
Detailistenscan potanthurium

2007/04

Datum 5 februari 2007– Projectleider Veronique Linssen

Productschap Tuinbouw, Afdeling Marktinformatie en 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 smt@tuinbouw.nl Internet www.tuinbouw.nl

Projectleider **Veronique Linssen** Telefoon 079 3470 639 E-mail v.linssen@tuinbouw.nl

Inhoudsopgave

1	Inleiding	5
1.1	Achtergronden van de detaillistenscan	5
1.2	Doelstelling en onderwerp van de detaillistenscan	5
1.3	Onderzoeksverantwoording	6
1.4	Indeling rapport	6
2	Verkoop	7
2.1	Penetratiegraad potanthurium ligt relatief laag in Groot-Brittannië	7
2.2	Rationele redenen om geen potanthurium te verkopen	8
2.3	Omzetaandeel potanthurium in totale jaaromzet bloeiende kamerplanten ligt relatief hoog	9
2.4	Aandeel potanthurium in totale bloeiende kamerplantenverkoop is toegenomen	10
2.5	Toename aandeel potanthurium vanwege toenemende keuze in soorten	12
2.6	Aandeel potanthurium in totale bloeiende kamerplantenomzet zal naar verwachting gelijk blijven	13
2.7	Meeste potanthuriums worden door consumenten als cadeau gekocht	15
2.8	Supermarkten in Nederland minder sterke concurrent dan in andere landen	16
2.9	Concurrentie bouwmarkten zal gelijk blijven danwel toenemen	18
2.10	Rood voert de boventoon	20
2.11	Potanthurium in Duitsland met name voor ouderen geschikt	21
2.12	Niet alle kleuren zijn ouderwets	22
3	Inkoop	25
3.1	Potanthurium wordt vooral via groothandel ingekocht	25
3.2	Detailist let bij inkoop potanthurium vooral op aantal bloemknoppen	26
4	Sterke en zwakke punten	27
4.1	Lange houdbaarheid en makkelijke verzorging sterkste punten potanthurium	27
4.2	Geen goede kouderesistentie zwak punt potanthurium	29
5	Informatievoorziening en promotie	31
5.1	Nederlandse detaillisten best geïnformeerd over potanthuriums	31
5.2	Verstreckte productinformatie potanthurium naar tevredenheid	33
5.3	Promotie potanthurium valt alleen in Nederland op	34
6	Tevredenheid	37
6.1	Potanthurium scoort overall gezien een 7,5	37
6.2	Diversiteit assortiment en prijs eerste prioriteit om te verbeteren	39
6.3	Segmenten redelijk in lijn ten aanzien van verbeteracties	43
7	Attitude	49
7.1	Potanthurium heeft een exotische uitstraling	49
7.2	In Frankrijk is potanthurium zeker geen alledaagse plant	50

Inhoudsopgave vervolg

7.3	Potanthurium is een geschikt cadeauartikel	51
7.4	Potanthurium is met name in Groot-Brittannië een trendy plant	52
7.5	Potanthurium vergt weinig verzorging	53
7.6	Potanthurium valt met name in Groot-Brittannië op door zijn bijzondere vormen	54
7.7	Potanthurium is zeker geen ouderwetse plant	55
8	Conclusies	57
8.1	Potanthurium wordt in Groot-Brittannië op kleine schaal verkocht	57
8.2	Inkoop veelal via lokale groothandelaar	58
8.3	Lange houdbaarheid en makkelijke verzorging sterke punten potanthurium	58
8.4	Overdracht productinformatie vooral via steeketiketten	58
8.5	Potanthurium scoort goed op houdbaarheid en bloeiduur, minder op prijs	59
8.6	Verbetering ten aanzien van diversiteit assortiment en prijs noodzakelijk	59
8.7	Imago potanthurium is sterk	59

1 Inleiding

1.1 Achtergronden van de detaillistenscan

De belangrijkste afzetlanden voor Nederlandse bloemen en planten zijn Nederland, Duitsland, Frankrijk en Groot-Brittannië. Bloemenbureau Holland (BBH) en het Productschap Tuinbouw (PT) duiden deze landen aan als de vier kernlanden.

Om producten en bijbehorende diensten goed af te kunnen stemmen op de behoeften van de verschillende aankoopkanalen in de kernlanden, is het PT in 2000 gestart met de detaillistenscan. Deze scan meet de kennis, houding en gedrag van detaillisten (bloemisten en tuincentra) ten aanzien van verschillende bloemkwekerijproducten.

Een aantal keer per jaar zal een specifiek bloemkwekerijproduct onder de loep worden genomen. In 2006 zijn vier detaillistenscans uitgevoerd. Het eerste product dat centraal stond was troschrysanthe, gevolgd door snijhortensia en lelie. Potanthurium is het laatste product dat in 2006 is gemeten.

In de detaillistenscans wordt over verschillende detaillistensegmenten gesproken. Deze segmenten zijn het resultaat van een segmentatieonderzoek dat in 2000 heeft plaatsgevonden. Uit dit onderzoek zijn vijf verschillende segmenten naar voren gekomen: commerciëlen, kwaliteitsgerichten, marktvolgers, prijskopers en passieven. In bijlage A zijn deze segmenten nader toegelicht.

Meer inzicht in deze segmenten biedt de mogelijkheid om producten en nieuwe productconcepten beter af te stemmen op de specifieke wensen en behoeften van de verschillende segmenten. Ook kan het communicatiebeleid beter op de diverse segmenten worden toegespitst.

1.2 Doelstelling en onderwerp van de detaillistenscan

De doelstelling van deze detaillistenscan luidt:

- het verkrijgen van informatie met betrekking tot kennis, houding en gedrag ten aanzien van potanthurium, bij de detaillisten uit de vier kernlanden en bij de verschillende segmenten.

De probleemstelling is als volgt:

- wat zijn de verschillen en overeenkomsten in kennis, houding en gedrag ten aanzien van potanthurium tussen de vier kernlanden en de vijf segmenten?

1.3 Onderzoeksverantwoording

Het veldwerk is uitgevoerd door marktonderzoekbureau Motivaction te Amsterdam. Het veldwerk bestond uit telefonische interviews van 10 à 15 minuten met bloemisten en tuincentra in Nederland, Frankrijk, Duitsland en Groot-Brittannië.

Deze interviews zijn afgenomen met behulp van een Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI)-systeem. Er is gebruik gemaakt van representatieve adresbestanden en de interviews hebben gespreid over de landen plaatsgevonden.

Voor deze detaillistenscan zijn in totaal 757 detaillisten in bloemen en planten ondervraagd die ook daadwerkelijk potanthurium verkopen. De onderverdeling naar land is hierbij als volgt:

- Nederland	188 geslaagde interviews
- Duitsland	188 geslaagde interviews
- Frankrijk	191 geslaagde interviews
- Groot-Brittannië	190 geslaagde interviews

De selectie van de respondenten heeft per land (at random) plaatsgevonden. Dit om te garanderen dat alle vier de landen voldoende in het onderzoek betrokken werden.

Als het onderwerp van de detaillistenscan een snijbloem is, wordt het product alleen gemeten bij bloemisten. Als het onderwerp een plant is, dan wordt bij zowel bloemisten als tuincentra gemeten. In het geval van potanthurium hebben dus bloemisten EN tuincentra aan het onderzoek meegewerkt.

Behalve naar segmenten, wordt in de rapportage ook gekeken naar de verschillen die er bestaan ten aanzien van het product tussen de vier landen en tussen de twee verschillende verkoopkanalen.

Als er significante verschillen tussen de landen en segmenten bestaan, zal daar expliciet melding van gemaakt worden. Bij een beperkt aantal grafieken en tabellen moeten we rekening houden met indicatieve resultaten vanwege het relatief beperkt aantal waarnemingen dat gerealiseerd is.

1.4 Indeling rapport

In dit rapport worden de belangrijkste resultaten met betrekking tot de potanthurium-meting onder bloemisten en tuincentra in de vier landen weergegeven.

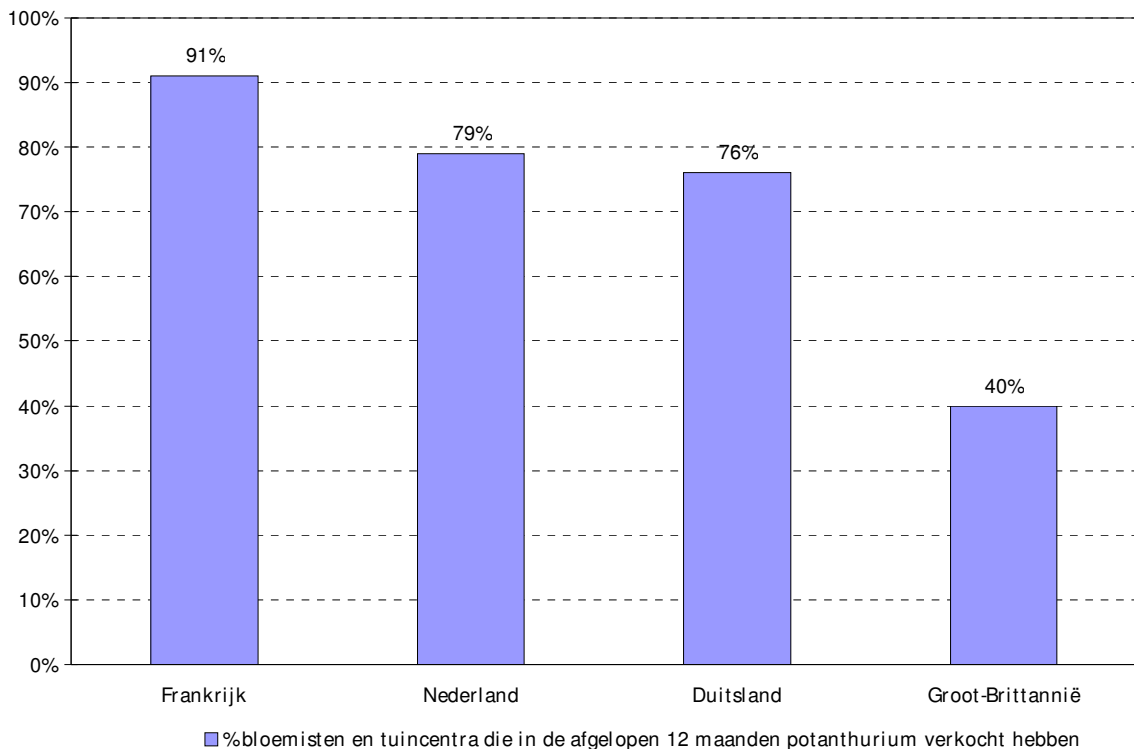
In het tweede hoofdstuk wordt ingegaan op de verkoop van potanthurium (gedrag). Vervolgens zal in het derde hoofdstuk stilgestaan worden bij inkoopkanalen en -criteria (gedrag). In het vierde hoofdstuk komen de sterke en zwakke kanten (houding) van potanthurium aan de orde. De informatievoorziening met betrekking tot potanthurium wordt in hoofdstuk vijf behandeld (gedrag) en tevredenheid in combinatie met belang staat centraal in het zesde hoofdstuk (gedrag). In het zevende hoofdstuk komen enkele stellingen aan bod (houding) en het achtste en laatste hoofdstuk tenslotte omvat de overall conclusies.

2 Verkoop

In dit tweede hoofdstuk wordt vermeld hoe groot het percentage detaillisten in de vier landen is, dat potanthurium verkoopt (penetratiegraad). Tevens wordt nagegaan hoe belangrijk potanthurium is in de totale bloeiende kamerplantenomzet (in termen van omzetaandeel) en in hoeverre hier bepaalde verschuivingen (in het verleden en in de toekomst) zijn geweest/verwacht worden. Ook wordt de concurrentiekracht van super- en bouwmarkten behandeld. Tot slot geven de detaillisten een inschatting van het consumentengebruik van potanthurium.

2.1 Penetratiegraad potanthurium ligt relatief laag in Groot-Brittannië

Figuur 2.1.1 Penetratiegraad potanthurium



Basis: alle bloemisten en tuincentra, n=1.167

- In Frankrijk zegt een ruime meerderheid van 91% van de bloemisten en tuincentra in de afgelopen 12 maanden potanthurium verkocht te hebben en dat percentage ligt beduidend hoger dan in de andere drie landen
- Circa vier vijfde van de detaillisten in Nederland en Duitsland zegt deze plant in het assortiment te hebben
- In Groot-Brittannië ligt de penetratiegraad van potanthurium met 40% op een bijzonder laag niveau ten opzichte van de andere landen. Aangezien Britse bloemisten veel concurrentie ervaren vanuit de grootwinkelbedrijven, kan dit een verklaring zijn voor de lagere penetratiegraad.
- Potanthurium kent over het algemeen onder bloemisten een iets hogere penetratiegraad dan onder tuincentra (69% van de bloemisten verkoopt deze bloeiende kamerplant ten opzichte van 61% van de tuincentra).

2.2 Rationele redenen om geen potanthurium te verkopen

Figuur 2.2.1 Spontaan genoemde redenen geen verkoop potanthurium

	Frankrijk	Nederland	Duitsland	Groot-Brittannië
Geen kamerplanten in het assortiment	53%	68%	61%	44%
Geen potanthurium in het assortiment	42%	36%	22%	44%
Geen (consumenten)vraag naar potanthurium	11%	2%	7%	15%

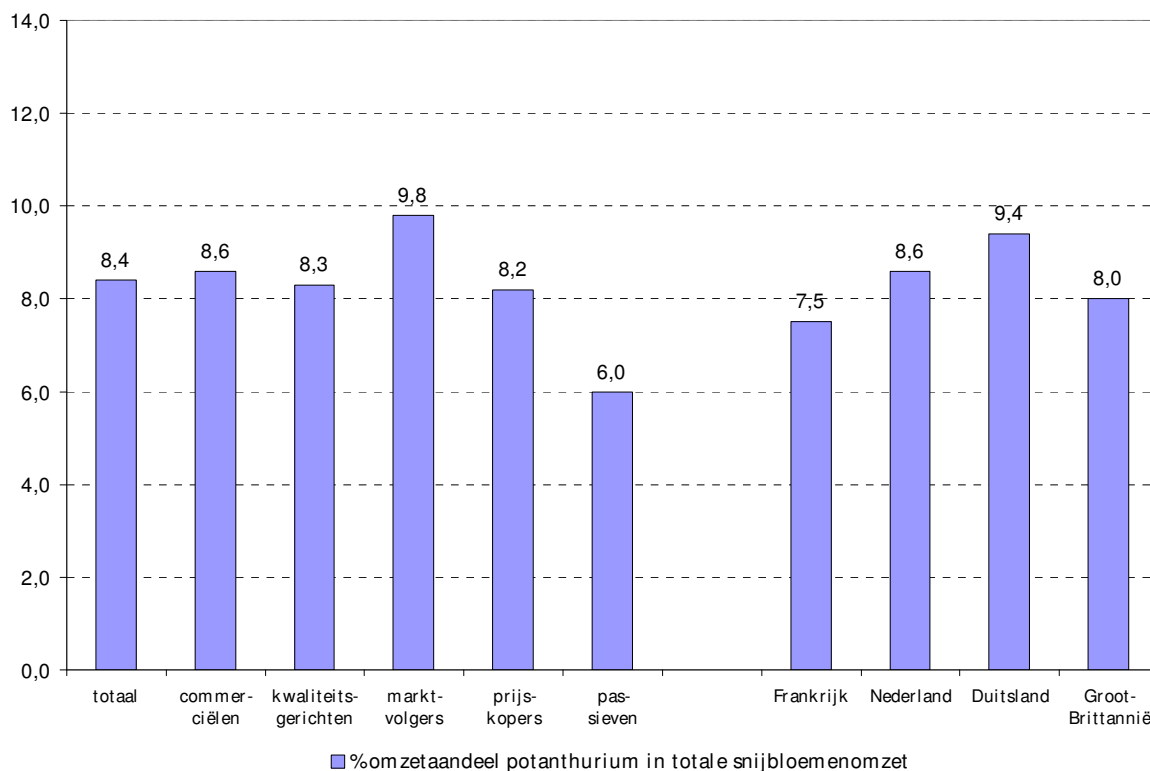
Basis: alle bloemisten en tuincentra die geen potanthurium verkopen, n=410

- De meeste detaillisten kunnen geen expliciete redenen aanvoeren voor het feit dat ze geen potanthuriums verkopen. Meer dan de helft van de Franse, Nederlandse en Duitse detaillisten die geen potanthurium verkopen zegt überhaupt geen kamerplanten in het assortiment te voeren
- Een andere veel gehoorde reden is dat er wel kamerplanten verkocht worden, maar geen potanthuriums
- Enkele andere bloemisten en tuincentra verkopen geen potanthurium, omdat er geen vraag naar is

¹ Vanwege het relatief lage aantal waarnemingen in met name Frankrijk dienen deze resultaten als indicatief beschouwd te worden

2.3 Omzetaandeel potanthurium in totale jaaromzet bloeiende kamerplanten ligt relatief hoog

Figuur 2.3.1 Omzetaandeel potanthurium in totale jaaromzet bloeiende kamerplanten (in %)



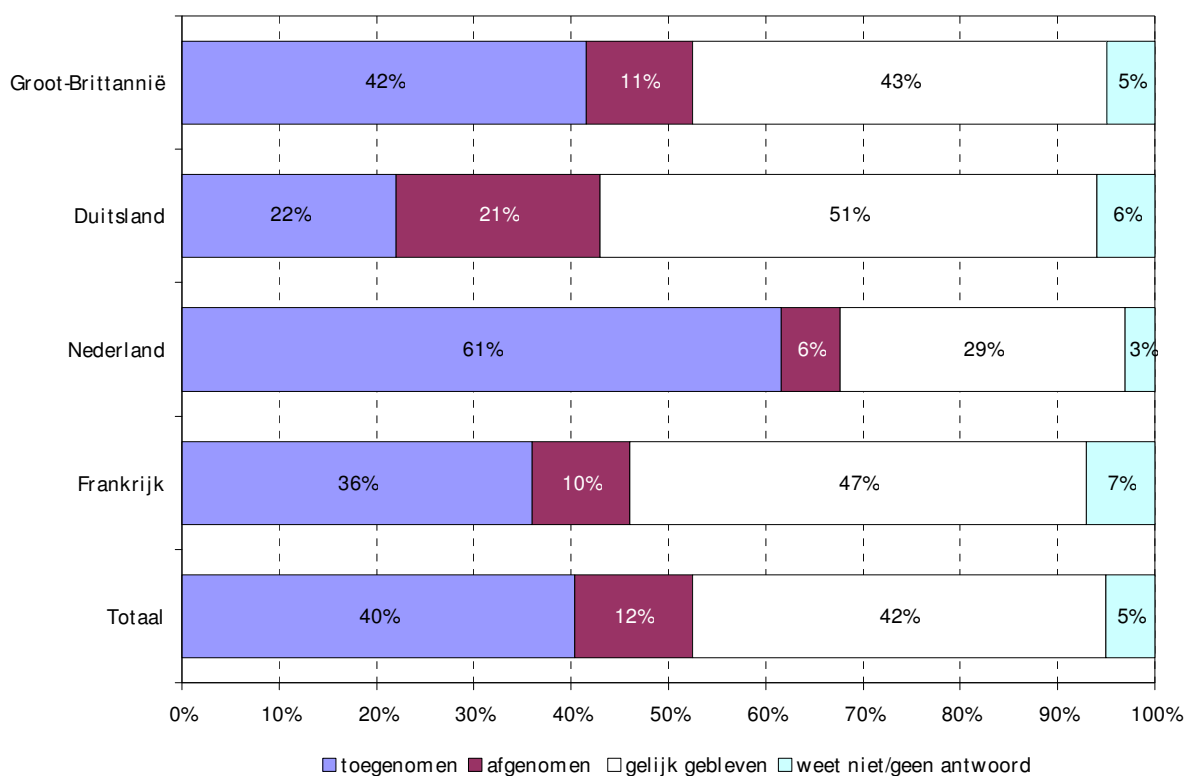
Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Naar schatting van de detaillisten dragen potanthuriums voor gemiddeld 8%² bij aan de totale bloeiende kamerplantenomzet (op jaarbasis). Ter vergelijking: het geschatte aandeel van de bromelia is 8%, van spathiphyllum 10%, hortensia 12%, poinsettia 12% en phalaenopsis 20%
- In Duitsland schatten de bloemisten en tuincentra het aandeel van potanthurium in de totale jaaromzet van bloeiende kamerplanten het hoogst in. In Frankrijk ligt dat met 7,5% iets lager

² Ervaring leert dat detaillisten het omzetaandeel altijd overschatten en dat het werkelijke omzetaandeel lager ligt.

