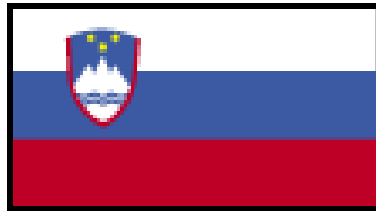


# MARKTMONITOR 2008

SNIJBLOEMEN EN POTPLANTEN

## SLOVENIË

Rapportnummer: PT 2008 -



Auteurs:	
Bloemenbureau Holland	Productschap Tuinbouw
Deborah van Geest	Frederieke Vermeer
Areamanager	Afdeling marktonderzoek
...maand... 2008	

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.

Bloemenbureau Holland, Schipholweg 1, 2316 XB LEIDEN, tel.nr. 071-5659565,  
e-mail: [info@flowercouncil.org](mailto:info@flowercouncil.org) internet site: [www.flowercouncil.org](http://www.flowercouncil.org)

Productschap Tuinbouw, Postbus 280, 2700 AG ZOETERMEER, tel.nr. 079-3470707,  
e-mail: [smt@tuinbouw.nl](mailto:smt@tuinbouw.nl) internet site [www.tuinbouw.nl](http://www.tuinbouw.nl)

# INHOUDSOPGAVE

<b>SAMENVATTING</b> .....	<b>1</b>
<b>1 INLEIDING</b> .....	<b>3</b>
<b>2 ALGEMEEN</b> .....	<b>4</b>
2.1 DEMOGRAFISCHE FACTOREN.....	5
2.2 CULTUREEL MAATSCHAPPELIJKE ONTWIKKELINGEN.....	10
2.3 ECONOMISCHE FACTOREN.....	11
2.4 POLITIEKE FACTOREN.....	15
<b>3 MARKTOMVANG EN -STRUCTUUR</b> .....	<b>17</b>
3.1 TOTALE MARKTOMVANG SNIJBLOEMEN EN KAMERPLANTEN.....	17
3.2 CONSUMPTIE PER HOOFD VAN DE BEVOLKING.....	18
<b>4 CONSUMENT</b> .....	<b>19</b>
4.1 BETEKENIS VAN BLOEMEN EN PLANTEN.....	19
4.2 KOOPGEDRAG.....	19
4.3 BESTEDINGEN.....	20
4.4 PRIJSONTWIKKELING.....	20
4.5 KOOPFREQUENTIE.....	21
4.6 ASSORTIMENT.....	21
4.7 AANKOOPGELEGENHEID.....	21
4.8 LEEFTIJD.....	22
<b>5 BEDRIJVENMARKT</b> .....	<b>23</b>
<b>6 DETAILHANDEL</b> .....	<b>24</b>
6.1 ALGEMENE MARKTAANDELEN.....	24
6.2 BLOEMIST.....	25
6.3 GROOTWINKELBEDRIJF.....	26
6.4 MARKT.....	27
<b>7 GROOTHANDEL</b> .....	<b>28</b>
<b>8 IMPORT EN EXPORT</b> .....	<b>29</b>
8.1 IMPORT.....	29
8.2 EXPORT.....	33
<b>9 LOKALE PRODUCTIE</b> .....	<b>34</b>
<b>BIJLAGE I - ZAKELIJKE GEDRAGSCODE</b> .....	<b>37</b>
<b>BIJLAGE II - FYTOSANITAIRE VOORSCHRIFTEN, INVOERBEPALINGEN EN BTW ...</b>	<b>38</b>
<b>BIJLAGE III - BELANGRIJKE BLOEMEN- EN FEESTDAGEN IN SLOVENIË</b> .....	<b>39</b>
<b>BIJLAGE IV - BEURZEN</b> .....	<b>40</b>
<b>BIJLAGE V - INTERESSANTE ADRESSEN</b> .....	<b>41</b>
<b>BIJLAGE V -MARKTONDERZOEKEN</b> .....	<b>45</b>

---

## **SAMENVATTING**

### **Algemeen**

Al jaren heeft Slovenië een stabiele bevolking; in de afgelopen 10 jaar is de populatie nauwelijks gewijzigd. Het aantal huishoudens is wel toegenomen. Redenen hiervoor zijn het kleiner worden van de gezinnen en de toenemende vergrijzing. Slovenië is een land met weinig steden en met name kleine steden. Circa 16% van de bevolking woont in Ljubljana en ruim 7% woont in Maribor.

### **Marktomvang**

De markt voor snijbloemen en kamerplanten kwam in 2005 naar schatting uit op een waarde van bijna 89 miljoen euro. Hiervan kwam 52 procent voor rekening van snijbloemen en 48 procent voor kamerplanten. De consumptie per hoofd van de bevolking ligt voor zowel bloemen als voor planten op een hoog niveau. In totaal kocht een inwoner van Slovenië in 2005 per jaar voor ongeveer 23,- euro aan snijbloemen en voor ruim 21 euro aan planten.

### **Consument**

Het percentage kopers van snijbloemen ligt in Slovenië op een hoog niveau in vergelijking met West-Europese landen. In 2004 was dit voor snijbloemen 65% en voor kamerplanten 68%. Ter vergelijking de penetratiegraad in 2004 in Nederland met betrekking tot snijbloemen was 56% en voor kamerplanten was dit 51%. In Duitsland was de penetratiegraad in 2004 voor snijbloemen 58% en voor kamerplanten (algemeen) 46%.

### **Bedrijvenmarkt**

In Sloveense bedrijven worden bijna geen snijbloemen gebruikt, potplanten daarentegen komen redelijk vaak voor. Hotels vormen hierop een uitzondering, deze willen dagelijks verse snijbloemen. Bedrijven kopen vaak geen snijbloemen omdat deze te duur zijn en/of omdat de gewoonte (nog) niet bestaat.

### **Detailhandel**

De bloemist is als aankoopkanaal voor snijbloemen en kamerplanten nog steeds het belangrijkste. De Sloveense bloemendetailhandel bestaat uit een distributienetwerk van vele kleinschalig opgezette verkooppunten. Het overgrote deel van de verkooppunten zijn bloemenwinkels. Daarnaast is er verkoop van bloemen en planten op de markt en in tuincentra. De verkoop van snijbloemen en/of

---

kamerplanten via supermarkten en bouwmarkten is nog beperkt, maar groeit. Deze kanalen worden wel als bedreiging gezien.

### **Groothandel**

Slovenië kent geen groothandelsmarkt; kwekers verkopen rechtstreeks aan de groothandel of aan de detailhandel. Na 1991 heeft de groothandel zich snel ontwikkeld. Van het handjevol grote importeurs is een tweetal als privé-onderneming ontstaan. De rest is van voormalig staats (productie) bedrijf naar privé-onderneming omgevormd. Naar schatting zijn zo'n 40 serieuze groothandelsbedrijven actief in de bloemkwekerijsector.

### **Import en export**

Nederland is verreweg de belangrijkste exporteur op het gebied van de snijbloemen- en kamerplantenexport naar Slovenië. In 2005 werd voor ruim 15 miljoen euro vanuit Nederland naar Slovenië geëxporteerd. De export van snijbloemen en planten naar Slovenië is gestegen ten opzichte van het voorgaande jaar.

### **Lokale productie**

In 2003 heeft er een landbouwtelling plaatsgevonden. De volgende landbouwtelling zal dit jaar plaatsvinden. In Slovenië wordt op kleine schaal bloemen en planten geproduceerd. De voornaamste teelten van potplanten zijn geraniums, begonia's en viooltjes. De voornaamste teelt van snijbloemen zijn chrysanten, rozen, gladiolen en anjers.

---

## 1 INLEIDING

Actuele informatie over afzetmarkten is van groot belang bij het bepalen van een afzetvisie en een strategie voor de toekomst. In de Marktmonitor Slovenië is geprobeerd een zo compleet mogelijk beeld te geven van ontwikkelingen binnen de productie en afzet van sierteeltproducten in dit land. Voorheen was deze informatie versnipperd te vinden in de landennota van het Bloemenbureau Holland en marktonderzoeksrapporten van het Productschap Tuinbouw. De Marktmonitor Slovenië is een gezamenlijke uitgave van Bloemenbureau Holland en het Productschap Tuinbouw.

Voor het in kaart brengen van de ontwikkelingen op de Sloveense markt is gebruik gemaakt van verschillende bronnen. Helaas leiden verschillende bronnen vaak tot verschillende gegevens. In de Marktmonitor is op basis van de expertise en kennis van de Sloveense markt bij het Bloemenbureau Holland en het Productschap Tuinbouw hierin keuzes gemaakt. Als u vragen of opmerkingen heeft over de Marktmonitor kunt u contact opnemen met de areamanager Slovenië bij het Bloemenbureau Holland of de afdeling Marktonderzoek van het Productschap Tuinbouw.

### **Bloemenbureau Holland**

t.a.v. Mw. D. van Geest  
Schipholweg 1  
2316 XB Leiden  
T +31 (0) 71 - 565 95 65  
F +31 (0) 71 - 565 95 55  
d.vangeest@flowercouncil.org  
www.flowercouncil.org

### **Productschap Tuinbouw**

t.a.v. Mw. F. Vermeer  
Postbus 280  
2700 AG Zoetermeer  
T +31 (0) 79 – 34 707 07  
F +31 (0) 79 – 34 704 04  
f.vermeer@tuinbouw.nl  
www.tuinbouw.nl

Op het extranet van Bloemenbureau Holland of op de website van het Productschap Tuinbouw kunt u de belangrijkste informatie uit deze en andere marktmonitoren nog eens nalezen.

---

## 2 ALGEMEEN

Slovenië is één van de kleinere landen in Europa met een oppervlakte van ongeveer de helft van Nederland (20.273 km<sup>2</sup>). Slovenië vormde het noordelijke gedeelte van het voormalige Joegoslavië. Over een afstand van bijna 47 kilometer grenst het land in het westen aan de Adriatische Zee; zo heeft het een uitweg naar de Middellandse Zee. Verder grenst Slovenië aan Italië, Oostenrijk, Hongarije en Kroatië.

**Figuur 2.0**     *Kaart Slovenië*

---



*Bron: CIA*

Afgezien van de smalle, vrijwel vlakke kuststrook aan de Adriatische zee bestaat het Sloveense landschap in het noordwesten uit een voortzetting van de Italiaanse Alpen, die in oostelijke richting snel in hoogte afnemen en overgaan in een heuvelachtig landschap met brede valleien en talloze rivieren. Het hoogste punt van het land is de berg Triglav (2.864 m), vlakbij de grens met Italië. De hoofdstad Ljubljana ligt in het centrale deel van het land.

Het klimaat in Slovenië wordt bepaald door Mediterrane, Alpine en continentale factoren. De kuststrook heeft een Mediterraan klimaat, terwijl het binnenland een landklimaat kent met milde tot hete zomers en koude winters. De temperaturen kunnen in het binnenland dan ook variëren van -20°C in de winter voor de bergachtige gedeeltes, tot 35°C in de zomer in de oostelijk gelegen vlaktes en valleien.

---

## 2.1 Demografische factoren

### 2.1.1 Prognose en ontwikkeling aantal inwoners

Slovenië beslaat een oppervlakte van 20.273 vierkante kilometer. Begin 2005 telde Slovenië 2 miljoen inwoners. Dit betekent een gemiddelde bevolkingsdichtheid van 99 personen per vierkante kilometer. Al jaren heeft Slovenië een stabiele bevolking; de populatie is nauwelijks gewijzigd. Het aantal huishoudens is wel toegenomen.

