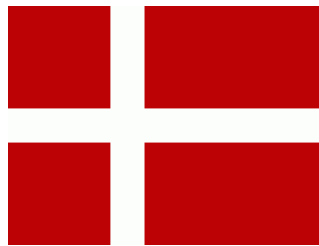


# MARKTMONITOR 2008

SNIJBLOEMEN EN POTPLANTEN

## DENEMARKEN

Rapportnummer: PT 2008 -





---

Auteur:	
Productschap Tuinbouw	Bloemenbureau Holland
Paul Alderliesten	Iain Thompson
Afdeling Marktonderzoek	Area manager
Augustus 2006	



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, telefoon 071-5659565,  
e-mail: [info@flowercouncil.org](mailto:info@flowercouncil.org) of internet site [www.flowercouncil.org](http://www.flowercouncil.org)

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



---

## INHOUDSOPGAVE

<b>SAMENVATTING EN CONCLUSIES .....</b>	<b>1</b>
<b>1. INLEIDING .....</b>	<b>4</b>
<b>2. ALGEMEEN .....</b>	<b>5</b>
2.1 Demografische factoren .....	6
2.2 Cultureel Maatschappelijke ontwikkelingen .....	10
2.3 Economische aspecten.....	11
2.4 Politieke factoren.....	15
<b>3. MARKTOMVANG .....</b>	<b>17</b>
3.1 Totale marktomvang van snijbloemen en potplanten.....	17
3.2 Consumptie per hoofd van de bevolking.....	18
<b>4. DE DEENSE CONSUMENT .....</b>	<b>19</b>
4.1 Koopgedrag .....	19
4.2 Bestedingen.....	22
4.3 Prijsontwikkeling .....	22
4.4 Koopfrequentie.....	23
4.5 Assortiment .....	25
4.6 Aankoopegelegenheid.....	30
4.7 Leeftijd .....	33
4.8 Regionale verschillen .....	34
<b>5. BEDRIJVENMARKT .....</b>	<b>35</b>
<b>6. DETAILHANDEL .....</b>	<b>37</b>
6.1 Algemene marktaandelen.....	37
6.2 Bloemist .....	39
6.3 Grootwinkelbedrijf.....	40
<b>Dansk Supermarked .....</b>	<b>42</b>
6.4 Tuincentra .....	43
6.5 DIY / Bouwmarkt.....	45
<b>7. GROOTHANDEL .....</b>	<b>46</b>
<b>8. IMPORT EN EXPORT .....</b>	<b>47</b>
8.1 Import van Denemarken.....	47
8.2 Export van Denemarken.....	49
8.3 Nederlandse export naar Denemarken .....	50
<b>9. LOKALE PRODUCTIE.....</b>	<b>51</b>
9.1 Areaal en assortiment .....	51

---

<b>10. BIJLAGEN .....</b>	<b>52</b>
BIJLAGE 1 – ZAKELIJKE GEDRAGSCODE.....	53
BIJLAGE 2 – FYTOSANITAIRE VOORSCHRIFTEN .....	55
BIJLAGE 3 - INVOERBEPALINGEN EN BTW .....	56
BIJLAGE 4 – BELANGRIJKE FEEST- EN BLOEMENDAGEN .....	58
BIJLAGE 5 – BEURZEN 2008 .....	59
BIJLAGE 6 – VAKBLADEN .....	60
BIJLAGE 7 – INTERESSANTE ADRESSEN.....	61
BIJLAGE 8 – MARKTONDERZOEKEN.....	64

---

## **SAMENVATTING EN CONCLUSIES**

### **Algemeen**

De Deense bevolking zal de komende jaren gelijk blijven. Zo'n 23% van de bevolking woont in de stedelijke gebieden, waarvan 9% in Kopenhagen. Denemarken heeft een grote beroepsbevolking en de deelname van vrouwen aan het arbeidsproces is ook hoog. In 2004 bestond de vrouwelijke beroepsbevolking uit 1.351.000 personen. De groei van het besteedbaar inkomen lag in het jaar 2005 rond de 6,5%. Denen zijn 29% van hun inkomen kwijt aan huisvesting en 12% aan voedsel en transport.

### **Marktomvang**

De marktomvang voor snijbloemen was in 2005 € 239 miljoen. De marktomvang voor potplanten is in 2005 flink gedaald en kwam uit op € 236 miljoen. Duidelijk is dat de Deense markt weinig groei meer vertoont. Denemarken is op weg een verzadigde markt te worden. De markt heeft nieuwe impulsen nodig.

### **Consumptie**

De consumptie van snijbloemen is stabiel. De markt zit eigenlijk al jaren vast. Mogelijk resulteert de verdere ontwikkeling van supermarkten de komende jaren in hernieuwde groei. De consumptie van potplanten verschuift van goedkope massaproducten naar duurdere en bijzondere planten, vooral bloeiende. Vanwege de langere levensduur van potplanten blijven de Denen fervente plantenkopers.

In 2005 heeft 72% van de Deense huishoudens een of meerdere bossen bloemen gekocht. Ruim 40% van de bestedingen aan snijbloemen komt voor rekening van de gemengde boeketten. De monobossen zijn in 2005 stabiel gebleven rond de 65%. Enkele bloemen zijn in 2005 verder gedaald naar 5%. Bij kamerplanten lag de penetratie op 76%. Het zijn met name de bloeiende planten die in Denemarken populair zijn.

De gemiddeld betaalde prijs van een bos snijbloemen ligt in 2005 rond de € 3,90, bij kamerplanten lag dit rond de € 2,70 per plant.

In de loop der jaren is een belangrijke ontwikkeling in het assortiment van snijbloemen waar te nemen. De bestedingen aan snijbloemen zijn verschoven van monobossen naar gemengde boeketten. De top 5 meest gekochte monobossen op basis van de bestedingen wordt aangevoerd door de roos met een aandeel van 38%. Op de tweede plaats staat de tulp (27%) gevolgd door de narcis (11%).

---

Van de totale bestedingen aan kamerplanten door Deense huishoudens, komt ruim tweederde voor rekening van bloeiende kamerplanten. De top 5 meest gekochte bloeiende kamerplanten op basis van de bestedingen wordt aangevoerd door de orchidee (17%), gevolgd door de kalanchoe met een aandeel van 14%. Op de derde plaats staan zowel de roos op pot (9%) als de poinsettia (9%). De top 5 meest gekochte groene kamerplanten op basis van de bestedingen wordt aangevoerd door de hедера met een aandeel van 14%. Op de tweede plaats staat de cactus (11%) gevolgd door de varen en spathiphyllum met beide een aandeel van 3%.

De aankoopgelegenheid voor snijbloemen is in 2005 niet veel veranderd in vergelijking met 2003. In 2005 werd 44% van de snijbloemen aankopen gekocht als een cadeau voor iemand anders. Hiervan was het grootste gedeelte bedoeld als cadeau voor visite (37%). Ook de aankoopgelegenheid voor kamerplanten is in 2005 niet veel veranderd in vergelijking met twee jaar geleden. In 2005 werd bijna tweederde van de kamerplanten aankopen gekocht voor eigen gebruik. Snijbloemen en kamerplanten worden relatief gezien nog het meest gekocht door oudere mensen.

### **Bedrijvenmarkt**

Bij ruim 90% van de bedrijven in Denemarken zijn bloemen en/of planten aanwezig. Met name groene kamerplanten zijn populair, welke in 81% van de bedrijven zijn te vinden. Verse snijbloemen zijn aanwezig in 31% van de bedrijven en bloeiende kamerplanten in 45%. In totaal zijn er in 86% van de bedrijven planten aanwezig in 2002. Als relatiegeschenk geven bedrijven echter vooral wijn; hier liggen nog veel kansen voor bloemen.

### **Detailhandel**

Het grootwinkelbedrijf is het belangrijkste aankoopkanaal voor de aankopen van snijbloemen en kamerplanten op consumentenniveau. Het marktaandeel van de grootwinkelbedrijven met betrekking tot snijbloemen is 49% in 2005 en is ten opzichte van 2003 met 3 procentpunten gestegen. De bloemist en de markt –en straathandel hebben een klein deel van hun marktaandeel in moeten leveren. Het marktaandeel van de tuincentra en de kweker zijn in 2005 redelijk stabiel gebleven.

De Deense bloemist heeft een marktaandeel van 36% bij de snijbloemenverkoop en slechts 16% bij de kamerplantenverkoop. In totaal zijn er in Denemarken ca. 1.100 bloemenwinkels. De bloemist wordt vooral gezien als een specialist voor de verkoop van bloemen bij bijzondere gelegenheden. Naast de supermarkt vormen ook benzinstations in toenemende mate een bedreiging voor de Deense bloemist.

Het grootwinkelbedrijf is in Denemarken verreweg het belangrijkste afzetkanaal voor zowel snijbloemen als kamerplanten, met marktaandelen van respectievelijk 49% voor snijbloemen en zelfs 74% voor bloeiende kamerplanten en 69% voor groene kamerplanten.



---

Deense tuincentra hebben voor de verkoop van snijbloemen een marktaandeel van 8% in de distributiekanaalen en bij kamerplanten 5% (bloeiende) en 7% (groene). De tuincentra komen hiermee op de derde plaats, maar het marktaandeel is bij de bloeiende en groene kamerplanten allebei gedaald. In Denemarken bevinden zich in totaal ongeveer 180 tuincentra. De tuincentrumketen “Bo Grønt” is daarvan de bekendste met 30 vestigingen.

### **Groothandel**

De afzet van snijbloemen en potplanten verloopt grotendeels via groothandelsmarkt KGT en groothandelscoöperatie Gasa en Blomsterselskabet. Ook zijn een groot aantal Nederlandse lijnrijders actief op de Deense markt. Ook Deense groothandelaren beginnen als lijnrijder hun markten te bewerken. Internetgroothandelaren die direct vanuit Nederland leveren worden ook steeds actiever in de markt. Duidelijk is dat er steeds meer kleine handelaren verdwijnen. Mogelijk dat ook hier vernieuwing noodzakelijk is om de markt een nieuwe impuls te geven.

### **Import en export**

Het grootste deel van de geïmporteerde snijbloemen komt uit Nederland. Denemarken importeert een breed assortiment snijbloemen. De roos vormt hiervan de belangrijkste soort. Nederland blijft de belangrijkste leverancier van potplanten. Het grootste deel van de geïmporteerde potplanten zijn bloeiende planten. Voor Nederland is het belangrijk te zoeken naar onderscheid ten opzichte van het lokaal product.

De Deense export van potplanten lag in 2005 op ongeveer € 245 miljoen, met Zweden als grootste afzet gebied. Op export gebied worden er veel initiatieven genomen om de Deense positie te versterken. Zo wordt er steeds meer Deens product via Nederland verhandeld.

In 2005 steeg de export van bloemkwekerijproducten (incl. uitgangsmateriaal) uit Nederland naar Denemarken met ongeveer 5%, naar bijna € 145 miljoen. Deze groei komt deels door toenemende re-export naar Zweden en Finland.

### **Lokale productie**

De productie van snijbloemen ligt op € 20 miljoen. En van potplanten op € 310 miljoen. Denemarken telt ongeveer 472 potplantenproducenten. Funen (Odense) wordt steeds sterker een centraal productie en handelsgebied.

---

## 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 Denemarken is geprobeerd een zo compleet mogelijk beeld te geven van ontwikkelingen binnen de productie en afzet van sierteeltproducten in dit land. De Marktmonitor Denemarken is een gezamenlijke uitgave van Bloemenbureau Holland en het Productschap Tuinbouw.

Voor het in kaart brengen van de ontwikkelingen op de Deense 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 Deense 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 Denemarken bij het Bloemenbureau Holland of de afdeling Marktonderzoek van het Productschap Tuinbouw.

### **Bloemenbureau Holland**

t.a.v. Dhr. I. Thompson  
Schipholweg 1  
2316 XB Leiden  
T +31 (0) 71 - 565 95 65  
F +31 (0) 71 - 565 95 55  
[i.thompson@flowercouncil.org](mailto:i.thompson@flowercouncil.org)  
[www.flowercouncil.org](http://www.flowercouncil.org)

### **Productschap Tuinbouw**

t.a.v. Dhr P. Alderliesten  
Postbus 280  
2700 AG Zoetermeer  
T +31 (0) 79 – 34 707 07  
F +31 (0) 79 – 34 704 04  
[p.alderliesten@tuinbouw.nl](mailto:p.alderliesten@tuinbouw.nl)  
[www.tuinbouw.nl](http://www.tuinbouw.nl)

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

---

## 2. ALGEMEEN

Het koninkrijk Denemarken ligt in Noordwest-Europa en vormt een onderdeel van Scandinavië. Denemarken heeft in het zuiden een korte landgrens met het Duitse Sleeswijk-Holstein (68 km). Denemarken grenst in het westen aan de Noordzee, in het noorden aan het Skagerrak en in het oosten aan het Kattegat, de Sont en de Oostzee.

**Figuur 2.0** Landkaart Denemarken



Bron: CIA

Denemarken is met 43.077 km<sup>2</sup> iets groter dan Nederland. Het bestaat uit het schiereiland Jutland en 474 eilanden waarvan er ongeveer 100 bewoond zijn. De kuststroken lijken sterk op die van Nederland met zandstranden, wadden, duinen en dijken. Voor de kust van West-Jutland liggen veel zandbanken en riffen. Hier liggen ook lange en brede stranden. De oostkust van Jutland is een fjordenkust waarvan de inhammen lang en bebost zijn. Dit in tegenstelling tot de Noorse fjorden die zeer steil zijn. De goed bevaarbare fjorden dringen vanaf de oostkust diep het land in. De zeer grillige kust van Denemarken heeft een kustlijn van 7500 km, bijna evenveel als het 10x grotere buurland Zweden. Hoewel laag gelegen heeft het Deense landschap afwisselende golvende vormen. Het hoogste punt is de Ejer Bavnehøj op de Jutlandse heuvelrug (172 meter). Het laagste punt is de Lammefjord, -7 meter onder zeeniveau. Lolland is laag en vlak en moet door dijken tegen stormvloed worden beschermd.

---

## 2.1 Demografische factoren

### 2.1.1 Prognose en ontwikkeling aantal inwoners

Denemarken heeft een bevolking van 5,5 miljoen inwoners. De groei van de bevolking is constant en beperkt, het aantal inwoners is hierdoor tamelijk constant. De verwachting is dat in de toekomst deze situatie niet zal wijzigen.

**Figuur 2.1.1.1** Prognose en ontwikkeling van het aantal inwoners (x mln)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009*	2010*	2011*	2012*
Aantal inwoners	5,4	5,4	5,4	5,4	5,4	5,5	5,5	5,5	5,5

Bron: Euromonitor \* schatting

Het aantal huishoudens in Denemarken stijgt geleidelijk, en sneller dan de bevolking. Dit houdt in dat de gemiddelde grootte van een Deens huishouden afneemt. In het jaar 2008 waren er 2.523.000 huishoudens in Denemarken.