2.4 Aandeel potanthurium in totale bloeiende kamerplantenverkoop is toegenomen

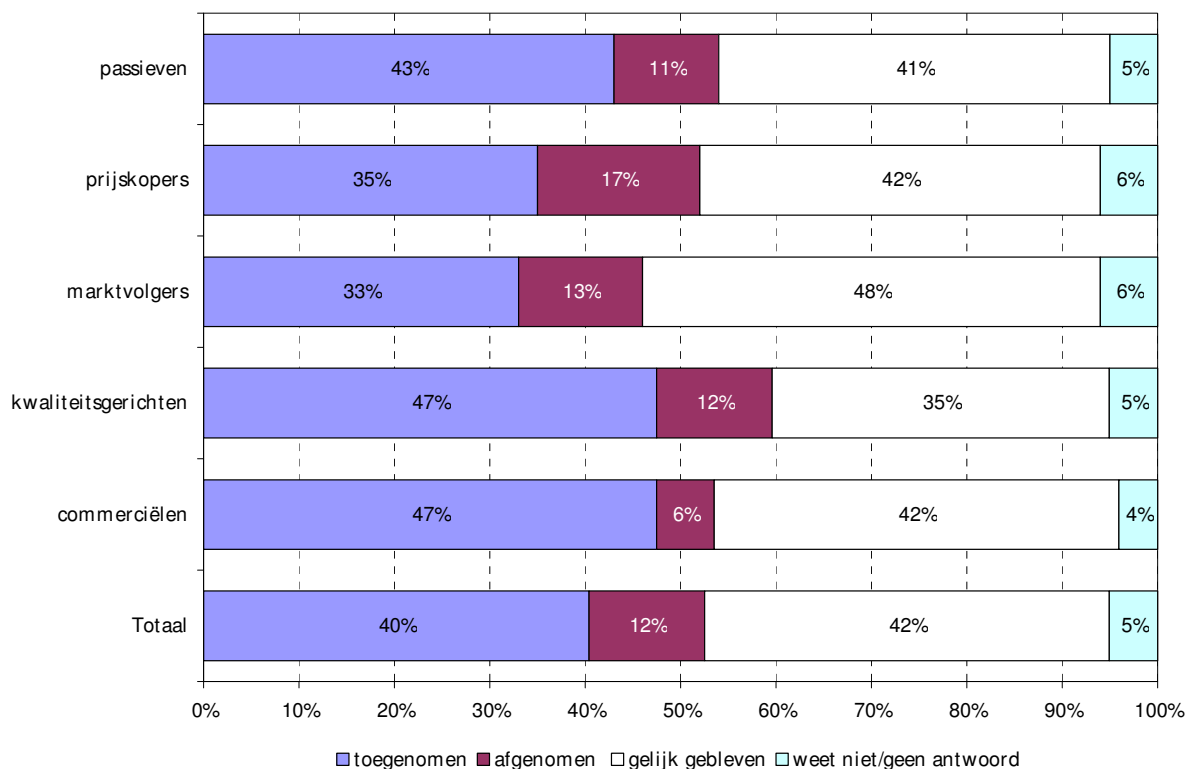
Figuur 2.4.1 Omzetaandeel potanthurium in de afgelopen drie jaar (naar land)



Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Over de landen heen is het aandeel potanthurium in de afgelopen drie jaar bij twee vijfde van de detaillisten toegenomen en bij nog eens twee vijfde gelijk gebleven. Vooral in Nederland heeft het omzetaandeel van de potanthurium het goed gedaan; tweederde van de detaillisten zegt dat het omzetaandeel van de potanthurium is toegenomen
- In Duitsland heeft het aandeel van de potanthurium het minder goed gedaan. Een vijfde van de Duitse detaillisten geeft aan dat het omzetaandeel potanthurium in de afgelopen drie jaar is afgenomen
- De net-balance score (percentage detaillisten “toegenomen” minus percentage detaillisten “afgenomen”) is in Nederland veruit het hoogst (net-balance score is 55). In Duitsland is die score het laagst (net-balance score is 1)
- Onder tuincentra is de net-balance score 33 en onder bloemisten komt die score op 23 uit, met andere woorden: de tuincentra zijn het meest positief over de omzetontwikkeling van de potanthurium in de afgelopen drie jaar

Figuur 2.4.2 Omzetaandeel potanthurium in de afgelopen drie jaar (naar segment)



Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- De net-balance score is voor de detaillisten behorend tot het segment commerciëlen het hoogst (score ligt op 41) en voor het segment prijsskopers het laagst (score is 18)
- Over de segmenten heen zijn onderling verder geen duidelijke verschillen waarneembaar

2.5 Toename aandeel potanthurium vanwege toenemende keuze in soorten

Figuur 2.5.1 Spontaan genoemde redenen voor toename omzetaandeel potanthurium in de afgelopen 3 jaar

	Frankrijk	Nederland	Duitsland	Groot-Brittannië
Meer soorten \ ruime keuze	35%	28%	39%	32%
Populariteit is toegenomen	4%	24%	10%	25%
Mooiere soorten	30%	13%	17%	11%
Meer promotie \ reclame	12%	24%	12%	8%
Goede \ verbeterde kwaliteit	9%	11%	5%	14%
Vraag is toegenomen	16%	5%	10%	13%
Goede \ verbeterde houdbaarheid	12%	6%	17%	9%
Potanthurium is modern	3%	10%	5%	14%
Goede \ betere verkrijgbaarheid	9%	5%	2%	13%
Prijs	12%	3%	-	14%
Meer toepassingsmogelijkheden	12%	3%	2%	4%

Basis: alle bloemisten en tuincentra waarbij omzetaandeel potanthurium is toegenomen, n=304

- De spontaan meest genoemde reden voor het toegenomen aandeel van potanthurium is de ruimere keuze (meer soorten).
- In Nederland en Groot-Brittannië wordt ook de toegenomen populariteit genoemd. In Nederland zou dat volgens de detaillisten wel eens te maken kunnen hebben met meer reclame voor de potanthurium.
- Bijna een derde van de Franse detaillisten tot slot geeft als reden dat er mooiere soorten op de markt zijn

Figuur 2.5.2 Spontaan genoemde redenen voor afname omzetaandeel potanthurium in de afgelopen 3 jaar³

	Frankrijk	Nederland	Duitsland	Groot-Brittannië
Te duur	25%	25%	41%	10%
Vraag is afgenomen	30%	25%	21%	30%
Ouderwets	20%	17%	23%	5%
Concurrentie supermarkten	15%	8%	8%	10%
Concurrentie tuincentra	25%	8%	3%	10%

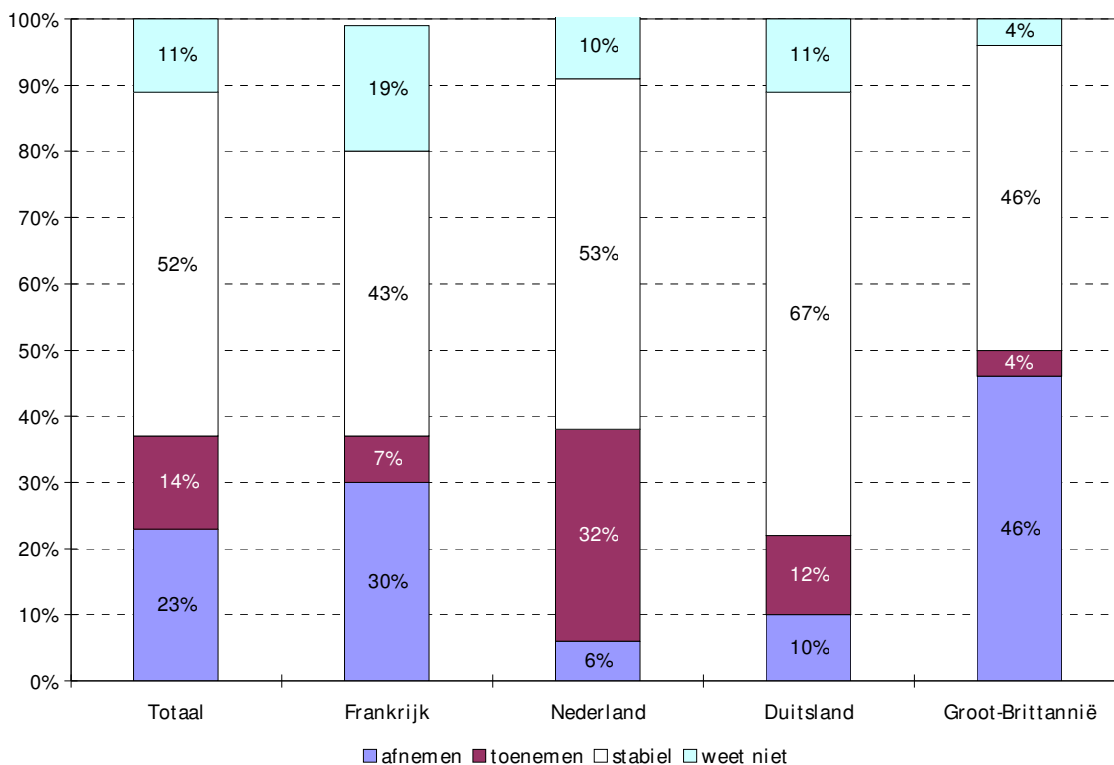
Basis: alle bloemisten en tuincentra waarbij omzetaandeel potanthurium is afgenomen, n=91

- Er zijn drie belangrijke oorzaken genoemd voor een afnemende vraag: potanthurium is te duur, de vraag is afgenomen en de plant heeft een ouderwets imago (in Groot-Brittannië overigens nauwelijks genoemd). Daarnaast speelt ook de concurrentie van supermarkten en tuincentra een rol

³ Vanwege het relatief lage aantal waarnemingen per land dienen de resultaten in deze tabel als indicatief beschouwd te worden

2.6 Aandeel potanthurium in totale bloeiende kamerplantenomzet zal naar verwachting gelijk blijven

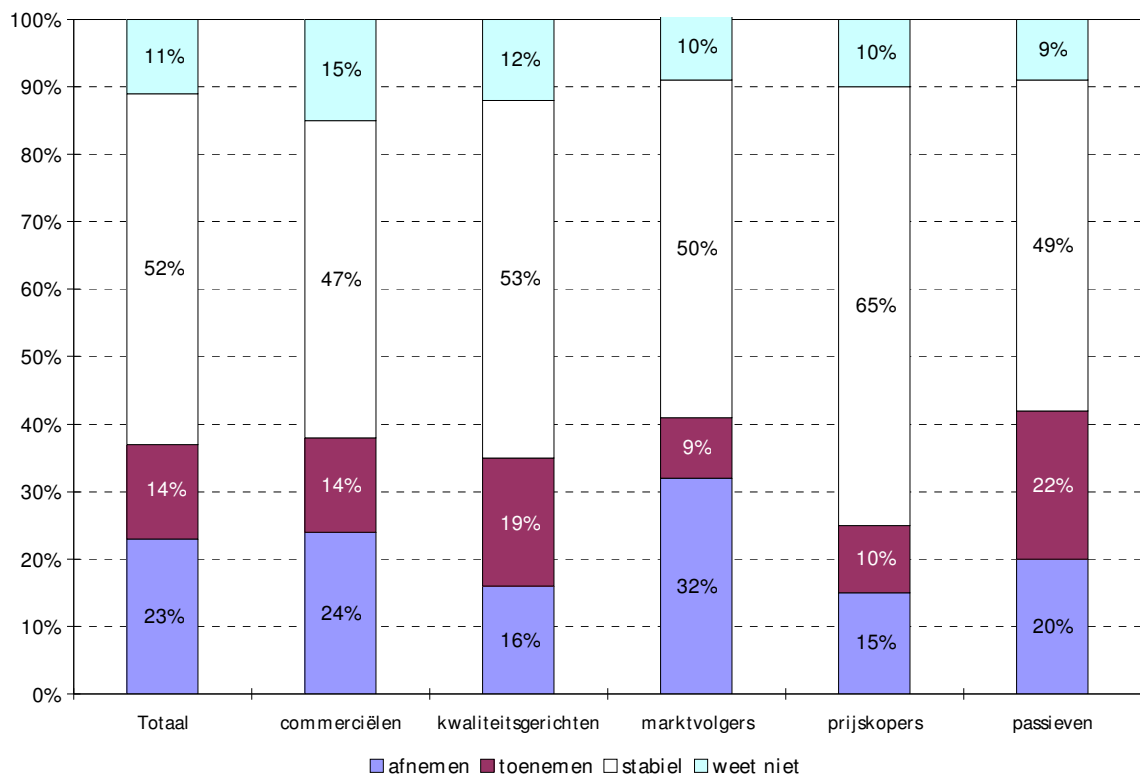
Figuur 2.6.1 Omzetaandeel potanthurium in jaaronzet bloeiende kamerplanten voor de komende drie jaar (naar land)



Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- De meeste detaillisten verwachten dat de komende drie jaar het aandeel van potanthurium in de totale omzet van bloeiende kamerplanten gelijk zal blijven
- Vooral de Britse, maar ook de Franse detaillisten zijn somber gestemd ten aanzien van het toekomstige omzetaandeel van de potanthurium. De net-balance score (percentage “toenemen” minus percentage “afnemen”) in Groot-Brittannië is -42 , in Frankrijk -23
- In Nederland zijn de detaillisten veruit het meest positief over het toekomstige omzetaandeel van de potanthurium; de net-balance score is 26
- De tuincentra oordelen iets minder somber over het toekomstige omzetaandeel dan de bloemisten (net-balance score bij tuincentra is -4 , bij bloemisten -14)
- Opvallend is dat een vijfde van de Franse detaillisten geen inschatting kan (of wil) maken

Figuur 2.6.2 Omzetaandeel potanthurium in jaaromzet bloeiende kamerplanten voor de komende drie jaar (naar segment)

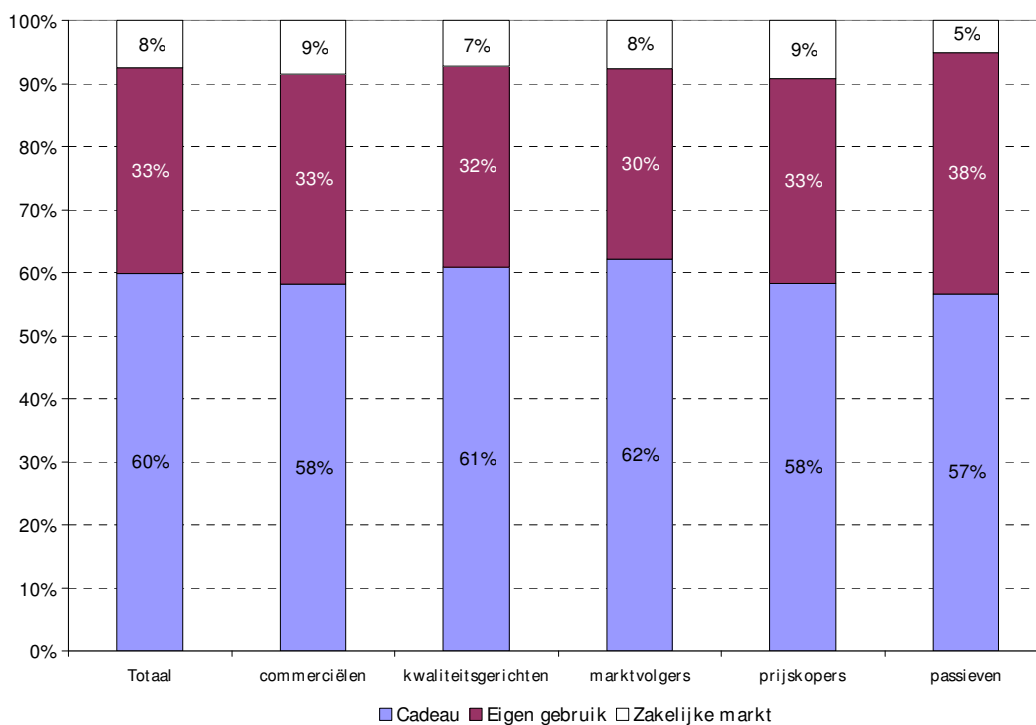
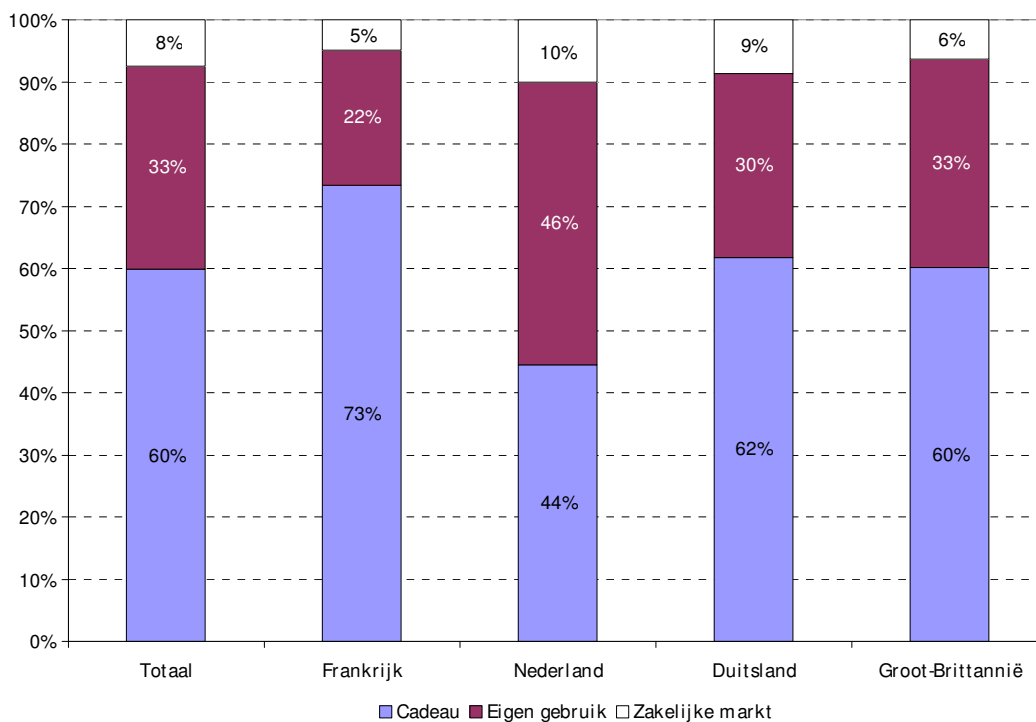


Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- De marktvolgers zijn het minst positief ingesteld: de net-balance score komt uit op -23, terwijl in het segment kwaliteitsgerichten en passieven de stemming het meest positief is (score is 2)
- Over de segmenten heen zijn verder geen duidelijke verschillen waarneembaar

2.7 Meeste potanthuriums worden door consumenten als cadeau gekocht

Figuur 2.7.1 Verdeling omzet potanthurium naar gebruik consument (naar land en naar segment)

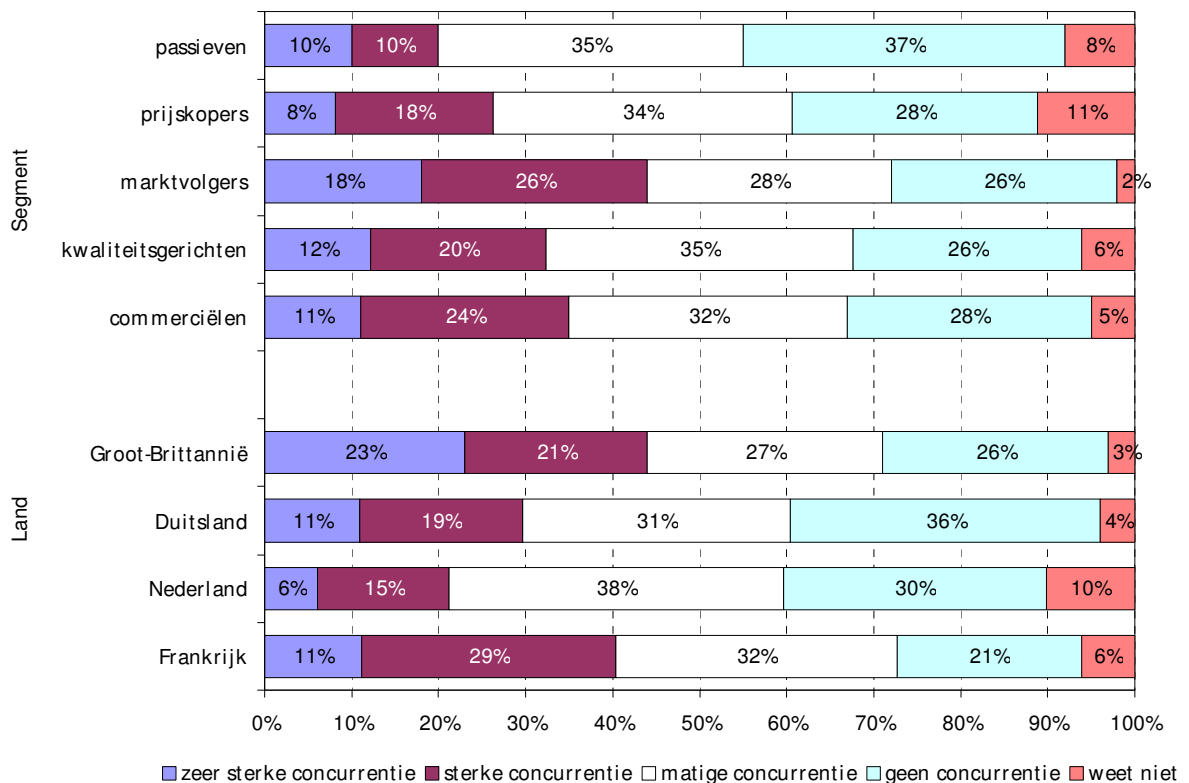


Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- De inschatting van alle bloemisten en tuincentra is dat potanthurium vooral door de consument gekocht wordt om als cadeau weg te geven. Vooral in Frankrijk is de potanthurium een echte cadeauplant.
- In Nederland zijn de meningen over de aankoopmotivatie meer verdeeld. De potanthurium wordt in Nederland meer dan in de andere landen verkocht voor eigen gebruik
- Bloemisten schatten in dat twee derde van de omzet aan potanthuriums toe te wijzen is aan de cadeaumarkt. Bij tuincentra ligt dat percentage op 52%
- Over de segmenten heen zijn geen verschillen waarneembaar

