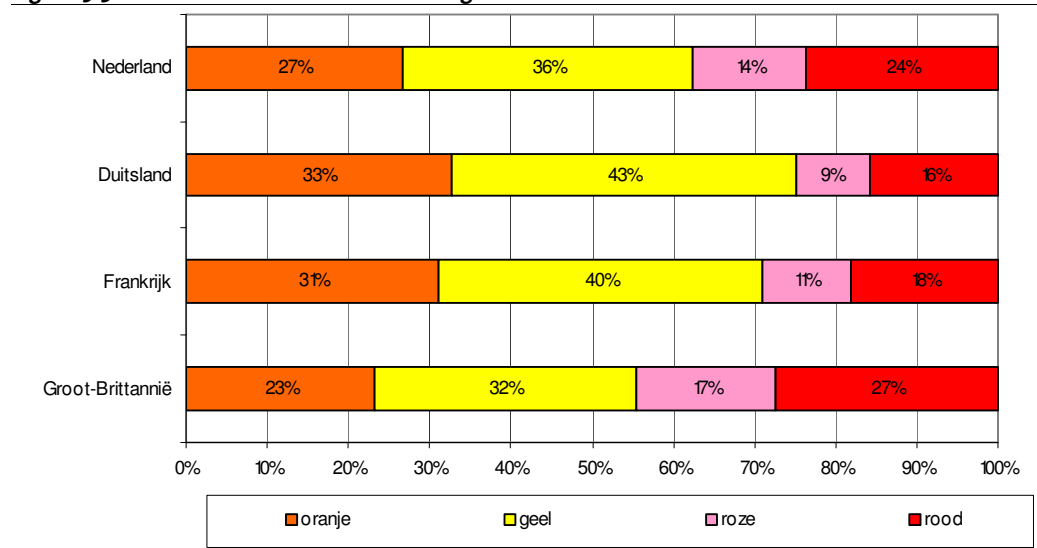
- De plantenkopers denken bij het zien van de bromelia aan tropische, exotische oorden, warmte, vakantie, jungle, rimboe, zon, zomer en strand.
- Ook vinden zij de plant vrolijk, kleurrijk, krachtig, stoer en anders dan andere planten, vernieuwend en origineel. Een plant met een duidelijk eigen karakter.
- Daarnaast heeft de plant volgens de plantenkopers een krachtige uitstraling, statig en verheven.
- Relatief veel Franse plantenkopers hebben specifieke associaties met tropische eilanden.
- In Groot-Brittannië vinden sommigen de plant soms zelfs sensueel, spannend, passioneel en sexy.
- Onder de aanzienlijk minder genoemde negatieve punten waren antwoorden als: saai, kil, stekelig, agressief en ouderwets.

5.9 Gele bromelia favoriet

De bromelia is in verschillende kleuren te krijgen. Om een idee te krijgen welke kleur bromelia de plantenkopers aantrekkelijk vinden, zijn foto's getoond van de bromelia in vier verschillende kleuren. De getoonde foto's en de voorkeur van de plantenkopers staan in onderstaande figuren weergegeven.



Figuur 5.9.1 Aan welke kleur bromelia geeft u de voorkeur?



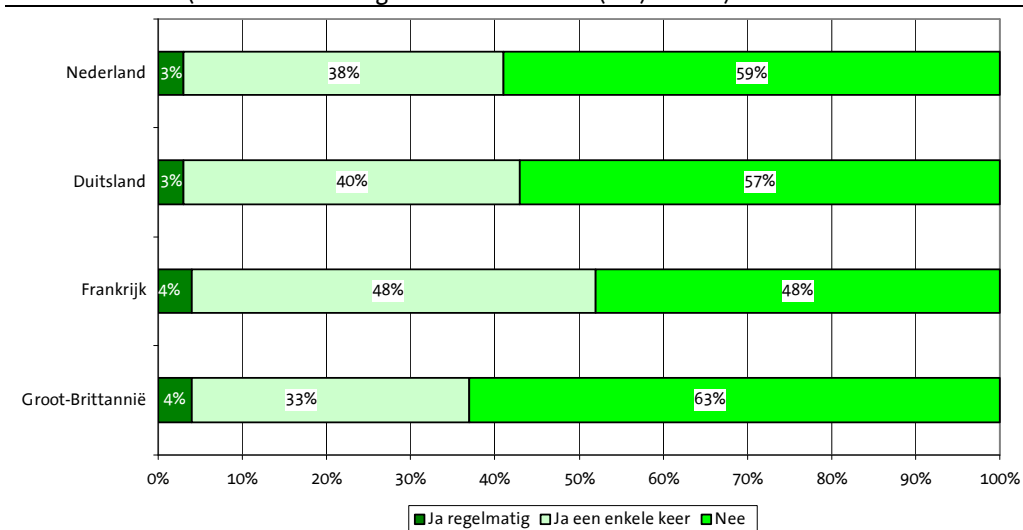
- De landen zijn redelijk eensgezind over de kleurvoorkeur. Een gele bromelia scoort in elk van de vier landen het hoogst, meer dan eenderde kiest de gele kleur als favoriet. Men name in Duitsland is geel populair.
- Na de gele bromelia scoort de oranje bromelia het best, behalve in Groot-Brittannië, waar de rode bromelia beter scoort dan in de andere landen.
- Naar de roze bromelia gaat het minst de voorkeur uit. In Groot-Brittannië scoort deze kleur met 17% nog het best ten opzichte van de andere drie landen.
- Felle kleuren ziet men het liefst bij de bromelia.