*Tabel 2.1.1.1 Prognose en ontwikkeling van het aantal inwoners (miljoen)*

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006*	2007*	2010*
<b>Aantal inwoners</b>	1.978	1.988	1.990	1.994	1.996	1.998	2.000	2.003	2.006	2.015

Bron: Euromonitor 2006

\*prognose Statistical office Slovenia

De verwachting is dat het aantal personen gestaag zal groeien in de komende jaren, echter grote veranderingen zullen zich niet voordoen.

Het aantal gezinnen met één kind neemt de laatste jaren toe. Daarnaast is ook een trend waarneembaar dat jongeren eerder het ouderlijk huis verlaten.

*Tabel 2.1.1.2 Aantal huishoudens (x1000)*

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Aantal huishoudens</b>	659	663	667	672	676	638	690	694

Bron: Euromonitor 2006

### 2.1.2 Leeftijdsopbouw

Ondanks dat de populatie in Slovenië qua omvang niet veel verandert, verandert hij wel qua opbouw. Net als veel landen in Europa en met name Oost-Europa vergrijsd de bevolking van Slovenië. In het geval van Slovenië is het vooral de werkende bevolking en ouderen die toenemen en de categorie jongeren die afneemt. In Slovenië bevindt zich ruim 70% van de bevolking in de leeftijdscategorie 15-64 jaar oud. Circa 15% van de bevolking was in 2005 ouder dan 65 jaar.



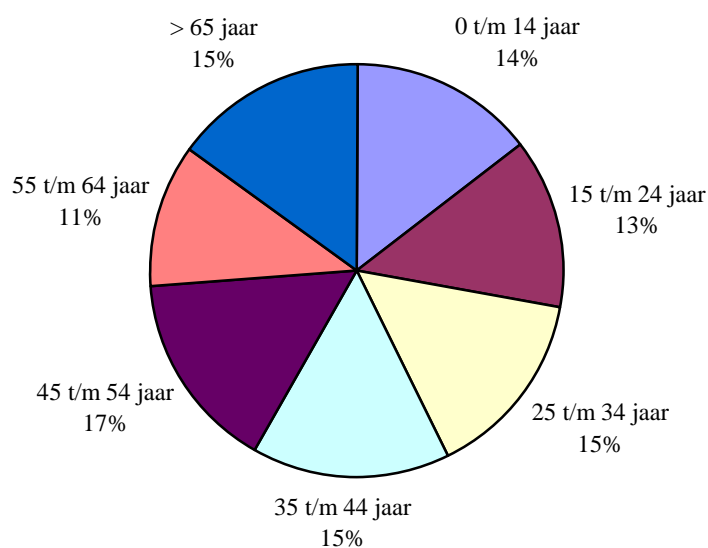
**Tabel 2.1.2.1** Bevolkingsopbouw naar leeftijd in procenten

Leeftijdscategorie	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
0 - 14 jaar	17,0	16,6	16,1	15,7	15,4	15,0	14,6	14,0
15 - 64 jaar	69,8	69,8	70,0	70,1	70,1	70,3	70,4	70,6
65 jaar en ouder	13,2	13,6	13,9	14,2	14,5	14,8	15,1	15,4

Bron: Finse site "World in Figures & Euromonitor 2006"

Uitgesplitst naar de verschillende leeftijdsgroepen, is het volgende beeld zichtbaar. In de verschillende leeftijdscategorieën bevindt zich zo'n 15% van de bevolking. Echter in de klasse 55-64 jaar is dit percentage met 11% iets lager en in de groep 45-54 jaar ligt dit percentage iets hoger.

**Figuur 2.1.2.2** Leeftijdsoopbouw in Slovenië op 1 januari 2005



Bron: Euromonitor2006

---

### 2.1.3 Belangrijkste steden

Slovenië is een land met weinig steden en met name kleine steden. Circa 16% van de bevolking woont in Ljubljana en ruim 7% woont in Maribor, die daarmee de grootste steden van Slovenië zijn.

*Tabel 2.1.3.1 Voornaamste steden en aantal inwoners 2005*

<b>Stad</b>	<b>Aantal inwoners</b>
Ljubljana	321.300
Maribor	141.700
Kranj	74.500
Ptuj	65.700
Celje	61.600

*Bron: Economic Intelligence Unit*

De bevolking lijkt wel steeds meer naar de steden Ljubljana en Maribor te trekken. De delen van Slovenië die verder van de stad liggen, kennen een bevolkingsafname.

#### 2.1.4 Beroepsbevolking

De beroepsbevolking in Slovenië kent een afname de afgelopen jaren. Het aantal werkende personen schommelt de afgelopen jaren, maar kwam in 2004 uit op 900.000

*Tabel 2.1.4.1 Beroepsbevolking*

	<b>Beroeps- bevolking (x 1.000)</b>	<b>Aantal werkende mensen (x 1.000)</b>	<b>Percentage van beroeps- bevolking</b>	<b>Percentage van totale bevolking</b>	<b>Percentage van totale bevolking in Nederland</b>
<b>1999</b>	963	892	92,6	48,6	50,2
<b>2000</b>	1000	894	89,4	50,3	50,6
<b>2001</b>	972	914	94,0	48,8	50,8
<b>2002</b>	981	922	94,0	49,2	51,3
<b>2003</b>	959	896	93,4	48,1	48,1

*Bron: Statistics Slovenia van Finse site "World in figures".*

De vrouwelijke beroepsbevolking bestond in 2003 uit zo'n 440.000 personen; ruim 46% van de totale beroepsbevolking.

*Tabel 2.1.4.2 Vrouwelijke beroepsbevolking*

	<b>Vrouwelijke beroeps- bevolking (x1000)</b>	<b>% van totale beroepsbevolking</b>	<b>% van totale bevolking</b>
<b>1999</b>	444	45,8	22,4
<b>2000</b>	465*	46,5	23,6*
<b>2001</b>	445	46,5	22,6
<b>2002</b>	451	46,6	23,0
<b>2003</b>	440	46,4	22,6

*Bron: Statistics Slovenia van Finse site "World in figures".*

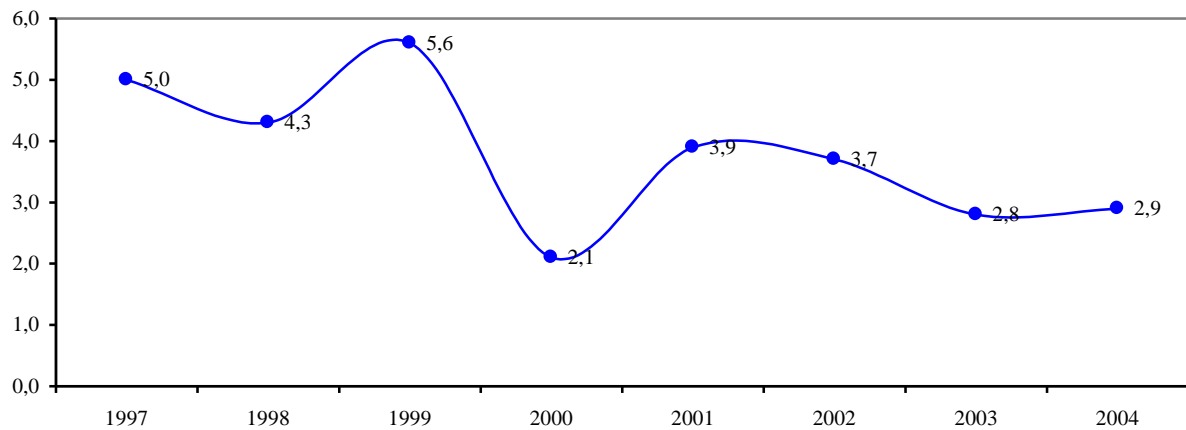
*\* inschatting PT*

---

### 2.1.5 Besteedbaar inkomen

De groei van het besteedbaar inkomen schommelt enigszins door de jaren heen. In 2000 is de laagste groei behaald van 2,1%. Vanaf 2001 lijkt de groei weer toe te nemen, echter ook nu is er weer een afname in de groei zichtbaar. In 2004 is er een lichte stijging zichtbaar ten opzichte van 2003.

**Figuur 2.1.5.1** *Groei besteedbaar inkomen*



*Bron: Statistical Office of the Republic of Slovenia*

---

### 2.1.6 Uitgavenpatroon

Aan uitgaven is er ten opzichte van voorgaande jaren niet veel veranderd. Sommige categorieën zijn snel gestegen, anderen hebben een veel minder hoog stijgingspercentage. Voedingsmiddelen en dranken, huisvesting en transport zijn relatief hoge kostenposten voor de Sloveense bevolking. Echter ook aan amusement, vrije tijd en cultuur wordt relatief gezien aardig wat besteed.

**Tabel 2.1.6.1** *Uitgavenpatroon in miljoenen dollars en euro's en in procenten*

	<b>2004</b> <b>in miljoenen dollars</b>	<b>2004</b> <b>in miljoenen euro's</b>	<b>Percentage 2004</b>
Voedingsmiddelen & dranken	3244,1	2608	17,4
Alcoholische dranken & tabak	845,7	680	4,5
Kleding & schoeisel	1260,5	1013	6,8
Huisvesting	3282,2	2639	17,6
Woninginrichting en huish. app.	945,5	760	5,1
Gezondheidszorg	465,4	374	2,5
Transport	3249,9	2613	17,4
Communicatie	347,5	279	1,9
Vrije tijd, amusement en cultuur	2005,9	1613	10,8
Onderwijs / studie	240,8	194	1,3
Hotels & cafés	1368,6	1100	7,3
Overige	1370,8	1102	7,4

*Bron: Euromonitor 2006*

## 2.2 Cultureel maatschappelijke ontwikkelingen

Sinds Slovenië zich in 1991 zonder geweld los heeft geworsteld van de unie van Joegoslavië, heeft het land zich in snel tempo ontwikkeld tot het meest welvarende Midden-Europese land. Landen, zoals Polen en Tsjechië die eerder van het communisme bevrijd waren, waren als voorbeeld voor Slovenië. Deze landen stelden de markt direct open voor multinationals. Hierdoor kregen zij minder kansen om een eigen bedrijfsstructuur op te richten. Slovenië heeft daarom eerst de grenzen dichtgehouden voor deze bedrijven. Pas toen de eigen bedrijven zich hadden gereorganiseerd naar westers model ging de markt echt open. Multinationals moesten nu concurreren met sterke lokale concurrenten.

---

Dankzij de gunstige ligging van Slovenië, met veel buurlanden, haar toeristische troeven zoals het meer van Bled, de wintersportgebieden en de befaamde grotten van Postonja, trekt Slovenië het grootste aantal toeristen van alle delen van ex-Joegoslavië. Het verblijfstoerisme is dan ook een belangrijke vorm van inkomsten. Behalve de hotels doet ook de huizenmarkt het goed in Slovenië; veel Oostenrijkers en Duitsers kopen een tweede woning in het mooie en goedkope (buur) land.