**Figuur 2.1.1.2** Aantal huishoudens (x 1000)

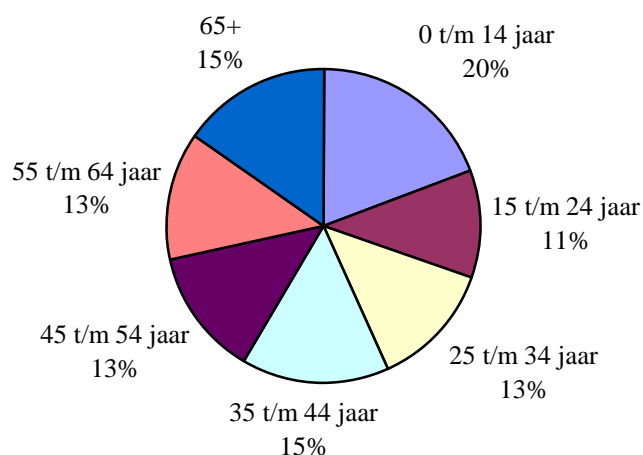
	2004	2005	2006	2007	2008	2009*	2010*	2011*	2012*
Aantal huishoudens	2,473	2,481	2,487	2,491	2,494	2.506	2.512	2.518	2.523

Bron: Euromonitor \*schatting

## 2.1.2 Leeftijdsopbouw

De leeftijdsopbouw in Denemarken is al jaren constant. Ook in Denemarken is sprake van vergrijzing, deze heeft zijn hoogtepunt nog niet bereikt. Desondanks dreigt op de Deense arbeidsmarkt een tekort aan gekwalificeerd personeel.

*Figuur 2.1.2.1 Leeftijdsopbouw in Denemarken op 1 januari 2007*



Bron: Euromonitor

## 2.1.3 Belangrijkste steden

In 2007 woonde en leefde ongeveer 85% van de Denen in de stedelijke gebieden. Dit percentage neemt langzaam verder toe. De grootste bevolkingsconcentratie vindt men in het gebied van 'Groot Kopenhagen' op Seeland (Sjaelland). De belangrijkste grote steden zijn Kopenhagen en Arhus.

*Tabel 2.1.3.1 Aantal inwoners belangrijke steden 2007*

Stad	Aantal inwoners
Kopenhagen	509.861
Århus	298.538
Aalborg	195.145
Odense	186.932
Esbjerg	114.244

Bron: Statistics Denmark, van Finse site 'World in Figures'

#### 2.1.4 Beroepsbevolking

De beroepsbevolking in Denemarken is vrij stabiel en ligt rond de 2,8 miljoen. Ruim 52% van de totale Deense bevolking behoorde in 2006 tot de beroepsbevolking, de werkeloosheid in Denemarken is met 5,5 procent laag, zeker vergeleken met het Europees gemiddelde. Ruim 2,7 miljoen Denen hadden in 2006 daadwerkelijk een baan. Hierbij wisselt 30% van de Denen jaarlijks van baan, de Deense arbeidsmarkt is hiermee zeer flexibel. De Deense arbeidsmarkt is gebaseerd op het eenvoudig aannemen en ontslaan van personeel, hoge uitkeringen en een actief stimulerend beleid om werkelozen aan het werk te krijgen.

*Tabel 2.1.4.1 Beroepsbevolking*

	<b>Beroepsbevolking x 1.000</b>	<b>Aantal werkende mensen</b>	<b>% van beroeps bevolking</b>	<b>% van totale bevolking</b>
2002	2.849	2.715	95,3	53,0
2003	2.850	2.692	94,5	52,9
2004	2.883	2.720	94,3	53,4
2005	2.876	2.720	94,6	52,9
2006	2.837	2.732	96,2	52

*Bron: Statistics Denmark, van Finse site 'World in Figures'*

De vrouwelijke beroepsbevolking bestond in 2005 uit ruim 1,3 miljoen personen. Dit is bijna 47% van de totale beroepsbevolking. De deelname van vrouwen op de arbeidsmarkt lijkt na een forse toename nu stabiel te zijn. De arbeidsparticipatie van vrouwen in Denemarken is één van de hoogste ter wereld. Vrouwen werken vaak parttime; zij namen in 2005 tweederde van al het parttime werk in Denemarken voor hun rekening. Vrouwen hebben in Denemarken dan ook veel 'financiële vrijheid', en zijn relatief zelfstandig.

*Tabel 2.1.4.2 Vrouwelijke beroepsbevolking*

	<b>Vrouwelijke beroepsbevolking (mln)</b>	<b>% van totale beroepsbevolking</b>	<b>% van totale bevolking</b>	<b>% vrouwen in parttime werkenden</b>
2002	1.334	46,8	24,7	66,2
2003	1.326	46,5	24,6	64,2
2004	1.351	46,9	25,0	64,5
2005	1.351	47	24,4	63,8

*Bron: Statistics Denmark, van Finse site 'World in Figures'*

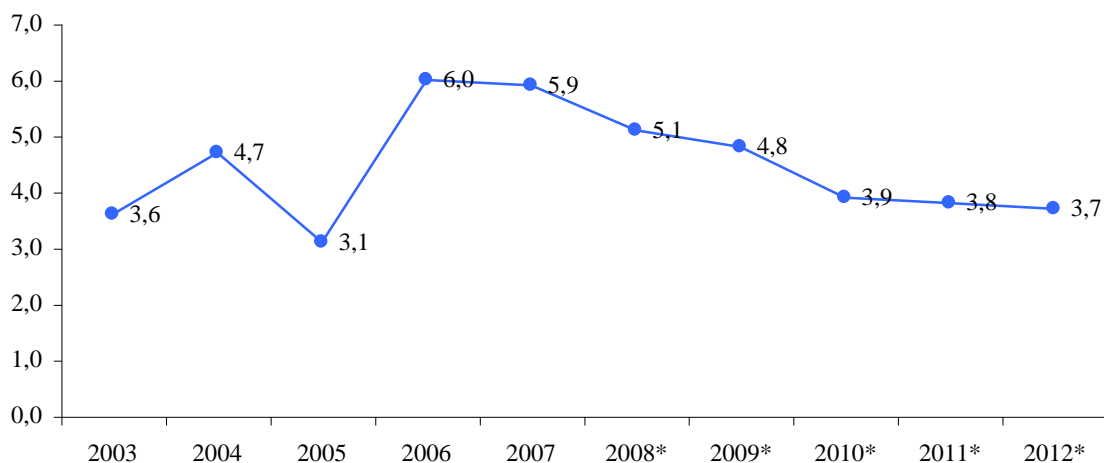
---

Als gevolg een vrijwel onafgebroken regeerperiode van de sociaal democraten kent Denemarken een uitgebreide verzorgingsstaat. Het Deense sociale verzekeringssysteem is een van de riantste ter wereld. Als percentage van het nationaal product zijn de sociale bestedingen voor Denen beneden de 65 jaar ongeveer twee keer zo hoog als het gemiddelde in de OECD-landen. De hoge uitgaven voor de werklozen en het weinig stimulerende karakter van de uitkeringen veroorzaken al bij een beperkte stijging van de werkloosheid een bijna niet te financieren last op de overheidsbegroting. In Denemarken zijn de afgelopen jaren bezuinigingen in de sociale zekerheid doorgevoerd. Dit was nodig omdat de kosten van het systeem niet langer op te brengen waren.

### 2.1.5 Bestedbaar inkomen

De groei van het besteedbaar inkomen is in de laatste jaren instabiel, momenteel is er sprake van een zeer forse groei van tussen de 5% en 6%. De verwachting is dat deze groei enigszins zal afvlakken naar een meer stabiele ontwikkeling van een kleine 4% groei in het persoonlijk besteedbaar inkomen.

**Grafiek 2.1.5.1** Groei besteedbaar inkomen (%)



---

Bron: *Economist Intelligence Unit Forecasts* \*prognose

### 2.1.6 Uitgavenpatroon

Denen geven het grootste deel van hun inkomen uit aan huisvesting. Verder zijn voedsel, transport en vrije tijd grote kostenposten. Hierbij valt op de voeding en transport als percentage van de totale kosten zijn toegenomen, de overige grote kostenposten zijn relatief gezien enigszins gedaald.

*Tabel 2.1.6.1 Uitgaven 2006 per huishouden*

	x € miljoen	%
Voedsel & Frisdranken	14,272	10,8%
Alcoholische dranken & Tabak	4,699	3,6%
Kleding & Schoenen	6,201	4,7%
Huisvesting	34,305	26,0%
Huishoudelijke goederen	7,954	6,0%
Medische prod.& service	3,360	2,5%
Transport	19,260	14,6%
Communicatie	2,844	2,2%
Vrije tijd	13,882	10,5%
Studie	959	0,7%
Hotel&catering	6,952	5,3%
Overige	17,078	13,0%
<b>Totaal</b>	<b>131,772</b>	<b>100,0%</b>

*Bron: Euromonitor 2008*

## 2.2 Cultureel Maatschappelijke ontwikkelingen

Voor de Denen is het belangrijk ieder individu zijn vrijheid te kunnen geven. Hiervoor moet er een zekere gelijkheid zijn. Daarom zijn in het gedachtegoed van de Denen vrijheid en gelijkheid onafscheidelijke grootheden. Dit merk je op school, binnen het gezin en in de omgang met leeftijdsgenoten. Er worden veel gezamenlijke activiteiten ondernomen in het Deense gezin. Deense families zijn over het algemeen heel gastvrij, vrienden en kennissen zijn altijd welkom en krijgen het beste wat er in huis is voorgeschoteld. Het Deense synoniem voor gezelligheid is 'hygge', een woord dat een gevoel van warmte en welzijn weergeeft. Het wordt vaak in verband gebracht met een lekkere maaltijd, een kop thee of koffie, kaarslicht en samen bij elkaar zitten praten en plezier maken. De Denen hebben er zelfs een werkwoord van gemaakt.

Hoewel de officiële godsdienst in Denemarken het Lutheranisme is, zijn er maar weinig Denen die regelmatig naar de kerk gaan. Op speciale gelegenheden zoals bruiloften, begrafenissen en dergelijke



---

wordt er wel naar de kerk gegaan. Ook op 24 december gaan de meeste Denen naar de kerk. Veel jongeren worden wel geconformeerd. Dit gebeurt als ze ongeveer 14 zijn. De 'confirmation' is vergelijkbaar met de Katholieke communie, maar de meeste jongeren gaat het vooral om het feestje en de cadeautjes.

## 2.3 Economische aspecten

### 2.3.1 Consumentenvertrouwen

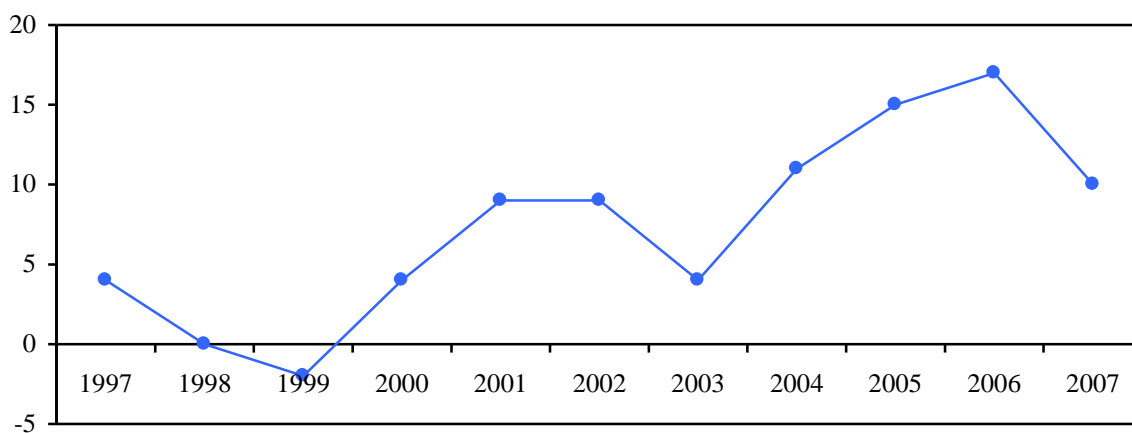
Na een grote stijging tussen 2003 en 2006 is het consumentenvertrouwen in 2007 gedaald naar een nog steeds hoge waarde van 10 eind 2007. Deze dalende lijn zet zich voort in het begin van 2008.

*Tabel 2.3.1.1 Consumentenvertrouwen*

1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
-2	4	9	9	4	11	15	17	10

Bron: Rabobank

*Grafiek 2.3.1.2. Consumentenvertrouwen*



Bron: Rabobank

### 2.3.2 Bruto Nationaal Product

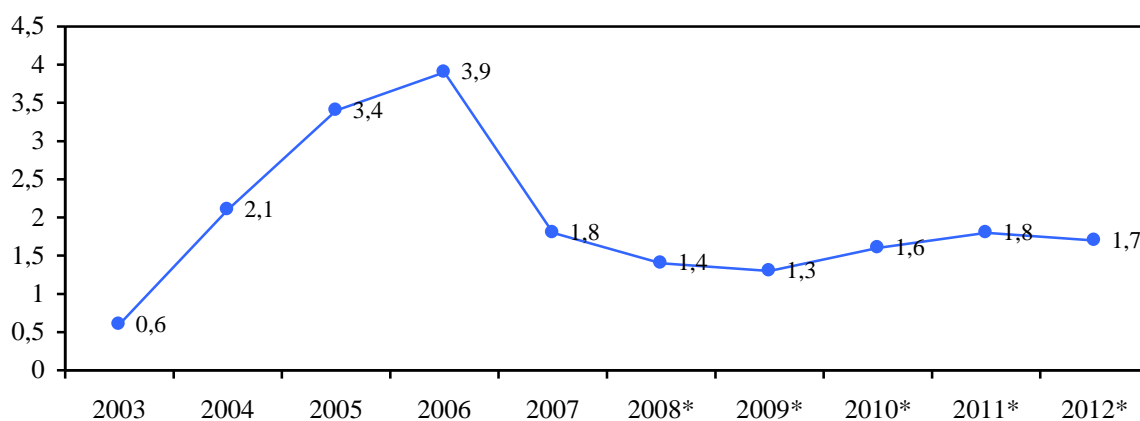
Tussen 2005 en 2006 steeg het Deense Bruto Nationaal Product zeer sterk. De verwachting is dat deze stijging de komende jaren zal afvlakken naar een percentage tussen de 1,5 en 2% per jaar.