6 Koopgedrag

6.1 Koopgedrag

De plantenkopers die de bromelia kennen, hebben aangegeven of zij deze de afgelopen 12 maanden ook hebben gekocht. Dit mocht een aankoop zijn voor zowel eigen gebruik als ook om cadeau te doen.

Figuur 6.1.1 Afgelopen 12 maanden een bromelia gekocht?
(basis = ondervraagden die de bromelia (her)kennen)



- De Britse koper heeft in de afgelopen 12 maanden het minst vaak een bromelia gekocht. Maar liefst 63% kocht de plant niet in het afgelopen jaar.
- Maar ook in de andere landen is het percentage niet-kopers hoog.

6.2 Redenen om geen bromelia te kopen

Aan de plantenkopers die geen bromelia hebben gekocht in de afgelopen 12 maanden, is gevraagd waarom zij geen bromelia hebben gekocht.

Tabel 6.2.1 Redenen om geen bromelia te kopen

	Nederland	Duitsland	Frankrijk	Groot-Brittannië
Ik had al genoeg planten staan	25%	27%	12%	13%
Ik vind andere planten mooier	27%	15%	15%	12%
Geen gelegenheid, geen persoon om aan te geven	7%	21%	19%	16%
De plant is niet mijn stijl/past niet bij mij	17%	14%	18%	11%
Ik ben niet bekend met de plant	10%	4%	28%	15%
Ik vind de plant niet mooi	25%	11%	8%	11%
De plant is slecht verkrijgbaar	4%	5%	13%	22%
Ik heb een hekel aan die plant	4%	9%	11%	7%
De plant is te duur	4%	9%	10%	7%
Koop ze alleen voor speciale gelegenheden	4%	8%	6%	11%
Ik had de plant al gekregen	4%	9%	10%	3%
Plant is te groot	5%	1%	2%	7%
Het is een ouderwetse plant	5%	5%	4%	0%
Dit is geen plant om cadeau te geven	7%	2%	2%	2%
Staat niet lang / staat niet lang in bloei	2%	3%	3%	2%
Vergt veel onderhoud, tijd om te verzorgen	1%	2%	3%	1%
De plant is te snel uitgebloeid/korte levensduur	2%	1%	3%	1%
Ik neem stekjes van planten die ik al heb	1%	3%	1%	1%
Anders	6%	5%	4%	6%
Weet niet	9%	9%	12%	13%

- Nederlandse en Duitse niet-kopers kochten geen bromelia omdat zij al genoeg planten hadden staan. Daarnaast vindt ruim een kwart van de Nederlandse niet-kopers andere planten mooier. In Duitsland had men geen gelegenheid om de plant cadeau te doen.
- Ook in Frankrijk geeft 19% van de niet-kopers aan geen gelegenheid te hebben om de plant cadeau te doen. Voor Frankrijk is dit een vaak terugkomende reden (ook bij andere planten) aangezien Frankrijk echt een cadeaumarkt is voor bloemen en planten. Wat echter veel meer opvalt in Frankrijk is dat 28% de plant niet heeft gekocht omdat zij niet bekend zijn met de plant. Ook wordt in Frankrijk vaker dan in Nederland en Duitsland aangegeven dat de plant slecht verkrijgbaar is. Het aanbod van bromelia's op de Franse markt lijkt hiermee een belangrijk aandachtspunt te zijn.
- In Groot-Brittannië is de slechte verkrijgbaarheid zelfs de belangrijkste reden waarom de Britse niet-kopers de afgelopen 12 maanden geen bromelia hebben gekocht.