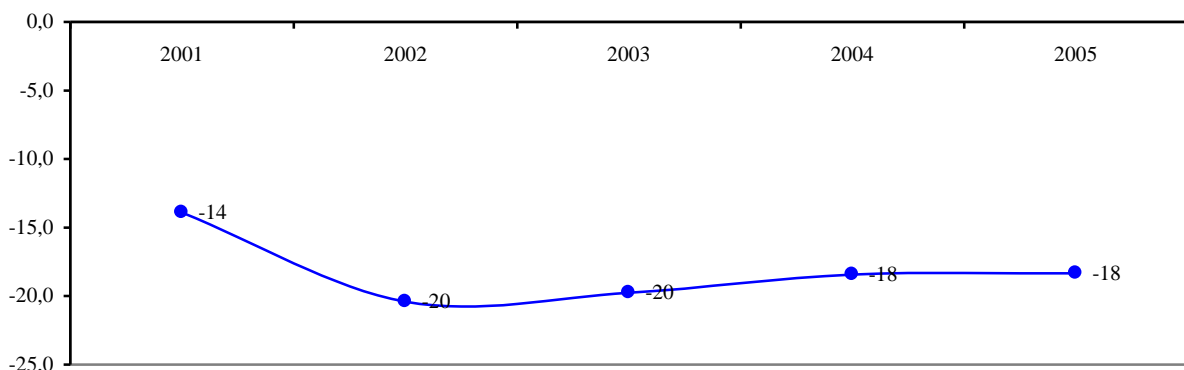
De gemiddelde Sloveen is hoog opgeleid, zelfverzekerd en afwachtend. Slovenië heeft een groot potentieel en met de goede sturing is het mogelijk om Slovenië in relatief korte tijd naar de zelfde mate van rijkdom te verheffen als de noordwestelijke burens Noord-Italië, Oostenrijk en Zwitserland. De middelen waarmee men dit vooral hoopt te bereiken, is zo weinig mogelijk industrie en zoveel mogelijk toerisme. Slovenië heeft al een hoge mate van rijkdom ontwikkeld, het land ligt economisch al bijna op hetzelfde niveau als Griekenland en Portugal.

## 2.3 Economische factoren

### 2.3.1 Consumentenvertrouwen

Het consumentenvertrouwen van de Slovenen is laag. Dit komt door de vele veranderingen van de afgelopen jaren. Veel mensen hebben het gevoel erop achteruit te zijn gegaan. Dit verklaart enigszins waarom het vertrouwen zo laag ligt. Vanaf 2004 trekt de indicator enigszins aan, maar dit gaat gestaag en het feit blijft dat het vertrouwen laag is.

**Figuur 2.3.1.2** Gemiddelde consumentenvertrouwenindicator



Bron: Rabobank

### 2.3.2 Bruto Nationaal Product

Het Sloveense Bruto Nationaal Product is in 2005 naar schatting ruim \$35 miljard. In de laatste vier jaar is het cijfer met ruim \$15 miljard gegroeid. Voor de komende jaren wordt verdere groei verwacht. De cijfers zijn ook weergegeven in euro's, maar door de koerswisseling van de euro ten opzichte van de dollar geeft dit een iets ander beeld weer.

**Tabel 2.3.2.1** BNP (x \$ - euro mln.)

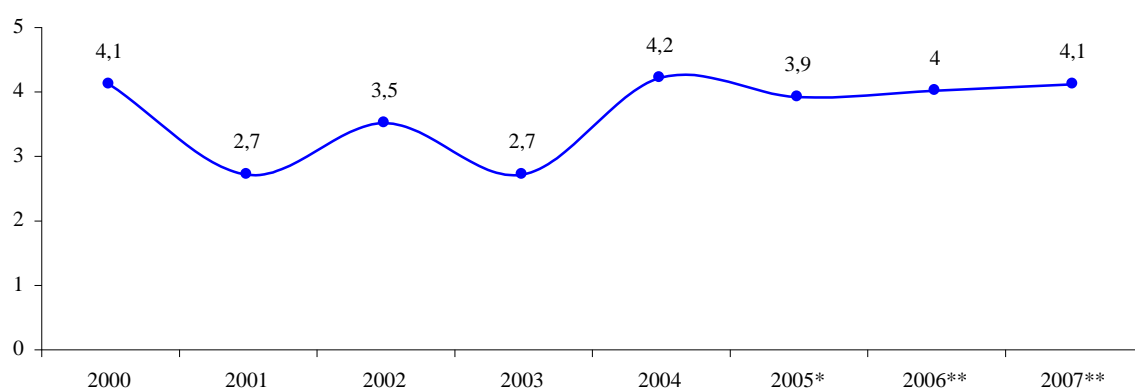
	2001	2002	2003	2004	2005*	2006**	2007**
<b>BNP \$</b>	19.772	22.291	28.069	32.494	35.282	37.220	41.718
<b>BNP €</b>	22.411	20.052	17.261	17.654	22.582	27.919 <sup>1</sup>	29.701 <sup>2</sup>

Bron: The Economic Intelligence Unit

\* Schatting

\*\* Prognose

**Figuur 2.3.2.2** Groei van het Bruto Nationaal Product %



Bron: The Economic Intelligence Unit

\* Schatting

\*\* Prognose

Sinds de onafhankelijkheid is het economisch beleid van de Sloveense overheid erop gericht geweest de economie te stabiliseren en de inflatie terug te dringen. Toen Slovenië in 1991 uit de Joegoslavische federatie trad, had dit een aantal consequenties tot gevolg. Niet alleen betekende dit dat de directe invloed van de staat op de economische bedrijvigheid sterk afnam, maar ook dat het hele stelsel van gesubsidieerde prijzen langzaam maar zeker moest worden losgelaten. Inmiddels is Slovenië toegelaten tot de Europese Unie. Dit betekent dat Slovenië voldoet aan de criteria die hiervoor door de EU zijn gesteld.

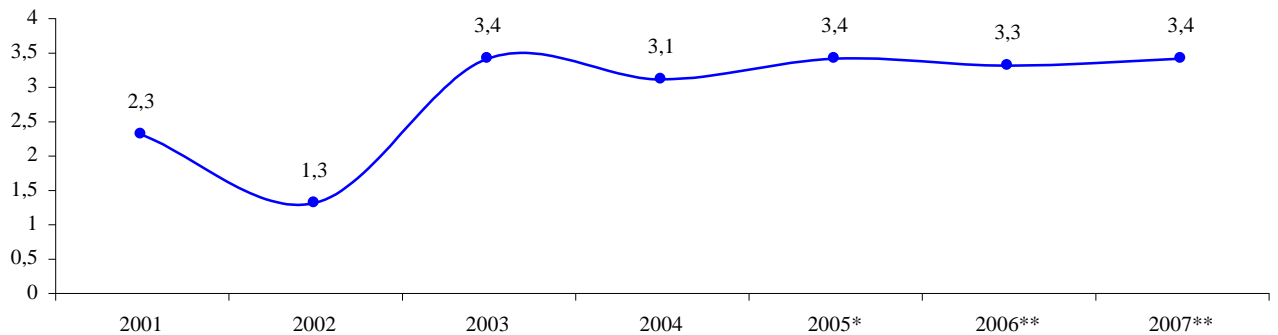
<sup>1</sup> Bij de berekening naar euro's is dezelfde wisselkoers aangehouden als in 2005

<sup>2</sup> Bij de berekening naar euro's is dezelfde wisselkoers aangehouden als in 2005

### 2.3.3 Particuliere consumptie

Na een forse stijging van de particuliere consumptie in 2003, is deze de laatste jaren aan het stabiliseren rond de 3-3,5%. De verwachting is dat ook voor de komende jaren deze groei rond dit percentage zal liggen.

**Figuur 2.3.3.1** Groei particuliere consumptie %



Bron: *The Economic Intelligence Unit*

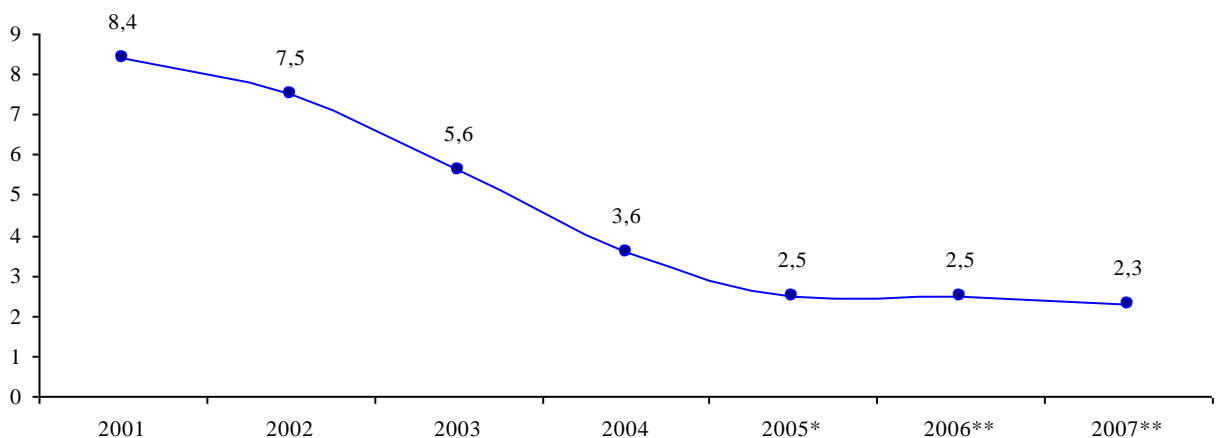
\* *Schatting*

\*\* *Prognose*

### 2.3.4 Inflatie

De inflatie in Slovenië neemt sinds 2001 af. Bedroeg de inflatie in 2001 nog 8,4%; in 2005 is dit percentage gedaald tot 2,5%. Ook voor de toekomst wordt een verdere afname van het inflatiecijfer verwacht, tot een percentage van 2,3% in 2007.

**Figuur 2.3.4.1** Inflatie



Bron: *The Economic Intelligence Unit*

\* *Schatting*

\*\* *Prognose*



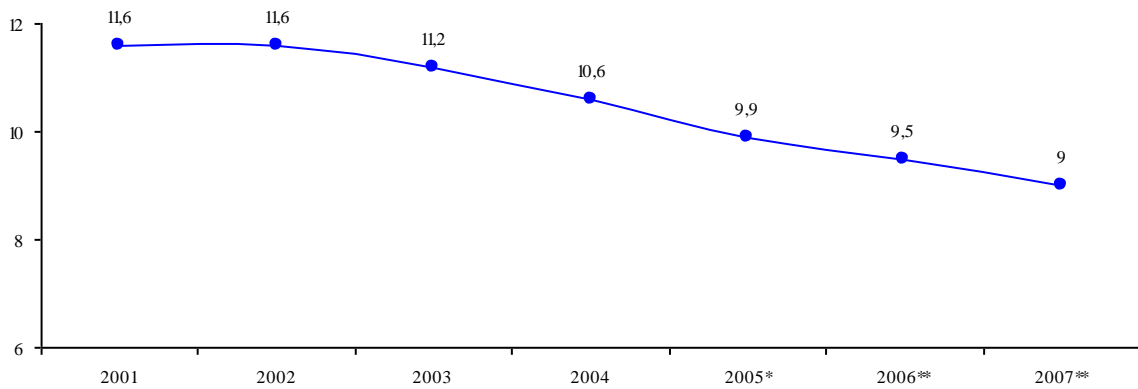
---

### 2.3.5 Werkloosheid

In het begin van de negentiger jaren piekte de werkloosheid in Slovenië. Er stonden bijna 140.000 personen geregistreerd als werkloos. Vanaf dat moment daalde de werkloosheid, echter in de jaren '97-'98 nam de werkloosheid weer iets toe. Doordat het aantal werknemers echter sneller toenam dan de werkgelegenheid, daalde de werkloosheid minder dan verwacht. Het werkloosheidspercentage lag naar schatting in 2005 op 9,9%. Deze daling wordt ook in de nabije toekomst geprognosticeerd