Tabel 2.3.2.1 BNP, in miljarden

	2003	2004	2005	2006	2007	2008*	2009*	2010*	2011*	2012*
BNP (€)	187,9	195,7	204,8	213,3	220,9	228,7	237,4	245,0	254,0	263,0
BNP (Dkr)	1.400	1.466	1.548	1.641	1.695	1.812	1.882	1.911	1.984	2.054

Bron: Economist Intelligence Unit Forecasts \*prognose

Grafiek 2.3.2.2. Groei van het BNP in %

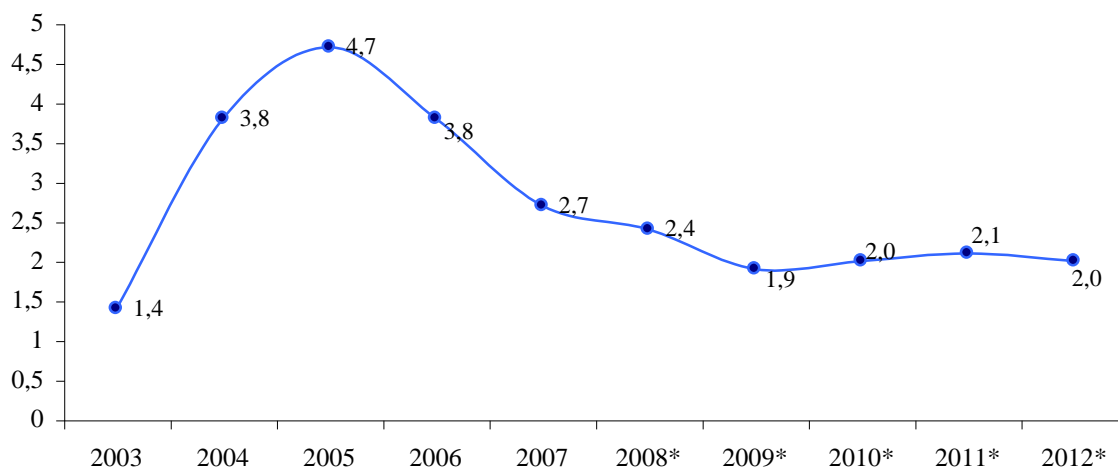


Bron: Economist Intelligence Unit Forecasts \*prognose

### 2.3.3 Particuliere consumptie

De ontwikkeling van de particuliere consumptie in Denemarken loopt vrijwel synchroon met die van het BNP. In 2005 nam de particuliere consumptie toe met 4,7% deze forse groei is in de jaren daarna afgevlakt tot tussen de 2 en 3%, en bedraagt de komende jaren naar verwachting rond de 2%.

**Grafiek 2.3.3.1** *Groei van de particuliere consumptie %*

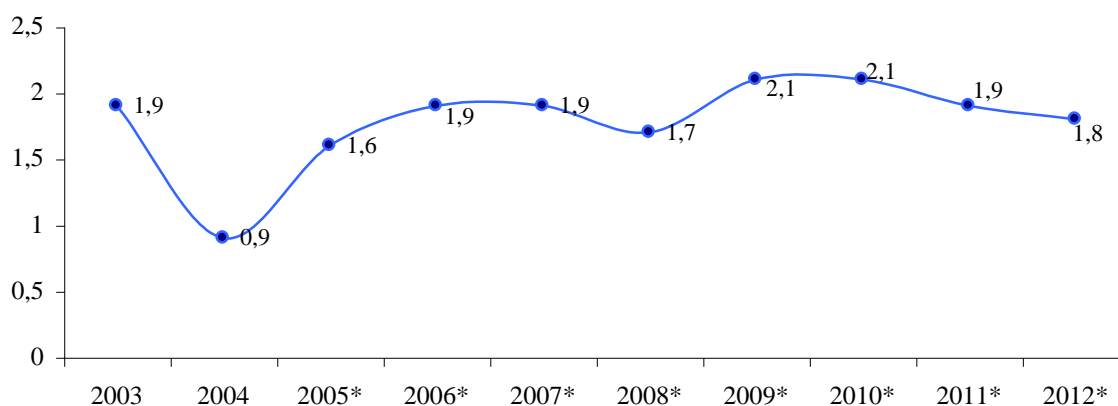


Bron: Economist Intelligence Unit Forecasts \*prognose

### 2.3.4 Inflatie

Na een inflatie van minder dan 1% in 2004 neemt de Deense inflatie toe tot een niveau van rond de 2%. Hiermee ligt de inflatie in Denemarken onder het Europese gemiddelde, en voldoet Denemarken aan de norm van 2% die de Europese Centrale Bank nastreeft.

**Grafiek 2.3.4.1** *Inflatie*



Bron: Economist Intelligence Unit Forecasts \*Prognose

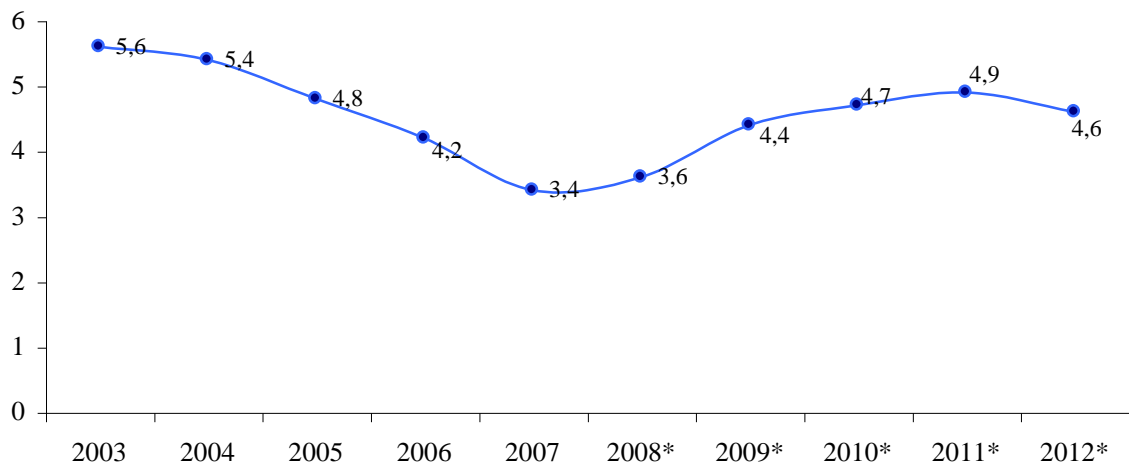
---

### 2.3.5 Werkloosheid

Door het goede sociale zekerheidsstelsel kampte Denemarken traditioneel met een relatief hoge werkloosheid. Door de hoge uitkeringen was de impuls om nieuw werk te vinden gering. Sinds 1993 is de werkloosheidsbestrijding een van de primaire doelstellingen van de Deense regering. Deze doelstelling is bereikt: In 2007 was de officiële werkloosheid 3,4%. Dit is het laagste niveau in meer dan 25 jaar. Verwacht wordt dat de werkloosheid de komende jaren enigszins zal toenemen en schommelt tussen de 4 en 5%.

**Grafiek 2.3.5.1**      *Werkloosheid*

---



---

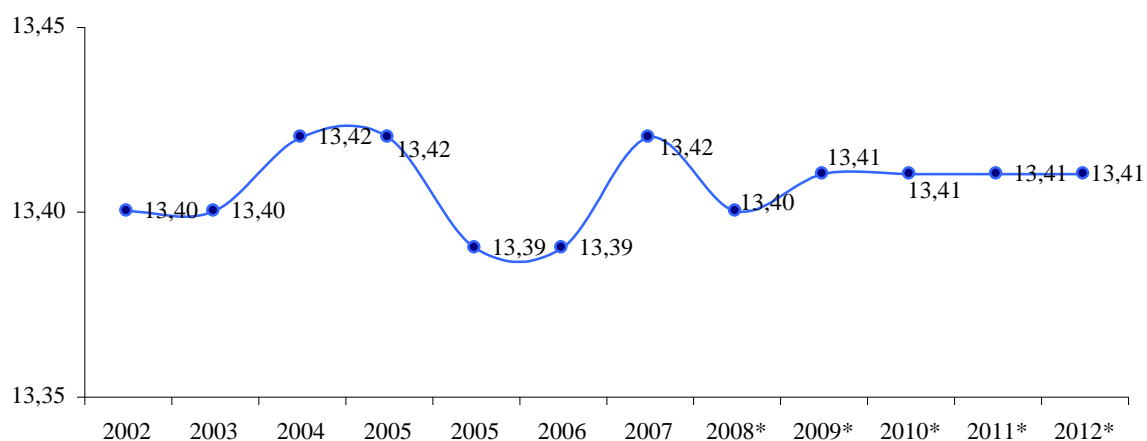
Bron: *Economist Intelligence Unit Forecasts*      \*Prognose

---

## 2.3.6 Valuta

Het Deense monetair beleid beoogt de handhaving van een stabiele koers van de kroon ten opzichte van de Euro. Om een maximaal vertrouwen in dit beleid te creëren heeft Denemarken een overeenkomst gesloten met de Europese Centrale Bank (ECB), waarbij deze zich verplicht de ECB de kroon te steunen, mocht deze onder druk komen te staan. De valutastabiliteit van de Kroon is zeer goed te noemen, aangezien de Kroon in de laatste vier jaar maar voor twee Deense centen heeft geschommeld. Eén euro is momenteel ongeveer 7,46 Deense kronen waard, de verwachting is dat deze stabiliteit in de komende jaren verder zal toenemen.

**Figuur 2.3.6.1** Koersverloop 100 DKK t.o.v. de euro



Bron: ING Bank

## 2.4 Politieke factoren

### 2.4.1 Geschiedenis

Lange tijd was het Deense koninkrijk veel groter dan tegenwoordig. Van 1380 tot 1814 behoorde Noorwegen tot het Deense rijk, evenals het zuiden van Zweden (tot 1658) en Schleeswijk Holstein in het noorden van Duitsland (tot 1864). Verschillende oorlogen leidden ertoe dat Denemarken nu nog maar 43.000 vierkante kilometer beslaat. Wel vallen Groenland en de Færøer-eilanden nog altijd onder Deens bestuur. Het land telt bijna 5,2 miljoen inwoners en is dus heel wat minder dichtbevolkt dan ons eigen land. Een klein landje met grote trots, want het Deense koningshuis is een van de oudste ter wereld en kan teruggevoerd worden op Knud de Grote (945-952 na Chr.). Ook de Deense vlag behoort tot de oudste ter wereld.

### 2.4.2 Binnenlandse politiek

In de jaren '50 en '60 van de 20e eeuw zorgde een coalitie van de Sociaal-Democraten en de Sociaal-Liberalen, in samenwerking met de vakbonden en wat kleinere partijen, voor een progressief

---

belastingstelsel en een vergaande hervorming van het stelsel van sociale zekerheid. In 1973 trad Denemarken toe tot de toenmalige EEG. In 1993 herwonnen de Sociaal-Democraten de macht, die zij behielden tot de verkiezingen van 20 november 2001, waarin zij met grote cijfers verslagen werden door de liberale/conservatieve oppositie. De laatste verkiezingen (2005) waren een overwinning voor de regering van de conservatieven en liberalen. In het parlement worden deze partijen gesteund door de Deense volkspartij. De economische groei en toegenomen welvaart heeft de regering een steuntje in de rug gegeven bij de verkiezingen.

### **2.4.3 Staatsinrichting**

Denemarken is sinds de eerste grondwet in 1849 een constitutionele monarchie met als staatshoofd een monarch. Met de grondwet van 1953 kwam een einde aan het bestaan van het Deense Hogerhuis (de 'Landsting') en werd de wetgevende macht aan het parlement (de 'Folketing') toebedeeld.

De Premier wordt benoemd door de monarch, maar de regering is verantwoording schuldig aan het parlement. De verschillende ministers worden, in overleg met de Premier, benoemd door de monarch. Slechts weinig regeringen na de Tweede Wereldoorlog hebben een parlementaire meerderheid genoten. Om hun wetgevingsprogramma uit te voeren hebben de meeste regeringen daarom op ad hoc basis samen moeten werken met politieke partijen die niet in de regering waren vertegenwoordigd.

### 3. MARKTOMVANG

#### 3.1 Totale marktomvang van snijbloemen en potplanten

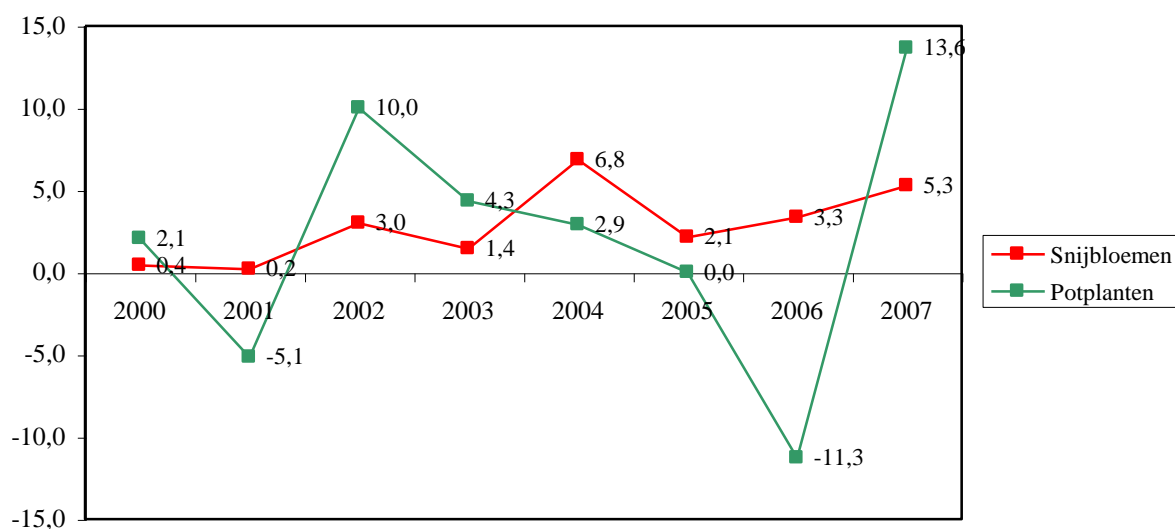
De marktomvang voor snijbloemen was in 2005 gestegen tot € 239 miljoen. De marktomvang voor potplanten is in 2005 flink gedaald en kwam uit op € 236 miljoen. De ontwikkeling is bij de snijbloemen redelijk stabiel. De markt voor potplanten fluctueert echter, dit is vooral te zien tussen 2000 en 2005. De markt lijkt steeds meer verzadigd en heeft nieuwe impulsen nodig om te groeien.