6.3 Welke aspecten van de bromelia zijn volgens bromeliakopers voor verbetering vatbaar?

Aan de kopers van de bromelia is gevraagd welke aspecten voor hen van belang zijn als zij deze plant kopen. Ook is gevraagd of zij tevreden zijn met deze aspecten. Een product kan immers qua tevredenheid goed presteren op een bepaald aspect, maar kan voor de consument minder belangrijk zijn, omdat hij of zij andere aspecten belangrijker vindt.

De resultaten worden per land in een matrix weergegeven. Hoe moeten de figuren worden gelezen?

- Op de verticale as is te zien hoe tevreden consumenten zijn over aspecten van de bromelia.
- De horizontale as laat zien of deze aspecten ook belangrijk zijn voor de consument.

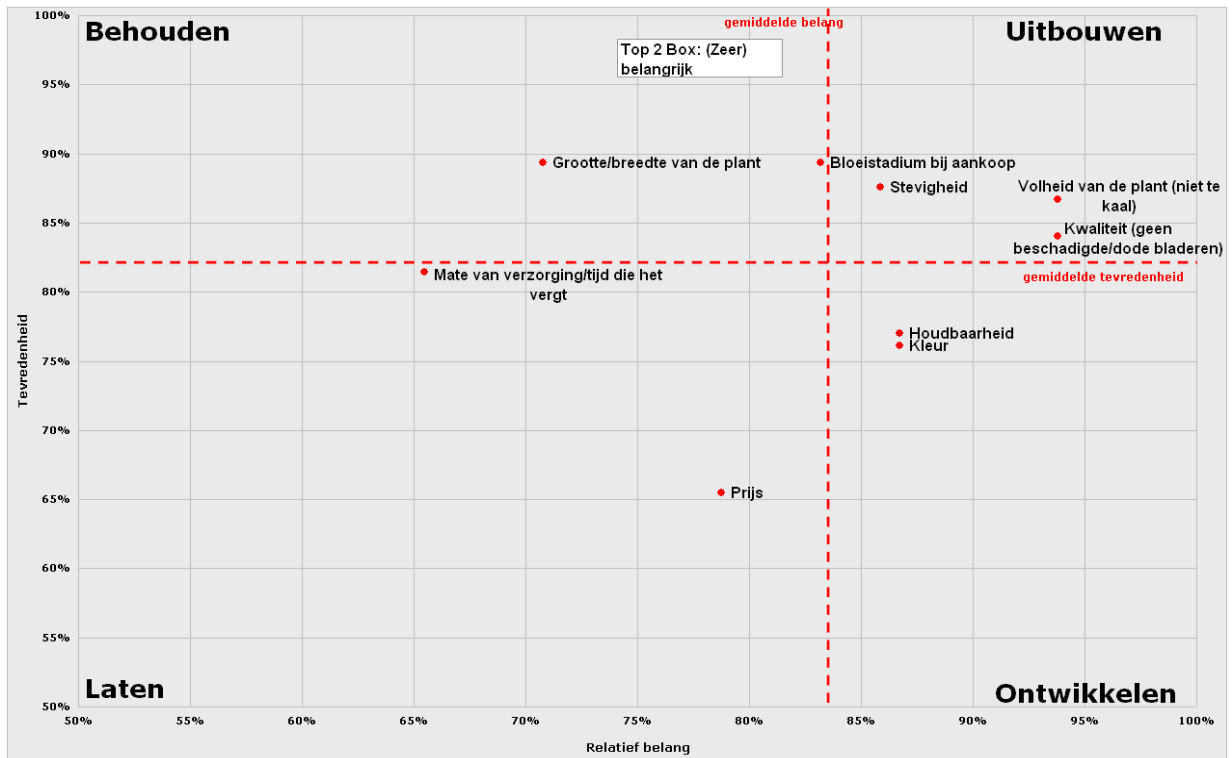
Figuur 6.3.1 Interpretatie van de kwadranten

Zeervredenen	<i>Geen verbeteracties noodzakelijk</i>		<i>Eventuele verbeteracties met lage prioriteit</i>
Tevreden		1	2
Neutraal		3	4
Ontevreden	<i>Verbeteracties met lage prioriteit</i>		<i>Verbeteracties met hoge prioriteit</i>
Zeervontevreden			
	Minder belangrijk		Zeervbelangrijk

- Kwadrant 1: over deze aspecten is men tevreden maar men vindt ze minder belangrijk. Hier zijn dus geen verbeteracties nodig.
- Kwadrant 2: deze aspecten zijn erg belangrijk en men is er ook erg tevreden over. Eventuele verbeteracties hebben een lage prioriteit.
- Kwadrant 3: men is niet zo tevreden over deze aspecten maar ze zijn ook minder van belang. Hier hoeft dus geen extra aandacht aan besteed te worden.
- Kwadrant 4: aspecten in dit kwadrant verdienen veel aandacht. Men vindt deze zeer belangrijk maar is er niet tevreden over. Verbeteracties met hoge prioriteit.