**Figuur 2.3.5.1**      *Werkloosheid*

---



---

Bron: *The Economic Intelligence Unit*

\* *Schatting*

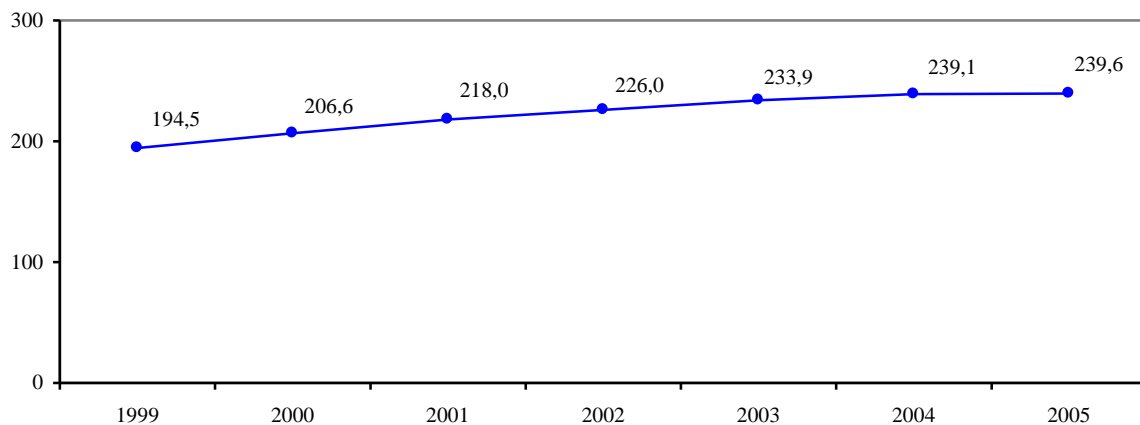
\*\* *Prognose*

---

### 2.3.6 Valuta

In 2003 was de gemiddelde waarde van 100 Tolar ongeveer 0,428 euro. Sinds de introductie van de Tolar in oktober 1991 wordt de waarde ervan in principe bepaald door vraag en aanbod. De gemiddelde waarde van de Tolar is sinds die tijd geleidelijk gedaald. Deze daling was het sterkst in het begin van de jaren negentig, aangezien de inflatie in Slovenië toen nog zeer hoog was. Vanaf 1994 heeft de koers zich gestabiliseerd. In onderstaande figuur is het aantal tolars per euro zichtbaar.

**Figuur 2.3.6.1** Wisselkoers SIT ten opzichte van de euro



Bron: DNB 2006

### 2.4 Politieke factoren

Slovenië is een parlementaire republiek met als staatshoofd een president. De president heeft een voornamelijk ceremoniële functie en is opperbevelhebber van de strijdkrachten. Hij wordt gekozen in directe verkiezingen voor ten hoogste twee vijfjarige ambtstermijnen. In de grondwet is de scheiding van wetgevende, uitvoerende en rechterlijke macht vastgelegd.

Aan het hoofd van de regering staat een premier, genomineerd door de president. De Eerste Kamer (Parlement), bestaande uit 90 leden en wordt via directe verkiezingen gekozen. De Tweede Kamer (de Nationale Raad) bestaat uit 40 afgevaardigden van belangengroepen. De Nationale Raad heeft een beperktere functie dan het parlement, zij kan slechts heroverweging van wetgeving verzoeken.

Bij de parlamentsverkiezingen van 3 oktober 2004 werd de nationaal conservatieve Sloveense Democratische Partij (SDS) met 29% van de stemmen de sterkste partij. De sinds twaalf jaar

---

regerende Liberaal Democratische Partij (LDS) onder leiding van premier Anton Rop, die Slovenië succesrijk in de EU en Nato geloodst heeft, moest een verlies van 36% naar 23% incasseren.

Janez JANSKA (SDS) staat als nieuwe premier aan het hoofd van een regering bestaande uit 4 partijen, waarvan drie tot de rechts, conservatieve vleugel behoren, (SDS, NSi en SLS) en één linkse (DeSUS - Partij van gepensioneerden). De regeringspartijen hebben een meerderheid met 49 van de 90 zetels in het parlement. De samenstelling van de regering, werd door het parlement bekrachtigd op 3 december 2004.

### 3 MARKTOMVANG EN -STRUCTUUR

#### 3.1 Totale marktomvang snijbloemen en kamerplanten

De markt voor snijbloemen en kamerplanten kwam in 2005 naar schatting uit op een waarde van bijna 89 miljoen euro. Hiervan kwam 52 procent voor rekening van snijbloemen en 48 procent voor kamerplanten.

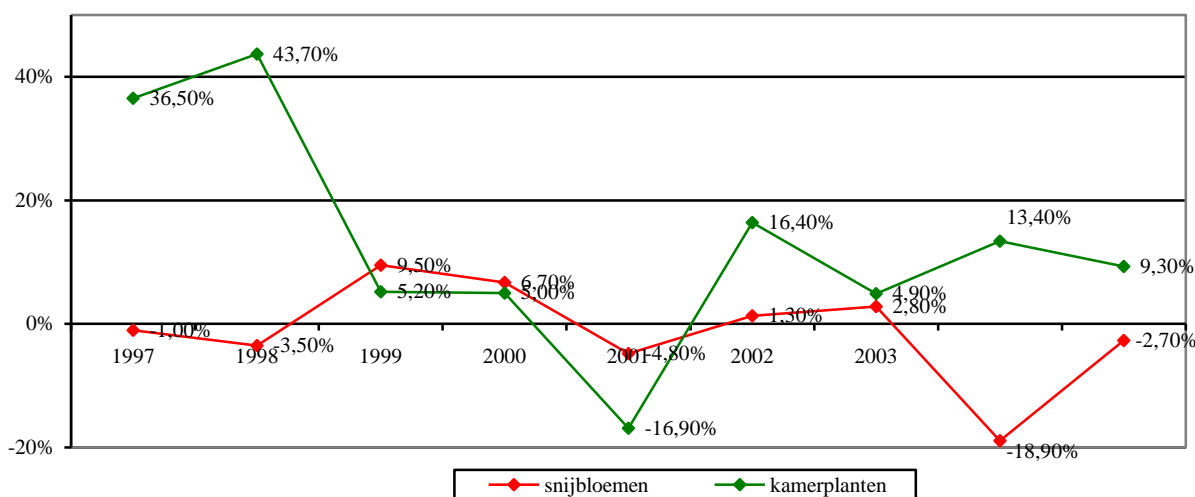
**Tabel 3.1.1** Marktomvang consumptiewaarde snijbloemen en kamerplanten (x miljoen euro)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Snijbloemen	52,6	52,1	50,3	55,1	58,8	56,0	56,7	58,3	47,3	46,0
Kamerplanten	15,6	21,3	30,6	32,2	33,8	28,1	32,7	34,3	38,9	42,5

Bron: Bloemenbureau Holland

\*prognose

**Figuur 3.1.2** Markontwikkeling snijbloemen en potplanten 1997-2005 in procenten



Bron: Berekening BBH/PT

##### 3.1.1 Visie

De verkoop van snijbloemen en potplanten bevindt zich in Slovenië in de volwassenheidsfase. De volwassenheidsfase kenmerkt zich door een redelijk gelijkmatig verloop van de marktomvang. Voor de komende jaren wordt een kleine groei verwacht bij snijbloemen. Voor planten wordt een iets sterkere groei geprognosticeerd, met name als gevolg van de sterke stijging van de verkoop via de bouwmarkten. De Sloveense consument besteedt reeds veel per hoofd van de bevolking aan bloemen en planten, waardoor er niet echt veel rek meer in zit. Bestedingspatroon is te vergelijken met West-Europese landen en ligt hoger dan in de andere Midden-Europese landen.

---

### 3.2 Consumptie per hoofd van de bevolking

Slovenen zijn de grootste bloemen- en plantenconsumenten van het voormalig Oostblok. Dit is te verklaren uit het feit dat de levensstandaard op een aanzienlijk hoger niveau ligt dan elders in Oost-Europa, maar ook omdat de Slovenen erg op bloemen gesteld zijn. De consumptie van snijbloemen lag in 2005 op 23 euro. Voor kamerplanten was dat 21 euro.

*Tabel 3.2.1 Consumptie van snijbloemen en kamerplanten per hoofd van de bevolking in euro's*

	<b>Snijbloemen</b>	<b>Kamerplanten</b>	<b>Totaal</b>
<b>1997</b>	26,2	10,7	36,9
<b>1998</b>	25,4	15,3	40,7
<b>1999</b>	27,7	16,1	43,8
<b>2000</b>	29,6	16,9	46,5
<b>2001</b>	28,4	14,1	42,5
<b>2002</b>	28,8	16,6	45,4
<b>2003</b>	29,6	17,4	47,0
<b>2004</b>	24,0	19,8	43,8
<b>2005</b>	23,1	21,4	44,5

*Bron: Bloemenbureau Holland*

---

## 4 CONSUMENT

### 4.1 Betekenis van bloemen en planten

De algemene perceptie van snijbloemen en potplanten in Slovenië is positief. Planten geven vaak goede gevoelens en herinneringen. De associatie ligt niet bij zorg, maar bij voldoening. Vooral op belangrijke dagen als Valentijnsdag, moederdag en Kerstmis worden bloemen gekocht.

Wanneer bloemen voor eigen gebruik worden gekocht, dan zijn mooi uiterlijk, kwaliteit en prijs de drie belangrijkste criteria. Als de aankoop een cadeau betreft dan is het belangrijk dat de bloemen er mooi gearrangeerd uitzien.

### 4.2 Koopgedrag

De ontwikkeling in het koopgedrag wordt veelal bijgehouden aan de hand van een huishoudpanel. Doordat Slovenië geen huishoudpanel heeft, wordt het bijhouden van ontwikkelingen met betrekking tot het koopgedrag bemoeilijkt. Aan de hand van recente onderzoeken is getracht een zo duidelijk mogelijk beeld te geven van de Sloveense markt en hun koopgedrag.

#### 4.2.1 Ontwikkeling kopende huishoudens

Het percentage kopers van snijbloemen ligt in Slovenië op een hoog niveau in vergelijking met West-Europese landen. Via omnibus onderzoek is de penetratiegraad met betrekking tot snijbloemen en kamerplanten in oktober 2004 onderzocht. Hieruit bleek dat de penetratiegraad voor snijbloemen 65% is en voor kamerplanten 68% is, zoals ook in onderstaande tabel is weergegeven. Ter vergelijking de penetratiegraad in 2005 in Nederland met betrekking tot snijbloemen was 56% en voor kamerplanten was dit 51%. In Duitsland was de penetratiegraad in 2004 voor snijbloemen 58% en voor kamerplanten (algemeen) 46%. Echter aangegeven moet worden dat de methode van onderzoek verschilt tussen de landen.

*Tabel 4.2.1.1 Percentage kopers 2004*

<b>Snijbloemen</b>	<b>Percentage</b>	<b>Kamerplanten</b>	<b>Percentage</b>
Snijbloemen algemeen	65	Kamerplanten algemeen	68
		Groene kamerplanten	45
		Bloeiende kamerplanten	56

*Bron: Omnibus onderzoek GfK Gal-Iteo*

---

### 4.3 Bestedingen

De bestedingen aan bloemen voor eigen gebruik is gemiddeld 6,50 euro, zo blijkt uit het onderzoek dat in oktober 2004 is uitgevoerd. Voor eigen gebruik werd in 1997 gemiddeld zo'n 6 euro uitgegeven, dit houdt dus een lichte verandering in. Uit het onderzoek van oktober 2004 is gebleken dat gemiddeld zo'n 11 euro uitgegeven wordt voor snijbloemen als cadeau.

### 4.4 Prijsontwikkeling

Als bron voor een afspiegeling van de prijsontwikkeling zijn twee bloemistenstructuuronderzoeken hier als leidraad gebruikt (1997 en 2002).