*Tabel 3.1.1 Marktomvang consumptiewaarde (mln €)*

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Snijbloemen	€ 208,29	€ 209,19	€ 209,60	€ 215,90	€ 219,00	€ 233,53	€ 239,35	€ 247,04	€ 260,46
Potplanten	€ 216,91	€ 221,44	€ 210,00	€ 231,00	€ 241,00	€ 247,88	€ 236,34	€ 220,19	€ 250,89

Bron: BBH

*Figuur 3.1.2 Marktontwikkeling snijbloemen en potplanten 2000-2007*



Bron: Berekening PT/BBH

---

### 3.2 Consumptie per hoofd van de bevolking

De totale consumptie per hoofd kwam in 2005 uit op € 88. De totale consumptie is ten opzichte van het jaar 2004 stabiel tot licht gedaald. Dit kwam met name door de daling bij potplanten. Zo'n € 44 werd besteed aan snijbloemen en € 44 aan potplanten.

**Tabel 3.2.1** Consumptie per hoofd van de bevolking, in €.

	<b>Snijbloemen</b>	<b>Potplanten</b>	<b>Totaal</b>
1999	39	40	79
2000	39	42	81
2001	40	40	80
2002	40	43	83
2003	41	45	86
2004	43	46	89
2005	44	44	88
2006	46	41	87
2007	48	46	94

Bron: BBH



## 4. DE DEENSE CONSUMENT

De ontwikkeling van de consumentenmarkt is grotendeels gebaseerd op de ontwikkelingen die worden weergegeven door het huishoudpanel Gfk Denmark, aangevuld met marktonderzoeken en ervaringen van Bloemenbureau Holland en het Productschap Tuinbouw.

### 4.1 Koopgedrag

#### *Ontwikkeling aantal kopende huishoudens in de snijbloemensector*

In 2007 heeft ruim 71% van de Deense huishoudens één of meerdere bossen bloemen gekocht. In vergelijking met voorgaande jaren is het percentage kopende huishoudens gedaald met een half procent. Deze ontwikkeling was ook in 2005 zichtbaar. In 2007 is vooral de penetratie van arrangementen en enkele bloemen relatief sterk afgenomen.

Dat tulpen, rozen en narcissen van grote invloed zijn in de snijbloemen verkoop blijkt wel uit het penetratie cijfer zonder deze drie product groepen. In 2007 kwam het penetratiecijfers zonder tulpen, rozen en narcissen op slechts 28%.

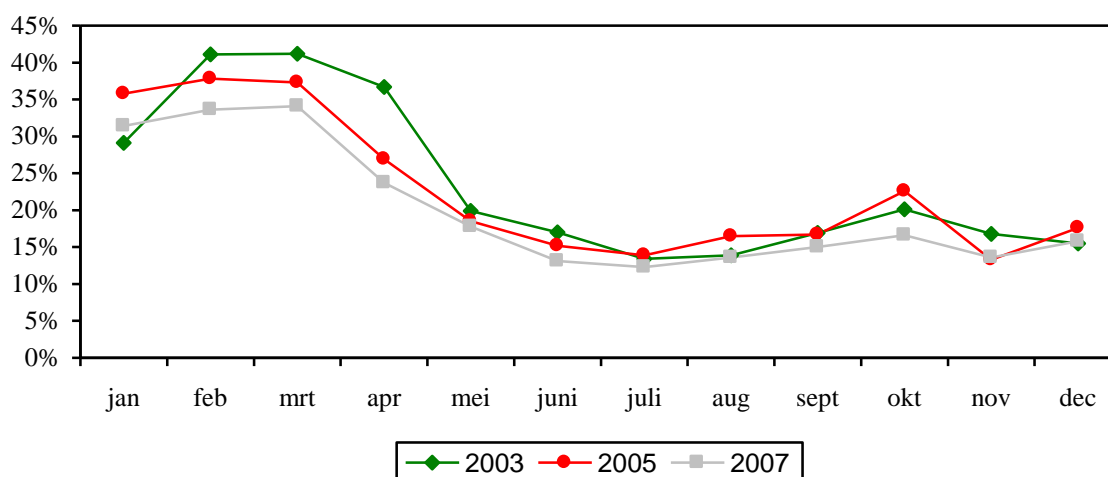
**Tabel 4.1.1** Percentage kopende huishoudens van snijbloemen (%)

	<b>1999</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2005</b>	<b>2007</b>
Gemengd boeket	34,1	43,3	41,8	42,7	41,4
Monobos	68,1	62,9	65,2	64,7	63,2
Arrangement	8,8	10,9	8,7	8,1	6,0
Enkele bloem	3,3	14,7	7,2	4,5	2,4
<b>Totaal</b>	<b>73,6</b>	<b>71,1</b>	<b>72,8</b>	<b>71,8</b>	<b>71,3</b>

*Bron: Gfk Denmark*

Uit de volgende grafiek blijkt dat snijbloemen vooral in de maanden januari, februari, maart en april gekocht worden. Het gaat hier met name om de tulp en de narcis (tulpenpiek). In april neemt deze piek af om vervolgens in de overige maanden een stabiele lijn te vormen. De uitdaging is de tulpenkopende consument ook buiten de deze periode aan de bloemen te krijgen, de dalende penetratiecijfers wijzen er niet op dat er momenteel een dergelijke ontwikkeling plaatsvindt. Ten opzichte van de maand april in 2003 is de snijbloemen verkoop in april 2007 relatief sterk afgenomen (- 10%). De tulpenpiek in het voorjaar lijkt korter te worden. Bij een groot aantal verkooppunten is de verkrijgbaarheid van snijbloemen buiten deze piek zeer beperkt.

**Grafiek 4.1.1** Percentage kopende huishoudens van snijbloemen per maand 2003/2007 (%)



Bron: Gfk Denmark

#### **Ontwikkeling aantal kopende huishoudens in de kamerplantensector**

De penetratie van kamerplanten in Denemarken is fors afgenomen, vooral de bloeiende kamerplanten zijn aanzienlijk gedaald. Opvallend is dat het percentage kopende huishoudens van bloembollen op pot, dat de afgelopen jaren flink is gestegen, in 2007 flink is afgenomen. De daling van het penetratiecijfer kamerplanten ten opzichte van 2005 is een trend die al langer zichtbaar is. Het percentage kopende huishoudens van kamerplanten is in zo'n 10 jaar met 10 % gedaald van bijna 81% naar ruim 71%.

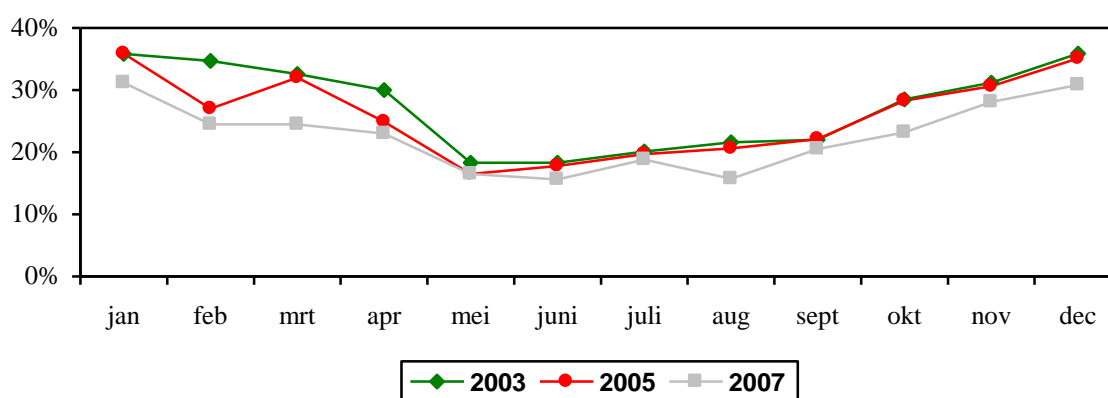
**Tabel 4.1.2** Percentage kopende huishoudens van kamerplanten (%)

	1999	2002	2003	2005	2007
Bloeiende	75,2	72,6	71,5	70,7	63,8
Groene	42,8	41,6	40,3	33,2	31,8
Compositie	9,2	7,6	8,4	5,6	7,0
Bloembollen op pot	24,4	32,7	32,8	35,2	31,0
<b>Totaal</b>	<b>80,9</b>	<b>78,1</b>	<b>79,4</b>	<b>75,6</b>	<b>71,6</b>

Bron: Gfk Denmark

Kamerplanten worden vooral in het begin van het jaar gekocht en aan het einde van het jaar. Deze piek is echter aanzienlijk minder dan die bij de snijbloemen. De maanden januari, februari, maart, april en de maanden oktober, november en december zijn vooral populair in de aanschaf van kamerplanten. Ten opzichte van 2005 en 2003 is deze piek in 2007 verder afgevlakt. Over het algemeen zijn er minder consumenten die planten kopen. Vooral jongeren kiezen alternatieven en hebben (nog) geen zin in het ‘zorgen’. Opvallend in vergelijking met 2005 is dat de verkoop in maart 2007 relatief is afgenomen (- 8%).

**Grafiek 4.1.2** Percentage kopende huishoudens van kamerplanten per maand 2003/2007 (%)



Bron: Gfk Denmark

Balkon / perkplanten zijn populair bij de Denen. In het jaar 2007 heeft zo'n 60% van de Deense huishoudens wel eens balkon / perkplanten gekocht. Hiermee is dit de enige categorie waar het penetratiecijfer niet is afgenomen, zowel ten opzichte van 2005 als op de langere termijn.

**Tabel 4.1.3** Percentage kopende huishoudens van balkon / perkplanten (%)

	2003	2005	2007
Balkon / perkplanten	58,8	60,1	60,3

Bron: Gfk Denmark

## 4.2 Bestedingen

De bestedingen per kopend huishouden zijn met betrekking tot snijbloemen zijn in 2005 ten opzichte van voorgaande jaren afgenomen. De prijzen van kamerplanten zijn marginaal afgenomen.

**Tabel 4.2.1** Jaarlijkse bestedingen aan snijbloemen en kamerplanten per kopend hh

	<b>2003</b>	<b>2005</b>	<b>2007</b>
Snijbloemen	€ 38	€ 39	€ 35
Kamerplanten	€ 33	€ 32	€31

Bron: Gfk Denmark

## 4.3 Prijsontwikkeling

In de volgende tabellen staan de ontwikkelingen van de betaalde prijzen door consumenten voor snijbloemen en kamerplanten weergegeven.

### *Gemiddelde prijs per bos*

De prijs van een boeket hangt uiteraard samen met de bloemen die erin verwerkt zijn. In onderstaande tabel zijn de gemiddelde waardes voor geheel Denemarken opgenomen.

**Tabel 4.3.1** Gemiddelde prijs per bos (€)

	<b>1999</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2005</b>	<b>2007</b>
Gemengd boeket	8,81	7,50	6,90	7,69	8,04
Monobos	2,45	2,64	2,33	2,51	2,57
Arrangement	13,25	15,37	15,01	15,40	18,36
Enkele bloem	2,65	2,06	2,26	2,16	3,94
<b>Totaal</b>	<b>3,50</b>	<b>3,94</b>	<b>3,59</b>	<b>3,90</b>	<b>4,03</b>

Bron: Gfk Denmark

De gemiddelde betaalde prijs van een bos snijbloemen ligt in 2007 rond de € 4,03. Dit was in 2005 nog € 3,90. De prijzen van gemengde boeketten en monobossen zijn de afgelopen 2 jaar weer gestegen. Vooral de prijzen van arrangementen en enkele bloemen zijn aanzienlijk gestegen, de losse bloem is gemiddeld bijna dubbel zo duur als in 2005.

### ***Gemiddelde prijs per plant***

De prijs van kamerplanten ten opzichte van 2005 weer gestegen. De gemiddelde prijs die voor een kamerplant betaald wordt ligt in 2007 op € 2,92. Alle categorieën zijn in prijs gestegen, met als uitschieter de composities waarvan de prijs met € 2,00 toenam. De prijs van de bloembol op pot is marginaal gedaald ten opzichte van 2005, in 2005 was de prijs van de bloembol op pot spectaculair gestegen met bijna 100%

**Tabel 4.3.2**      ***Gemiddelde prijs per plant (€)***

	<b>1999</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2005</b>	<b>2007</b>
Bloeiend	2,28	2,50	2,63	2,71	2,94
Groen	3,21	3,44	3,47	3,38	3,67
Compositie	11,80	12,17	11,83	11,20	13,18
Bloembollen op pot	1,50	1,54	0,83	1,68	1,66
<b>Totaal</b>	<b>2,48</b>	<b>2,61</b>	<b>2,36</b>	<b>2,69</b>	<b>2,92</b>

**Bron: Gfk Denmark**

Ook bij balkon / perkplanten is een prijsstijging te zien. Tussen het jaar 2005 en 2007 is de gemiddelde prijs van balkon / perkplanten met € 0,20 gestegen.

**Tabel 4.3.3**      ***Gemiddelde prijs balkon / perkplanten (€)***

	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2005</b>	<b>2007</b>
Balkon / perkplanten	1,95	1,90	2,21	2,41

**Bron: Gfk Denmark**

## **4.4 Koopfrequentie**

De aankoopfrequentie van snijbloemen is gedaald. De Deense bloemenkoper kocht in 2007 gemiddeld 5,7 keer één of meerdere bossen bloemen, in 2005 was dit nog 6,6 keer. Van de gemengde boeketten wordt in 25% van de gevallen meer dan 1 bos tegelijk gekocht. De Deense bloemenkoper kocht in 2007 gemiddeld 3,3 gemengde boeketten en bezocht de retailer hiervoor 2,5 keer. Monobossen worden in ruim 40% van de aankopen met meer dan één bos tegelijk aangeschaft. Voor de 7,3 monobossen die de Deense bloemenkoper in 2007 gemiddeld aanschafte werd 4,6 keer een retailer bezocht.

**Tabel 4.4.1** Aankoopfrequentie snijbloemen per jaar

	<b>1999</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2005</b>	<b>2007</b>
Gemengd boeket	2,1	2,5	2,9	2,7	2,5
Monobos	5,0	5,2	5,3	5,2	4,6
Arrangement	1,2	1,3	1,4	1,3	1,2
Enkele bloem	1,1	1,3	1,3	1,3	1,3
<b>Totaal</b>	<b>5,8</b>	<b>6,6</b>	<b>6,7</b>	<b>6,6</b>	<b>5,7</b>

Bron: Gfk Denmark

In de volgende tabel is te zien dat de aankoopfrequentie van kamerplanten weer wat is teruggelopen sinds 2002. De daling in 2007 ten opzichte van 2005 is relatief groot. De Deense plantenkoper kocht in 2007 gemiddeld bijna 11 kamerplanten. Gemiddeld kocht men 9 bloeiende planten en 3 groene planten. Uit deze cijfers blijkt dat ook kamerplanten in 2007 vaak met meerdere tegelijk werden gekocht.