6.4 Nederland

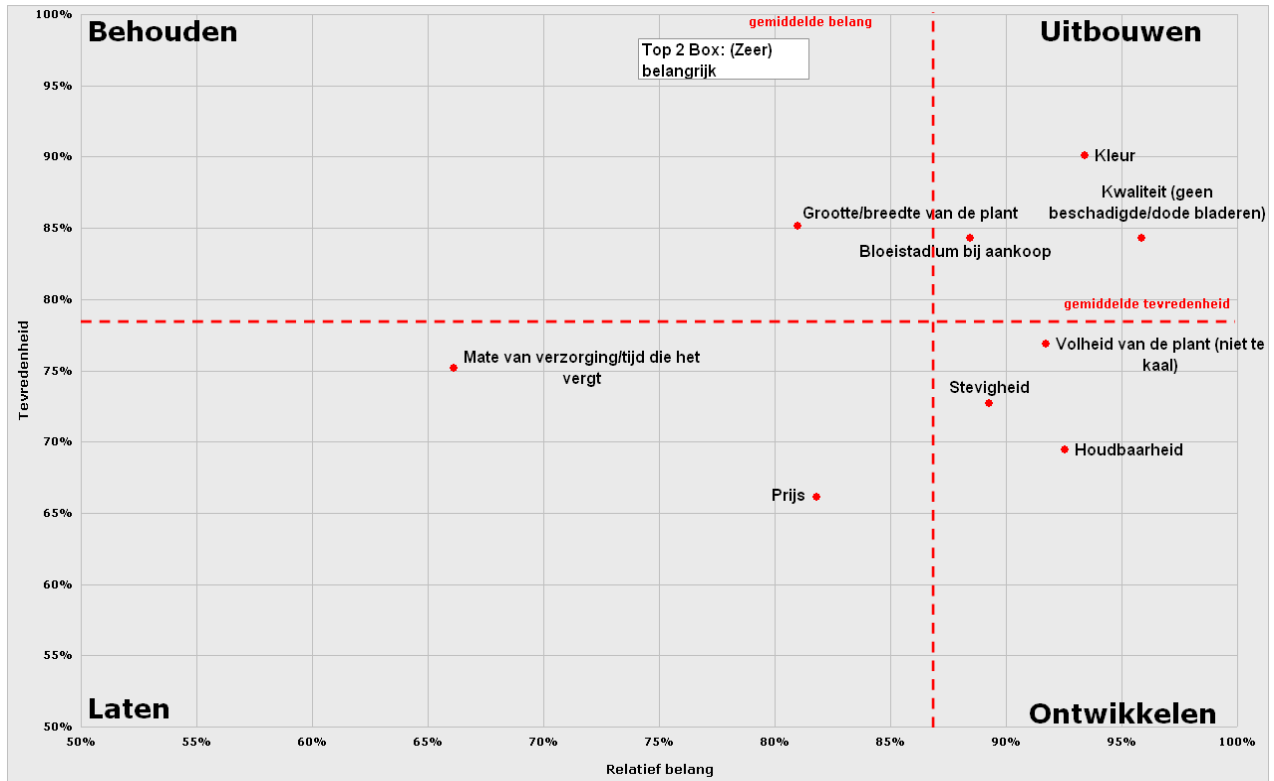
Figuur 6.4.1 Belang gekoppeld aan tevredenheid voor bromelia – Nederland (Basis: kopers van bromelia)



- Nederlandse kopers zijn vooral tevreden over het bloeistadium bij aankoop, de grootte van de plant en de stevigheid.
- De aspecten kleur en houdbaarheid blijven achter ten opzichte van de andere aspecten en zijn daarmee aandachtspunten. Een breder kleurenaanbod kan uitkomst bieden
- Ook prijs scoort lager dan de overige aspecten van de plant maar is niet heel belangrijk voor de kopers.