**Tabel 4.4.1** *Vergelijking percentage gekochte gemengde boeketten*

	<b>1997</b>	<b>2002</b>
< 2000 SIT (< €9,20)	56	48
2000 – 40000 SIT	32	39
> 4000 SIT (> €18,40)	12	13

*Bron: Bloemistenstructuuronderzoek 1997 en 2002*

Deze ontwikkeling lijkt kenmerkend voor de hele verkoop. Vooral de goedkoopste klasse snijbloemen wordt kleiner, de bloemen worden gemiddeld steeds duurder. De inflatie is wel van invloed. Door de toenemende rijkdom kunnen steeds duurdere bloemen gekocht worden. De trend is niet méér bloemen, maar vooral duurdere en exclusievere bloemen.

---

## 4.5 Koopfrequentie

Uit het kwantitatieve onderzoek uitgevoerd in 2004 is tevens gebleken dat men gemiddeld 5 keer per jaar bloemen koopt om cadeau te doen. Het eigen gebruik ligt met 3 keer per jaar aanzienlijk lager, zoals in onderstaande tabel te zien is. Deze “lage” frequentie is deels te verklaren, omdat niet iedere respondent snijbloemen voor eigen gebruik koopt.

**Tabel 4.5.1** Aankoopfrequentie per jaar 2004 (basis: personen die snijbloemen kopen, n=509)

	<b>Snijbloemen</b>	<b>Enkele bloem</b>	<b>Monobos</b>	<b>Gemengd boeket</b>
Cadeau	5,37	2,34	1,33	1,70
Eigen gebruik	3,02	1,31	0,81	0,90
Graf	3,33	0,15	1,61	1,58
<b>Totaal</b>	<b>11,72</b>	<b>3,79</b>	<b>3,75</b>	<b>4,18</b>

## 4.6 Assortiment

Uit dit onderzoek blijkt dat de roos de bekendste bloem is, gevolgd door de anjer, tulp, gerbera, narcis en orchidee. Met betrekking tot kamerplanten, zijn de meest genoemde planten o.a. cactus, ficus, viool, yucca, cycloam, geranium en hederia.

## 4.7 Aankoopgelegenheid

Voor speciale gelegenheden wordt veel geld aan snijbloemen uitgegeven, voorbeelden zijn: verjaardagen, Allerheiligen, maar ook vrouwendag en moederdag spelen een niet geheel onbelangrijke rol. De keuze van de soort bloemen hangt af van de persoon aan wie de bloemen gegeven wordt en zijn mogelijke voorkeuren. De meest gangbare bloem die wordt gegeven is de roos; deze is geschikt voor alle gelegenheden. Echter, met Allerheiligen wordt de chrysanthe gekocht.



---

## 4.8 Leeftijd

Uit het 2004-onderzoek, onder kopers en niet-kopers van bloemen en planten, blijkt dat de meeste kopers van snijbloemen in de leeftijd van 41-50 jaar zijn. Voor groene kamerplanten geldt dit eveneens, echter met betrekking tot bloeiende kamerplanten blijkt het percentage in de leeftijdscategorie 31-40 jaar oud net iets hoger te zijn, dan in de klasse 41-50 jaar.

**Tabel 4.8.1** Percentage kopers naar leeftijd in procenten in 2004

	<b>Snijbloemen</b>	<b>Kamerplanten</b>	<b>Groene kamerplanten</b>	<b>Bloeiende kamerplanten</b>
20-30 jaar	26,3	21,7	22,4	20,5
31-40 jaar	24,2	28,0	26,8	29,1
41-50 jaar	28,4	29,3	28,4	28,8
51-60	21,0	21,0	22,4	21,6
<b>Totaal</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Bron: GfK Gral-Iteo

---

## 5 BEDRIJVENMARKT

Ondanks het feit dat snijbloemen niet erg frequent gebruikt worden in de ondervraagde Sloveense bedrijven, wordt het gebruik van snijbloemen als decoratie als erg positief gezien. Redenen zijn dat snijbloemen onder andere een betere sfeer creëren, de kamer opfleuren en het imago van het bedrijf verbeteren. Het gebruik van snijbloemen is meestal beperkt tot speciale gelegenheden zoals belangrijke vergaderingen of bijeenkomsten, evenementen, beurzen en presentaties. Dit blijkt uit het kwalitatieve bedrijvenmarktonderzoek dat eind 2003 onder verschillende type bedrijven in Slovenië is uitgevoerd.

De jaarlijkse uitgave aan snijbloemen wordt als laag beschouwd en de meeste respondenten kunnen dan ook geen schatting geven van de hoogte van de uitgave aan snijbloemen. De prijs van snijbloemen wordt daarentegen gezien als bijzonder hoog in vergelijking met de prijs van kamerplanten. De onderzochte bedrijven geven ongeveer 21 euro uit voor een boeket en circa 42 – 64 euro voor een arrangement.

Een aantal redenen waarom deze Sloveense bedrijven weinig snijbloemen gebruiken zijn o.a.: ontbreken van de gewoonte, hoge prijs snijbloemen (voor een korte levensduur), gebruik van kamerplanten in plaats van snijbloemen.

Kamerplanten worden veelal voor de kamers, hallen, gangen en ingangen gekocht. Aangegeven wordt dat deze planten “leven” brengen in “dode” ruimtes, sfeer creëren in de kamers, gelegenheid bieden om pauze te nemen van het werk en kamerplanten worden als gezond gezien. Meestal worden groene kamerplanten verkozen boven bloeiende kamerplanten, aangezien deze naar mening van de respondenten minder verzorging vereisen.

### *Bloemen en planten als geschenk*

Snijbloemen worden gebruikt als het gaat om nauwe / goede zakenrelaties en veelal is de ontvanger een vrouw. Ze worden meestal gegeven voor verjaardagen, personal events of het zoveeljarige bestaan van een bedrijf. Veel respondenten zien snijbloemen als een ongepast relatiegeschenk. Redenen hiervoor zijn volgens de verschillende Sloveense bedrijven: de bedoeling is te persoonlijk, alleen voor vrouwen, uiting van romantische interesse, niet blijvend, niet praktisch of niet nuttig, geen gewoonte of traditie en bloemen zijn niet een cadeau op zich, maar meer een aanvulling op een cadeau.

---

## 6 DETAILHANDEL

### 6.1 Algemene marktaandelen

De Sloveense bloemendetailhandel bestaat uit een distributienetwerk van vele kleinschalig opgezette verkooppunten. Het overgrote deel van de verkooppunten zijn bloemenwinkels. Daarnaast is er een verkoop van bloemen en planten op de markt en in tuincentra. De verkoop van snijbloemen en/of kamerplanten via supermarkten en bouwmarkten is nog beperkt, maar groeit.

**Tabel 6.1.1** Marktaandeel verkoopkanalen snijbloemen 1997-2005 in procenten

	Snijbloemen	
	1997	2005
Bloemist	88	85
Grootwinkelbedrijf	1	4
Tuincentrum /bouwmarkt	4	2
Kwekerij	-	2
Markt- en straathandel	7	6
Overig	-	1

*Bron: Bloemenbureau Holland*

Het aandeel van de bloemist is in de afgelopen jaren iets teruggelopen. Dit lijkt ten gunste te zijn gekomen van het supermarktkanaal. De verwachting voor de toekomst is dat het marktaandeel van de bloemisten verder zal afnemen.

---

Met betrekking tot kamerplanten kan geconcludeerd worden, dat er nagenoeg geen verschuiving heeft plaatsgevonden in de verschillende marktaandeelen.

**Tabel 6.1.2** Marktaandeel verkoopkanalen kamerplanten 1997-2005 in procenten

	<b>Kamerplanten</b>	
	<b>1997</b>	<b>2005</b>
Bloemist	79	78
Grootwinkelbedrijf	5	5
Tuincentrum /bouwmarkt	8	8
Kwekerij	3	3
Markt- en straathandel	3	4
Overig	2	2

*Bron: Bloemenbureau Holland*

### **6.1.1 Visie**

Voor de komende jaren worden geen drastische veranderingen verwacht in de verkoopkanalen. De bloemist zal zijn dominante positie behouden, zij het iets minder. Gezien het feit dat de Slovenen echte bloemenliefhebbers zijn, hebben zij een rijke voorkeur voor dit kanaal, gezien het brede assortiment en de vakkennis van de bloemist. Voor veel Sloveense consumenten is het 'not done' om bloemen in de supermarkt te kopen. Ondanks dit zal de supermarkt toch belangrijker worden in de afzet van bloemen en planten, aangezien het one-stop-shopping ook hier terrein wint. De supermarkten richten zich dan ook met name op de gemakconsument. Bij de afzet van planten zal een steeds belangrijker rol worden weggelegd voor de bouwmarkten; steeds meer consumenten kopen hier hun planten.

### **6.2 Bloemist**

De distributie van snijbloemen en potplanten gebeurt veelal via de bloemist. Andere verkoopkanalen proberen wel het marktaandeel te vergroten. Alleen het grootwinkelbedrijf stijgt op het gebied van bloemen licht. De verwachting voor de toekomst is dat het marktaandeel van de bloemisten verder zal afnemen. De bloemisten krijgen in de meeste gevallen de producten aangeleverd via de groothandel en de importeur. Slechts een klein gedeelte teelt zelf of krijgt de producten via een eigen teler aangeleverd.

---

In 2002 heeft er voor het laatst een bloemistenstructuur onderzoek plaatsgevonden in Slovenië onder 200 bloemisten. Hieruit bleek dat bijna alle bloemisten (99%) aangeven Nederlandse producten te verkopen. Van de bloemisten die Nederlandse producten verkopen, heeft 99% Nederlandse snijbloemen in het assortiment, 97% heeft bloeiende kamerplanten en 94% heeft Nederlandse groene kamerplanten. Tevens heeft zo'n 16% van de ondervraagde bloemisten balkon- en perkplanten afkomstig uit Nederland en 33% heeft zelfs Nederlandse buitenplanten. Gemiddeld genomen, maken de Nederlandse producten zo'n 65% van de omzet uit.

Snijbloemen spelen een belangrijke rol in het Sloveense assortiment; Nederlandse snijbloemen hebben een aandeel van gemiddeld 80% in de totale snijbloemenomzet. Het Sloveense product heeft een aandeel van 6%. Ook Italië heeft een aandeel van zo'n 6%. Bij bloemisten die bloeiende kamerplanten verkopen, is het aandeel van het Nederlands product 67%. Dit percentage is aanzienlijk gedaald ten opzichte van 1997 toen het aandeel nog 80% bedroeg.

De positie van de bloemist in Slovenië wordt, volgens eigen zeggen, het meest bedreigd door de opkomende afzet via supermarkten. Bijna 60% van de bloemisten verwacht meer concurrentie via die aankoopkanaal. Belangrijkste reden is het lagere prijsniveau dat de supermarkten hanteren. Daarnaast spelen het gemak, de macht en omvang van deze aankoopkanalen ook een belangrijke rol.

Bijna 40% van de bloemisten vindt de Nederlandse kwaliteit snijbloemen beter dan het Sloveens product. Eveneens 40% heeft geen mening. Echter 9% van de bloemisten vindt juist de kwaliteit van de Sloveense snijbloemen beter. Met betrekking tot bloeiende kamerplanten zijn de meningen verdeeld. Ongeveer 28% vindt de Sloveense kwaliteit beter, echter eveneens 28% vindt de Nederlandse kwaliteit bloeiende kamerplanten beter. Voor groene kamerplanten geldt dat respectievelijk 15% de Sloveense kwaliteit beter vindt en bijna eenderde de Nederlandse kwaliteit.

### **6.3 Grootwinkelbedrijf**

Momenteel is al een aantal buitenlandse supermarktketens en hypermarkten actief in Slovenië. Franchising en de vorming van joint ventures zijn de beste methoden voor buitenlandse investeerders om de Sloveense markt te betreden. Marktleider is 'Mercator Poslovní', de grootste particuliere onderneming. De keten ontwikkelt zich in rap tempo tot een westers grootwinkelbedrijf.