**Tabel 4.4.2** Aankoopfrequentie kamerplanten per jaar

	<b>1999</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2005</b>	<b>2007</b>
Bloeiend	5,4	5,6	5,4	5,3	5,2
Groen	2,4	2,4	2,4	2,2	1,9
Compositie	1,3	1,5	1,3	1,4	1,2
Bloembollen op pot	1,8	2,1	2,1	2,1	1,9
<b>Totaal</b>	<b>7,0</b>	<b>7,5</b>	<b>7,1</b>	<b>7,0</b>	<b>6,4</b>

Bron: Gfk Denmark

Ook de aankoopfrequentie van balkon/perkplanten is redelijk stabiel gebleven vanaf het jaar 2002. De Deense consumenten die balkon/perkplanten kocht schafte in 2007 gemiddeld 14 balkon / perkplanten aan. Deze hoeveelheid is wel afgenomen ten opzichte van 2003 toen dit er nog 18 waren. Uit deze cijfers kan afgeleid worden dat balkon/perkplanten in relatief grote hoeveelheden worden aangeschaft, voor de eerder genoemde 14 balkon/perkplanten bezocht men slechts 5 keer een retailer.

**Tabel 4.4.3** Aankoopfrequentie balkon/perkplanten per jaar

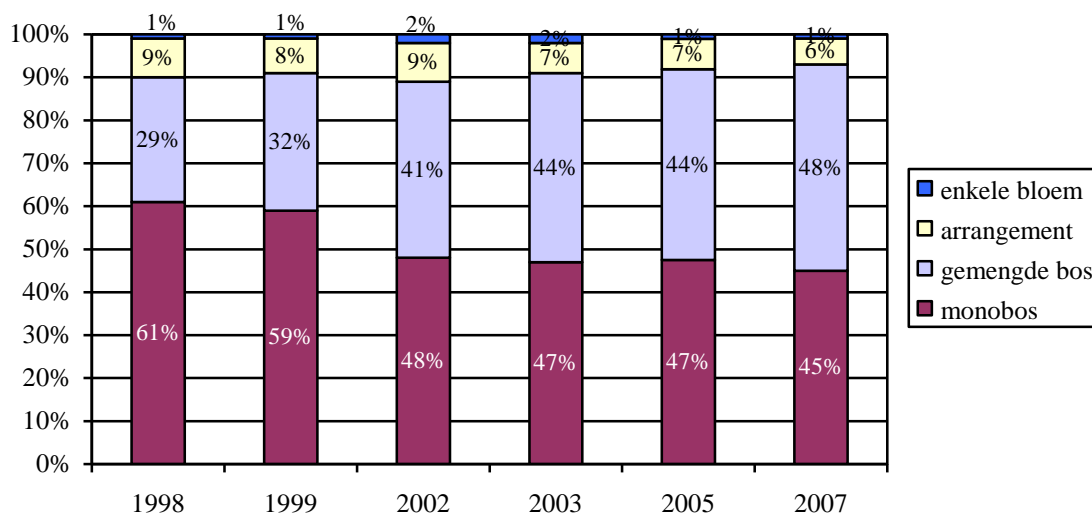
	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2005</b>	<b>2007</b>
Balkon / perkplanten	4,8	5,1	4,9	4,9

Bron: Gfk Denmark

## 4.5 Assortiment

In onderstaande grafiek zijn de aandelen van monobossen, gemengde boeketten, arrangementen en enkele bloemen binnen de totale consumentenbestedingen aan snijbloemen weergegeven. Opvallend is het toenemend belang van het gemengde boeket.

**Grafiek 4.5.1** Assortiment snijbloemen (basis: bestedingen) %



Bron: Gfk Denmark

Uit de grafiek blijkt dat de aandelen van de verschillende productgroepen redelijk is veranderd sinds 1999. In 2007 komt 48% van de bestedingen aan snijbloemen komt voor rekening van de gemengde boeketten. In het jaar 1998 was dit nog 29%. Deze toename in het aandeel van gemengde boeketten is ten koste gegaan van het aandeel van de monobossen. Deze categorie nam af van 61% in 1998 tot 45% in 2007. Het aandeel arrangementen en enkele bloemen in de totale bestedingen aan snijbloemen is afgelopen jaar licht gedaald.

In onderstaande tabel zijn de aandelen van de belangrijkste soorten bloemen opgenomen. Deze tabel is gebaseerd op verkoopcijfers van de monobossen. Bloemen die verwerkt zijn in gemengde boeketten zijn hierin niet meegenomen.

**Tabel 4.5.1** Top 10 producten snijbloemen (basis: bestedingen monobossen) %

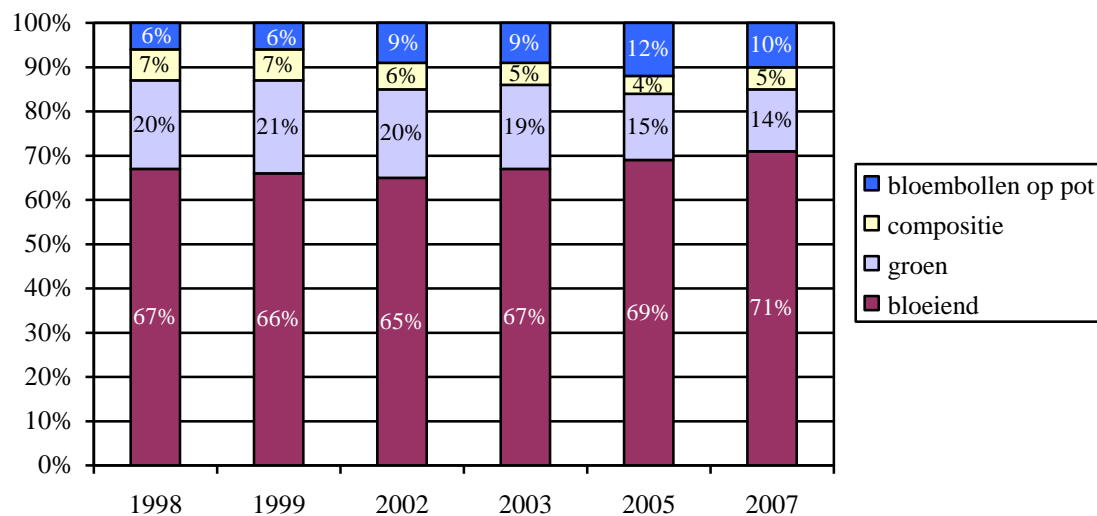
<b>Top 10 producten</b>	<b>1999</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2005</b>	<b>2007</b>
1. Roos	35%	40%	35%	38%	40%
2. Tulp	29%	28%	29%	27%	27%
3. Narcis	11%	10%	13%	11%	11%
4. Chrysant	6%	5%	5%	5%	5%
5. Lelie	4%	4%	4%	5%	3%
6. Anjer	4%	3%	3%	2%	2%
7. Freesia	3%	1%	2%	3%	1%
8. Orchidee	1%	0,5%	1%	1%	1%
9. Gerbera	1%	0,3%	1%	1%	2%
10. Alstroemeria	0,2%	0,1%	0,2%	0,3%	-
11. Anthurium	-	0,01%	-	-	-
12. Overig	7%	7%	6%	7%	8%
<b>Totaal:</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Bron: Gfk Denmark

De top 5 meest gekochte monobossen op basis van de bestedingen wordt aangevoerd door de roos met een aandeel van 40%. Op de tweede plaats staat de tulp (27%) gevolgd door de narcis (11%), chrysant (5%) en de lelie (3%). Het belang van de roos in ten opzichte van 2005 verder toegenomen, de lelie is gedaald. De overige aandelen zijn gelijk gebleven.



**Grafiek 4.5.2** Assortiment kamerplanten (basis: bestedingen) %



Bron: Gfk Denmark

De totale bestedingen aan kamerplanten door Deense huishoudens, bestaan voor ruim 70% uit bloeiende kamerplanten. Groene kamerplanten hebben een aandeel van 14% in de bestedingen, dit aandeel is ten opzichte van 1998 met bijna 1/3 gedaald. Het aandeel van bloembollen op pot in de totale consumentenbestedingen aan kamerplanten is ten opzichte van 1998 gestegen tot zo'n 10%, dit betekent een daling van 2% ten opzichte van 2005. Composities maken zo'n 5% van de totale bestedingen uit.

De top 5 meest gekochte bloeiende kamerplanten op basis van de bestedingen wordt sinds 2003 aangevoerd door de orchidee en de kalanchoe met respectievelijk een aandeel van 23% en 15%. Op de derde plaats staat de poinsettia (9%), gevolgd door de roos op pot en de azalea (beiden 8%). Opvallend is het marktaandeel van de orchidee, deze is ten opzichte van 1999 zeer sterk gestegen, van 4% naar 23%. Vooral de begonia, de chrysanth en roos op pot zijn verder gedaald ten opzichte van 1999.

**Tabel 4.5.2** Top 10 producten bloeiende kamerplanten (basis: bestedingen) %

<b>Top 10 producten</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2005</b>	<b>2007</b>
1. Orchidee	8%	13%	17%	23%
1. Kalanchoe	12%	13%	14%	15%
2. Roos op pot	10%	10%	9%	7%
3. Poinsettia	9%	9%	9%	9%
4. Azalea	10%	8%	8%	7%
5. Chrysanth op pot	6%	5%	4%	4%
6. Primula	5%	5%	3%	3%
7. Begonia	4%	4%	3%	3%
8. Cyklaam	4%	3%	3%	3%
9. St. Paulia	1%	1%	1%	0%
10. Anthurium	0,2%	0,5%	0,3%	0%
11. Bouvardia	0,4%	0,3%	0,2%	1%
12. Bromelia	0%	0,1%	0,1%	0,1%
13. Overige	29%	28%	28%	25%
<b>Totaal:</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Bron: Gfk Denmark

De top 5 meest gekochte groene kamerplanten op basis van de bestedingen wordt aangevoerd door de cactus (13%). Op de tweede plaats staat de hедера met een aandeel van 11% gevolgd door de spathiphyllum en de varen met ieder 3%. Het marktaandeel van de hедера is ten opzichte van 1999 met 14% gedaald. De cactus en overige vetplanten hebben in 2007 flink aan marktaandeel gewonnen. In 2007 werden er voor het eerst meer cactussen en overige vetplanten verkocht dan hедера's. De ficus, tussen 2000 en 2005 nauwelijks verkocht in Denemarken stijgt naar een aandeel van 3%.

**Tabel 4.5.3** Top 10 producten groene kamerplanten (basis: bestedingen) %

<b>Top 10 producten</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2005</b>	<b>2007</b>
1. Hedera	17%	17%	14%	8%
2. Cactus/ overige vetplanten	8%	10%	11%	13%
3. Varen	3%	3%	3%	3%
4. Spathiphyllum	3%	2%	3%	3%
5. Dracaena	3%	2%	2%	2%
6. Palm	2%	2%	2%	2%
7. Zamioelcas	2%	2%	1%	1%
8. Yucca	0,2%	1%	1%	0%
9. Ficus	0,4%	0,1%	0,1%	3%
10. Overige	62%	61%	63%	65%
<b>Totaal:</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Bron: Gfk Denmark

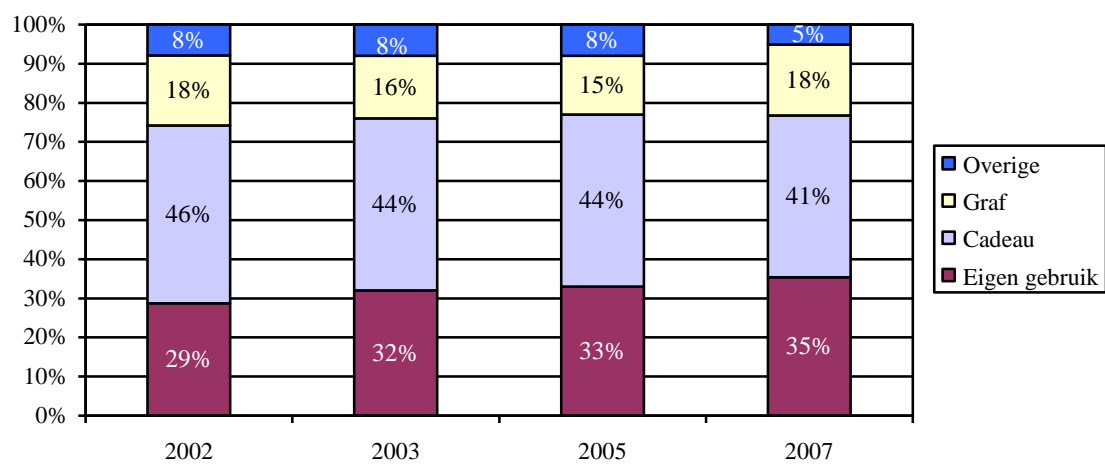
---

## 4.6 Aankoopgelegenheid

De aankoopgelegenheid voor snijbloemen is in 2007 niet veel veranderd in vergelijking met 2005. Het belang van aankopen voor eigen gebruik neemt verder toe, dit ten kostte van de aankopen voor cadeau's.

**Grafiek 4.6.1** Aankoopgelegenheid Snijbloemen (%)

---



---

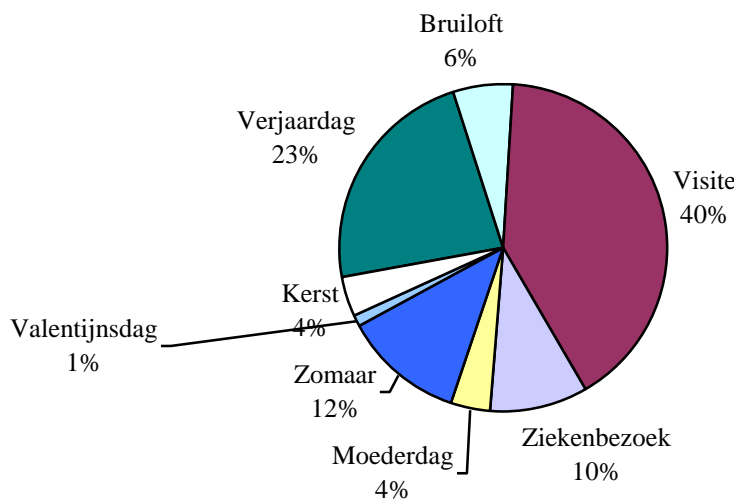
Bron: Gfk Denmark

---

In 2007 werd ongeveer 40% van de snijbloemen gekocht als een cadeau voor iemand anders, het aandeel bloemen voor eigen gebruik is ten kosten van de cadeau-uitgaven met 3% gestegen. Van de cadeau-uitgaven is het grootste gedeelte bedoeld als cadeau voor visite (41%). Een andere reden om iemand snijbloemen cadeau te doen, is het vieren van een verjaardag (23%). Tenslotte wordt 1/8 van de snijbloemen zonder specifieke reden cadeau gegeven.