2.8 Supermarkten in Nederland minder sterke concurrent dan in andere landen

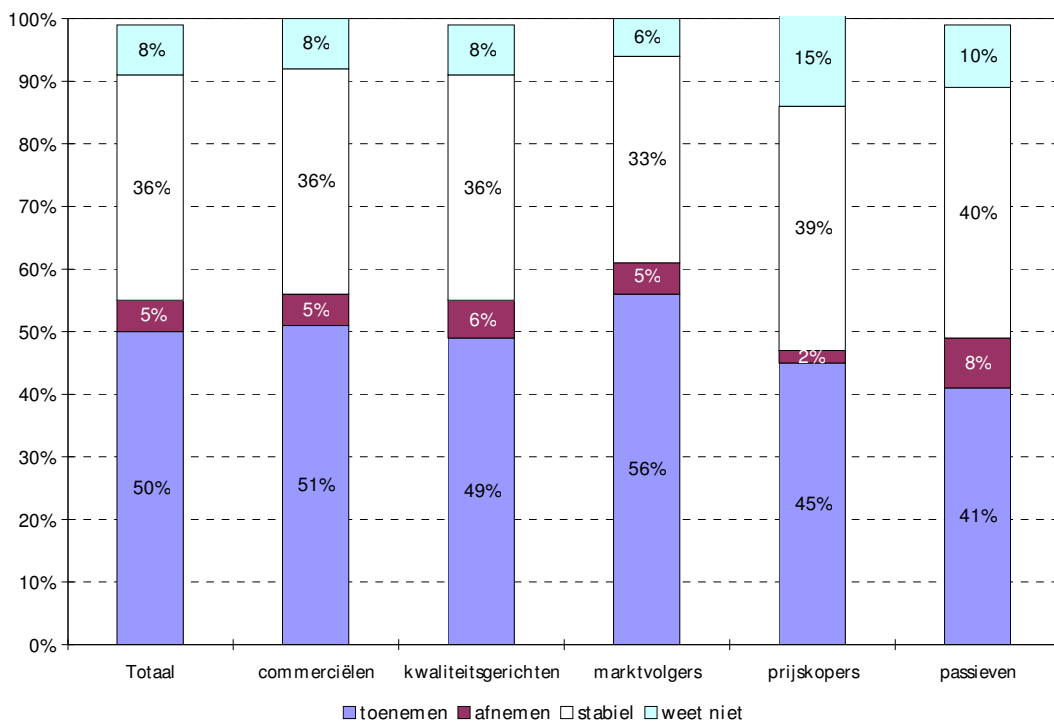
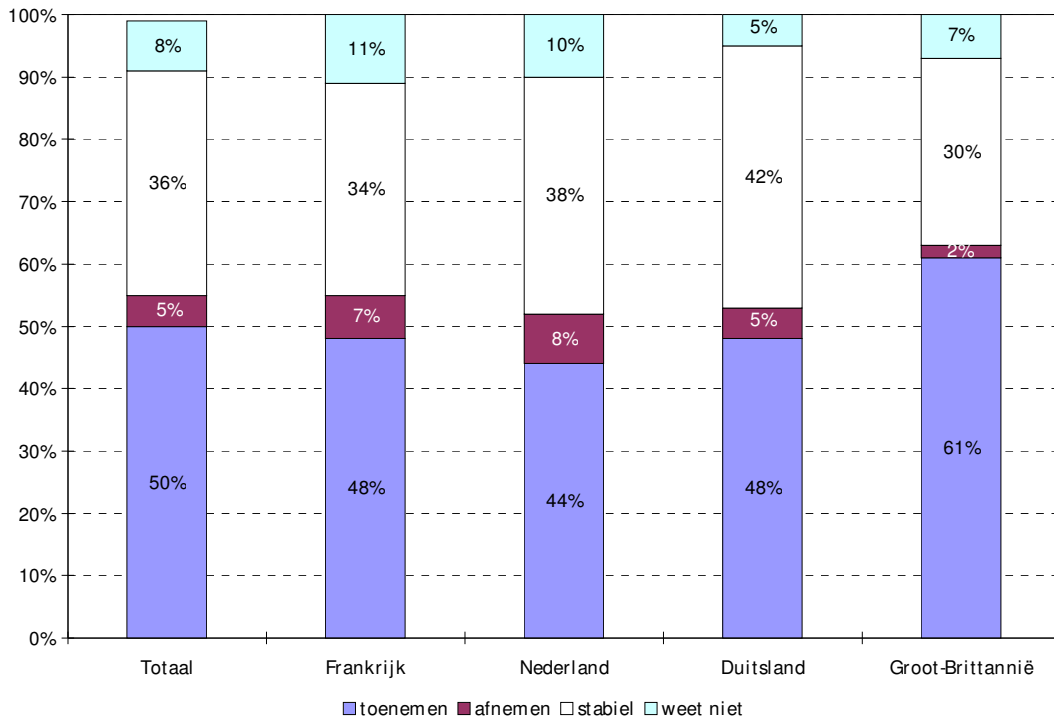
Figuur 2.8.1 Mate van concurrentie verkoop potanthurium via supermarkten (naar land en naar segment)



Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- In Groot-Brittannië en Frankrijk verwacht circa twee vijfde van de bloemisten en tuincentra (zeer) sterke concurrentie van supermarkten op het gebied van de verkoop van potanthurium. In Nederland ligt dat fors lager
- De detaillisten behorend tot de passieven en prijskopers zijn ten opzichte van de marktvolgers minder overtuigd van de mate van concurrentie van de supermarkten
- De bloemisten voelen de concurrentie van de supermarkt sterker dan de tuincentra. Twee vijfde van de bloemisten ervaart (zeer) sterke concurrentie van de supermarkt, bij de tuincentra is dat een kwart

Figuur 2.8.2 Verwachting komende drie jaar concurrentie verkoop potanthurium via supermarkten (naar land en naar segment)



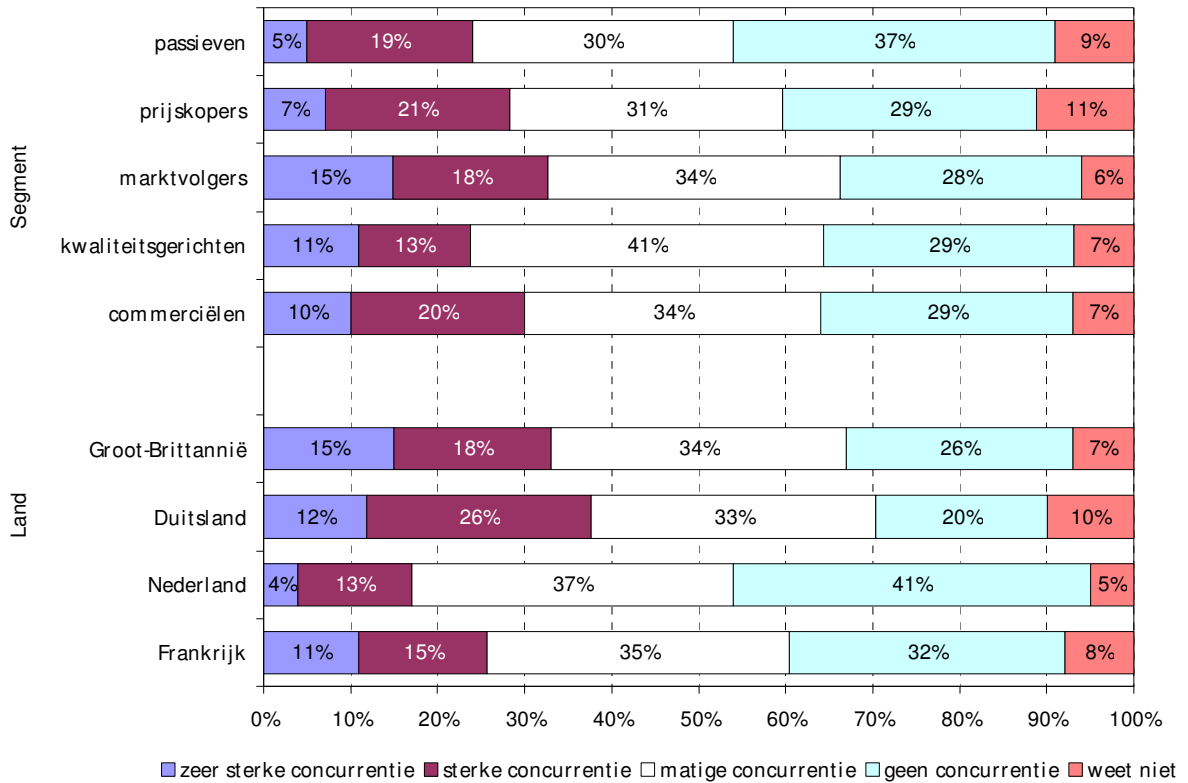
Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Het ligt volgens de detaillisten in de lijn der verwachting dat de concurrentie van de supermarkten wat betreft de verkoop van potanthurium zal toenemen in de komende drie jaar
- In Groot-Brittannië is die overtuiging het sterkst

- Het zijn met name de bloemisten die in de toekomst meer concurrentie vanuit de supermarktbranche verwachten (net-balance score bij bloemisten is 50, bij tuincentra 39)

2.9 Concurrentie bouwmarkten zal gelijk blijven danwel toenemen

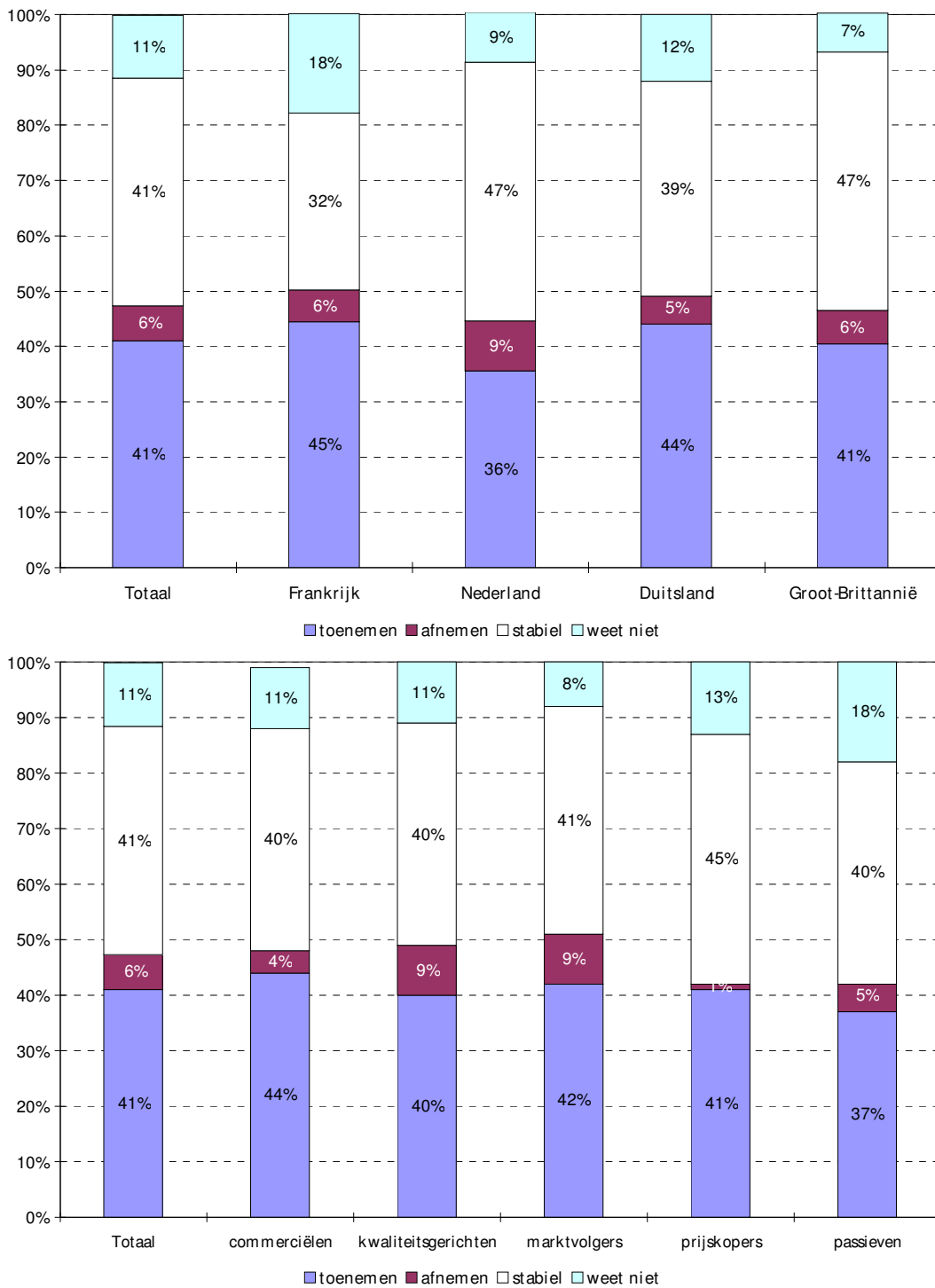
Figuur 2.9.1 Mate van concurrentie verkoop potanthurium via bouwmarkten (naar land en naar segment)



Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Overall gezien zijn de Duitse detailhandelaren het meest overtuigd dat bouwmarkten (zeer) sterke concurrenten zijn, terwijl in Nederland de bouwmarkten veel minder als concurrent worden gezien
- Bloemisten zijn meer overtuigd van de concurrentie van bouwmarkten dan tuincentra (net-balance score is 37 ten opzichte van 20 voor de tuincentra)

Figuur 2.9.2 Verwachting komende drie jaar concurrentie verkoop potanthurium via bouwmarkten (naar land en naar segment)

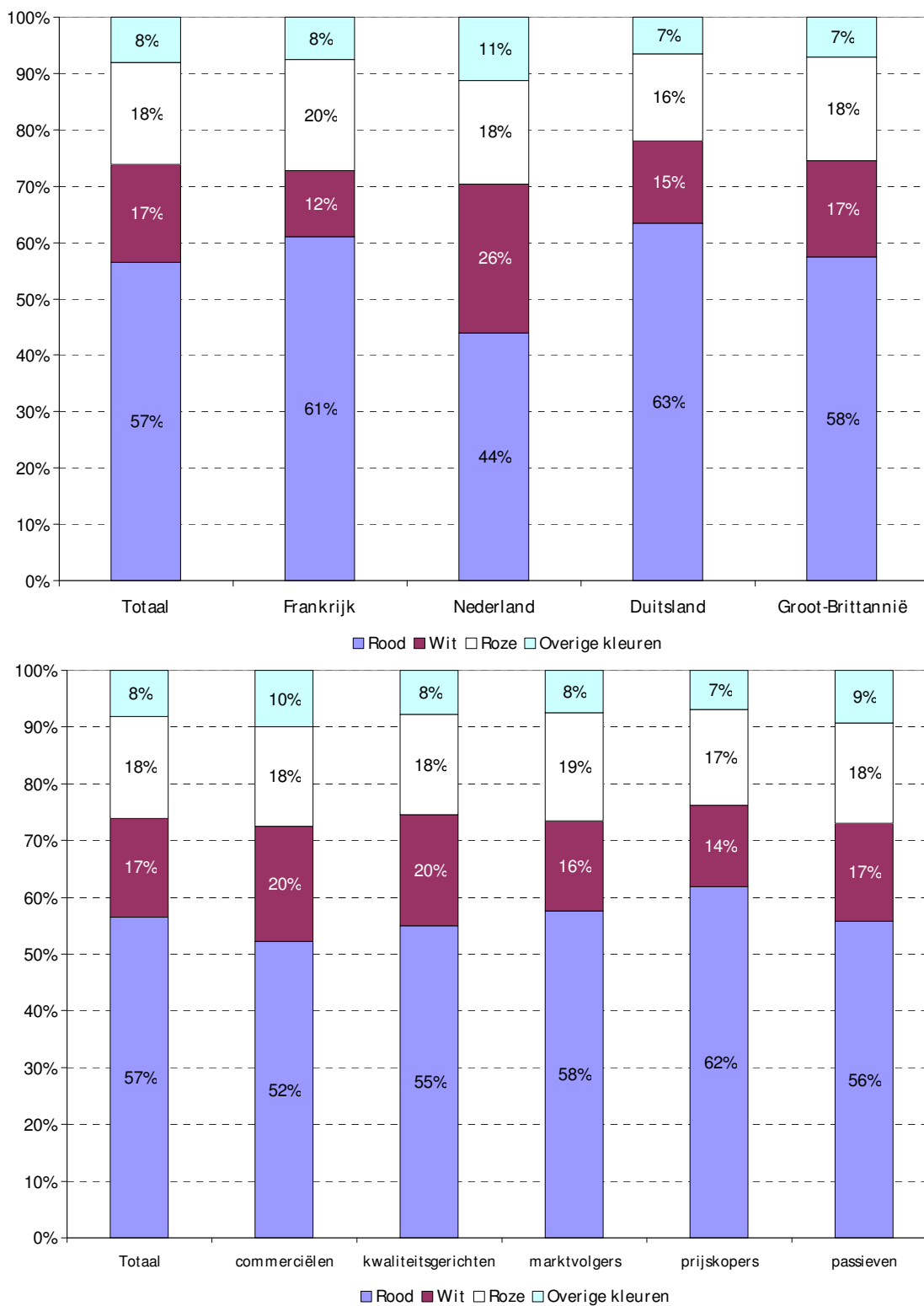


Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Twee vijfde van alle detaillisten denkt dat de concurrentie van bouwmarkten de komende drie jaar zal gaan toenemen en een even groot deel van de detaillisten verwacht een stabilisatie
- De net-balance score bij bloemisten komt uit op 43. Bij tuincentra ligt dat met 27 een stuk lager

2.10 Rood voert de boventoon

Figuur 2.10.1 Omzetverdeling naar kleur (naar land en naar segment)



Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Op basis van omzet is circa drie vijfde van de verkochte potanthuriums rood (in Nederland ligt dat percentage met 44% beduidend lager)
- Witte potanthuriums hebben in Nederland een belangrijker aandeel in de verkoop dan in de overige kernlanden
- In de andere drie landen heeft de roze anthurium een even belangrijk of zelfs belangrijker aandeel dan de witte
- De helft van de detaillisten in de vier landen zegt verder geen andere kleuren dan deze drie te verkopen. De andere helft doet dat dus wel (het omzetaandeel van deze andere kleuren ligt echter niet erg hoog)
- Over de segmenten heen en tussen bloemisten en tuincentra zijn geen verschillen waarneembaar

2.11 Potanthurium in Duitsland met name voor ouderen geschikt

Figuur 2.11.1 Voor welke doelgroep is potanthurium volgens u een geschikte plant?

	Frankrijk	Nederland	Duitsland	Groot-Brittannië
Iedereen	45%	45%	21%	28%
Ouderen	25%	38%	63%	7%
Jongeren	10%	20%	9%	50%
Middelbare leeftijd (20 – 50 jaar)	18%	8%	11%	17%
Gezinnen	3%	10%	15%	4%

Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Het imago van de potanthurium is vooral bij Duitse detaillisten nogal oubollig. Tweederde van de Duitse bloemisten en tuincentra zijn van mening dat potanthurium geschikt is voor ouderen
- In Groot-Brittannië geldt het omgekeerde; Britse detaillisten vinden de potanthurium vooral geschikt voor jongeren
- In Frankrijk en Nederland is circa de helft van de detaillisten van mening dat potanthurium voor iedereen geschikt is

2.12 Niet alle kleuren zijn ouderwets

Aan alle detaillisten is de stelling voorgelegd “De potanthurium is een ouderwetse plant” (voor de uitkomsten zie hoofdstuk 7). Aan de detaillisten die het met deze stelling eens zijn, is vervolgens doorgevraagd of dat voor alle kleuren potanthuriums geldt. Ruim de helft van de bloemisten en tuincentra zegt van wel (53%).

De detaillisten die aangeven dat het ouderwetse imago niet voor alle kleuren geldt, vinden onderstaande kleuren niet ouderwets.