Naast Mercator, die een marktaandeel heeft van bijna 52% in 2005, heeft Spar een marktaandeel van zo'n 15%. Het overige aandeel is verdeeld onder supermarkten zoals onder andere: TUS Trgovine,

---

Leclerc, Tengelmann en dm. Met name TUS Trgovine maakt een positieve ontwikkeling door en verdubbeld zelfs marktaandeel in de afgelopen 5 jaren.

**Tabel 6.3.1** Marktaandelen top 5 supermarkketens verschillende jaren in procenten obv euro's

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Mercator	64,2	57,9	55,3	52,0	53,8	51,5
Spar (Austria)	7,7	10,1	12,3	14,9	15,3	14,6
TUS Trgovine	6,2	8,1	8,8	10,7	13,4	13,9
dm	1,3	1,2	1,3	1,4	1,5	1,3
Leclerc	1,5	2,0	2,0	2,1	1,9	1,7

Bron: M+M data Planet retail

## 6.4 Markt

Daarnaast worden er ook relatief veel bloemen op de markt gekocht, in 2005 komt 6% van de snijbloemenverkoop voor rekening van de markt. Consumenten geven aan dat de bloemen goedkoper zijn en een meer natuurlijke en gezonde uitstraling hebben. Er wordt dan ook met name eigen productie verhandeld op de markt.

---

## 7 GROOTHANDEL

Slovenië kent geen groothandelsmarkt. Kwekers verkopen rechtstreeks aan de groothandel of de detailhandel. Na 1991 heeft de groothandel zich snel ontwikkeld. Van het handjevol grote importeurs is een tweetal als privé-onderneming ontstaan. De rest is van voormalig staats (productie) bedrijf naar privé-onderneming omgevormd. Naar schatting zijn zo'n 40 serieuze groothandelsbedrijven actief in de bloemkwekerijsector. Eén van de grootste groothandelaren is tevens de grootste snijbloemen- en potplantenproducent in Slovenië.

De aangeboden producten komen grotendeels uit het buitenland. Een bescheiden deel van het aanbod is van lokale kwekerijen (al dan niet behorend tot de groothandel). Enkele groothandelsbedrijven hebben elk nog 10-15 eigen bloemenwinkels.

Voor zowel snijbloemen als kamerplanten zijn de lokale groothandelaren het voornaamste inkoopkanaal, goed voor 86% van de omzet. Het aandeel eigen productie in de totale omzet is klein (2 tot 3%) en speelt alleen in het westen van het land. Om meer en beter inzicht in deze markt te krijgen, wordt in november 2006 een onderzoek uitgevoerd met betrekking tot de groothandelaar/importeur.

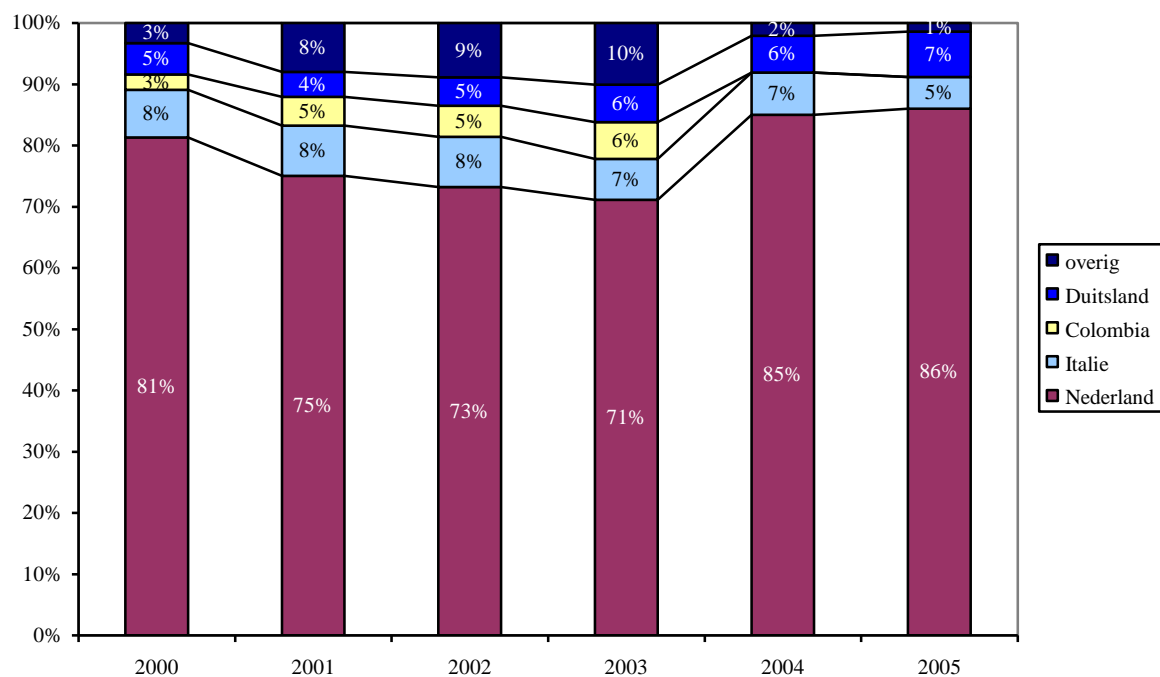
---

## 8 IMPORT EN EXPORT

### 8.1 Import

De import vanuit Nederland is de afgelopen jaren alleen maar gestegen. Na een kleine teruggang in de jaren 2002 en 2003, is er nu weer sprake van een stijging. Colombia heeft een aantal jaren terug nog een aantal procentpunten. Vanaf 2003 heeft er volgens de gegevens van Eurostat geen import meer in Slovenië vanuit Colombia plaatsgevonden. Eurostat gegevens moeten met enige voorzichtigheid worden bekeken, echter de cijfers geven wel een ontwikkeling aan.

*Figuur 8.1.1* Herkomst van snijbloemenimport incl. loof en mossen naar land (%) 2000-2005

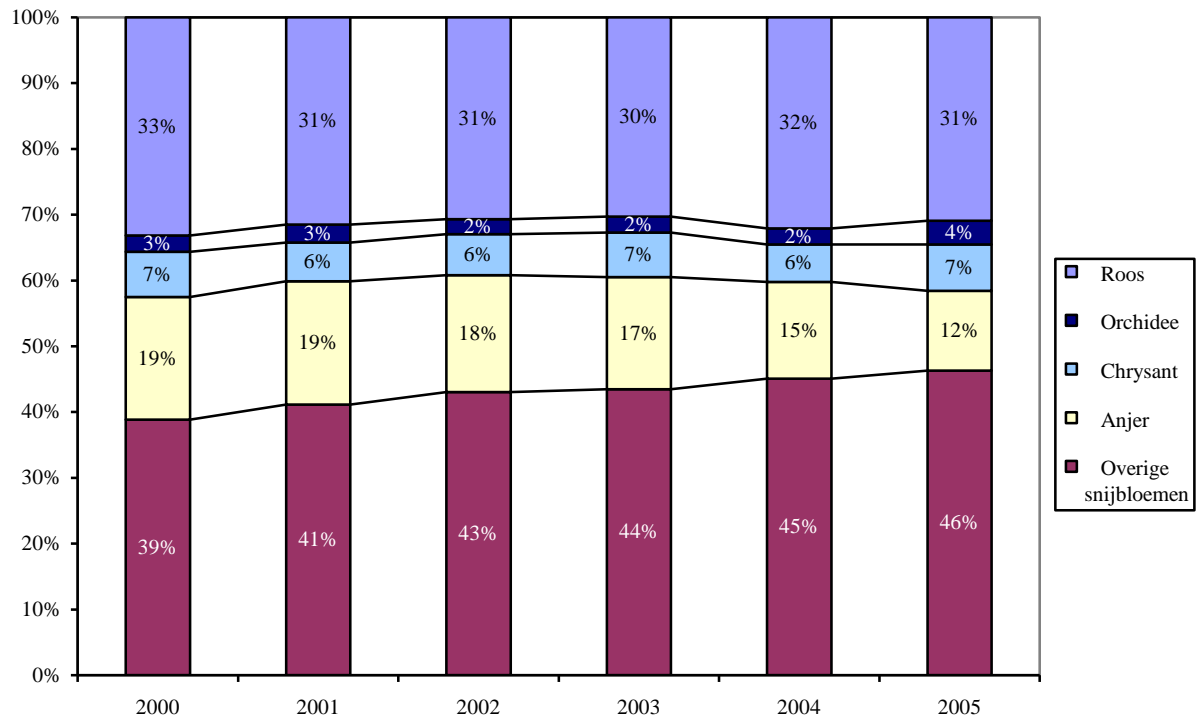


Bron: Eurostat



Het assortiment van de geïmporteerde snijbloemen bestaat hoofdzakelijk uit rozen. Dit percentage ligt de afgelopen jaren rond de 31%. Naast de roos is het de anjer die een belangrijke importbloem is, alhoewel dit percentage geleidelijk maar redelijk snel afneemt. Chrysanten en orchideeën volgen op afstand.

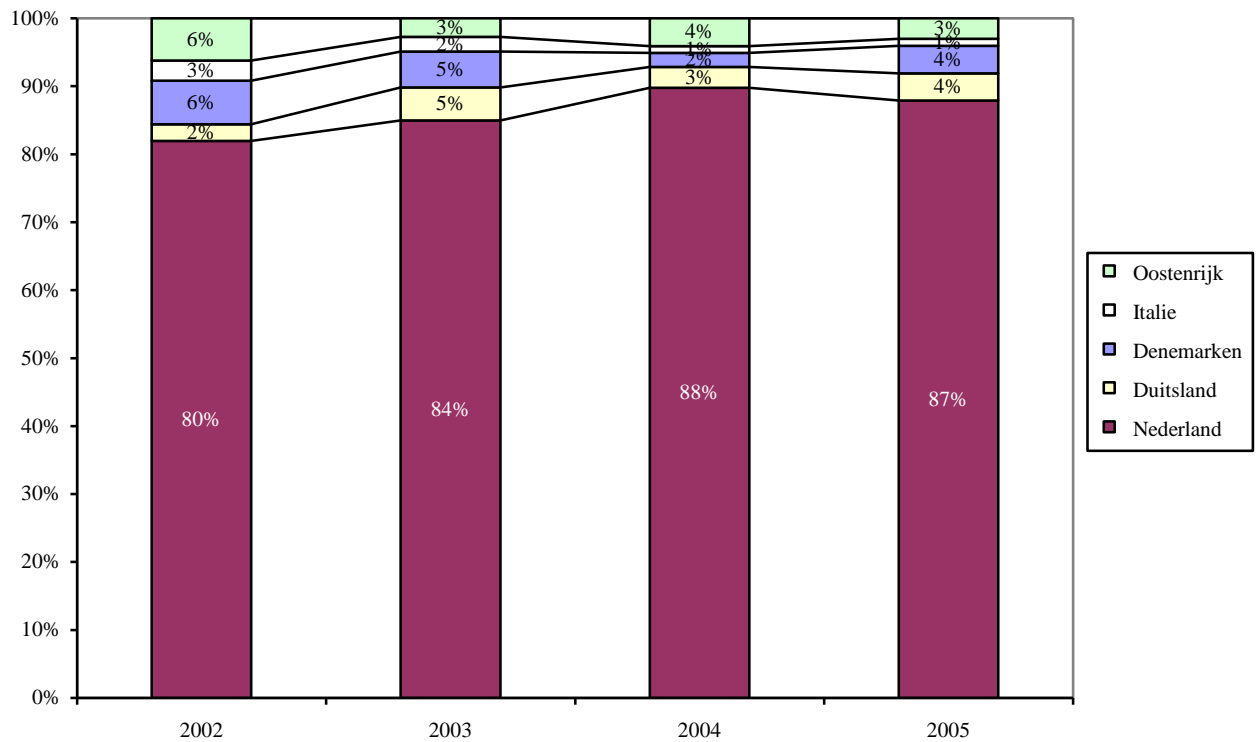
**Figuur 8.1.2** Assortimentsverdeling geïmporteerde snijbloemen ( procent) 2000 – 2005



Bron: Eurostat

Bijna 90% van de import van kamerplanten in Slovenië is afkomstig uit Nederland. Dit percentage is stijgende ten opzichte van voorgaande jaren. Het aandeel kamerplanten uit Oostenrijk neemt geleidelijk af. Het aandeel van Italië, Denemarken, Duitsland evenals dat van Oostenrijk is relatief klein, in het geheel.