**Grafiek 4.6.2** *Snijbloemen als cadeau 2007 (%)*

---

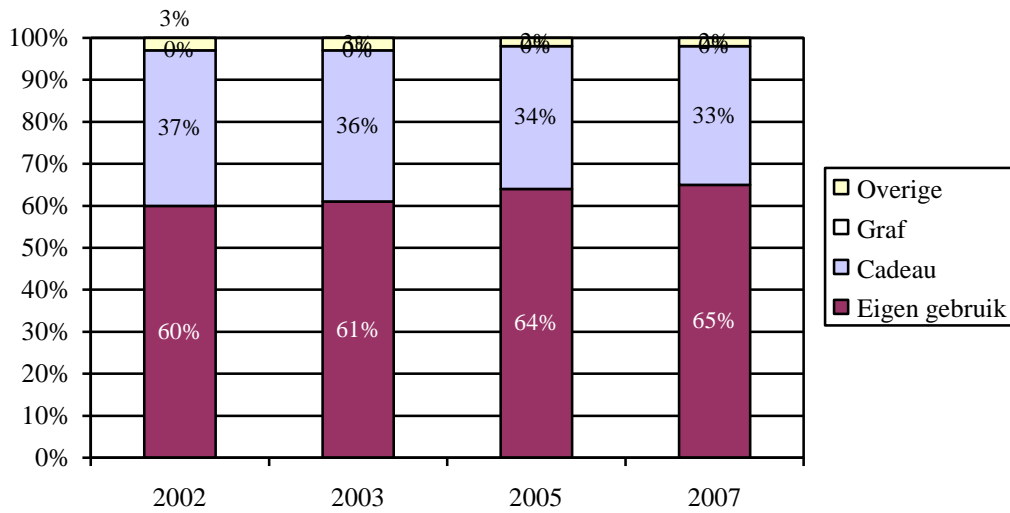


---

Bron: Gfk Denmark

Ten opzichte van voorgaande jaren is een verandering zichtbaar bij de aankopen van kamerplanten, het aandeel van de aankopen voor eigen gebruik neemt toe ten opzichte van de cadeauaankopen. Deze ontwikkeling is eveneens zichtbaar bij de snijbloemen, ook in andere Noord-Europese landen is deze ontwikkeling waar te nemen. In Denemarken wordt 65% van de bestedingen aan kamerplanten voor het eigen gebruik gedaan. Dit is 4% meer dan vier jaar geleden. Ongeveer 33% komt voor rekening van het cadeausegment. Het is in Denemarken niet gebruikelijk om een kamerplant voor een begrafenis/graf te kopen.

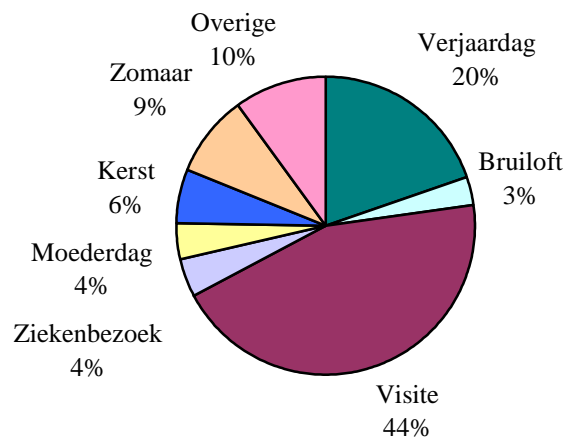
**Grafiek 4.6.3** Aankoopgelegenheid in Kamerplanten (%)



Bron: Gfk Denmark

In 2007 werd zo'n 33% van de kamerplanten gekocht als een cadeau voor iemand anders. Hiervan was het grootste gedeelte bedoeld als cadeau voor visite (44%). Ook hier is een andere reden om iemand een kamerplant cadeau te doen, het vieren van een verjaardag (20%). Vooral het degelijke karakter van de Denen, maakt planten als cadeau populair. Ze gaan langer mee dan snijbloemen, dit past beter bij de 'degelijke' instelling die veel Denen hebben.

**Grafiek 4.6.4** Kamerplanten als cadeau 2007(%)

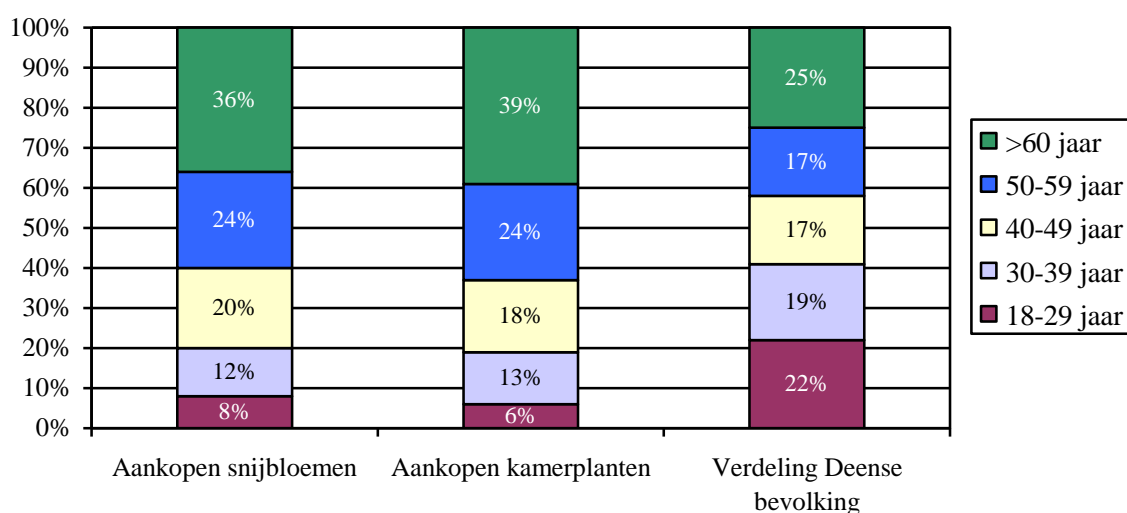


Bron: Gfk Denmark

## 4.7 Leeftijd

Zowel snijbloemen als kamerplanten worden relatief veel gekocht door oudere mensen. Zo'n 36% van de snijbloemen wordt in Denemarken gekocht door de groep van 60 jaar en ouder. Voor de potplanten bedraagt dit cijfer zelfs 39%. De groep 50 – 59 jarigen koopt bijna een kwart van de snijbloemen en kamerplanten. Bij de groep 40 – 49 jarigen ligt het percentage op bijna 20% hetgeen redelijk in overeenstemming is met de grootte van deze groep ten opzichte van de totale bevolking. Bij de lagere leeftijdscategorieën ligt dit percentage aanzienlijk lager, het aandeel in de aankopen van potplanten is aanzienlijk lager dan de grootte van deze groep doet vermoeden.

**Grafiek 4.7.1** Leeftijdsverdeling kopers 2007



Bron: Gfk Denemarken

#### 4.8 Regionale verschillen

Uit onderstaande tabel blijkt dat de penetratiegraad van snijbloemen en kamerplanten in Funen hoger is dan in de rest van Denemarken. Opvallend is dat de penetratie van kamerplanten in Kopenhagen afgenomen is terwijl die van snijbloemen is gestegen. Ook opvallend is de forse daling van de penetratie van kamerplanten in Zuid Jutland, deze is met ruim 12% afgenomen.

*Grafiek 4.8.1 Percentage kopers naar regio*

	Snijbloemen			Kamerplanten		
	2003	2005	2007	2003	2005	2007
Kopenhagen	71,8	67,1	69,5	78	73,5	68,8
Sealand	74,9	74,5	70,5	79,6	75,3	72,2
Funen	75	81	81,1	76,1	74,9	78,2
East Jutland	69,9	69,2	70,5	78,5	76,5	69,7
North Jutland	68	72,2	70,9	83,5	76,3	71,2
West Jutland	79	73,5	70,5	82,3	75,7	78,5
South Jutland	73,4	72,1	70,6	80,9	81	68,8

*Bron: Gfk Denmark*



---

## 5. BEDRIJVENMARKT

In 2007 is een groot aantal bloemisten gevraagd naar hun activiteiten op de bedrijvenmarkt. Van de Deense bloemisten is 93% actief op de bedrijvenmarkt. Hiervan richt 1% zich exclusief op de bedrijvenmarkt. De gemiddelde Deense bloemist behaalde in 2007 26% van zijn omzet op de bedrijvenmarkt. Voor 2008 verwacht 55% van de bloemisten meer omzet op de bedrijvenmarkt te behalen, 2% denkt minder omzet op de bedrijvenmarkt te behalen.

In 2002 is in Denemarken een onderzoek uitgevoerd naar het gebruik en imago van snijbloemen en planten binnen de bedrijvenmarkt als decoratie of als cadeau aan het eigen personeel enerzijds en als cadeau aan zakenrelaties en klanten anderzijds.

In de bedrijvenmarkt lijken bloemen het te verliezen van wijn. Wijn doet 't altijd goed. Als het gaat om businessrelaties blijken bedrijven (vaak mannen) gewoon niet aan bloemen te denken. In Zweden kun je ook makkelijk bloemen aan een man geven, in Denemarken lijkt dit minder passend. Bloemen worden hier ervaren als iets typisch vrouwelijks.

Bij ruim 90% van de bedrijven in Denemarken zijn bloemen en/of planten aanwezig. 31% van het bedrijfsleven heeft bloemen in de lobby of vergaderzaal staan. In andere ruimtes tref je nog nauwelijks bloemen. Veel bedrijven vinden dat je met bloemen te weinig waar voor je geld krijgt. De meerwaarde van bloemen (decoratie, gezelligheid, communicatie, welkom gevoel ) lijkt niet top of mind.

Groene planten treffen we in 81% van de bedrijven en bloeiende in 45%. Ten opzichte van 1994 lijkt dit een lichte terugval. Bedrijven die geen planten hebben, vinden dat de verzorging te veel tijd kost; anderen vinden hiervoor een kantoorbeplanter. Het belang van planten als bijdrage aan een goed werkklimaat wordt door de meeste bedrijven onderschreven.

Als belangrijkste aankoopkanaal voor bloemen noemt 74% van de Deense bedrijven de bloemist. In 1994 was dit nog 57%. Dit kanaal is dus belangrijker geworden. Daartegenover hebben de overige kanalen (kweker, groothandel, supermarkt en tuincentrum) aan belang ingeboet. De belangrijkste reden dat er voor een bepaald kanaal wordt gekozen is de afstand tot het aankoopkanaal, gevolgd door de goede service en de kwaliteit van de bloemen. Ook voor planten is de bloemist het belangrijkste aankoopkanaal, gevolgd door de interieurbeplanter. Ten opzichte van 1994 is het belang van de bloemist als aankoopkanaal in Denemarken afgenomen ten gunste van de interieurbeplanter.

---

Planten verbeteren de luchtkwaliteit volgens 84% van de Deense bedrijven. Daarnaast vindt ongeveer de helft van de bedrijven in beide landen dat planten de werkproductiviteit verhogen. Snijbloemen verbeteren het werkplezier volgens 7 op de 10 bedrijven.

## 6. DETAILHANDEL

### 6.1 Algemene marktaandelen

Het grootwinkelbedrijf is het belangrijkste aankoopkanaal voor de aankopen van snijbloemen en kamerplanten op consumentenniveau, meer dan de helft van de snijbloemen omzet wordt behaald in het grootwinkelbedrijf. De discounter speelt een belangrijke rol in de Deense levensmiddelenretail, ook bij de snijbloemen is het marktaandeel met 12% aanzienlijk. De servicesupermarkt genereert 40% van de snijbloemenomzet in Denemarken. Dit hoge aandeel kan worden verklaard door de enorme verkoop van tulpen in supermarkten. Het marktaandeel van de bloemist is in 2007 met 1% afgenomen. De markt –en straathandel heeft in voorgaande jaren een deel van hun marktaandeel in moeten leveren, maar het marktaandeel is in 2007 weer licht toegenomen. Het marktaandeel van de tuincentra is na jaren stabiliteit bijna gehalveerd van 8% naar 5%.

*Tabel 6.1.1 Marktaandelen verkoopkanalen (bestedingen %)*

	Snijbloemen				
	1999	2002	2003	2005	2007
Bloemist	35	37	37	36	35
Markt –en straathandel	6	5	4	3	4
Tuincentrum	8	8	8	8	5
GWB	44	44	46	49	52
Kweker	6	5	3	3	3
Overige	1	1	2	1	1
<b>Totaal</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Bron: Gfk Denmark*

Met betrekking tot zowel de bloeiende kamerplanten als de groene kamerplanten hebben de grootwinkelbedrijven het marktaandeel vergroot. Het marktaandeel van de grootwinkelbedrijven voor de bloeiende kamerplanten is ten opzichte van 2007 met 3%-punten gestegen tot 77%. Het marktaandeel van het grootwinkelbedrijf bij groene kamerplanten is ook gestegen tot 70% in 2007.

De groei van het grootwinkelbedrijf is ten koste gegaan van de bloemist en het tuincentrum. De bloemist heeft bij bloeiende en groene kamerplanten aan marktaandeel moeten inleveren. Bij bloeiende kamerplanten is het marktaandeel ten opzichte van 2005 met 1% gedaald tot 14%. Bij groene kamerplanten is het aandeel van de bloemist toegenomen met 4%-punten tot een marktaandeel van 21%. Hier is het tuincentrum de verliezende partij.

Het marktaandeel van de markt –en straathandel is bij beide productgroepen stabiel gebleven en het marktaandeel van het tuincentrum is gedaald.

**Tabel 6.1.2** Marktaandelen verkoopkanalen (bestedingen %)

	<b>Bloeiende planten</b>				
	<b>1999</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2005</b>	<b>2007</b>
Bloemist	15	14	17	15	14
Markt –en straathandel	3	3	3	2	2
Tuincentrum	6	7	7	5	4
GWB	69	71	69	74	77
Kweker	5	3	2	2	2
Overige	2	2	2	2	1
<b>Totaal</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Bron: Gfk Denmark

**Tabel 6.1.3** Marktaandelen verkoopkanalen (bestedingen %)

	<b>Groene planten</b>				
	<b>1999</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2005</b>	<b>2007</b>
Bloemist	15	17	20	17	21
Markt –en straathandel	2	2	1	1	1
Tuincentrum	5	7	10	7	4
GWB	72	67	65	69	70
Kweker	4	3	2	3	1
Overige	2	4	2	3	3
<b>Totaal</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Bron: Gfk Denmark

Met betrekking tot de balkon/perkplanten hebben wederom de grootwinkelbedrijven het grootste marktaandeel, dit is enigszins gestegen met 1%. De tuincentra daarentegen hebben marktaandeel moeten inleveren.