Figuur 2.12.1 Welke kleuren potanthurium zijn niet ouderwets?⁴

	Frankrijk	Nederland	Duitsland	Groot-Brittannië
Wit	40%	74%	68%	50%
Roze	10%	43%	48%	-
Rood	50%	9%	16%	75%
Groen \ lime	10%	26%	16%	25%
Gevlekt	20%	9%	13%	-

Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium ouderwets vinden, maar dat niet voor alle kleuren vinden gelden, n=68

- In Nederland en Duitsland vinden detaillisten de kleur wit minder ouderwets overkomen dan bijvoorbeeld rood
- In Frankrijk en Groot-Brittannië is rood weer minder ouderwets

⁴ Vanwege het relatief lage aantal waarnemingen per land dienen de resultaten in deze tabel als indicatief beschouwd te worden

Figuur 2.12.2 Welke kleuren potanthurium ontbreken in het huidige assortiment?⁵

	Frankrijk	Nederland	Duitsland	Groot-Brittannië
Groen	9%	10%	9%	18%
Geel	18%	6%	7%	12%
Oranje	12%	4%	13%	11%
Meerkleurig	15%	3%	4%	3%
Zalm	9%	2%	6%	7%
Paars	3%	6%	3%	7%
Wit	4%	5%	2%	4%
Rood	5%	3%	3%	3%
Bruin	5%	3%	1%	5%
Crème	1%	1%	4%	4%
Blauw	4%	2%	1%	3%
Zwart	1%	5%	-	-
GEEN	35%	41%	55%	39%
Weet niet	8%	24%	4%	7%

Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Gemiddeld is ruim twee vijfde van de detaillisten van mening dat er geen enkele kleur ontbreekt in het huidige aangeboden assortiment potanthuriums
- Als er dan een kleur ontbreekt, is dat bijvoorbeeld groen in Groot-Brittannië of geel in Frankrijk. Ook oranje wordt genoemd (echter niet in Nederland)
- Meerkleurige potanthuriums worden vooral in Frankrijk gemist

⁵ Vanwege het relatief lage aantal waarnemingen per land dienen de resultaten in deze tabel als indicatief beschouwd te worden

3 Inkoop

In het derde hoofdstuk wordt kort vermeld waar de bloemisten en tuincentra hun potanthurium inkopen. Tot slot wordt antwoord gegeven op de vraag waar detaillisten op letten bij de inkoop van potanthurium.

3.1 Potanthurium wordt vooral via groothandel ingekocht

Figuur 3.1.1 Inkoopkanalen voor potanthurium

	Frankrijk	Nederland	Duitsland	Groot-Brittannië
Bloemenveiling Aalsmeer	-	35%	4%	8%
Bloemenveiling FloraHolland	-	22%	2%	2%
Andere Nederlandse veilingen	-	11%	3%	1%
Duitse veiling	-	-	1%	-
Cash & Carry in Nederland	6%	14%	2%	6%
Cash & Carry lokaal	8%	-	4%	4%
Groothandel in Nederland	43%	23%	21%	42%
Groothandel lokaal	39%	-	68%	42%
Lijnrijder Nederland	8%	3%	6%	11%
Lijnrijder lokaal	1%	-	3%	3%
Direct bij de kweker	9%	10%	2%	2%
Belgische groothandel \ veiling	12%	1%	-	4%

Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Nederlandse detaillisten kopen hun potanthuriums direct via een Nederlandse bloemenveiling in of via de lokale groothandel
- In Duitsland is de lokale groothandelaar veruit het belangrijkste voor de inkoop van potanthurium
- Relatief veel Franse en Britse detaillisten kopen in via Nederlandse groothandelaren

3.2 Detaillist let bij inkoop potanthurium vooral op aantal bloemknoppen

Figuur 3.2.1 Spontaan genoemde inkoopcriteria voor potanthurium

	Frankrijk	Nederland	Duitsland	Groot-Brittannië
Aantal bloemknoppen	53%	47%	42%	14%
Kleur bloem	36%	18%	27%	42%
Kleur blad	34%	27%	30%	26%
Prijs	28%	25%	16%	37%
Volume (volle plant)	21%	34%	19%	12%
Moet er mooi uit zien	25%	14%	17%	8%
Potmaat	14%	12%	12%	12%
Vorm	10%	12%	13%	12%
Stevigheid	8%	12%	19%	4%
Kwaliteit	4%	15%	8%	16%
Versheid \ fris	4%	15%	11%	9%
Compactheid	8%	7%	11%	2%
Gezondheid \ geen ziektes	2%	4%	12%	6%
Houdbaarheid	2%	1%	7%	6%
Prijs-kwaliteitverhouding	3%	4%	2%	5%
Hoogte	3%	2%	-	5%
Verzorgingstips	1%	1%	1%	4%

Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

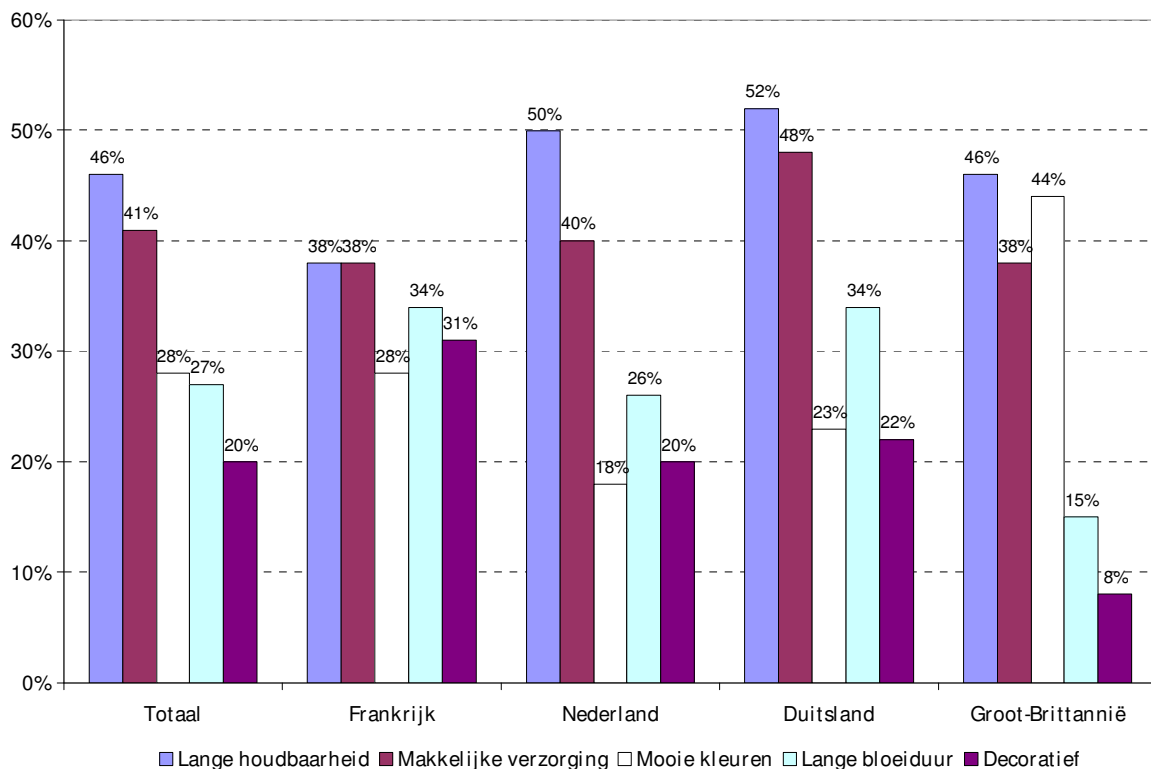
- Gemiddeld genomen let twee vijfde van de bloemisten en tuincentra bij aankoop van potanthurium op het aantal bloemknoppen (een stuk minder vaak genoemd in Groot-Brittannië)
- Een derde van de detaillisten noemt naast de kleur van de bloem, ook de kleur van het blad als inkoopcriterium (kleur van de bloem wordt in Nederland minder vaak genoemd)
- Inkoopcriteria zoals prijs en volume volgen (prijs is in Groot-Brittannië vaker genoemd als criterium dan in de andere landen. Volume speelt vooral in Nederland)
- In Duitsland noemen relatief veel detaillisten 'stevigheid' als inkoopcriterium
- Tuincentra letten meer dan bloemisten op zaken als prijs (31% ten opzichte van 22%) en potmaat (18% ten opzichte van 7%)

4 Sterke en zwakke punten

Wat zijn volgens de detaillisten in de vier landen de sterke punten van potanthurium? En welke zwakke kanten ervaren zij? Dit hoofdstuk geeft meer zicht op het beeld dat bloemisten en tuincentra hebben van de potanthurium.

4.1 Lange houdbaarheid en makkelijke verzorging sterkste punten potanthurium

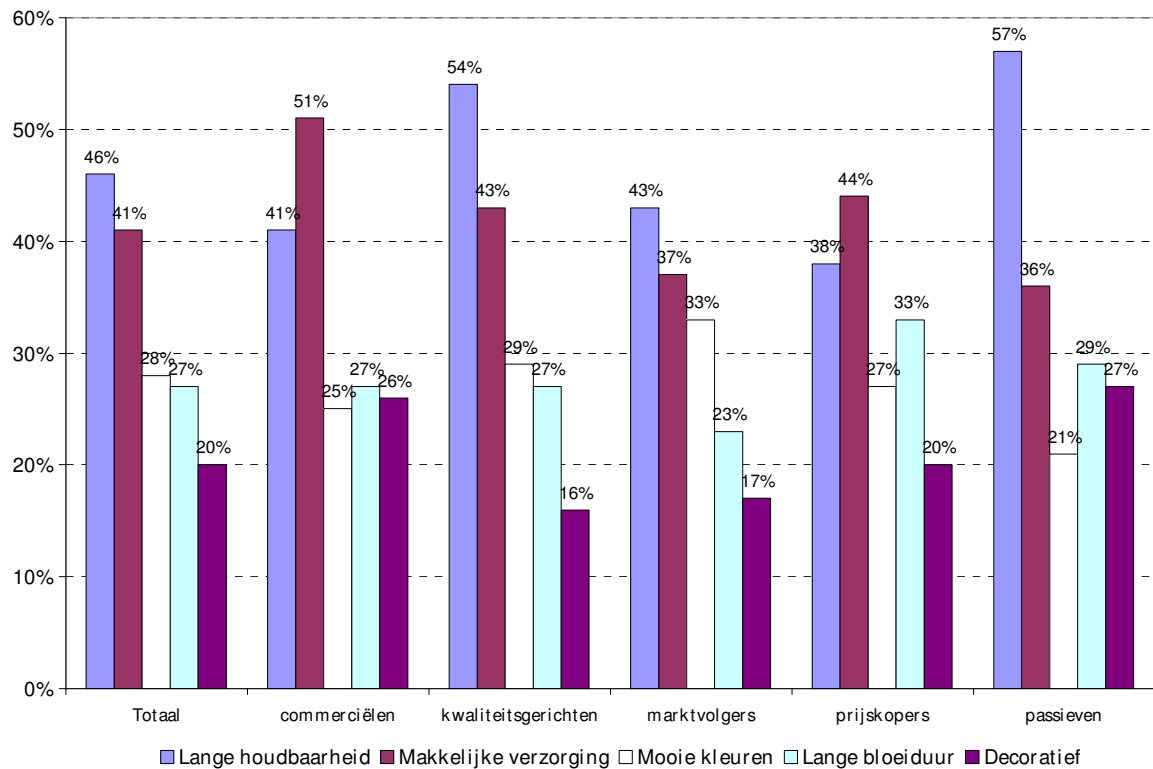
Figuur 4.1.1 Spontaan genoemde sterke punten van potanthurium (naar land)



Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- De lange houdbaarheid van potanthurium is het meest genoemde sterke punt van de plant (“slechts” 38% van de Franse detaillisten noemt de lange houdbaarheid spontaan als sterkste punt)
- Op de tweede plaats staat de makkelijke verzorging
- In alle landen, behalve Groot-Brittannië, staat de lange bloeiduur op de derde plaats. In Groot-Brittannië scoren de mooie kleuren een stuk hoger dan de lange bloeiduur
- In Frankrijk vindt een derde van de detaillisten dat potanthuriums decoratief zijn
- Voor een derde van de Britse detaillisten is de mooie vorm van potanthurium een sterk punt (niet in de grafiek)
- Overigens weet bijna elke bloemist/tuincentrum spontaan wel twee of meer sterke punten van potanthurium te noemen

Figuur 4.1.2 Spontaan genoemde sterke punten van potanthurium (naar segment)

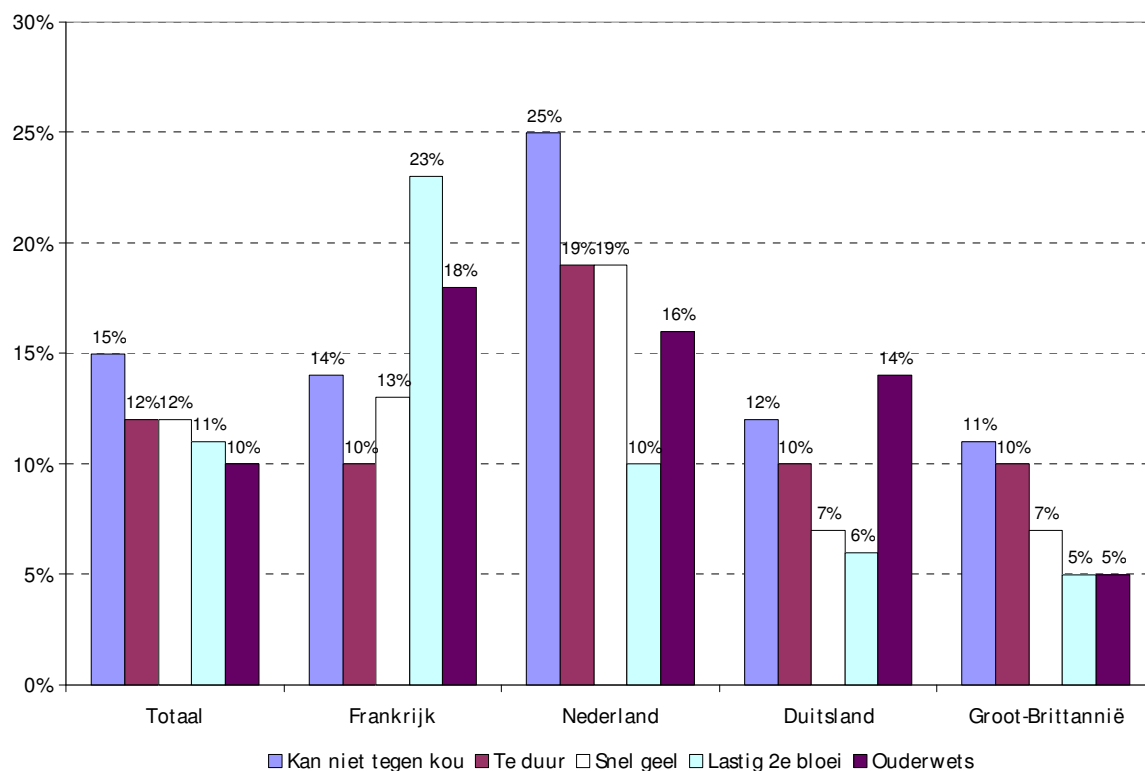


Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Relatief veel bloemisten behorend tot het segment commerciëlen noemen de makkelijke verzorging als sterk punt
- Ruim de helft van de kwaliteitsgerichten en passieven noemt de lange houdbaarheid een sterk punt
- Er zijn verder geen duidelijke onderlinge verschillen waarneembaar tussen de vijf segmenten

4.2 Geen goede kouderesistentie zwak punt potanthurium

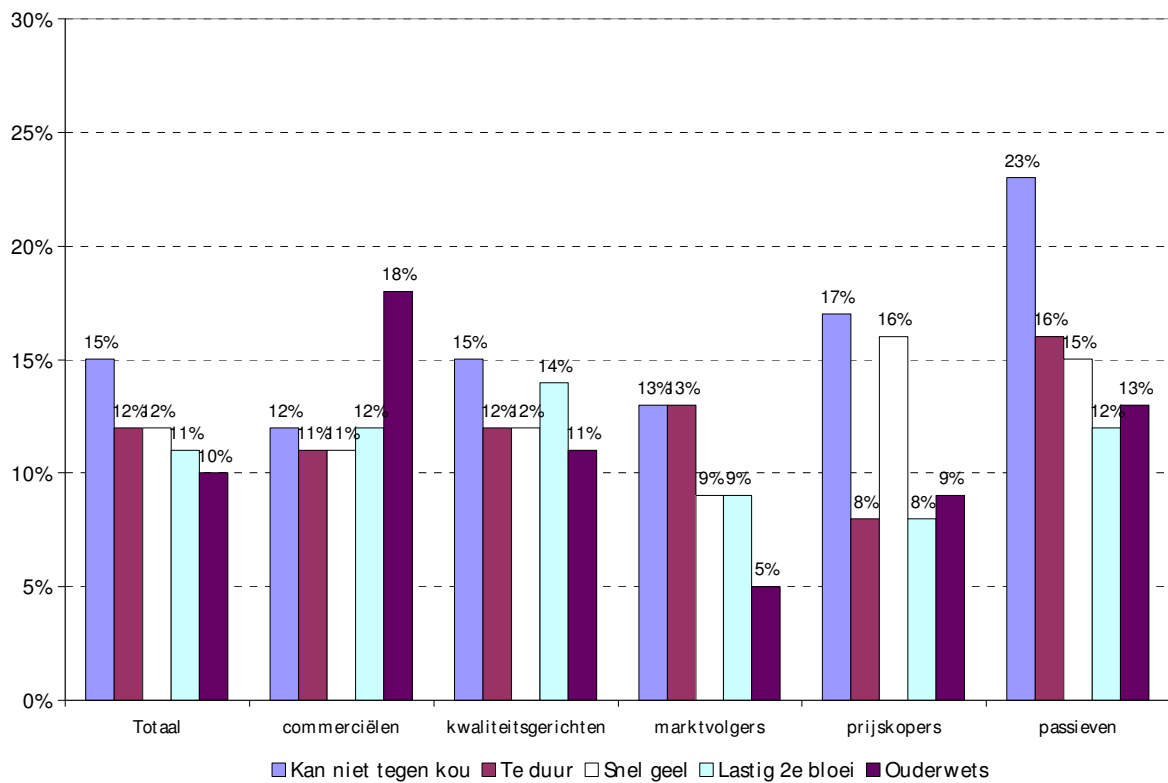
Figuur 4.2.1 Spontaan genoemde zwakke punten van potanthurium (naar land)



Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Over de landen heen vindt 15% van alle bloemisten en tuincentra dat de potanthurium niet tegen kou kan, men vindt dat een zwak punt. Dit punt wordt met name door Nederlandse detaillisten genoemd
- In Frankrijk wordt vooral het feit genoemd dat ze niet (of lastig) voor de tweede keer in bloei komen
- Het ouderwetse imago speelt nauwelijks in Groot-Brittannië
- De hoge prijs is een zwak punt dat voornamelijk in Nederland wordt genoemd
- Bloemisten noemen vooral punten als 'kan niet tegen kou' en 'snel geel blad', terwijl tuincentra meer het feit noemen dat ze moeilijk een tweede keer in bloei komen
- Een kwart van de detaillisten meent dat potanthuriums geen zwakke punten hebben (in Nederland vindt slechts 14% van de detaillisten dat)

Figuur 4.2.2 Spontaan genoemde zwakke punten van potanthurium (naar segment)



Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Detaillisten in het segment commerciëlen wijken af wat betreft het ouderwetse imago
- Relatief veel passieven noemen het niet tegen kou kunnen een zwak punt
- Over de segmenten heen zijn verder geen onderlinge verschillen waarneembaar

5 Informatievoorziening en promotie

In dit hoofdstuk wordt de verstrekte productinformatie en de promotie van potanthurium behandeld. Zo wordt gevraagd welke informatie van belang is voor de detaillist en hoe tevreden men is met de verstrekte productinformatie.

5.1 Nederlandse detaillisten best geïnformeerd over potanthuriums

Figuur 5.1.1 **Ontvangt u wel eens informatie over potanthurium via ...? (geholpen gevraagd)**

	Frankrijk	Nederland	Duitsland	Groot-Brittannië
Steeketiketten	79%	91%	71%	61%
Vakbladen	50%	79%	52%	32%
Plantenhoes	24%	58%	22%	29%
Bedrukte pot	26%	47%	19%	16%
Website \ internet	10%	22%	13%	17%
Via veiling \ leverancier	5%	20%	7%	6%
Bloemenbureau Holland	7%	2%	4%	1%
Folder \ flyer	3%	5%	4%	-
Boeken	3%	1%	5%	3%
Ontvang geen productinformatie	8%	1%	9%	13%

Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Gemiddeld genomen zijn de Nederlandse bloemisten en tuincentra het best geïnformeerd over potanthurium (gemiddeld gezien via drie kanalen: via steeketiketten, vakbladen, via de hoes/via de bedrukte pot). Slechts 1% zegt geen productinformatie over de potanthurium te ontvangen
- In de andere drie landen komt de detaillist gemiddeld gezien met twee verschillende manieren van informatieverstrekking in aanraking. In Frankrijk en Duitsland is dat vooral via steeketiketten en via vakbladen, in Groot-Brittannië komt daar voor een deel de plantenhoes nog bij
- Een vijfde van de Nederlandse bloemdetailhandelaren wordt via de leverancier op de hoogte gebracht
- Relatief veel bloemisten lezen in vakbladen informatie over potanthurium (61%, ten opzichte van 46% van de tuincentra)
- Bij 37% van de bloemisten komt de plantenhoes als informatiedrager aan, bij tuincentra ligt dat lager: 29%
- Meer tuincentra kijken op de website (19% ten opzichte van 12% van de bloemisten)

Figuur 5.1.2 Welke informatie is voor u noodzakelijk bij de inkoop van potanthurium?