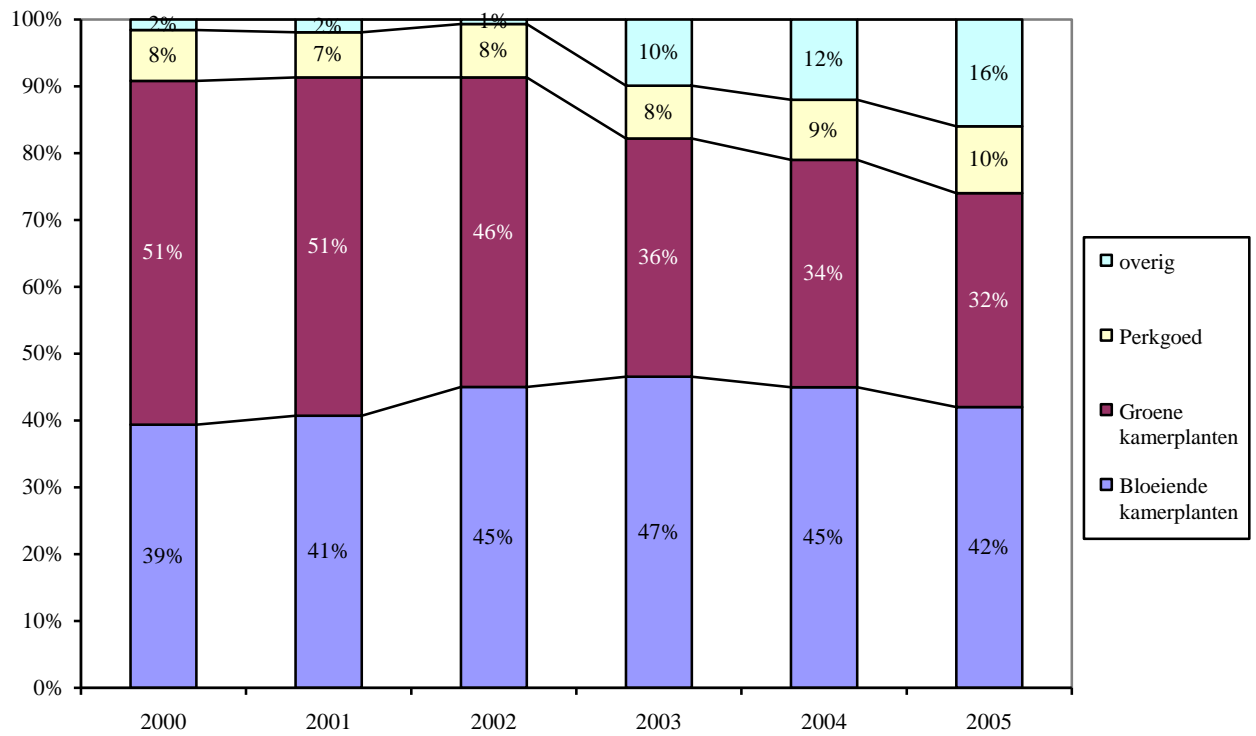
**Figuur 8.1.3** Import kamerplanten (bloeiend & groen) naar land van herkomst ( procent) 2000 – 2005



Bron: Eurostat

Na een toename in de afgelopen jaren van 39% in 2000 naar 47% in 2003, vindt sinds twee jaar een afname van het percentage plaats. Ook het aandeel van groene kamerplanten is de afgelopen jaren aanzienlijk gedaald. Dit komt deels ten goede van het perkgoed, maar komt met name ten goede van het deel “overig”.

**Figuur 8.1.4** Assortimentsverdeling geïmporteerde planten in procent 2000 – 2005

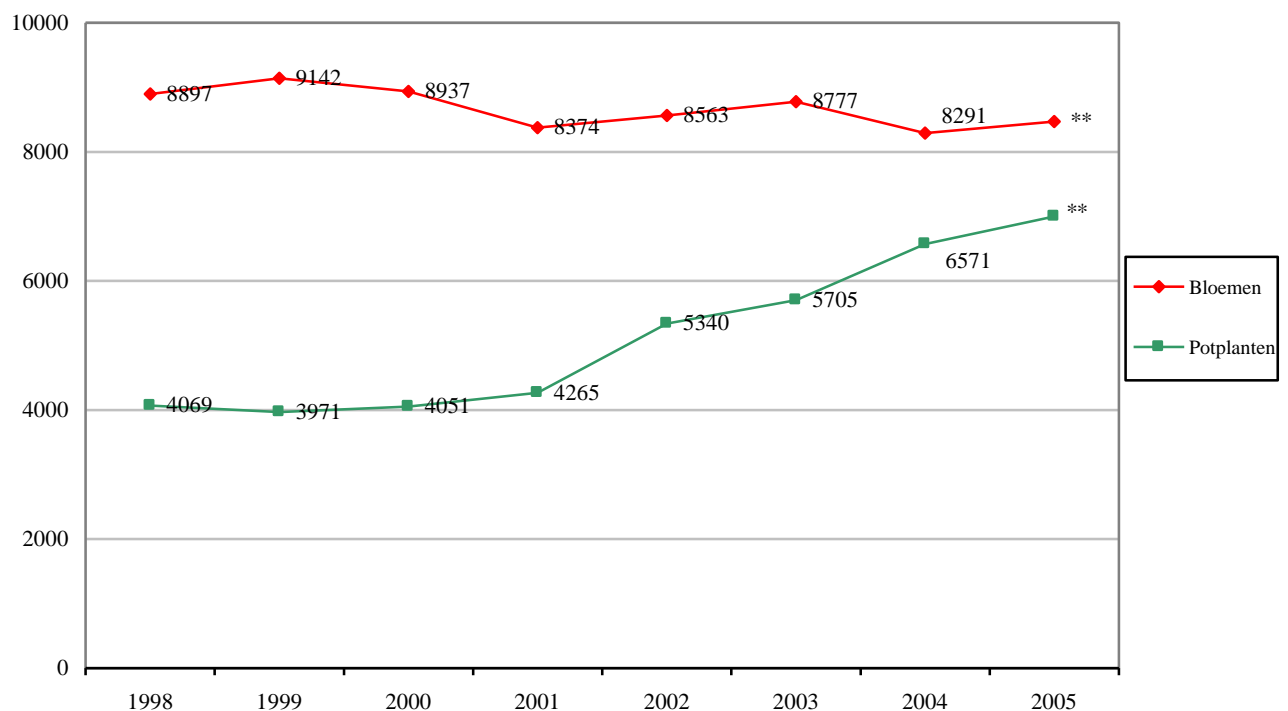


Bron: Eurostat

## 8.2 Export

Als naar de export wordt gekeken, dan blijkt dat er in 2005 voor ruim 15 euro miljoen euro aan bloemen en planten vanuit Nederland naar Slovenië is geëxporteerd. Sinds 2003 wordt er minder (in euro's) aan snijbloemen naar Slovenië geëxporteerd. Aan potplanten daarentegen wordt juist steeds meer verhandeld. Als de trend zich zo doorzet dan duurt het niet lang meer voordat er meer potplanten dan snijbloemen vanuit Nederland naar Slovenië wordt geëxporteerd.

**Figuur 8.2.1** Nederlandse export naar Slovenië 2005 in euro's



Bron: HBAG

\*\*inschatting BBH

### 8.2.1 Visie

Voor de komende jaren wordt een lichte groei van de export naar Slovenië verwacht. De groei zal met name voor rekening van de planten komen. De echte groei is eruit, vooral gezien het feit dat de consumptie per hoofd van de bevolking zich al op een hoog niveau bevindt (West-Europees).

---

## 9 LOKALE PRODUCTIE

In 2003 heeft er voor het laatst een landbouwtelling plaatsgevonden. De volgende landbouwtelling vindt plaats in 2006. In Slovenië wordt op kleine schaal bloemen en planten geproduceerd, zoals in onderstaande tabel zichtbaar is

Het aantal hectare snijbloemen is sinds 2000 drastisch afgenomen; was in 2000 bijna 18 hectare, in 2003 was dit afgenomen tot bijna 10 hectare. Minder hectare houdt in dit geval ook in minder productie. Het aantal geproduceerde snijbloemen was in 2003 ruim 1.500.000. Het lijkt erop dat veel snijbloemenproducenten in plaats van snijbloemen nu kamerplanten zijn gaan telen.

**Tabel 9.1** Productie van snijbloemen in Slovenië in 2000-2003

	2000	2003
Productiegebied Ha	17,7	9,8
Aantal producenten	264	233

*Bron: Statistical office of the Republic of Slovenia*

Met betrekking tot de kamer- en buitenplanten kan gesteld worden dat het goed gaat. Er zijn beduidend meer producenten van kamerplanten bijgekomen en ook de productie is gestegen. Opvallend zijn de tweejarige planten; het aantal producenten is afgenomen, echter er is aanzienlijk meer geproduceerd. Meerjarige buitenplanten daarentegen is de enige soort in deze rij, waarbij er minder geproduceerd is met meer producenten.

**Tabel 9.2** Productie van kamerplanten en buitenplanten in 2000-2003

	2000		2003	
	Aantal producenten	Geproduceerd aantal (x1000)	Aantal producenten	Geproduceerd aantal (x1000)
Kamerplanten	107	1041	134	1981
Balkonplanten	311	5800	306	6046
Éénjarige planten	291	3298	296	3687
Tweejarige planten	290	3836	287	5059
Meerjarige planten	120	2721	123	1949

*Bron: Statistical office of the Republic of Slovenia*

Zoals in onderstaande tabel duidelijk wordt, zijn het met name chrysanten die geteeld worden. Dit wordt dan vooral in de kas gedaan. Het telen van chrysanten buiten komt aanzienlijk minder voor. Gladiolen daarentegen worden vooral buiten geteeld en minder in de kas. Voor snijbloemen zijn alleen de 2000-cijfers beschikbaar.

**Tabel 9.3** *Locale productie snijbloemen (2000)*

	<b>Aantal kwekers</b>	<b>Totaal</b>	
		<b>Oppervlakte. m<sup>2</sup></b>	<b>Aantal bloemen x1000</b>
Dahlia	9	330	3
Gerbera	6	1980	213
Gladiool	46	49575	713
Iris	6	457	13
Chrysanten	227	56664	1256
Lelies	10	2150	23
Anjer	8	5881	616
Narcis	10	587	17
Strelitzia	4	2955	14
Tulpen	7	370	6
Rozen	10	11402	811
Andere bloemen	27	35000	156
Droogbloemen	13	1738	13

*Bron: Statistical Office of the Republic of Slovenia*

In tabel 9.4 is te zien dat er met name primula's geteeld worden. In 2003 zijn er ruim 997.000 van deze planten geproduceerd, wat een flinke stijging inhoudt ten opzichte van 2000. Met betrekking tot balkon- en perkplanten kan gesteld worden dat de viool, geranium en begonia een belangrijk deel innemen.