6.5 Duitsland

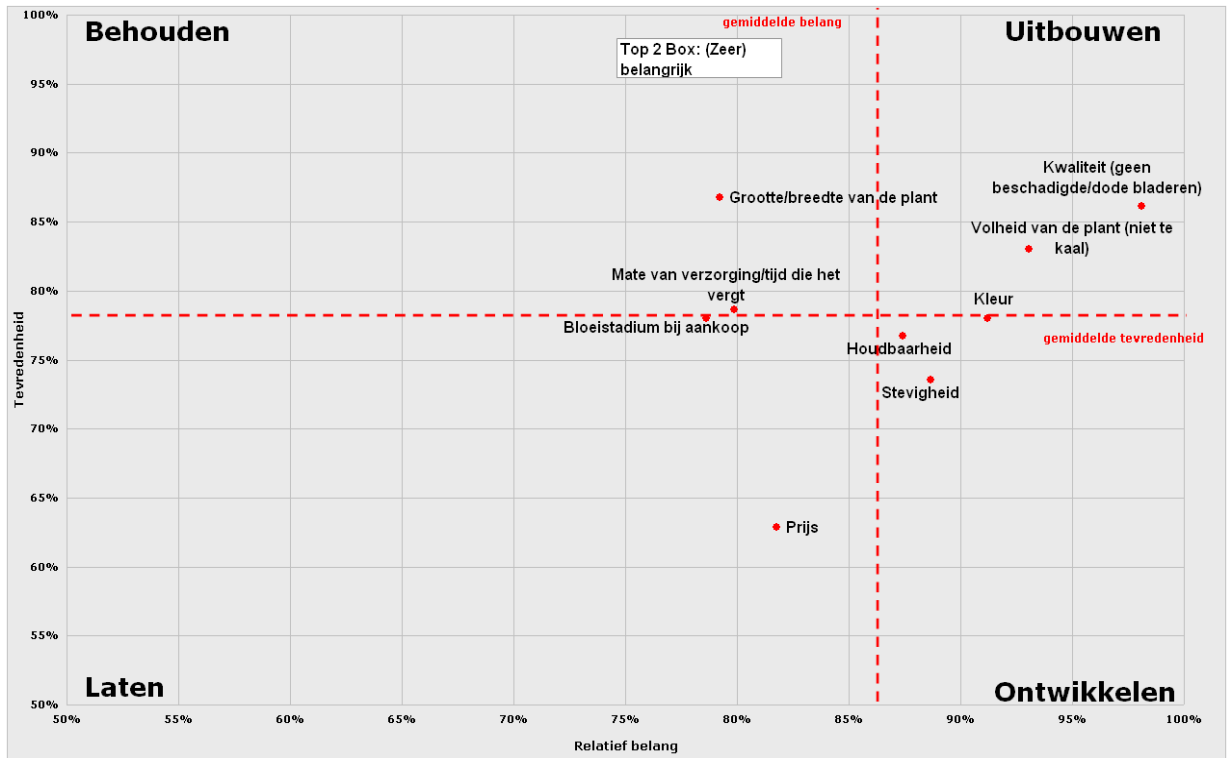
Figuur 6.5.1 Belang gekoppeld aan tevredenheid voor bromelia– Duitsland (Basis: kopers van bromelia)



- De Duitse plantenkoper is met name tevreden over de kleur, de grootte van de plant, bloeistadium bij aankoop en de kwaliteit.
- De aspecten die aandacht verdienen zijn de volheid van de plant (niet te kaal en iel), de houdbaarheid en de stevigheid. Dit zijn aspecten die men belangrijk vindt maar onder de gemiddelde tevredenheid scoren.
- Ook de prijs scoort minder goed. Dit aspect is wat minder van belang maar wel een punt om in de gaten te houden.