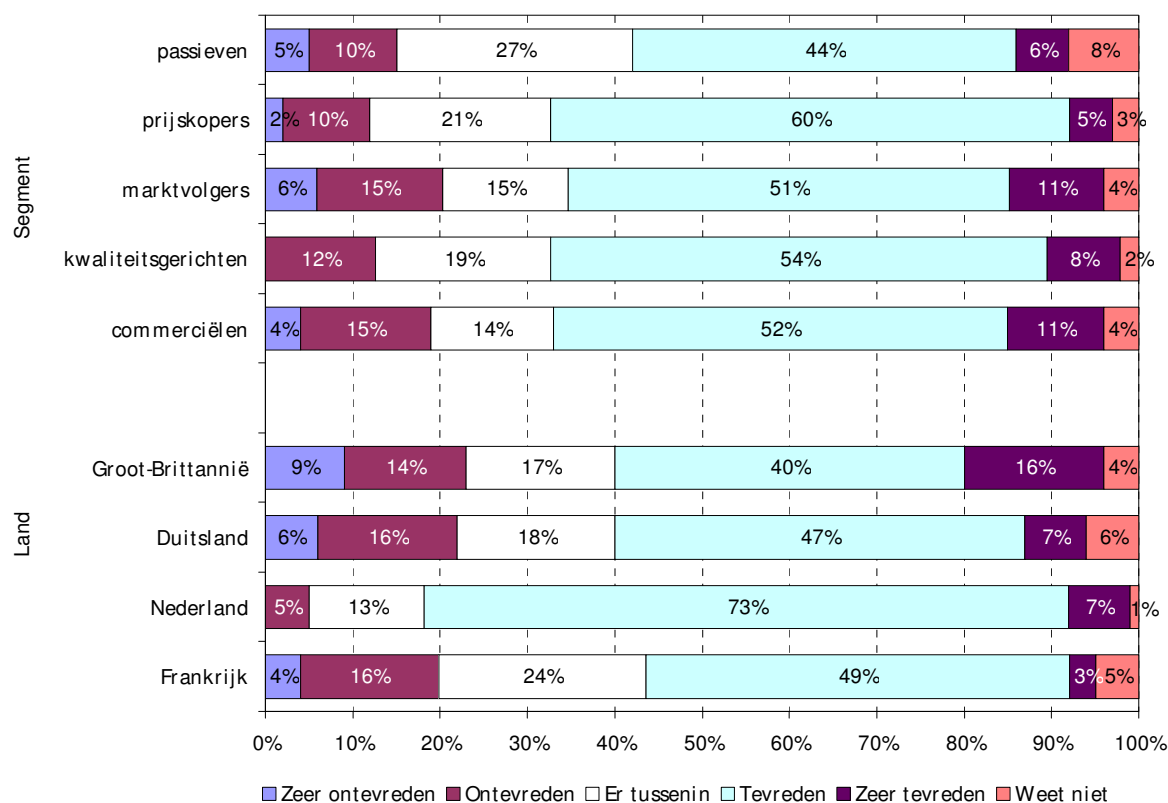
	Frankrijk	Nederland	Duitsland	Groot-Brittannië
Verzorgingsinformatie	52%	30%	64%	69%
Informatie voor de klant	18%	15%	9%	19%
Informatie over de standplaats	13%	2%	23%	12%
Verwachte houdbaarheid	7%	5%	7%	10%
Cultivarnaam	12%	1%	13%	5%
Prijs	4%	12%	2%	4%
Geen enkel soort informatie	25%	27%	19%	7%

Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Over het algemeen vindt de detaillist maar 1 soort informatie belangrijk bij inkoop: informatie voor de koper over de verzorging en over de standplaats
- In Groot-Brittannië lijkt de informatiebehoefte het grootst
- Gemiddeld genomen zegt een vijfde van alle bloemisten en tuincentra dat er voor hen geen enkel soort informatie noodzakelijk is bij inkoop van potanthurium
- Een kwart van de bloemisten zegt geen enkel soort informatie nodig te hebben, terwijl dat percentage onder tuincentra op 14% uitkomt

5.2 Verstrekte productinformatie potanthurium naar tevredenheid

Figuur 5.2.1 Hoe tevreden bent u over de verstrekte productinformatie bij potanthurium? (naar land en segment)

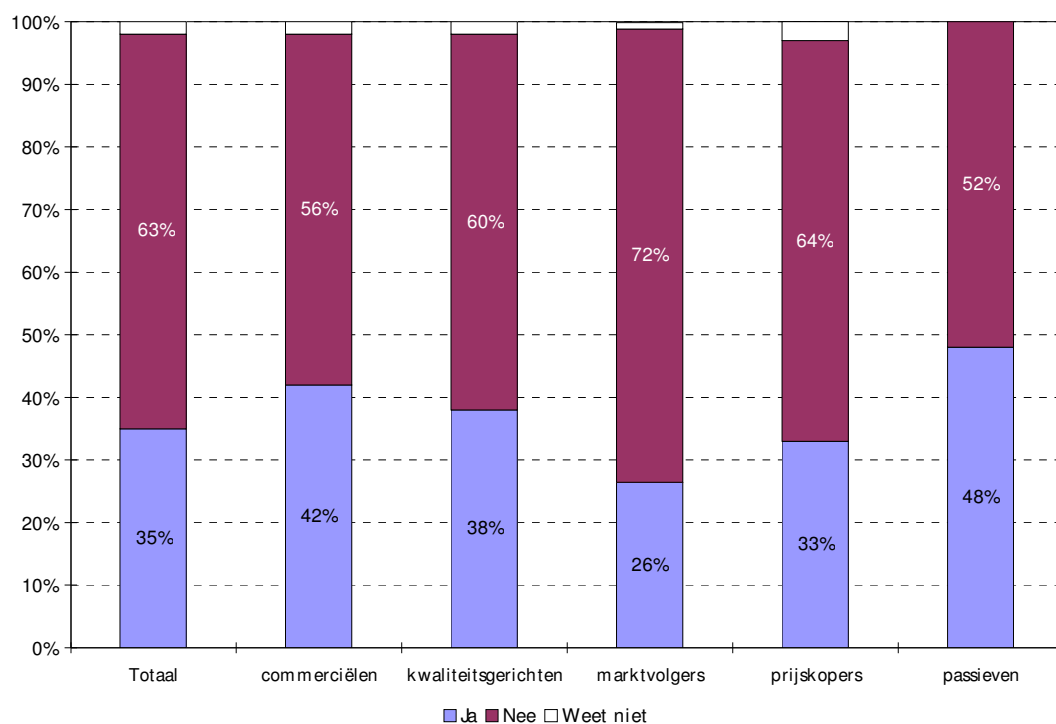
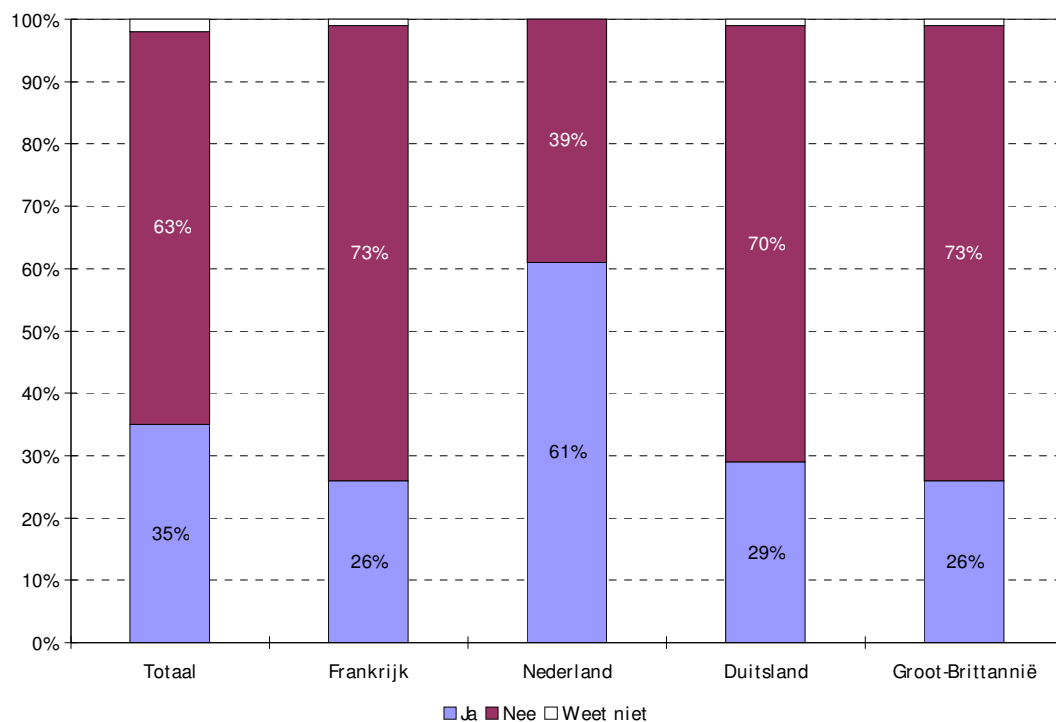


Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Circa een vijfde van de Franse, Duitse en Britse bloemisten en tuincentra is niet tevreden over de verstrekte productinformatie bij potanthurium
- Een relatief grote groep van vier vijfde van de Nederlandse detaillisten is (zeer) tevreden
- Een vijfde van de marktvolgers en commerciëlen is niet tevreden
- Een kwart van de tuincentra is niet tevreden over de verstrekte productinformatie ten opzichte van 12% van de bloemisten

5.3 Promotie potanthurium valt alleen in Nederland op

Figuur 5.3.1 Bent u in de afgelopen jaren geconfronteerd met promotie over potanthurium? (naar land en segment)



Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Drie vijfde van alle Nederlandse bloemisten en tuincentra zegt geconfronteerd te zijn geweest met promotie van potanthurium
- De verschillen tussen de segmenten zijn niet significant

Figuur 5.3.2 Waar heeft u deze promotie opgemerkt?

	Frankrijk	Nederland	Duitsland	Groot-Brittannië
Vakbladen	22%	51%	57%	62%
Groothandel	68%	11%	22%	10%
Consumentenbladen	2%	26%	6%	8%
Veiling	-	23%	2%	4%
Holland Flower	20%	3%	17%	12%
C&C \ groothandel	12%	11%	7%	2%
Bloemenbureau Holland	2%	11%	7%	8%
Bij mij in de winkel \ tuincentrum	12%	5%	6%	10%
Internet	-	3%	4%	6%
Tv-programma	-	7%	-	-

Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium promotie opgemerkt hebben, n=268

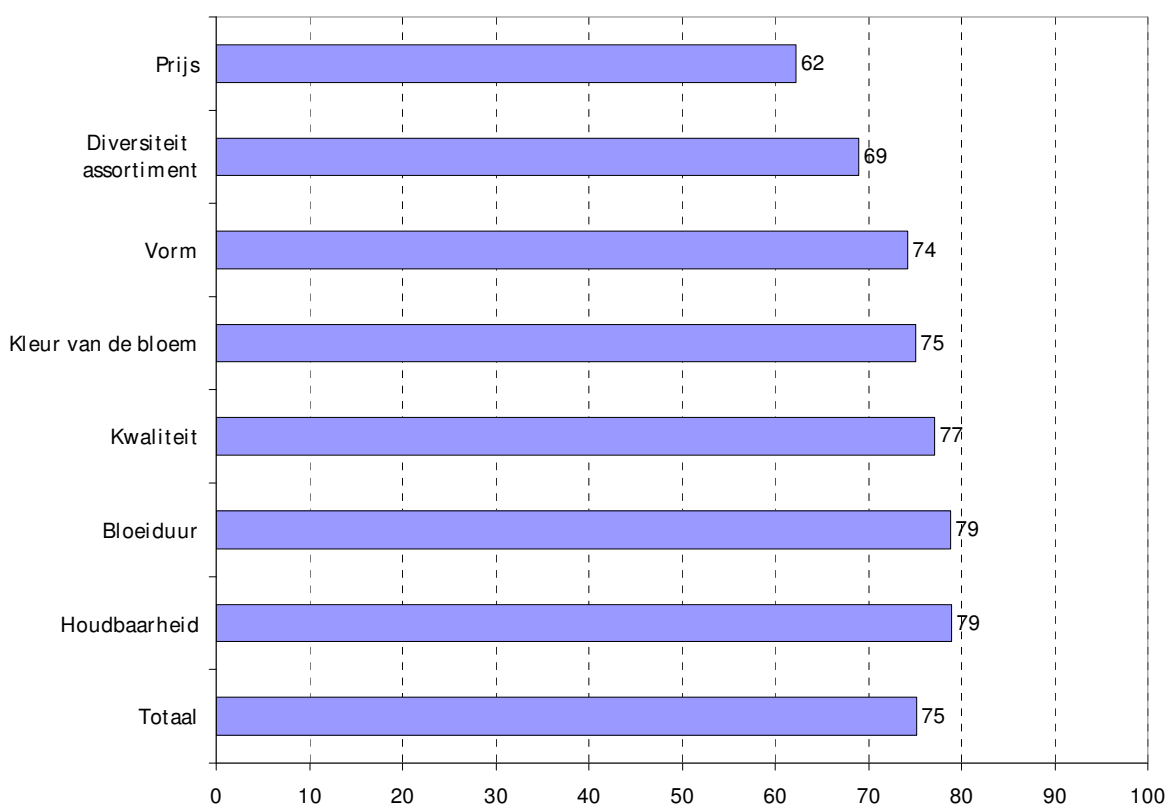
- De bloemisten en tuincentra hebben de promotie vooral in de vakbladen opgemerkt (geldt niet in Frankrijk, daar is de detaillist voornamelijk via/bij de groothandel geconfronteerd met de promotie)
- In Nederland is een kwart van de detaillisten van mening dat zij de promotie in consumentenlanden gezien hebben en/of op de veiling
- Bloemenbureau Holland wordt door 13% van de bloemisten genoemd, terwijl 2% van de tuincentra BBH spontaan als afzender noemt

6 Tevredenheid

De algemene tevredenheid van de ondervraagde bloemisten en tuincentra ten aanzien van potanthurium wordt nu behandeld. Daarnaast wordt ingegaan op de tevredenheid met een zevental aspecten. Tot slot wordt in een aantal grafieken een combinatie gemaakt tussen belang aan de ene kant en tevredenheid aan de andere kant. Op die manier is een prioriteitenlijst van verbeterpunten op te maken.

6.1 Potanthurium scoort overall gezien een 7,5

Figuur 6.1.1 Algemene tevredenheid potanthurium en per deelaspect (schaal 1 – 100)



Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Overall gezien krijgt potanthurium op een schaal van 1 tot 100, 75 punten (een 7,5 in rapportcijfers). Ter vergelijking met de kamerplanten die tot nu toe gemeten zijn: spathiphyllum kreeg een 7,1, bromelia Guzmania een 7,3, de phalaenopsis een 7,6 en de varen een 5,9
- Van alle bloemisten en tuincentra geeft 11% 50 punten of minder (is niet tevreden)
- In Groot-Britannië behaalt potanthurium de hoogste score: 78 punten en 9% van de detaillisten is niet tevreden. Dit wordt gevolgd door Duitsland en Frankrijk met respectievelijk 76 en 75 punten (en 13% ontevreden detaillisten). In Nederland scoort de tevredenheid het laagst: de gemiddelde tevredenheid komt uit op 73 punten en 11% van de Nederlandse detaillisten geeft 50 punten of lager
- De tevredenheid is het laagst op het aspect 'prijs' (gemiddeld 62 punten waarbij ruim een derde van alle bloemisten en tuincentra 50 punten of lager geeft)
- Bloeiduur en houdbaarheid komen hoger uit dan het totaaloordeel

Figuur 6.1.2 Tevredenheid potanthurium per deelaspect (schaal 1 – 100)

	Frankrijk	Nederland	Duitsland	Groot-Brittannië
Algemene tevredenheid	75	73	76	78
Prijs	58	62	62	67
Kwaliteit	77	75	77	80
Kleur van de bloem	72	76	77	77
Houdbaarheid	76	77	84	79
Bloeyduur	77	77	83	79
Vorm	72	72	75	78
Diversiteit assortiment (aantal soorten)	65	72	73	66

Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Over de 7 aspecten heen valt op dat de Franse detailhandelaren iets lager scoren dan de detaillisten in de andere landen. Vooral wat betreft de aspecten ‘prijs’ en ‘diversiteit assortiment’ scoren de Franse detaillisten lager dan de detaillisten in de andere landen

Figuur 6.1.3 Percentage ontevreden detaillisten per deelaspect (score 5 of lager)

	Frankrijk	Nederland	Duitsland	Groot-Brittannië
Aantal ontevreden detaillisten	13%	11%	13%	9%
Prijs	48%	30%	37%	29%
Kwaliteit	10%	9%	10%	4%
Kleur van de bloem	20%	9%	12%	13%
Houdbaarheid	13%	5%	5%	7%
Bloeyduur	10%	6%	7%	10%
Vorm	23%	9%	11%	8%
Diversiteit assortiment (aantal soorten)	32%	12%	22%	29%

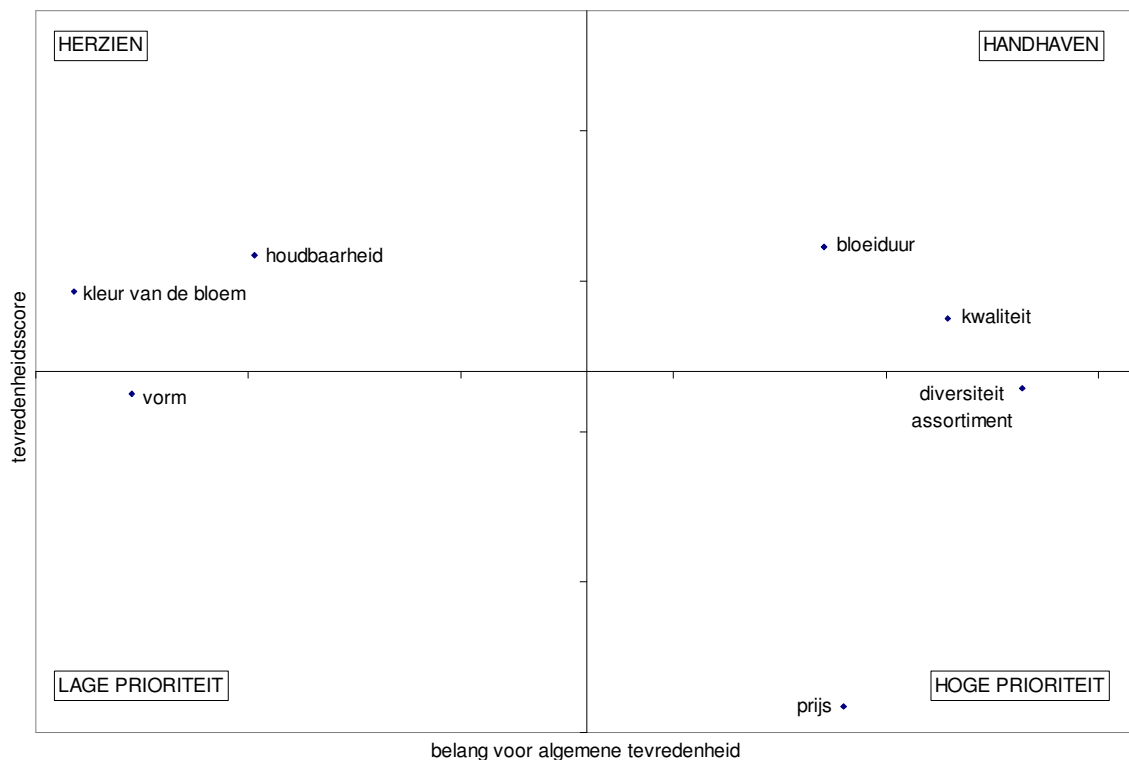
Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Zoals eerder gemeld is de ontevredenheid op het aspect ‘prijs’ het hoogst (zeker in Frankrijk)
- Ten aanzien van ‘diversiteit assortiment’ zijn er duidelijke verschillen per land: in Frankrijk en Groot-Brittannië is een derde van de detaillisten niet tevreden, terwijl het percentage ontevreden detaillisten in Nederland, beduidend lager ligt

6.2 Diversiteit assortiment en prijs eerste prioriteit om te verbeteren

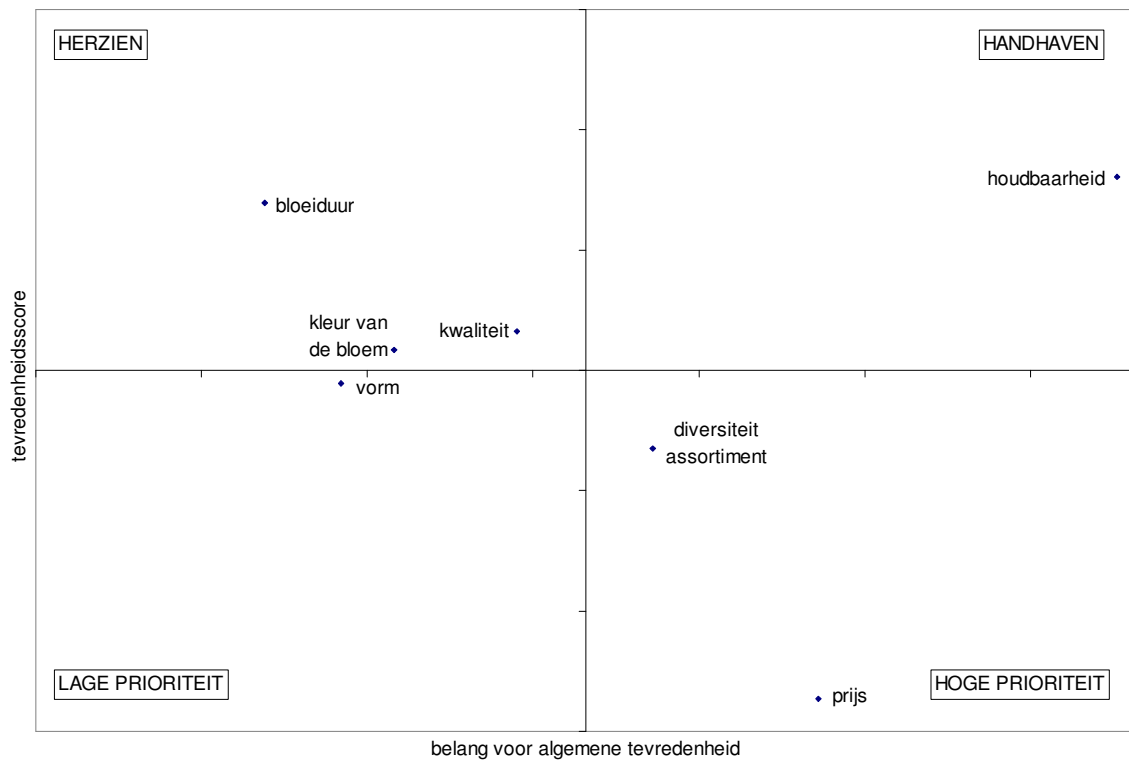
Hoewel de detaillisten over een aantal aspecten tevreden zijn, wil dit nog niet zeggen dat het aspect van belang is voor de algemene tevredenheid. Aan de hand van een regressie-analyse kan er een relatie worden gelegd tussen de diverse aspecten en hun belang voor de algemene tevredenheid met potanthurium. Per segment en per land zijn de verschillende aspecten in een diagram uiteengezet. Op de horizontale as staat telkens het belang van de verschillende aspecten op de totale tevredenheid. Hoe meer een aspect in de rechterkant van het diagram staat, hoe groter het belang voor de algemene tevredenheid met potanthurium. Op de verticale as staat de tevredenheidsscore van de aspecten. Hoe hoger een aspect in de grafiek staat, hoe groter de tevredenheid met dit aspect.