**Tabel 9.4** *Locale productie potplanten. (2000-2003)*

	Aantal kwekers		Aantal planten x1000	
	2000	2003	2000	2003
<b>Kamerplanten</b>				
Poinsettia	43	50	179	309
Primula	71	87	596	997
Cyclaam	35	67	98	219
<b>Buitenplanten</b>				
Verbena	267	262	299	362
Impatiens	243	231	456	473
Fuchsia	270	250	218	200
Geranium	304	298	2839	2978
Petunia	276	270	758	596
Begonia	255	256	1320	1560
Gazania	224	238	182	213
Salvia	255	260	305	305
Tagetes	253	276	512	683
Lobelia	175	181	110	103
Madelief	125	96	205	157
Viooltje	288	287	3355	4706

*Bron: Statistical Office of the Republic of Slovenia*

---

## **BIJLAGE I - ZAKELIJKE GEDRAGSCODE**

De manier waarop Sloveense relaties moeten worden benaderd, lijkt meer op die van westerse landen als Duitsland en Oostenrijk dan op die van Centraal-Europese landen.

Dit houdt onder andere in dat bezoeken aan Sloveense bedrijven over het algemeen van tevoren moeten worden aangekondigd. Dat kan zowel per fax als per telefoon gebeuren. Ook dienen afspraken te worden bevestigd. Bij afspraken dient u op tijd te komen, hoewel uw gesprekspartner iets later kan zijn. Visitekaartjes worden bij de eerste ontmoeting aan iedereen uitgedeeld die bij het gesprek betrokken is. Het is over het algemeen verstandig ook een kaartje achter te laten bij de secretaresse van de belangrijkste persoon die bij het gesprek betrokken is. Een ruime hoeveelheid visitekaartjes, tweetalig bedrukt, is dan ook geen overbodige luxe.

### **Het gesprek**

Het initiatief om te tutoyeren moet in alle omstandigheden worden overgelaten aan de Sloveense gesprekspartner. Bij eerste gesprekken mag niet worden verwacht dat deze tot concrete resultaten leiden. Slovenen houden zakelijk gezien van formeel gedrag, maar zijn tegelijkertijd uiterst vriendelijk in de omgang. Zij houden ervan om voorstellen uitvoerig te bestuderen. Bedrijfsdocumentatie, aangevuld met referentielijsten en technische achtergrondinformatie over de aangeboden producten, kan het best in het Duits en/of in het Engels worden aangeleverd. Beslissingen worden steeds genomen op het hoogste niveau.

Zaken worden veel gedaan in een informele sfeer, trek dus de nodige tijd uit voor zakenlunches en zakendiners. Mocht u thuis worden uitgenodigd, breng dan een bloemetje voor de gastvrouw mee. Als zakelijke kleding wordt een net kostuum aangeraden.



---

## **BIJLAGE II - FYTOSANITAIRE VOORSCHRIFTEN, INVOERBEPALINGEN EN BTW**

### Invoerheffingen en BTW

Slovenië is lid van de Europese Unie. Binnen de Europese Unie worden geen invoerrechten geheven.

### Vervoers- en invoerdocumenten

De exporteur dient een verkoopfactuur bij zich te hebben. Hierop moet in ieder geval het BTW-nummer van de importeur en de exporteur worden vermeld.

### Fytosanitaire voorschriften

Binnen de Europese Unie is het te exporteren product in principe niet aan fytosanitaire voorwaarden verbonden. Er is derhalve geen gezondheidscertificaat van de Plantenziektkundige Dienst noodzakelijk.

---

**BIJLAGE III - BELANGRIJKE BLOEMEN- EN FEESTDAGEN IN SLOVENIË**

	<b>2007</b>
Nieuwjaarsdag	1 januari
Drie Koningen	6 januari
Cultuurdag	8 februari
Valentijnsdag	14 februari
Vrouwendag	8 maart
Naamdag Jozef	19 maart
Moederdag	25 maart
Goede Vrijdag	6 april
Pasen	8 + 9 april
Bevrijdingsdag	27 april
Dag van de Arbeid	1 mei
Pinksteren	27 mei
Nationale dag	25 juni
Maria-hemelvaart	15 augustus
Hervormingsdag	31 oktober
Herdenkingsdag/Allerheiligen	1 november
Kerst	25 december
Dag van de onafhankelijkheid	26 december

---

## **BIJLAGE IV - BEURZEN**

Voor het komende jaar zijn er geen beurzen gepland in Slovenië met betrekking tot snijbloemen en kamerplanten.

Wel vindt er ieder jaar een inspiratieshow plaats. Dit is een ontmoetingsplaats voor iedereen in Slovenië die wat met bloemen en planten te maken heeft.

Indien u ook een handelsondersteuning in Slovenië wilt organiseren in samenwerking met Bloemenbureau Holland neemt u dan contact op met Jeroen Groenewegen,  
e-mail: [j.groenewegen@flowercouncil.org](mailto:j.groenewegen@flowercouncil.org).

---

## BIJLAGE V - INTERESSANTE ADRESSEN

*Instanties die u behulpzaam kunnen zijn bij het exporteren naar Slovenië*

- **Hoofdbedrijf Agrarische Groothandel**

Postbus 1012

1430 BA Aalsmeer

Tel. 0297-380090

Fax 0297-380099

Website: [www.hbagbloemen.nl](http://www.hbagbloemen.nl)

Email: [info@hbagbloemen.nl](mailto:info@hbagbloemen.nl)

Bezoekadres: Turfstekerstraat 63

1431 GD Aalsmeer

- **Economische Voorlichtings Dienst (EVD)**

Bezuidenhoutseweg 181

2594 AH Den Haag

Tel. 070-778 88 88

Fax 070-778 88 89

Website: [www.evd.nl](http://www.evd.nl)

Email: [evd@evd.nl](mailto:evd@evd.nl) of [eic@evd.nl](mailto:eic@evd.nl)

- **Federatie voor de Nederlandse Export (FENEDEX)**

Postbus 90409

2509 LK Den Haag

Tel. 070-3305600

Fax 070-3305656

Website: [www.fenedex.nl](http://www.fenedex.nl)

Email: [fenedex@export.nl](mailto:fenedex@export.nl)

Bezoekadres: Raamweg 14

2594 HL Den Haag

- **Ministerie van Economische Zaken**

Directoraat Generaal voor Buitenlandse Economische Betrekkingen

Postbus 20101

2500 EC Den Haag

Tel. 070-3798911

Fax 070-3474081

Website: [www.minez.nl](http://www.minez.nl)

Email: [ezinfo@postbus51.nl](mailto:ezinfo@postbus51.nl)

Bezoekadres: Bezuidenhoutseweg 30

2594 AV Den Haag

---

- **Nederlands Centrum voor Handelsbevordering (NCH)**

Postbus 10

2501 CA Den Haag

Tel. 070-3441544

Fax 070-3853531

Website: [www.handelsbevordering.nl](http://www.handelsbevordering.nl)

Bezoekadres: Bezuidenhoutseweg 181

2594 AH Den Haag

- **Nederlandse Kamer van Koophandel voor Slovenië**

Bezuidenhoutseweg 181

2594 AH Den Haag

Tel. 070-3857587

Fax 070-3477975

Email: [nl\\_kvkhth@wxs.nl](mailto:nl_kvkhth@wxs.nl)

- **Plantenziektenkundige Dienst**

Postbus 9102

6700 HC Wageningen

Tel. 0317-496911

Fax 0317-421701

Bezoekadres: Geertjesweg 15

6706 AE Wageningen

- **Productschap Tuinbouw**

Postbus 280

2700 AG Zoetermeer

Tel. 079-3470707

Fax 079-3470404

Website: [www.tuinbouw.nl](http://www.tuinbouw.nl)

Email: [pt@tuinbouw.nl](mailto:pt@tuinbouw.nl)

Bezoekadres: Louis Pasteurlaan 6

2700 AG Zoetermeer

---

Ambassades

**Landbouwwraad verantwoordelijk voor Slovenië**

László Iványi

Füge utca 5-7

1022 Boedapest, Hongarije

Tel: 0036 1 336 63 80

Fax: 0036 1 326 62 38

Email: [bdp-lnv@minbuza.nl](mailto:bdp-lnv@minbuza.nl)

Website: [www.netherlandsembassy.hu](http://www.netherlandsembassy.hu)

**Ambassade van het Koninkrijk der Nederlanden**

Palaca Kapitelj

Poljanski nasip 6, 1e floor

1000 Ljubljana, Slovenië

Tel: 00386 61 328 978

Fax: 00386 61 126 130 302 545

Email: [lju@minbuza.nl](mailto:lju@minbuza.nl)

Website: [www.netherlands-embassy.si](http://www.netherlands-embassy.si)

**Sloveense Ambassade in Den Haag**

Anna Paulownastraat 11

2518 BA Den Haag

Tel: 070 3108690

Fax: 070 3626608

Email: [vhg@mzz-dkp.gov.si](mailto:vhg@mzz-dkp.gov.si)

Website: [www.gov.si/mzz/dkp/vhg/eng/index.shtml](http://www.gov.si/mzz/dkp/vhg/eng/index.shtml)

---

**Chamber of Economy of Slovenia**

Slovenska cesta 41

61000 Ljubljana, Slovenië

Tel: 00386 61 12 50 122

Fax: 00386 61 21 95 36

Email: [infolink@gzs.si](mailto:infolink@gzs.si)

Website: [www.gzs.si](http://www.gzs.si)

**Statistical Office of the Republic of Slovenia**

Vozarski pot 12

61000 Ljubljana, Slovenië

Tel: 00386 61 125 53 22

Fax: 00386 61 21 69 32

Email: [info.stat@gov.si](mailto:info.stat@gov.si)

Website: [www.stat.si](http://www.stat.si)

*Voor specifieke landeninformatie en promotiemateriaal kunt u terecht bij:*

**- Bloemenbureau Holland**

Contactpersoon: Dhr. Jeroen Groenewegen, Area Manager Slovenië

Schipholweg 1

2316 XB Leiden

Tel. 071-5659565

Fax 071-5659555

Website: [www.flowercouncil.org](http://www.flowercouncil.org)

Email: [j.groenewegen@flowercouncil.org](mailto:j.groenewegen@flowercouncil.org)

---

## BIJLAGE V -MARKTONDERZOEKEN

- Hoofdbedrijfsschap Agrarische Groothandel
- Economische voorlichtingsdienst, Algemene informatie Duitsland
- Productschap Tuinbouw, Consumentenmarkt voor bloemen en planten in Slovenië (PT1998/43)
- Productschap Tuinbouw, De Sloveense consument van snijbloemen, een kwalitatief onderzoek (PT1998/101)
- Productschap Tuinbouw, De Sloveense consument van kamerplanten, een kwalitatief onderzoek (PT1999/59)
- Productschap Tuinbouw, Bloemenaankopen tijdens speciale dagen in Slovenië (2000/16)
- Productschap Tuinbouw, Bloemistenstructuur onderzoek Slovenië (PT2002/52)
- Productschap Tuinbouw, Bedrijvenmarktonderzoek Slovenië (PT 2003/106)
- Productschap Tuinbouw, Consumentenonderzoek bloemen en planten Slovenië (PT 2004/104)

De onderzoeken kunnen opgevraagd worden bij het

### **Productschap Tuinbouw (PT)**

Postbus 280  
2700 AG Zoetermeer  
Tel.: 079-3470707  
Fax.: 079-3470404  
Email: [pt@tuinbouw.nl](mailto:pt@tuinbouw.nl)

Bezoekadres: Louis Pasteurlaan 6  
2719 EE Zoetermeer