6.6 Frankrijk

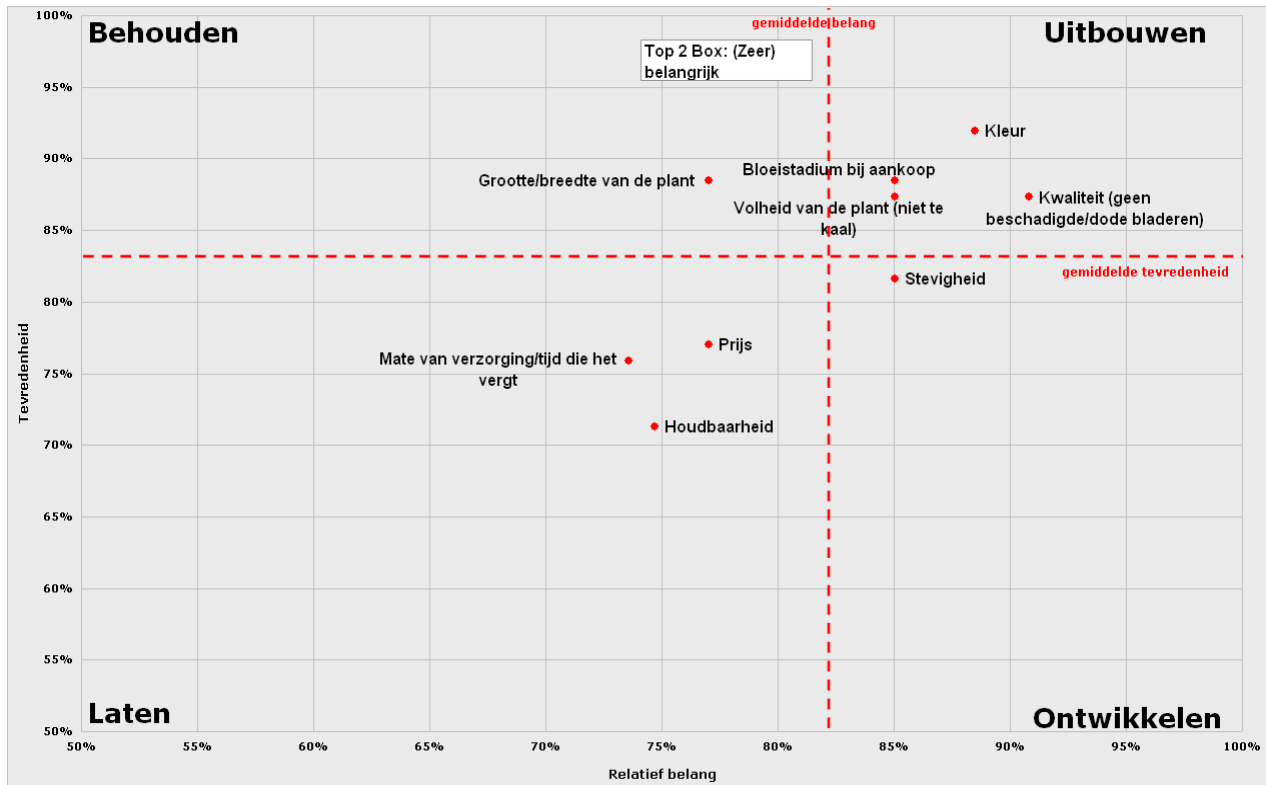
Figuur 6.6.1 Belang gekoppeld aan tevredenheid voor bromelia - Fransen (Basis: kopers van bromelia)



- De Fransen zijn vooral tevreden over de kwaliteit. Met name over de volheid van de plant, de grootte en de stevigheid zijn ze tevreden.
- De aspecten die wat minder scoren op tevredenheid zijn houdbaarheid en stevigheid.
- Ook de prijs scoort minder goed. Dit aspect is echter minder belangrijk voor de kopers dan de andere aspecten, maar wel iets om in de gaten te houden.

6.7 Groot-Brittannië

Figuur 6.7.1 Belang gekoppeld aan tevredenheid voor bromelia – Groot-Brittannië (Basis: kopers bromelia)



- De Britten zijn tevreden over de meeste aspecten. Met name de kleur van de bromelia scoort goed.
- De enige belangrijke aspect dat minder goed scoort dan de andere aspecten qua tevredenheid is de stevigheid.
- Prijs en houdbaarheid scoren minder goed maar zijn ook minder van belang voor de plantenkopers.

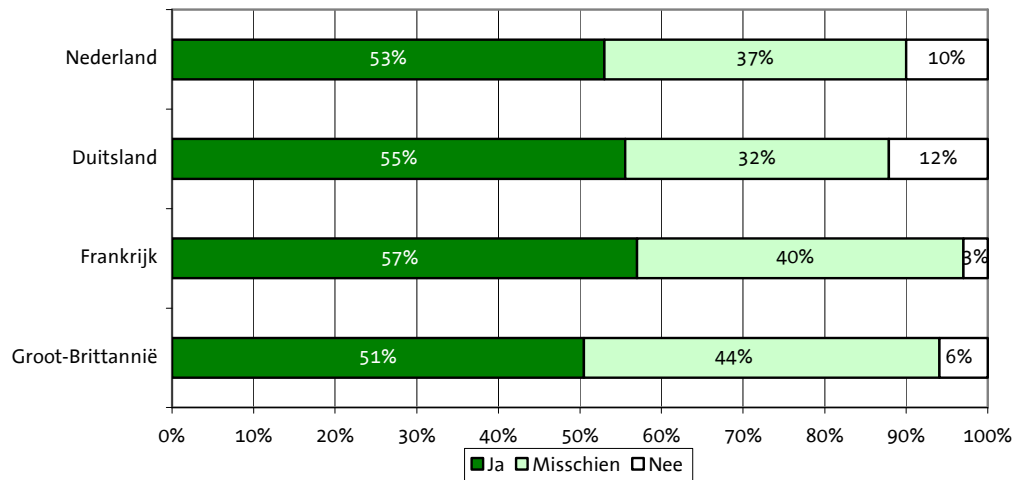
6.8 Verbeterpunten samengevat

Het blijkt dat de kopers van bromelia de verschillende aspecten goed beoordelen. Er zijn geen aspecten die een dikke onvoldoende scoren. Toch kunnen wel enkele aandachtspunten genoemd worden. Zo scoort in de vier landen de houdbaarheid minder goed in vergelijking met de andere aspecten. Enkele bromeliakopers zouden graag willen weten hoe de bromelia voor een tweede keer in bloei te krijgen is. Het verstrekken van de juiste informatie over de verzorging van de plant helpt de plantenkoper om de bromelia goed te houden om zo langer ervan te genieten.