Figuur 6.2.1 Tevredenheid aspecten versus belang: Nederland (n=188)



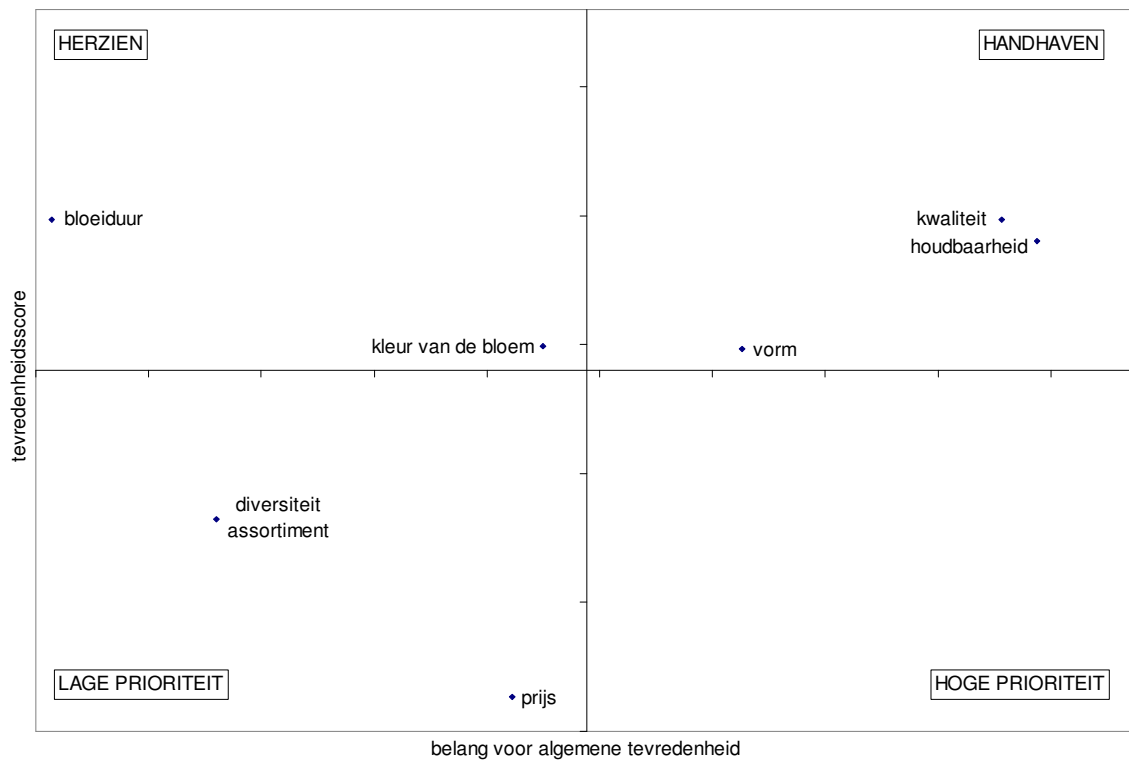
- De 'diversiteit assortiment' en 'kwaliteit' zijn voor Nederlandse detaillisten veruit het belangrijkste. Gezien de goede performance op het kwaliteitsgebied, dient dit aspect op dit niveau gehandhaafd te blijven
- 'diversiteit assortiment' scoort qua tevredenheid echter lager dan gemiddeld en krijgt daarmee een hoge prioriteit om te verbeteren, evenals het aspect 'prijs'

Figuur 6.2.2 Tevredenheid aspecten versus belang: Duitsland (n=188)



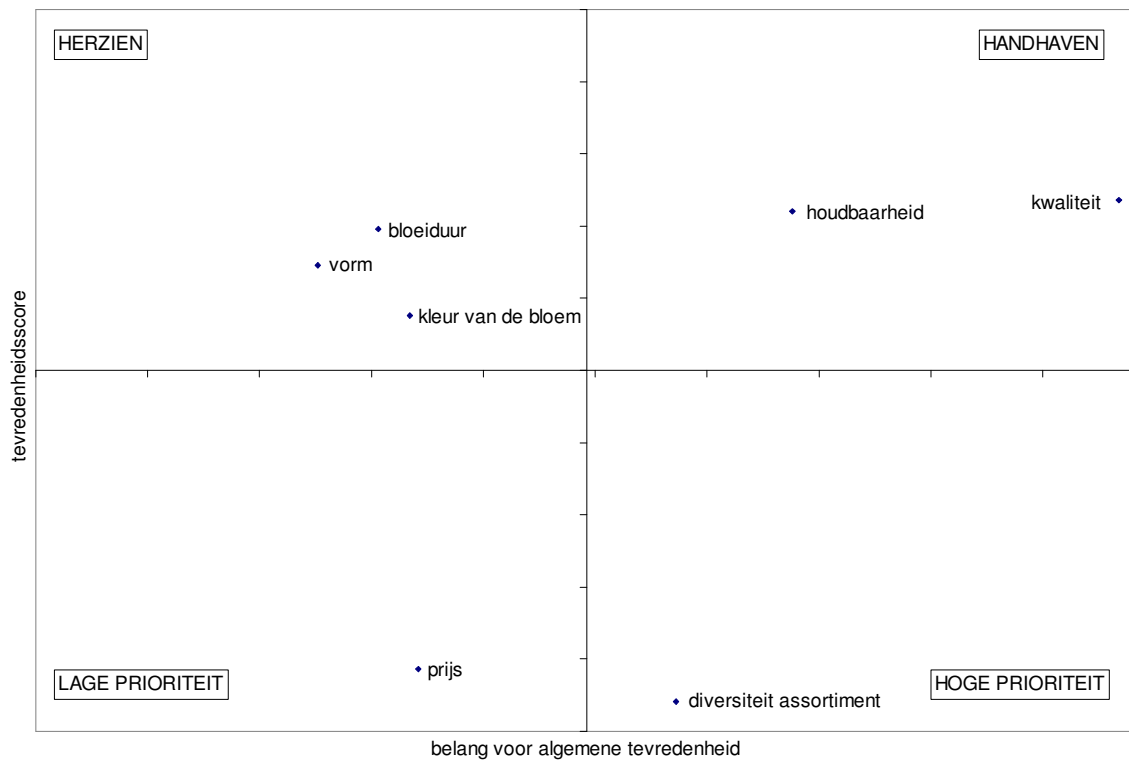
- 'Houdbaarheid' is voor de Duitse bloemdetailhandelaren essentieel. De tevredenheid met dit aspect is bovengemiddeld en dient zoveel mogelijk op dit niveau gehandhaafd te blijven
- Het belang in combinatie met de tevredenheidsscore geeft twee aspecten die direct verbeterd dienen te worden in Duitsland: 'prijs' en 'diversiteit assortiment'

Figuur 6.2.3 Tevredenheid aspecten versus belang: Frankrijk (n=191)



- 'Kwaliteit' en 'houdbaarheid' zijn in Frankrijk zeer belangrijk in de ogen van de detaillisten. Het zijn tevens aspecten die goed scoren voor wat betreft tevredenheid
- Geen van de aspecten krijgt een hoge prioriteit om te verbeteren

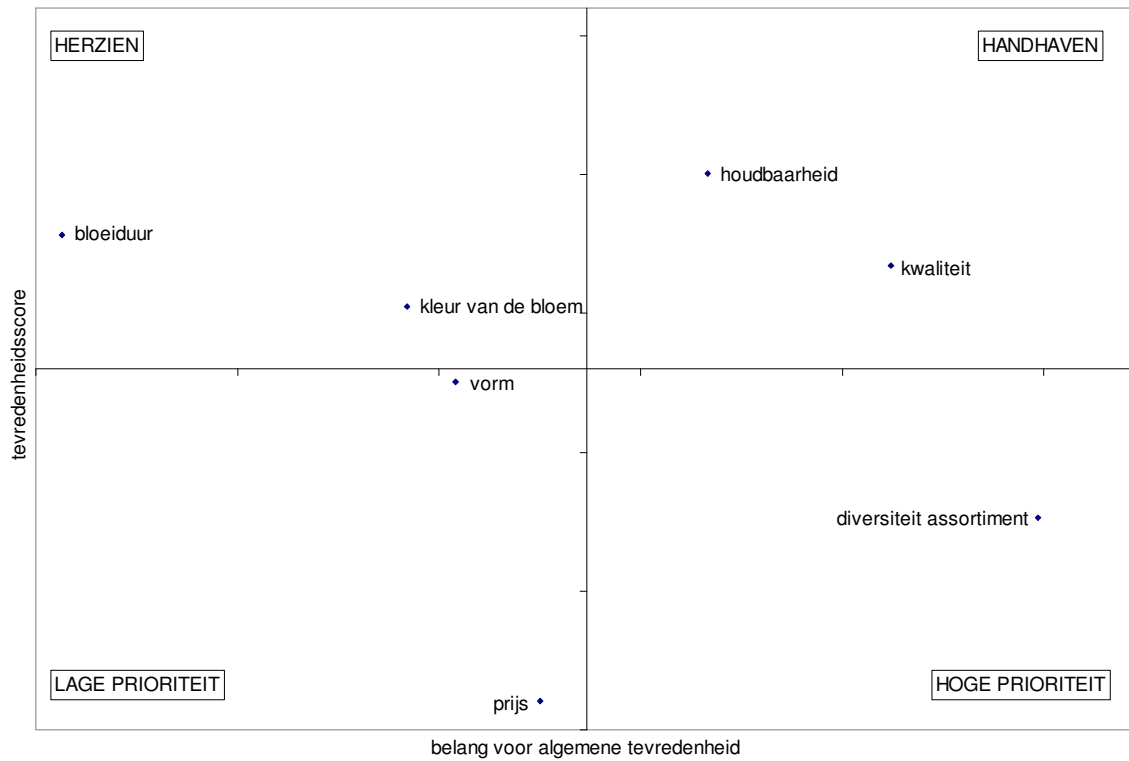
Figuur 6.2.4 Tevredenheid aspecten versus belang: Groot-Brittannië (n=190)



- Eén aspect is essentieel in Groot-Brittannië: 'kwaliteit'. Zowel kwaliteit als houdbaarheid scoren goed en dienen op dit niveau gehandhaafd te blijven
- Er valt één aspect in het kwadrant van hoge prioriteit om te verbeteren: 'diversiteit assortiment'

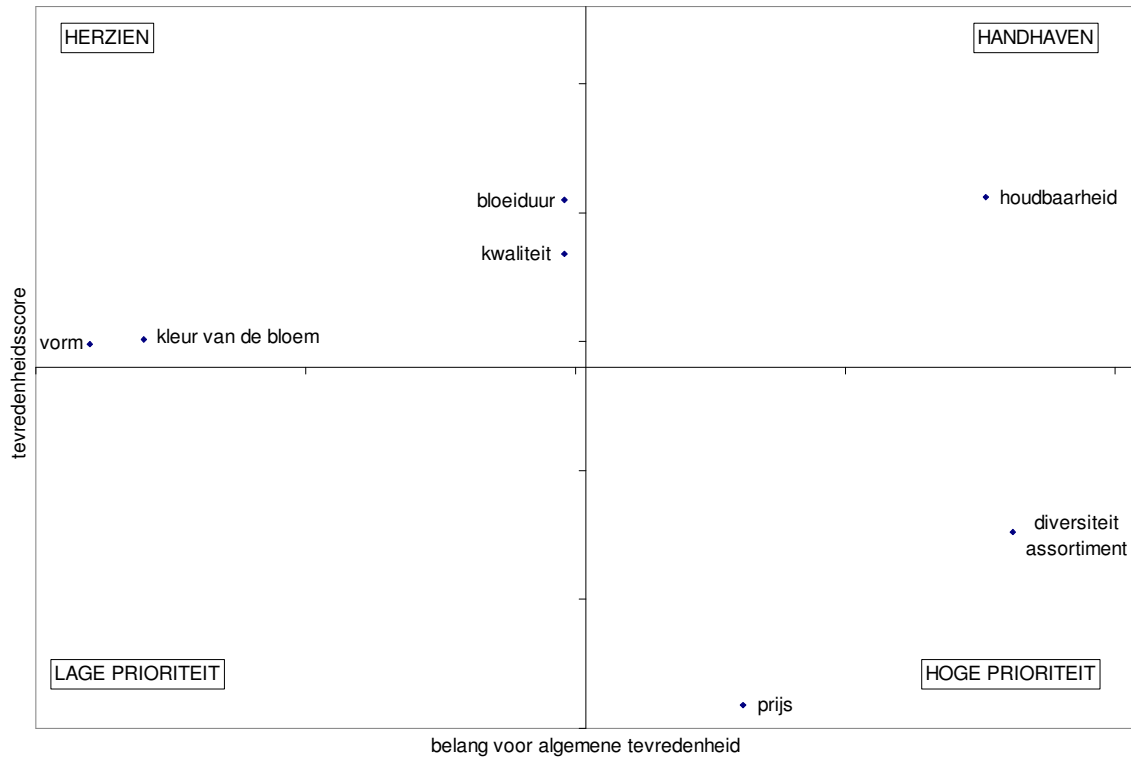
6.3 Segmenten redelijk in lijn ten aanzien van verbeteracties

Figuur 6.3.1 Tevredenheid aspecten versus belang: segment commerciëlen (n=114)



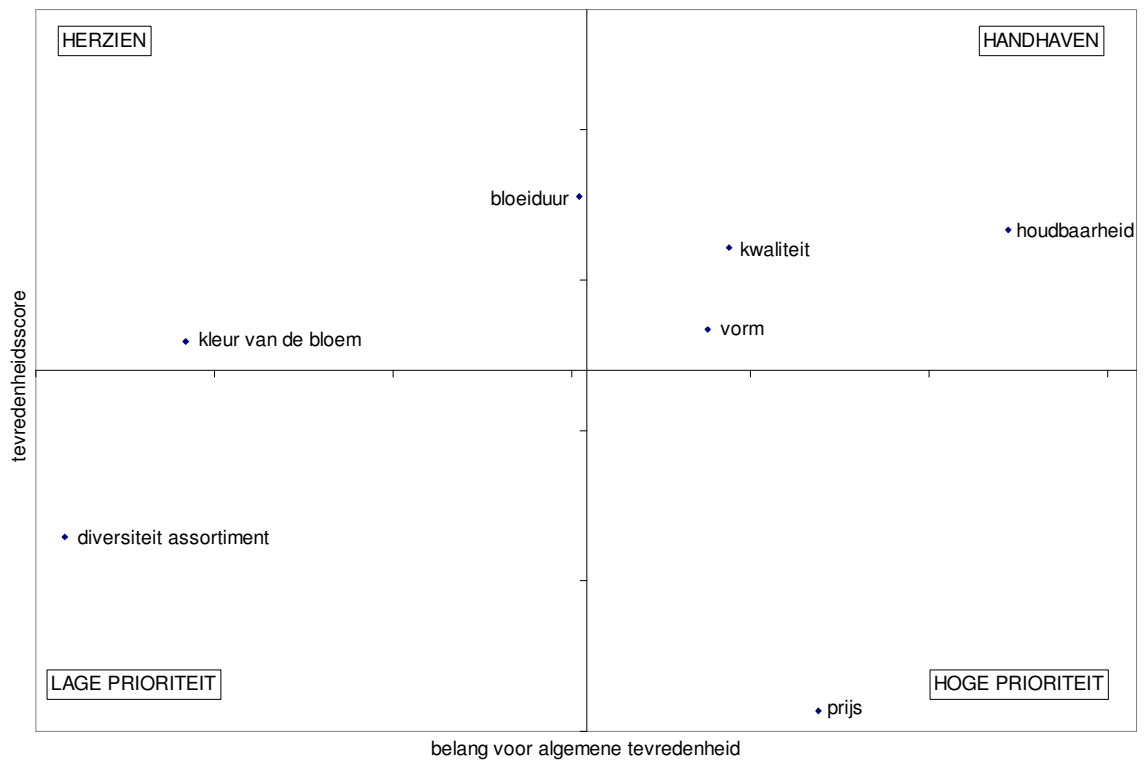
- Het aspect 'diversiteit assortiment' is voor het segment commerciëlen het belangrijkste. Het aspect krijgt echter een lage score en dient derhalve verbeterd te worden
- Ook 'kwaliteit' en 'houdbaarheid' zijn van belang voor dit segment. Deze aspecten scoren bovengemiddeld.