**Tabel 6.1.4** Marktaandeelen verkoopkanalen (bestedingen %)

<b>Balkon/perkplanten</b>				
	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2005</b>	<b>2007</b>
Bloemist	12	13	14	14
Markt –en straathandel	5	5	3	3
Tuincentrum	16	17	14	10
GWB	56	57	62	65
Kweker	7	5	5	5
Overige	4	3	2	3
<b>Totaal</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Bron: Gfk Denmark

## 6.2 Bloemist

De Deense bloemist heeft een marktaandeel van 35% bij de snijbloemenverkoop, 14% bij de bloeiende kamerplantenverkoop en 21% bij groene kamerplantenverkoop. In totaal zijn er in Denemarken ca. 1.100 bloemenwinkels. De bloemist wordt vooral gezien als een specialist voor de verkoop van bloemen bij bijzondere gelegenheden. Naast de supermarkt vormen ook benzinstations in toenemende mate een bedreiging voor de Deense bloemist. De bloemist reageert hierop door het assortiment te verbreden. De toekomstverwachting van de Deense bloemist is overwegend positief, 50% verwacht in 2008 meer omzet te behalen dan in 2007, slechts 5% verwacht minder te verkopen.

**Tabel 6.2.1** Assortimentverdeling snijbloemen bloemist

	<b>2005</b>	<b>2007</b>
Gemengde boeketten	62%	64%
Monobossen	24%	24%
Enkele bloemen	1%	0%
Arrangementen	13%	12%

Bron: Gfk Denmark

Bij de bloemist worden vooral veel gemengde boeketten verkocht, 2/3 van het assortiment bestaat hieruit. De gemiddelde prijs van deze gemengde boeketten lag in 2007 op 120 kronen. Voor een monobos wordt bij de bloemist gemiddeld 40 kronen gevraagd. Voor deze hoge prijs bij de bloemist verwacht de consument een modebewuster product, en is men kritischer op het gebied van kwaliteit.

Tabel 6.2.2 Assortimentverdeling kamerplanten bloemist

	2005	2007
Bloeiende planten	61%	60%
Groene planten	15%	18%
Composities	9%	14%
Bol op pot	15%	8%

Bron: Gfk Denmark

De Deense bloemist onderscheidt zich op basis van service, productkwaliteit en kennis van andere aanbieders. Deze aspecten worden voor de bloemist alleen maar belangrijker door het grote aantal concurrerende niet gespecialiseerde aanbieders. Ook een breed assortiment is belangrijk voor de bloemist om onderscheidend te zijn en te voldoen aan de vraag naar bijzondere bloemstukken. Het opleidingsniveau van de Deense bloemisten is hoog en zij zijn goed georganiseerd. Ruim de helft van de ondervraagde bloemisten is aangesloten bij Interflora en circa een kwart bij Euroflorist. Juist via deze organisaties kunnen zij hun positie versterken door uitbreiding van kennis en de bezorgservices voor met name snijbloemen.

Van de inkoop van de Deense bloemist gaat naar schatting 50% via de groothandelsmarkt en 50% buiten deze groothandelsmarkt om. 20% van de inkoop gebeurt direct bij de Nederlandse lijnrijder, 14% via de Nederlandse exporteur. Vrijwel alle Deense bloemisten hebben snijbloemen, groene en bloeiende kamerplanten in het assortiment. Bij ongeveer de helft van de bloemisten zijn ook balkon- en perkplanten, tuinplanten en decoratiegroen verkrijgbaar.

Gelet op het assortiment is in de top vijf van snijbloemen niet zo veel veranderd in de afgelopen zes jaar. Tulpen zijn erg populair in het voorjaar, hier wordt de voorkeur gegeven aan het Deense product boven het Nederlandse. De Deense bloemisten zijn positief gestemd over hun toekomstige afzet van snijbloemen, zij verwachten vooral een groei van de verkoop van rozen en exotische snijbloemen.

### 6.3 Grootwinkelbedrijf

Het grootwinkelbedrijf is in Denemarken verreweg het belangrijkste afzetkanaal voor zowel snijbloemen als kamerplanten, met marktaandeelen van respectievelijk 52% voor snijbloemen en zelfs 77% voor bloeiende kamerplanten en 70% voor groene kamerplanten. Het belang van het grootwinkelbedrijf is in 2007 ten opzichte van 2005 groter geworden. Hiermee is Denemarken naast Zweden één van de Europese landen met het hoogste marktaandeel grootwinkelbedrijf bij de verkoop van bloemen en planten.

In Denemarken zijn bijna 3100 supermarkten. Het belangrijkste supermarktconcern in Denemarken is Dafogra met de ketens Alta Iso en Lekkerland. Dansk Supermarked is eveneens een grote speler met de ketens Fotex, Netto en Bilka. Netto is de grootste discounter van Denemarken, gevolgd door de Fakta winkels van Coop Norden. De beide Duitse discounters, Aldi en Lidl zijn hier relatief klein met respectievelijk 2,5 en 0,6% marktaandeel. Het beperkte marktaandeel van Lidl is te verklaren doordat men de markt pas recentelijk betreden heeft. De verwachting is dat de convenience stores van de grote ketens in de komende jaren de onafhankelijke kiosken zullen verdringen in het centrum van de grotere steden.

De supermarkt (neighbourhoodstore) is het belangrijkste format, deze zijn verspreid in de kleinere woonkernen in het gehele land. Hiernaast zijn er de hypermarkten, gezien de omvang van het land en de bevolking zijn deze formules goed vertegenwoordigd. Ingrijpen, dmv regelgeving, van de overheid voorkomt echter dat dit concept verder groeit. De discounters zijn belangrijk in Denemarken vanwege de relatief hoge prijzen van levensmiddelen.

**Tabel 6.3.1** Totale omzet van supermarktketens in Denemarken 2007

	<b>Totale omzet</b> x mln euro	<b>Omzet Grocery</b> x mln euro	<b>Marktaandeel</b> Grocery (%)
Dafogra	6.290	5.713	25,4
Coop Norden	6.412	5.425	24,1
Dansk supermarked	6.972	4.795	21,3
Superbest	1.956	1.760	7,8
Edeka	861	821	3,6
Reitan	827	690	3,1
<b>Subtotaal</b>	<b>23.318</b>	<b>19.204</b>	<b>85,2</b>
<b>Overig</b>	<b>2.435</b>	<b>3.311</b>	<b>14,8</b>
<b>Totaal</b>	<b>25.753</b>	<b>22.515</b>	<b>100</b>

Bron: Planet retail 2007

**Tabel 6.3.2** Marktaandeelen per supermarktketen (%)

	Snijbloemen			Kamerplanten		
	2003	2005	2007	2003	2005	2007
<b>Coop (ex. Fakta)</b>	<b>13,0</b>	<b>12,8</b>	<b>14,5</b>	<b>15,2</b>	<b>16,4</b>	<b>15,5</b>
- SuperBrugsen	6,4	6,6	6,7	7,3	7,7	7,7
- Kvickly	2,7	2,8	3,5	4,0	4,1	4,0
- Kvickly extra	1,1	1,0	1,4	1,0	1,3	1,3
- Overige Coop (ex Fakta)	2,8	2,5	3,0	3,0	3,3	2,5
<b>Dansk Supermarked</b>	<b>7,6</b>	<b>8,1</b>	<b>11,4</b>	<b>16,9</b>	<b>18,3</b>	<b>21,6</b>
- Bilka / A-Z	3,5	3,4	4,2	9,2	9,7	10,5
- Fotex	4,1	4,7	7,2	7,7	8,7	11,1
<b>Overige</b>	<b>14,4</b>	<b>15,2</b>	<b>14,0</b>	<b>19,2</b>	<b>19,8</b>	<b>17,8</b>
<b>Totaal Supermarkt</b>	<b>35,0</b>	<b>36,2</b>	<b>39,8</b>	<b>51,4</b>	<b>54,5</b>	<b>54,9</b>
<b>Totaal Discounters (Netto, Fakta, Aldi)</b>	<b>11,1</b>	<b>12,6</b>	<b>12,2</b>	<b>15,4</b>	<b>16,6</b>	<b>18,9</b>

Bron: Gfk Denmark

De rol van de discounter in Denemarken heeft twee kanten. Enerzijds wordt 12% van de snijbloemen verkocht in de discounter. Anderzijds zijn dit vooral tulpen en narcissen, en is er de rest van het jaar nauwelijks een bloem te vinden bij de discounter. Kamerplanten zijn wel het gehele jaar te vinden bij de discounter, tegen lage prijzen. Een orchidee bijvoorbeeld kost bij de discounter tussen de 40 en 50 kronen, terwijl het marktgemiddelde op 60 tot 70 kronen ligt.

De focus van de service supermarkten ligt erg op planten, uitzondering hierin is Coop waar het marktaandeel bloemen relatief hoog is vergeleken met andere ketens. Juist voor bloemen buiten de tulpenperiode liggen echter grote kansen. Coop speelt hier redelijk goed op in door het gehele jaar rozen en gemengde boeketten aan te bieden, hiermee onderscheidt het assortiment van de concurrentie. Het aanbod van andere soorten bloemen in de supermarkt blijft beperkt.

Bij de supermarkt koop je bloemen voor jezelf. Supermarkten hebben de consument geleerd dat je maximaal 50 kronen voor bloemen uitgeeft voor jezelf, de prijzen voor gemengde boeketten liggen over het algemeen dan ook tussen de 35 en 50 kronen. Langzaam aan wordt het niveau met betere boeketten verhoogd. Om deze verhoging te verantwoorden verwacht de consument wel betere productinformatie, vaasleven garantie, aantrekkelijkere verpakkingen en inspiratie.

Supermarkten gaan zich sterker profileren met bloemen en planten. Een aantal formules voeren nu een groen-merk (Botanique) en gaan met een lifestyle benadering de concurrentie met tuincentra aan.



**Tabel 6.3.3** Assortimentverdeling snijbloemen supermarkt

	<b>2005</b>	<b>2007</b>
Gemengde boeketten	31%	33%
Monobossen	64%	63%
Enkele bloemen	1%	1%
Arrangementen	3%	3%

Bron: Gfk Denmark

Het assortiment van de supermarkt bestaat voornamelijk uit monobossen en bloeiende kamerplanten. Zoals eerder genoemd vullen vooral de verschillende ketens van Coop Norden dit assortiment aan met gemengde boeketten.

**Tabel 6.3.4** Assortimentverdeling kamerplanten supermarkt

	<b>2005</b>	<b>2007</b>
Bloeiende planten	73%	74%
Groene planten	14%	13%
Composities	4%	4%
Bol op pot	10%	10%

Bron: Gfk Denmark

## **6.4 Tuincentra**

Deense tuincentra hebben voor de verkoop van snijbloemen een marktaandeel van 5% en voor zowel de verkoop van bloeiende als groene kamerplanten 4%. De tuincentra komen hiermee op de derde plaats. In Denemarken bevinden zich in totaal ongeveer 180 tuincentra. Ruim de helft van deze tuincentra is aangesloten bij een ketens. Hiernaast zijn de meeste tuincentra aangesloten bij de Deense handelsorganisatie “Danske Havecentre”. Het marktaandeel van de tuincentra lijkt op alle fronten terug te lopen. De focus van de tuincentra lijkt ook niet op kamerplanten en snijbloemen te liggen, maar meer accessoires en tuininrichting.

Het Deense tuincentrum positioneert zich boven de supermarkt en bouwmarkt, dit doet men met de prijsstelling van de producten. Men wenst zich te onderscheiden door een breed en diep assortiment met de beste kwaliteit. Een enkele keten levert daarnaast extra service door het scholen van het personeel.

Het assortiment van de tuincentra nog voor 75% uit tuinplanten en decoratiematerialen. Bij planten is het aandeel van Nederland toegenomen van 20% in 2003 naar 40% in 2006. De tuincentra lijken echter op zoek naar speciale of nieuwe producten die passen in het complete lifestyle aanbod. Verwacht wordt dat er meer samenwerking en centrale inkoop zal ontstaan. Tot op heden is alleen de organisatie BoGrønt te vergelijken met Intratuin. Mogelijk door de marketing power van bijvoorbeeld Bilka (hypermarkt met eigen tuincentrum) en opkomende bouwmarkten als Bauhaus (10 grote filialen), voelt de consument zich nog niet sterk aangetrokken door tuincentra. Bovendien is de consument 'gewend' planten te kopen bij een supermarkt.

**Tabel 6.4.1** Tuincentra ketens2006

Keten/Organisaties	Aantal filialen
Gronne Denmark	25
Planteskole ringen	28
Bo Grønt	23
Plantorama 2000	6
Overig	6

Bron: PT

Het assortiment van de supermarkt bestaat voor een aanzienlijk deel uit balkon en terrasplanten. In dit segment weet de supermarkt zijn marktaandeel te handhaven, en de omzet te vergroten.

**Tabel 6.4.2** Assortimentverdeling kamerplanten tuincentra

	2005	2007
Bloeiende planten	63%	66%
Groene planten	18%	13%
Composities	6%	16%
Bol op pot	13%	6%

Bron: Gfk Denmark

## 6.5 DIY / Bouwmarkt

Op dit moment is het marktaandeel bouwmarkten binnen de bloemen en planten verkopen bij Deense aankoopkanalen nog erg klein. Echter, steeds meer Deense bouwmarkten verkopen tuingoed en planten en naar verwachting zal dit aandeel in de toekomst stijgen. Het aantal bouwmarkten in Denemarken neemt toe, dit gaat gepaard met een professionalisering van de branche, en de vorming van ketens.

XL-BYG is de dominante marktleider op de Deense markt. Bouwmarkten Råd&Dåd Byggecenter A/S en Byggegram A/S zijn sinds januari 2007 samengegaan en hebben daarmee een marktaandeel van 29%. Hiermee verstootten zij bouwmarktketen Stark (marktaandeel = 22%) van de eerste plaats. In 2005 waren er zo'n 361 bouwmarktketens in Denemarken met gezamenlijk een omzet van 18,3 miljard DKK. Omzet is ten opzichte van het vorige jaar met ruim 12% gestegen.