Ook de stevigheid is een aandachtspunt. Sommige bromelia's zijn wat lang en iel en daardoor minder stevig. Naast houdbaarheid en stevigheid is ook de prijs een aandachtspunt. In elk van de landen scoort prijs het minst op tevredenheid. Ook al is dit aspect niet altijd van groot belang voor de kopers, toch iets om in de gaten te houden.

6.9 Herhalingsaankopen

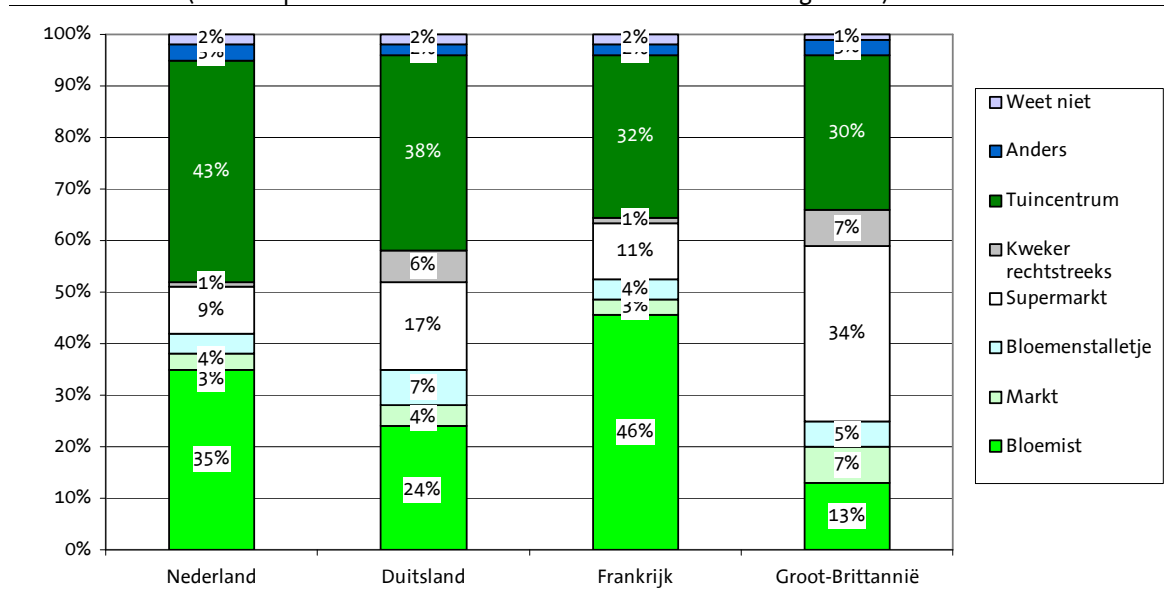
Figuur 6.9.1 Meeste kopers van plan om komende jaar weer een bromelia te kopen
(Basis: kopers die laatste 12 maanden een bromelia hebben gekocht)



- De kopers die het afgelopen jaar een bromelia hebben gekocht staan positief tegenover een herhaalaankoop. Meer dan 90% van de kopers in de vier landen denkt de komende 12 maanden misschien of zeker weer een bromelia te gaan kopen.

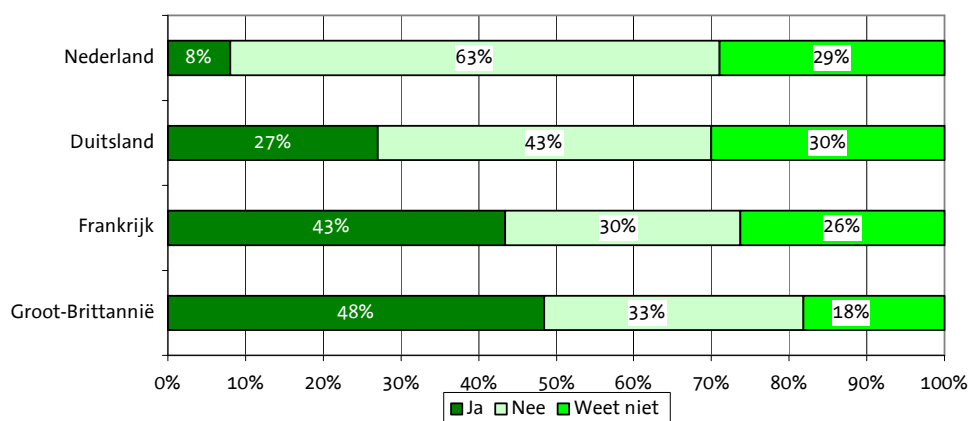
6.10 Franse kopers gaan voor een bromelia naar de bloemist