Figuur 6.3.2 Tevredenheid aspecten versus belang: segment kwaliteitsgerichten (n=171)



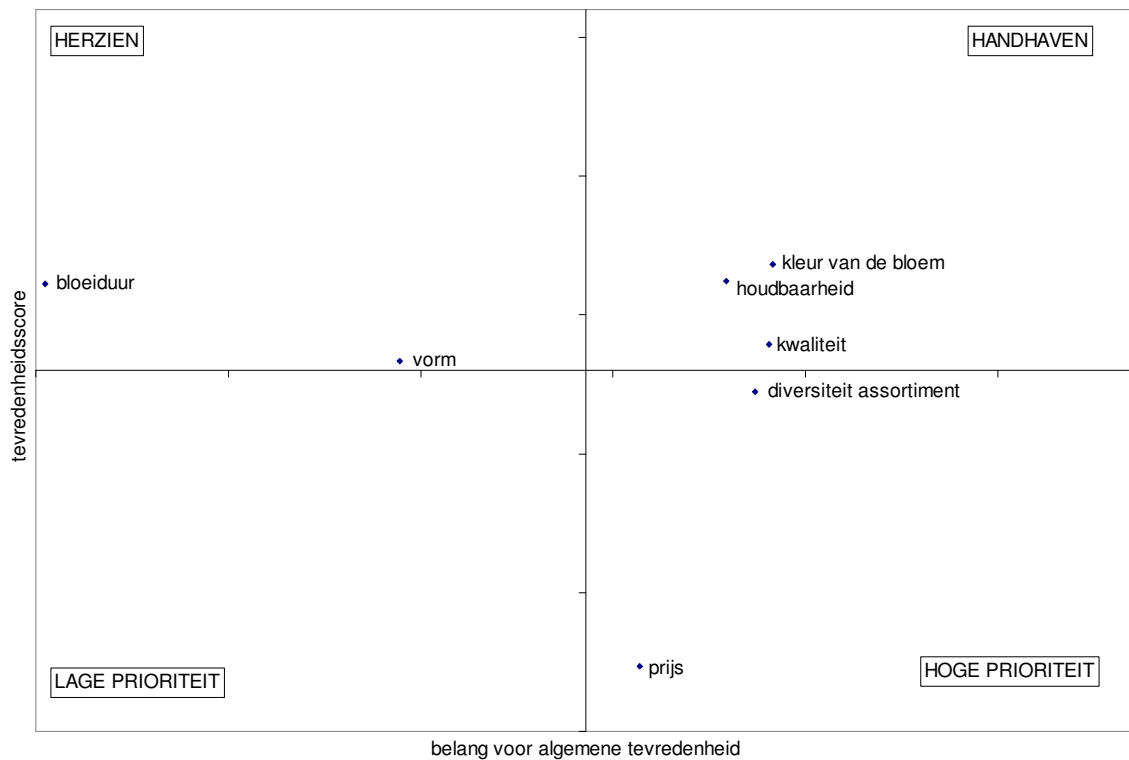
- Twee aspecten zijn in de ogen van de kwaliteitsgerichten essentieel: 'diversiteit assortiment' en 'houdbaarheid'
- De aspecten 'diversiteit assortiment' en 'prijs' dienen (direct) verbeterd te worden

Figuur 6.3.3 Tevredenheid aspecten versus belang: segment marktvolgers (n=254)



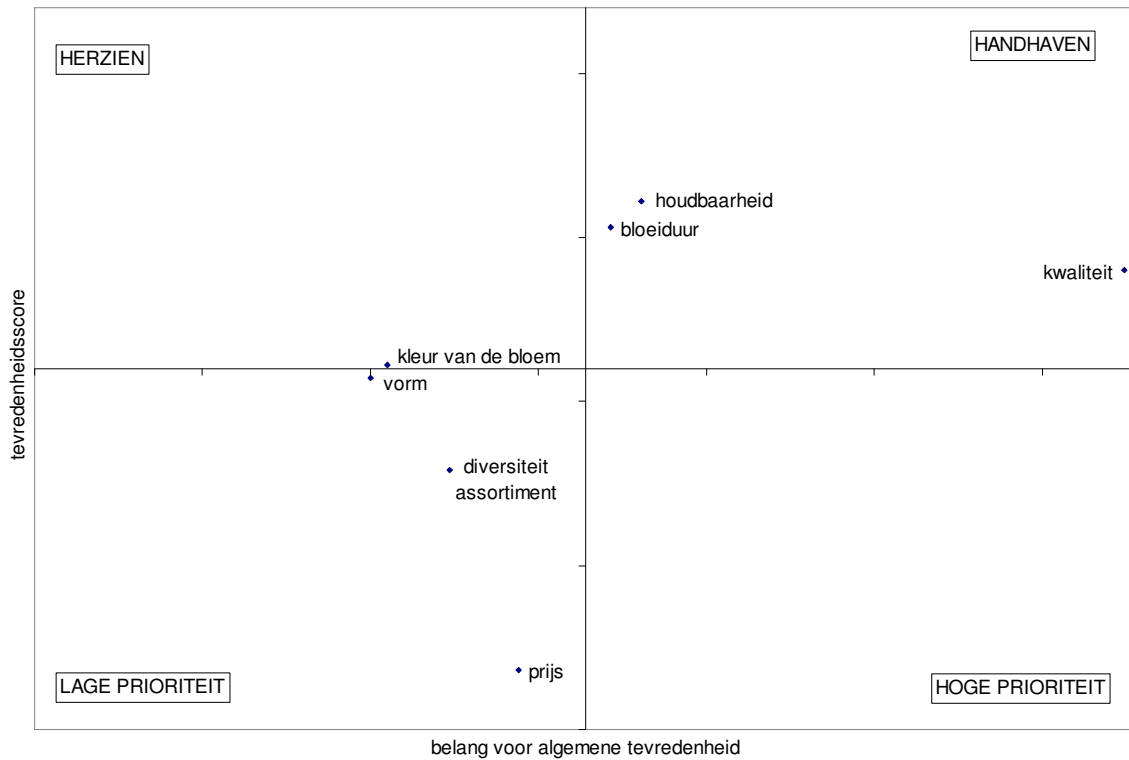
- Voor het segment marktvolgers is 'houdbaarheid' het belangrijkste aspect (weegt relatief zwaar mee in het totaaloordeel).
- Er is één aspect dat direct verbeterd moet worden: 'prijs'

Figuur 6.3.4 Tevredenheid aspecten versus belang: segment prijskopers (n=109)



- Voor het segment prijskopers zijn er vier essentiële aspecten. Deze aspecten scoren niet allemaal boven de gemiddelde tevredenheidsscore, waardoor het aspect 'diversiteit assortiment' direct voor verbetering in aanmerking komt
- 'Prijs' is een ander duidelijk verbeterpunt met een heel lage performance

Figuur 6.2.5 Tevredenheid aspecten versus belang: segment passieven (n=109)



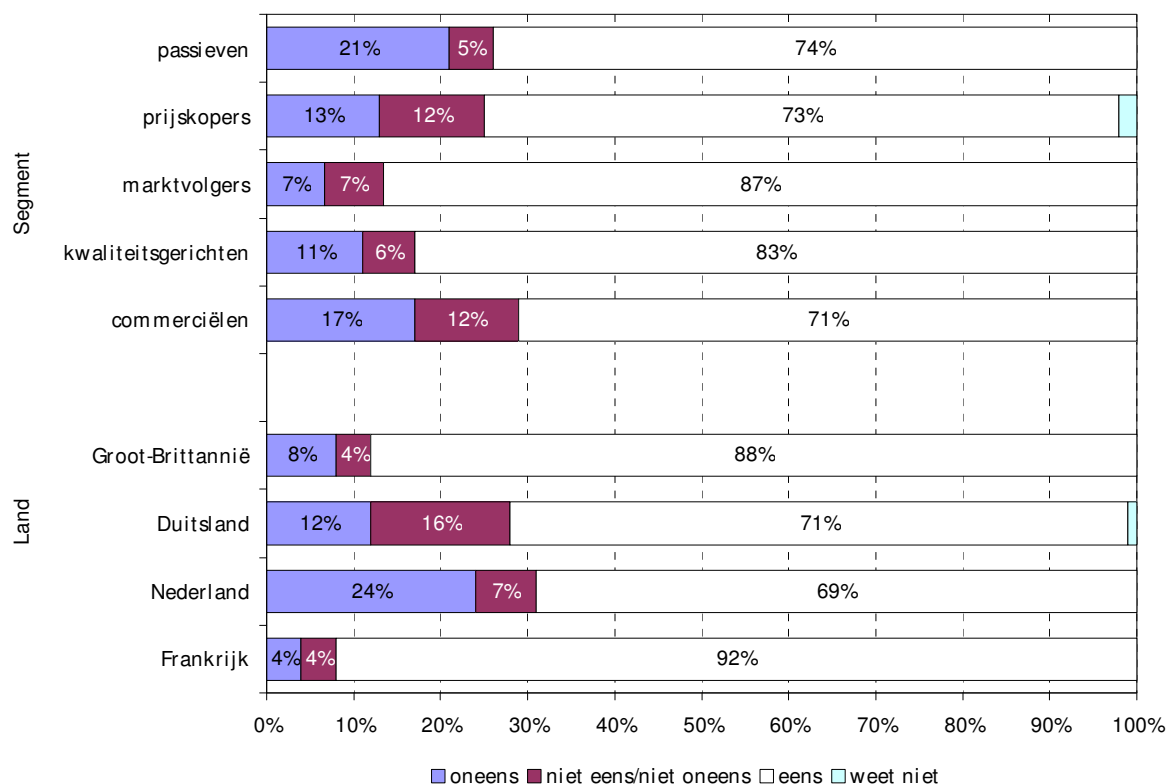
- De 'kwaliteit' van potanthurium is voor het segment passieven essentieel. Het aspect scoort boven de gemiddelde tevredenheidsscore en behoeft derhalve geen verbetering
- Geen van de aspecten valt in het kwadrant van eerste prioriteit om te verbeteren

7 Attitude

Tot slot kijken we naar de houding van de bloemisten en tuincentra ten aanzien van potanthurium door hen enkele stellingen voor te leggen.

7.1 Potanthurium heeft een exotische uitstraling

Figuur 7.1.1 “Potanthurium heeft een exotische uitstraling” (naar land en naar segment)

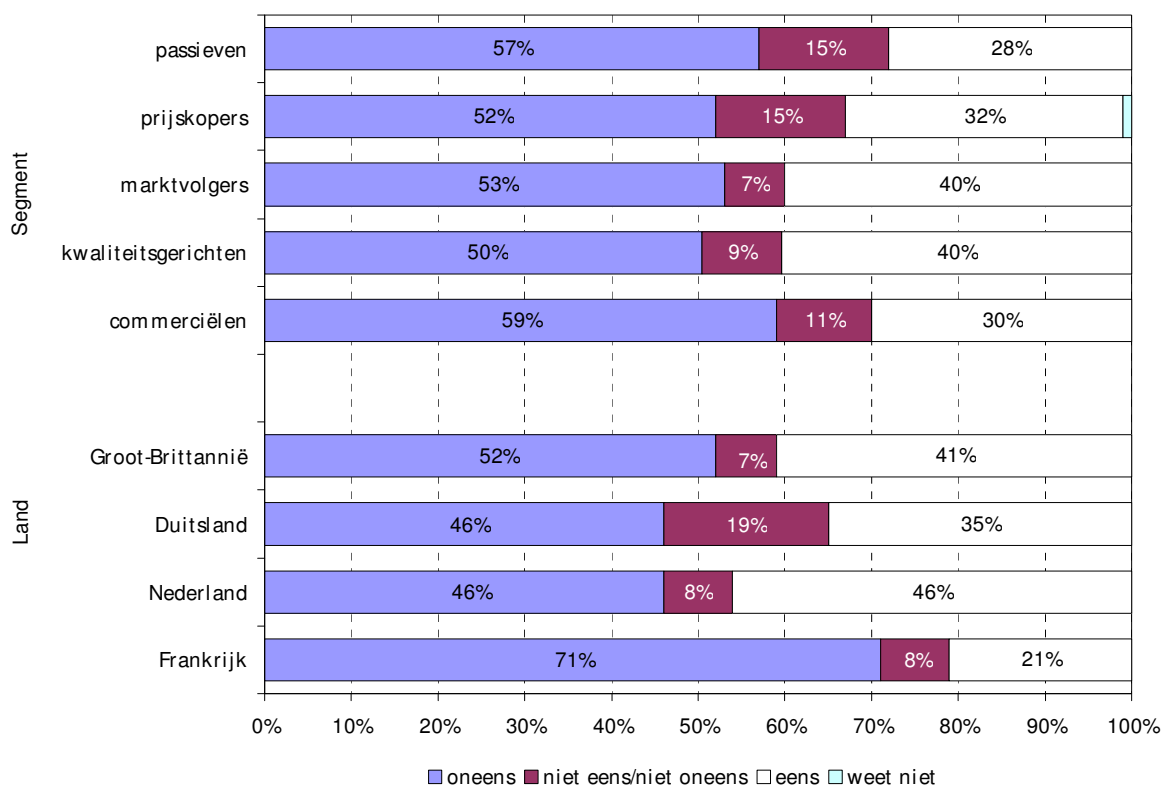


Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Een zeer ruime meerderheid van alle bloemisten en tuincentra vindt, vooral in Frankrijk en Groot-Brittannië
- In Nederland is een kwart van de detaillisten een ander mening toegedaan
- Met name de bloemdetailhandelaren behorend tot het segment marktvolgers vinden dat potanthurium een exotische uitstraling heeft

7.2 In Frankrijk is potanthurium zeker geen alledaagse plant

Figuur 7.2.1 “Potanthurium is een alledaagse plant” (naar land en naar segment)

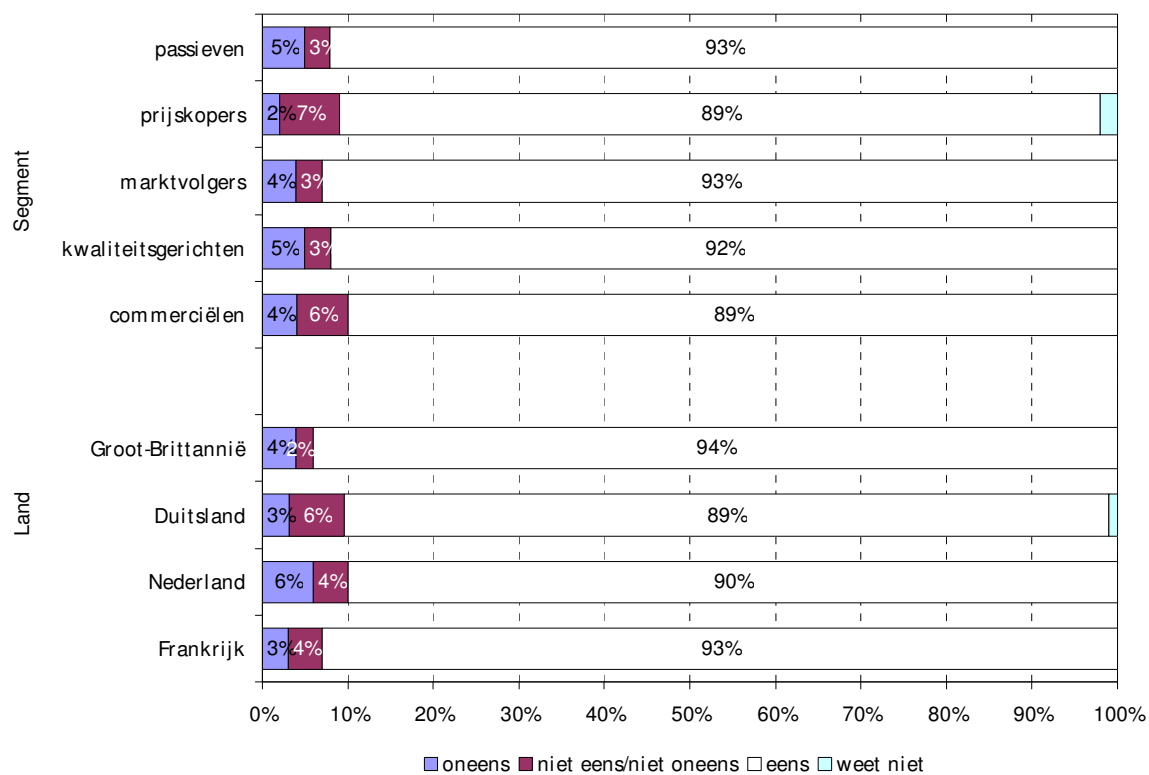


Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Een ruime meerderheid van bijna drie kwart van de Franse detaillisten is het NIET met de stelling eens dat potanthurium een alledaagse plant is
- In Groot-Brittannië en Nederland zijn de meningen verdeeld

7.3 Potanthurium is een geschikt cadeauartikel

Figuur 7.3.1 “Potanthurium is een geschikt cadeauartikel” (naar land en naar segment)

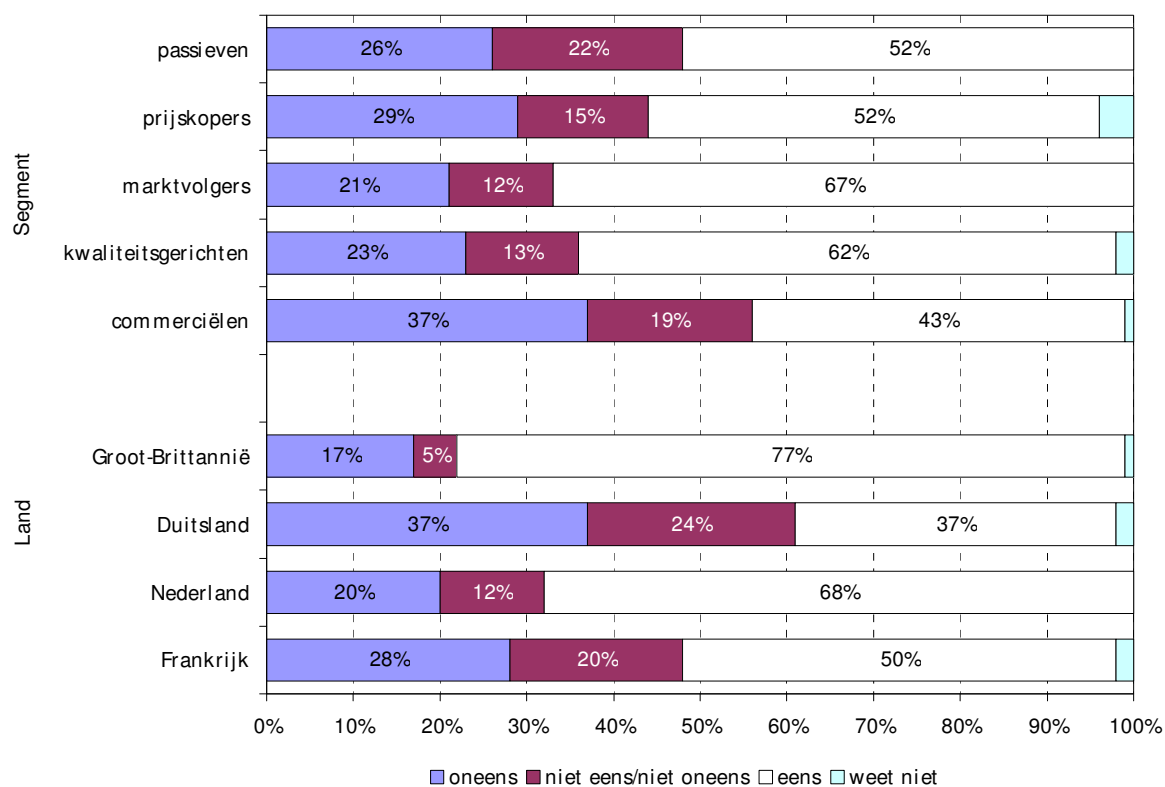


Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Een zeer ruime meerderheid van de tuincentra en bloemisten vindt potanthurium een geschikt cadeau-artikel

7.4 Potanthurium is met name in Groot-Brittannië een trendy plant

Figuur 7.4.1 “Potanthurium is een trendy plant” (naar land en naar segment)

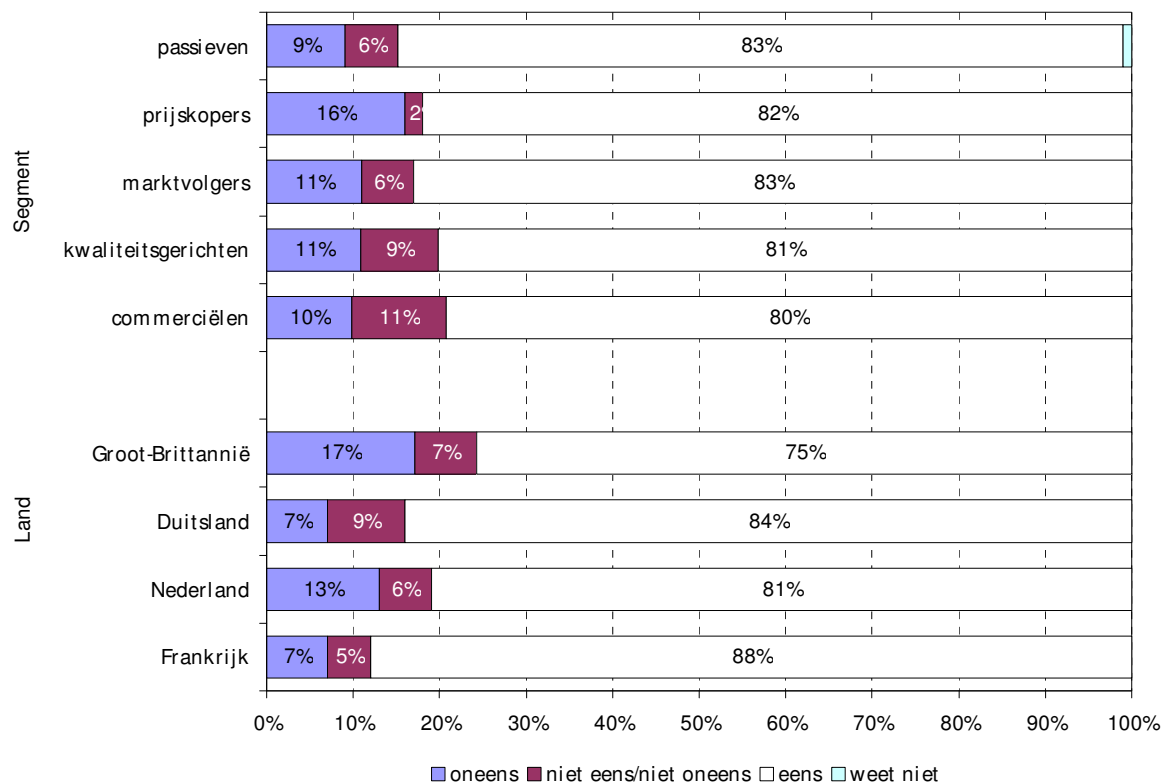


Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Relatief veel Britse detaillisten zijn het eens met de stelling dat potanthurium een trendy plant is. In Nederland is twee derde van de detaillisten die mening toe gedaan
- In Duitsland zijn de meningen verdeeld en vindt bijna twee vijfde van de bloemisten en tuincentra potanthurium GEEN trendy plant
- Bijna twee vijfde van de detaillisten behorend tot het segment commerciëlen is het niet met bovengenoemde stelling eens

7.5 Potanthurium vergt weinig verzorging

Figuur 7.5.1 “Potanthurium vergt weinig verzorging” (naar land en naar segment)

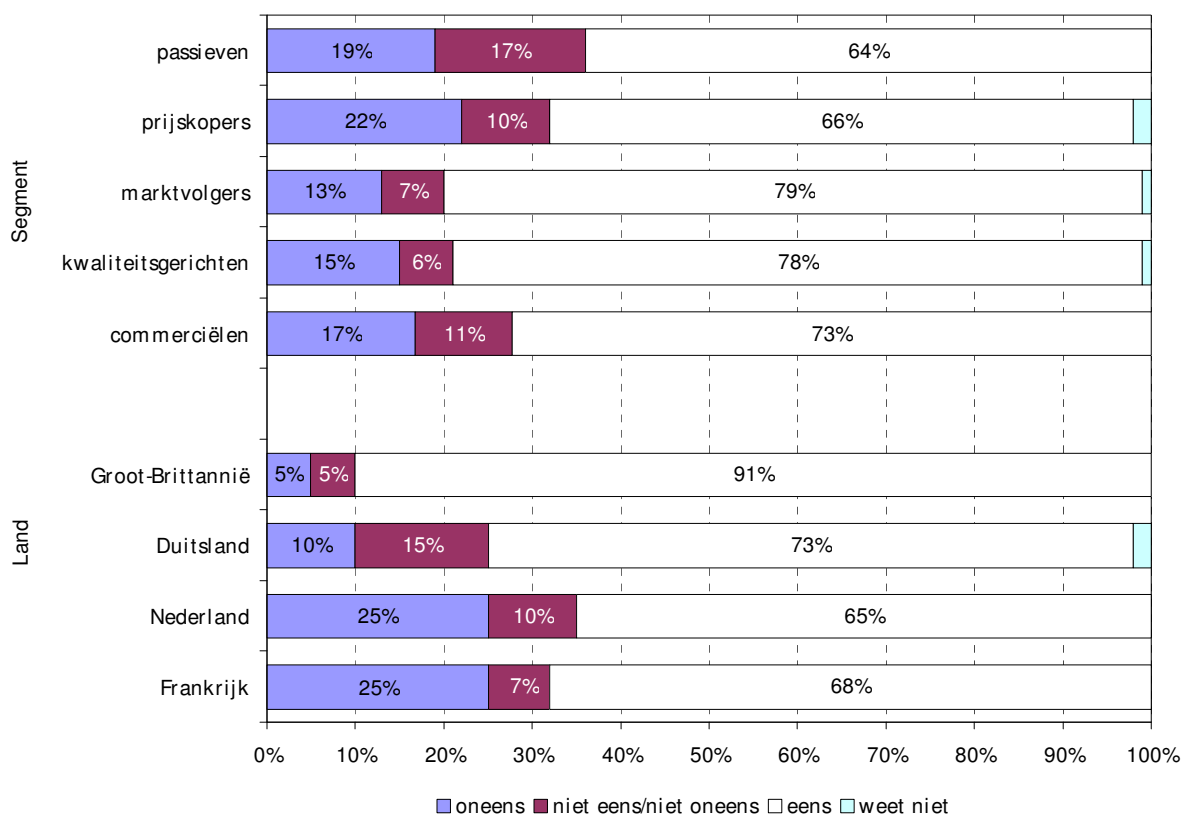


Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Een zeer ruime meerderheid van de bloemdetailhandelaren vindt dat potanthurium weinig verzorging vergt

7.6 Potanthurium valt met name in Groot-Brittannië op door zijn bijzondere vormen

**Figuur 7.6.1 “Potanthurium valt op door zijn bijzondere vormen”
(naar land en naar segment)**

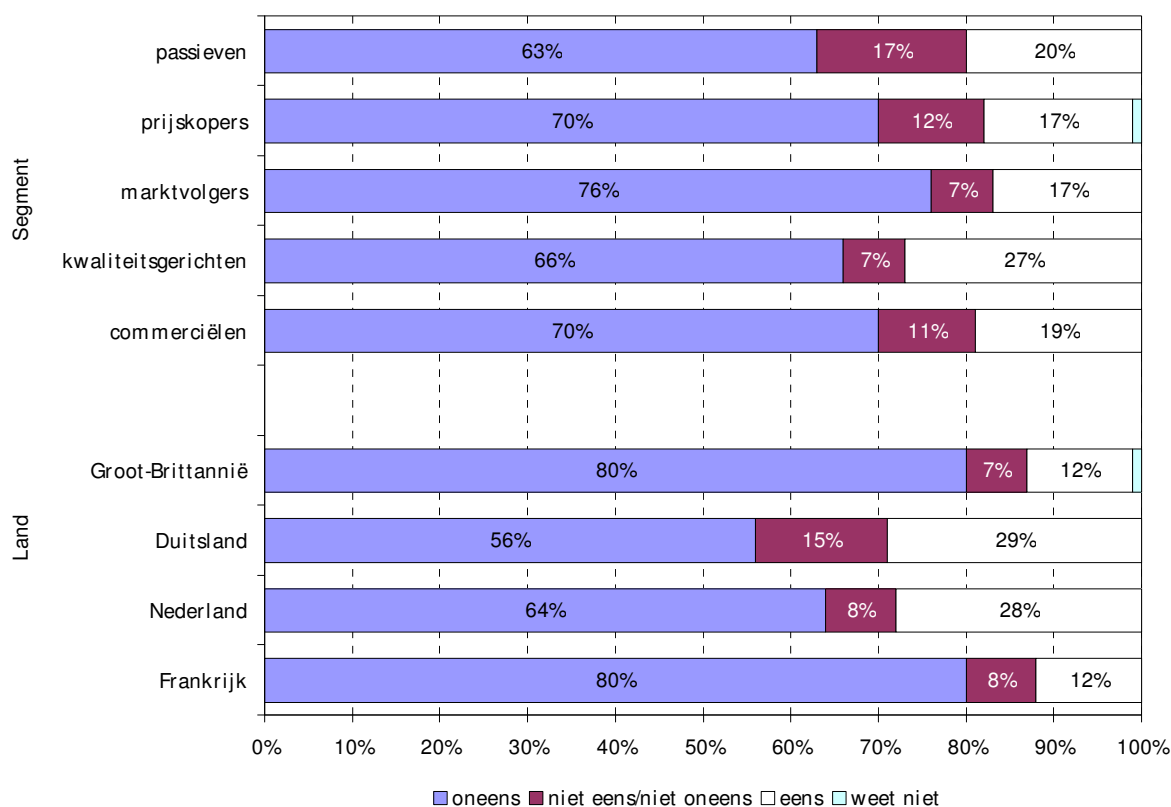


Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- Een zeer ruime meerderheid van de bloemisten en tuincentra in Groot-Brittannië vindt dat potanthurium opvalt door zijn bijzondere vormen
- In Nederland en Frankrijk is een kwart van de detaillisten het hier niet mee eens

7.7 Potanthurium is zeker geen ouderwetse plant

Figuur 7.7.1 “Potanthurium is een ouderwetse plant” (naar land en naar segment)



Basis: alle bloemisten en tuincentra die potanthurium verkopen, n=757

- In Groot-Brittannië en Frankrijk is een meerderheid van 80% van de detaillisten overtuigd van het feit dat potanthurium geen ouderwetse plant is
- Potanthurium is volgens drie tiende van de Duitse en Nederlandse detaillisten wél een ouderwetse plant
- Drie kwart van de bloemisten is het niet eens met deze stelling, bij de tuincentra is dat met tweederde iets minder
- Ruim een kwart van de detaillisten behorend tot de segmenten kwaliteitsgerichten is het eens met de stelling

8 Conclusies

In dit laatste hoofdstuk worden tenslotte de belangrijkste conclusies weergegeven.

8.1 Potanthurium wordt in Groot-Brittannië op kleine schaal verkocht

Een zeer ruime meerderheid van 91% van de Franse bloemisten en tuincentra heeft in de afgelopen 12 maanden potanthurium verkocht en dat percentage ligt beduidend hoger dan in de andere drie landen. Zo heeft circa vier vijfde van de Nederlandse en Duitse detaillisten potanthuriums verkocht, terwijl in Groot-Brittannië “slechts” 40% van de bloemisten en tuincentra deze plant in het assortiment heeft. Overigens blijkt de penetratiegraad onder bloemisten hoger te liggen dan bij tuincentra.

Als een bloemist of tuincentrum geen potanthuriums verkoopt, zijn de redenen hiervoor rationeel georiënteerd: óf ze verkopen helemaal geen kamerplanten óf ze voeren “gewoon” geen potanthurium in hun assortiment óf er is geen vraag naar.

Het aandeel potanthurium in de totale jaaromzet van bloeiende kamerplanten wordt geschat op ruim 8%. Vergeleken met al eerder in de detaillistenscan meegenomen producten is dat niet erg hoog. Het omzetaandeel van de potanthurium is over de afgelopen drie jaar bij de meeste bloemisten en tuincentra toegenomen of gelijk gebleven. In Nederland heeft de grootste stijging plaatsgevonden; in de afgelopen drie jaar zegt drie vijfde van de detaillisten meer potanthuriums verkocht te hebben.

De spontaan meest genoemde redenen voor het toegenomen aandeel van potanthurium in de afgelopen drie jaar zijn de ruimere keuze (meer soorten), de toegenomen populariteit en de mooiere soorten. De afname zoals die door enkele bloemisten genoemd is, heeft te maken met een afnemende vraag (“is niet populair”), de prijs (“potanthurium is te duur”) en het feit dat de plant een ouderwets imago heeft.

Waar zit voor de komende drie jaar de groei? Dat is zeker niet in Groot-Brittannië en Frankrijk volgens de eigen inschatting van de detaillisten (een zeer negatieve net-balance score derhalve voor Groot-Brittannië: - 42). In Nederland mag de grootste toename verwacht worden voor de komende drie jaar (net-balance score is 26).

De bloemisten en tuincentra schatten in dat consumenten potanthuriums vooral voor het cadeausegment kopen. Dit is met name in Frankrijk het geval. In Nederland wordt potanthurium, meer dan in de andere landen, verkocht voor eigen gebruik (volgens inschatting van de detaillisten is dat 46% van de omzet). Potanthurium wordt niet of nauwelijks door bedrijven gekocht (bij twee vijfde van de Nederlandse en Duitse detaillisten komt dat niet voor. In Frankrijk is dat bij 54% en in Groot-Brittannië komt dat zelfs bij 69% van de detaillisten niet voor).

Overall gezien blijken de Nederlandse bloemisten en tuincentra de supermarkten niet echt te vrezen wat betreft concurrentie. Dat ligt anders in de andere landen: in Groot-Brittannië en Frankrijk zijn de detaillisten overtuigd van de (sterke) concurrentiekracht van de supermarkten als het gaat om de verkoop van potanthurium. De Duitse detaillisten zijn juist meer overtuigd van de sterkere concurrentiekracht van de bouwmarkten dan van de supermarkten.

Opvallend is dat bloemisten meer overtuigd zijn van de concurrentie van bouwmarkten dan tuincentra.

Op basis van omzet is rood de belangrijkste kleur voor potanthurium, gevolgd door wit en roze. Wit blijkt in Nederland een hoger aandeel in de verkoop te hebben dan in de andere landen (rood

daardoor minder). Overigens is ruim twee vijfde van de detaillisten van mening dat er geen enkele kleur ontbreekt in het huidige aanbod potanthuriums. Ruim een zesde van de bloemisten heeft het gevoel dat groene potanthuriums momenteel ontbreken. Meerkleurige potanthuriums worden vooral in Frankrijk gemist.

Volgens de bloemisten en tuincentra in Groot-Brittannië is potanthurium een geschikte plant voor jongeren. Duitse bloemisten en tuincentra vinden de potanthurium daarentegen meer geschikt voor ouderen. In Frankrijk en Nederland is circa de helft van de detaillisten van mening dat potanthurium voor iedereen geschikt is.

8.2 Inkoop veelal via lokale groothandelaar

Nederlandse detaillisten kopen hun potanthuriums direct via een bloemenveiling of via de lokale groothandel. Detaillisten in Frankrijk, Groot-Brittannië en Duitsland kopen bij de lokale groothandelaar hun potanthuriums in. Relatief veel Franse en Britse bloemisten kopen daarnaast ook in via de Nederlandse groothandel.

Gemiddeld genomen let twee vijfde van de bloemisten en tuincentra bij aankoop van potanthurium op het aantal bloemknoppen (minder vaak genoemd in Groot-Brittannië). Een derde van de detaillisten noemt naast de kleur van de bloem, ook de kleur van het blad als inkoopcriterium (kleur van de bloem wordt in Nederland minder vaak genoemd). Inkoopcriteria zoals prijs en volume volgen (prijs is in Groot-Brittannië vaker genoemd als criterium dan in de andere landen. Volume speelt vooral in Nederland). In Duitsland noemen relatief veel detaillisten 'stevigheid' als inkoopcriterium.

Tuincentra letten meer dan bloemisten op zaken als prijs (31% ten opzichte van 22%) en potmaat (18% ten opzichte van 7%).

8.3 Lange houdbaarheid en makkelijke verzorging sterke punten potanthurium

De twee meest genoemde positieve aspecten van de potanthurium zijn de lange houdbaarheid/ lange bloeiduur en de makkelijke verzorging. Het derde als positief ervaren punt is het feit dat potanthurium een plant is met mooie kleuren (minder vaak genoemd door Nederlandse detaillisten).

Gemiddeld vindt een kwart van de detaillisten dat potanthurium geen negatieve aspecten kent (in Nederland vindt 14% van de detaillisten dat, in Duitsland en Groot-Brittannië is dat een derde). Het meest genoemde zwakke punt van de potanthurium is het feit dat ze slecht tegen kou kunnen (door relatief veel Nederlandse detaillisten genoemd). In Frankrijk wordt vooral gezegd dat ze niet (of lastig) voor de tweede keer in bloei komen. De (te) hoge prijs is een ander zwak punt, vooral in Nederland genoemd.

8.4 Overdracht productinformatie vooral via steeketiketten

Gemiddeld genomen geven de Nederlandse bloemisten en tuincentra aan dat zij via drie verschillende "kanalen" informatie over potanthurium ontvangen: steeketiketten, vakbladen en via de hoes of via de bedrukte pot. In de andere drie landen komt de detaillist met twee verschillende manieren van informatieverstrekking in aanraking. In Frankrijk en Duitsland is dat vooral via steeketiketten en via vakbladen, in Groot-Brittannië komt daar voor een deel de plantenhoes nog bij.

Eigenlijk vindt de detaillist maar één soort informatie belangrijk bij de inkoop: informatie voor de consument over de verzorging en over de standplaats.

Over het algemeen zijn de detaillisten redelijk tevreden over de verstrekte productinformatie.

8.5 Potanthurium scoort goed op houdbaarheid en bloeiduur, minder op prijs

Overall gezien krijgt potanthurium op een schaal van 1 tot 100, 75 punten (een 7,5 in rapportcijfers) en blijkt 11% van de detaillisten 50 punten of minder te geven (is niet tevreden). In Groot-Brittannië behaalt potanthurium de hoogste score: 78 punten (slechts 9% van de detaillisten is niet tevreden). In Frankrijk scoort Potanthurium met 75 punten relatief goed (13% van de detaillisten is niet tevreden). Duitse bloemisten geven gemiddeld 76 punten, waarbij 13% van de detaillisten niet tevreden is. Nederlandse detaillisten zijn het minst tevreden (hoewel ook nog steeds een goede beoordeling): het overall gemiddelde komt uit op 73 punten en 11% van de Nederlandse detaillisten geeft 50 punten of lager.

De tevredenheid is het laagst op het aspect 'prijs' (gemiddeld 62 punten waarbij ruim een derde van alle bloemisten en tuincentra 50 punten of lager geeft). Bloeiduur en houdbaarheid komen hoger uit dan het totaaloordeel.

Over de 7 aspecten heen valt op dat de Franse detailhandelaren lager scoren dan de detaillisten in de andere landen. Vooral wat betreft de aspecten 'prijs' en 'diversiteit assortiment' scoren de Franse detaillisten lager. Het grootste verschil tussen de hoogste en de laagste score wordt aangetroffen op het aspect 'prijs', tussen Frankrijk (58 punten) en Groot-Brittannië (67 punten).

8.6 Verbetering ten aanzien van diversiteit assortiment en prijs noodzakelijk

Wanneer de verschillende aspecten gerangschikt worden naar de mate van impact op het totaaloordeel, vinden de Nederlandse bloemisten en tuincentra 'diversiteit assortiment' en 'kwaliteit' het belangrijkste (heeft de grootste impact op de score van het totaaloordeel). De impact gecombineerd met de tevredenheid geeft inzicht in welke aspecten direct verbeterd moeten worden om de tevredenheid bij bloemisten en tuincentra ten aanzien van potanthurium te verhogen. De Nederlandse detaillisten geven twee aspecten een hoge prioriteit om te verbeteren: 'diversiteit assortiment' en 'prijs'.

Voor de Duitse detaillisten is de 'houdbaarheid' van de potanthurium essentieel. Dit aspect scoort hoger dan gemiddeld en hoeft dus niet direct verbeterd te worden. Duitse detaillisten vinden wel dat 'diversiteit assortiment' en 'prijs' direct aangepakt moeten worden.

In Frankrijk zijn 'kwaliteit' en 'houdbaarheid' in de ogen van de detaillisten zeer belangrijk. De combinatie impact en tevredenheid geeft echter voor geen van de aspecten de hoogste prioriteit om te verbeteren.

In Groot-Brittannië wordt het aspect 'kwaliteit' als essentieel gezien door de lokale bloemen-detailhandel. Aangezien de tevredenheid op dit aspect boven het gemiddelde uitkomt, dient dit aspect niet direct verbeterd te worden. Eén ander aspect valt wel in het kwadrant van hoge prioriteit: 'diversiteit assortiment'.

8.7 Imago potanthurium is sterk

Het imago van potanthurium is over het algemeen goed te noemen: de plant is zeer geschikt als cadeau en heeft een exotische uitstraling, vergt weinig verzorging en valt op door zijn bijzondere vormen.

Het imago van de potanthurium is het meest positief in Groot-Brittannië. Vooral de Britse detaillisten vinden dat de plant opvalt door zijn bijzondere vormen. In hun ogen is de plant zeker niet ouderwets, eerder trendy en exotisch.

Ook de Franse detaillisten zijn vrij positief over het imago van de potanthurium. Opvallend is dat de plant in Frankrijk zeker niet als alledaags wordt gezien (wat in de andere landen wel wat vaker voorkomt). Daarentegen staat de potanthurium in Frankrijk niet echt te boek als een trendy plant.

Dat laatste geldt zeker voor de Duitse detaillisten. Bovendien hebben de Duitse detaillisten wat meer twijfels over het al dan niet ouderwets zijn van de potanthurium. Al met al zijn ze het minst positief over het imago van de potanthurium.

In Nederland tenslotte is men positief over het imago van de potanthurium, maar iets gematigder dan de Britse en Franse detaillisten.

Bijlage A TOELICHTING SEGMENTEN

Segmentatie bloemen- en plantendetaillisten

De segmentatie van de bloemen- en plantendetaillisten is gebeurd op basis van een clusteranalyse. Uit deze analyse is een vijfclusteroplossing naar voren gekomen. Deze vijf segmenten hebben de volgende namen gekregen:

- Commerciëlen – exclusief ingesteld (22%)
- Kwaliteitsgerichten – adviesgericht (20%) gaandeweg kwaliteitsgerichten genoemd
- Volgers – marktgericht (21%) gaandeweg marktvolgers genoemd
- Prijskopers – volgend (22%)
- Passieven – niet vernieuwingsgezind (16%)

Bij de uitsplitsing naar de vier landen blijken er verschillen te bestaan tussen de clusters. De Nederlandse detaillisten zijn oververtegenwoordigd in cluster 5 (de passieven), maar ook bij de kwaliteitskopers is Nederland redelijk sterk vertegenwoordigd. De Duitse detaillisten zijn vooral te omschrijven als volgers (cluster 3) en commerciële detaillisten (cluster 1). Onder de Franse detaillisten bevinden zich veel kwaliteitskopers (cluster 2), terwijl de Britse detaillisten vooral zijn te omschrijven als commerciële detaillisten (cluster 1) en prijskopers (cluster 4).

De **commerciëlen** – exclusief ingesteld – gebruiken veel nieuwe soorten en streven naar exclusiviteit. Men heeft een breed assortiment en deze detaillisten zijn zeer gevoelig voor trends. Ze spelen hier veel op in en veranderen vaak de inrichting van de winkel. Kenmerkende eigenschappen van de commerciële detaillisten zijn dat zij kansen zien voor milieuvriendelijke producten, de zakelijke markt en cadeauartikelen. Het is ook de groep die het meest deelneemt aan cursussen, congressen en trainingen.

De **kwaliteitsgerichten** – adviesgericht – letten bij de inkoop erg op de kwaliteit en veel minder op de prijs. Net als de commerciële bloemisten zijn de kwaliteitskopers vernieuwingsgezind en ervan overtuigd dat advies geven aan klanten uiteindelijk geld oplevert. Voor milieuvriendelijke producten ziet men geen kansen en ook voor de zakelijke markt ziet men minder kansen dan de andere clusters. De kwaliteitskopers hebben het breedste assortiment.

De **marktvolgers** – marktgericht – hebben minder vaak groene en bloeiende kamerplanten in het assortiment. Voor deze groep zijn de meerjarige tuinplanten belangrijker dan bij de andere clusters. De volgers zijn matig vernieuwingsgezind. Ook al streeft men wel naar een exclusief assortiment, men verandert niet snel de zaak bij nieuwe trends. De zakelijke markt ziet men wel als kansrijk, maar cadeauartikelen weer niet.

De **prijskopers** – volgend – letten bij de inkoop sterk op de prijs en minder op de kwaliteit. Ook de klantenkring wordt vooral als prijsbewust omschreven. Ook al wil men wel inspelen op nieuwe trends, men past niet snel het assortiment of de winkel aan. Deze groep is daarnaast het overzicht in het assortiment kwijt. De prijskopers hebben een smal assortiment.

De **passieven** – niet vernieuwingsgezind – gebruiken bij voorkeur zo min mogelijk nieuwe soorten. Ook speelt men niet in op nieuwe trends en streeft men niet naar exclusiviteit. De passieven nemen weinig deel aan cursussen, trainingen of congressen.