Figuur 6.10.1 Waar heeft u de bromelia de laatste keer gekocht?
(Basis: kopers die laatste 12 maanden een bromelia hebben gekocht)



- Het tuincentrum is in Nederland en Duitsland het belangrijkste aankoopkanaal voor de verkoop van bromelia's, gevolgd door de bloemist.
- In Groot-Brittannië staat de supermarkt op één, gevolg door het tuincentrum.
- Opvallend is dat men in Frankrijk voor een bromelia naar de bloemist gaat.

Figuur 6.10.2 Als u de mogelijkheid had, zou u de bromelia ook via internet kopen?
(Basis: kopers die laatste 12 maanden een bromelia hebben gekocht)



- Vooral in Nederland koopt men liever geen bromelia via internet. Maar liefst 63% koopt geen bromelia via internet.
- Duitsland is iets positiever, 27% zou wel via internet een bromelia kopen. Maar nog altijd 43% staat er negatief tegenover.
- Frankrijk is een stuk positiever dan de voorgaande twee landen en 43% zou best via internet een bromelia willen bestellen. Bijna eenderde staat er echter nog altijd negatief tegenover.
- De Britten zijn het meest positief over het kopen van een bromelia via internet. Maar liefst 46% staat er positief tegenover.

7 Bijlage Overzicht Consumentenscans

(Voorheen PMO genaamd)

Wat vindt de consument van een bepaalde bloem of plant? Hoe bekend is men met het product? En hoe koopt de consument het product het liefst? Of waarom koopt men de bloem of plant liever niet? De consumentenscan gaat dieper in op de mening van de consument over specifieke bloemen of planten.

De onderzoeken vinden vooral plaats in de kernlanden Nederland, Duitsland, Frankrijk en Groot-Brittannië. Naar verwachting zal de consumentenscan de komende jaren ook meer in andere landen worden uitgevoerd.

De Consumentenscans worden door Productschap Tuinbouw uitgevoerd en werkt hierbij samen met LTO-groeiservice, Bloemenbureau Holland, VBN en de bloemenveilingen VBA en Flora-Holland. De producten die door de jaren heen zijn onderzocht staan in onderstaande tabel weergegeven:

Snijbloemen			
Amaryllis 2002-24	Alstroemeria 2006-75	Helianthus 2003-24	Snijhortensia 2005-24
Alstroemeria 2006-75	Chrysant 2004-62	Iris 2004-36	Roos 2001-50
Alstroemeria 2002-38	Cymbidium 2003-11	Lelie 2007-27	Snijhyacint 2002-114
Anemoon 2005-92	Euphorbia 2005-90	Lisianthus 2004-09	Trosroos 2005-80
Anjer 2003-34	Freesia 2003-04	Narcis 2003-14	Tulp 2004-24
Anthurium 2002-51	Gerbera 2002-30	Nerine 2005-56	Zantedeschia 2003-17
Aster 2003-21	Gladiol 2004-42	Pioenroos 2007-28	

Kamerplanten			
Anthurium 2004-55	Cyclaam 2001-81	Pelargonium 2002-41	Spatiphyllum 2002-68
Azalea 2002-64	Cymbidium op pot 2005-44	Petunia 2004-39	Varen 2005-31
Begonia 2001-26	Dianthus 2006-01	Phalaenopsis 2003-50	Viool 2003-19
Bromelia 2007-55	Ficus 2002-19	Poinsettia 2007-52	Zamioculacas 2004-16
Calathea 2005-58	Hortensia 2007-38	Potchrysant 2001-89	
Conifeer 2003-55	Kalanchoë 2004-63	Pothyacint 2002-115	
Cordyline 2003-23	Narcis op pot 2005-42	Potroos 2004-21	
Groot groen 2006-63	Osteospermum 2004-33	Primula 2004-25	
Campanula 2006-01	Palm 2002-78	Saintpaulia 2001-72	

tuin/pot planten			
Buxus 2005-93	Fuchsia 2005-109	Tuin-hortensia 2005-100	Lavendel 2006-22