**Tabel 6.1.2** Omzetontwikkeling per bouwmarktketen (miljoen DKK, incl VAT)

<b>Keten (Proper chains)</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
10-4 Byggecentre	152	170	200	228
Bauhaus	1.300	1.400	1.600	1.750
Bygma	-	350	350	750
DLH – Træ & Byg	-	100	150	165
A/S Harald Nyborg	1.000	1.135	1.240	1.510
Jem & Fix	987	1.227	1.445	1.526
Silvan Kæden	2.150	2.700	2.900	3.074
<b>Subtotaal</b>	<b>5.589</b>	<b>7.082</b>	<b>7.885</b>	<b>9.003</b>
<b>Keten (Voluntary chains)</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
Dendek*	1.120	-	-	-
Byggegram A/S	1.750	1.175	1.800	1.980
Råd&Dåd Byggecenter A/S	2.500	3.000	3.125	3.306
Stark	-	-	3.506	4.000
<b>Subtotaal</b>	<b>5.370</b>	<b>4.750</b>	<b>8.431</b>	<b>9.286</b>
<b>Totaal</b>	<b>10.959</b>	<b>11.832</b>	<b>16.316</b>	<b>18.289</b>

\* Bouwmarktketen Dendek bestaat niet meer

\* Bron: PT

---

## 7. GROOTHANDEL

Denemarken is een kleine markt met een doorzichtige distributiestructuur. De afzet van snijbloemen en potplanten verloopt grotendeels via de mooi opgezette groothandelsmarkt KGT in Kopenhagen en de groothandelscoöperaties GASA en Blomsterselskabet. Echter zal de traffic bij deze bedrijven verder terugvallen en zeker op de markt zal het aantal spelers afnemen. Een aantal groothandelaren voelt mede door de concurrentie van lijnrijders, de noodzaak tot multichannel benadering. Zo zijn er nu ook op de markt bedrijven die bezorgen, lijnen hebben rijden, boeketten draaien en een internet bestelsysteem ontwikkelen. Doordat afnemers groeien kopen deze vaker direct in, en maken hierbij minder gebruik van de groothandel. De groothandelsbedrijven die overblijven nemen naar verwachting toe in omvang.

Internetgroothandelaren die direct vanuit Nederland leveren worden ook steeds actiever in de markt en lijken inmiddels een sterke positie op te bouwen. Kortom, in de toekomst zullen bloemisten meer direct vanuit Nederland gaan inkopen, dat ligt nu al op 25-30%. De Nederlandse leverancier zal zich moeten onderscheiden op de gebieden waar de Deense groothandelssector tekort schiet. Dit is mogelijk op het gebied van nieuwe producten, trends, marketing ideeën, toegevoegde waarde en ict.

Waar de focus jaren op kwaliteit lag, lijkt nu prijs het over te nemen! Dit staat vooral ook de ontwikkeling van bijzondere planten in de weg. De grotere C&C's en de KGT zullen zich meer als one-stop-shopping centra moeten ontwikkelen om te overleven met een betere winkelervaring én klantgeoriënteerd i.p.v. handelsgeoriënteerd.

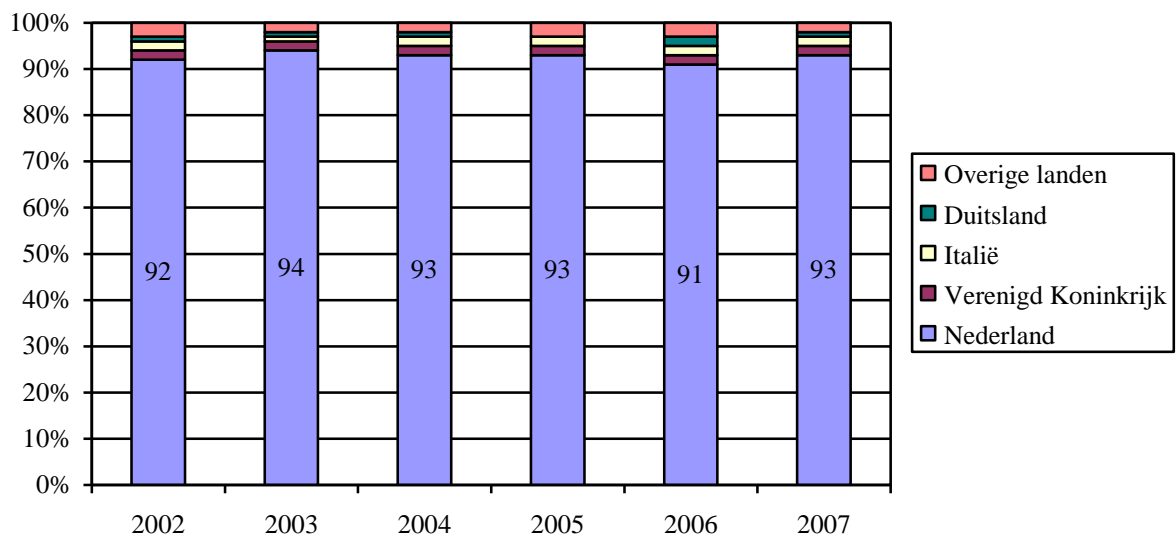
---

## 8. IMPORT EN EXPORT

### 8.1 Import van Denemarken

De totale import van snijbloemen in Denemarken is toegenomen tot € 65 miljoen in 2007 ten opzichte van € 59 miljoen in 2005. Dit betekent niet dat de consumptie in dezelfde mate groeit, de re-export naar Zweedse en Finse supermarkten vanuit Denemarken neemt toe. Nederland blijft voor bloemen de belangrijkste leverancier. De Engelsen leveren vooral narcissen terwijl uit Italië rozen geïmporteerd worden.

*Grafiek 8.1.1 Herkomst van snijbloemen import (%)*

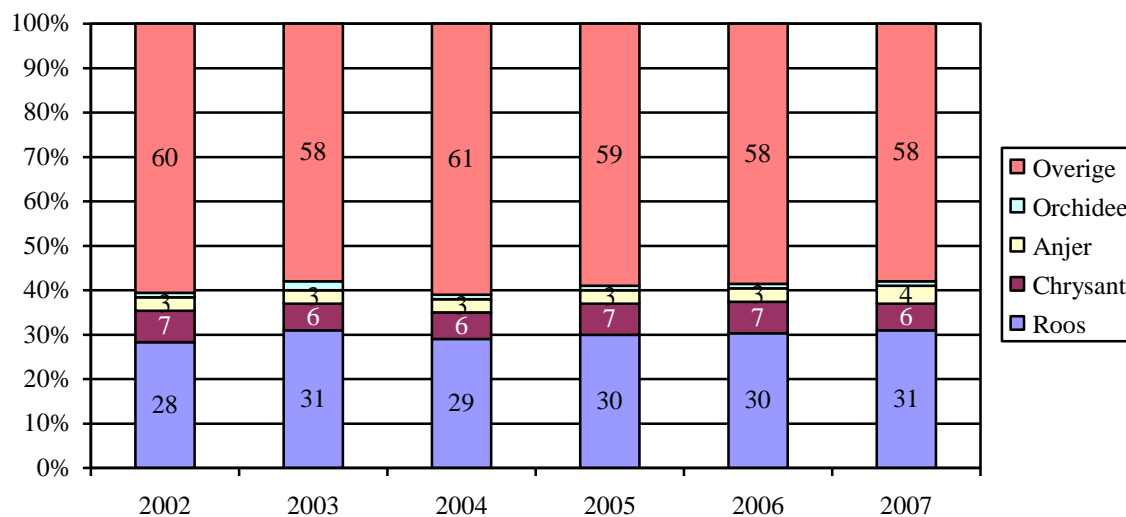


---

Bron: Eurostat

Denemarken importeert een breed assortiment snijbloemen. De roos vormt hiervan de belangrijkste soort, van deze rozen is 99 % uit Nederland afkomstig. Wanneer men de verschillende jaren met elkaar vergelijkt, valt op dat de samenstelling van de import ten opzichte van voorgaande jaren redelijk stabiel is.

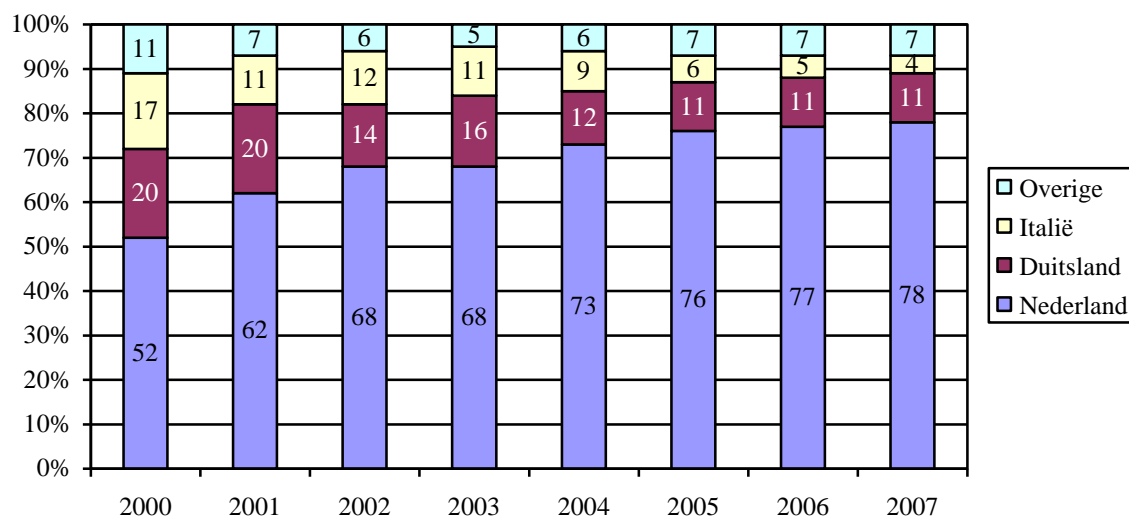
**Grafiek 8.1.2** Assortimentsverdeling geïmporteerde snijbloemen (%)



Bron: Eurostat

De import van potplanten (bloeiende en groene) bedroeg in 2007 ongeveer € 47 miljoen. De totale import van kamerplanten neemt hiermee licht af. In deze markt varieert het aandeel van marktleider Nederland. In 2007 is het aandeel van de groene kamerplanten na een forse stijging in 2006 afgenomen. Bij de bloeiende kamerplanten gebeurt het tegenovergestelde, na een daling in 2006 is dit segment in 2007 weer toegenomen. Nederland blijft met voorsprong de belangrijkste leverancier van potplanten. Het importaandeel van Duitsland en Italië is in de laatste twee jaar verder afgenomen.

**Grafiek 8.1.3** *Herkomst van geïmporteerde van potplanten (%)*



Bron: Eurostat

## 8.2 Export van Denemarken

De export van Denemarken is vooral potplanten (bloeiende en groene planten). De waarde daarvan is in 2007 toegenomen tot ruim € 245 miljoen. Deze waarde bestaat voor bijna 80% uit bloeiende kamerplanten en voor 20% uit groene kamerplanten.

**Tabel 8.2.1** *Export potplanten top 10 vanuit Denemarken in gewicht en prijs*

	Gewicht in tonnen			Waarde in euro's (x € 1000)		
	2004	2005	2007	2004	2005	2007
Duitsland	28.629	21.005	16.639	87.252	66.400	68.854
Zweden	18.462	17.727	13.599	62.940	78.861	61.902
Verenigd Koninkrijk	6.509	4.861	3.971	30.821	19.150	21.159
Frankrijk	4.183	2.254	2.156	17.333	6.798	11.855
Nederland	5.651	4.091	4.122	16.739	10.940	16.849
Noorwegen	2.290	2.314	4.470	10.277	10.404	24.388
Italië	3.615	3.812	1.819	13.486	15.113	9.440
Zwitserland	2.244	2.583	1.137	8.054	9.155	6.994
Finland	2.958	2.376	2.245	10.627	14.532	11.353
Oostenrijk	1.621	782	931	7.712	4.318	4.995
Overige landen	2.710	2.423	2.894	11.103	9.886	15.251
<b>Totaal</b>	<b>78.872</b>	<b>64.228</b>	<b>53.983</b>	<b>276.344</b>	<b>245.557</b>	<b>253.040</b>

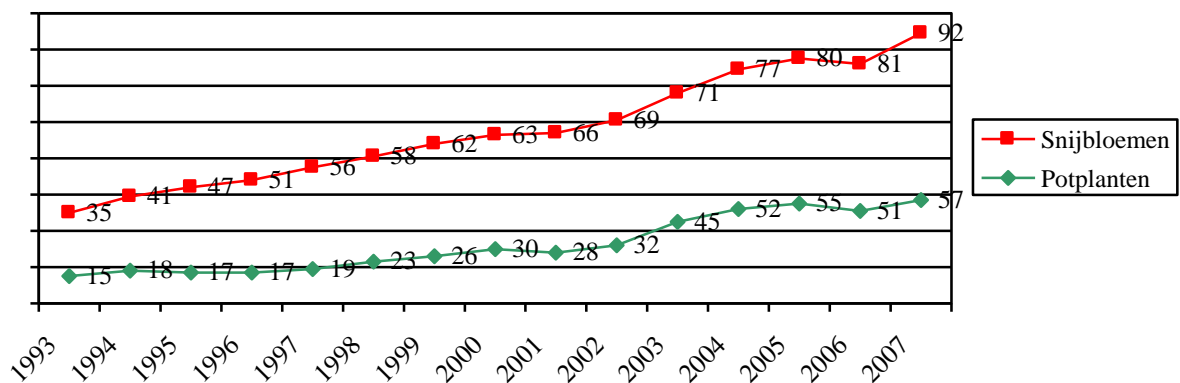
Bron: Eurostat / DEG

De export van kamerplanten uit Denemarken vertoont forse schommelingen. In 2005 steeg Zweden aanzienlijk naar bijna € 80 miljoen, dit is in 2007 afgenomen tot ruim €60 miljoen. De export naar Noorwegen daarentegen is meer dan 100% gestegen tot € 24 miljoen. Door deze ontwikkeling is Zweden niet langer het belangrijkste land voor Denemarken als het om de export van potplanten gaat, op de langere termijn gezien is Duitsland van groter belang.

### 8.3 Nederlandse export naar Denemarken

De export van bloemkwekerijproducten (incl. uitgangsmateriaal) uit Nederland naar Denemarken met is in 2007 fors gestegen € 149 miljoen. Snijbloemen vertegenwoordigen met € 92 miljoen de grootste waarde, deze categorie is de laatste jaren ook fors gestegen. De export van potplanten vanuit Nederland naar Denemarken is ook licht gestegen tot een waarde van € 57 miljoen.

**Grafiek 8.3.1** Nederlandse export naar Denemarken per jaar (x € 1000.000)



Bron: HBAG



## 9. LOKALE PRODUCTIE

De productie van snijbloemen, met € 20 miljoen, is evenals de export erg laag. Te verwachten is dat er verder een neergaande tendens in het cijfer zal komen. Potplanten worden voor € 310 miljoen euro geteeld, en zijn in vergelijking met de afgelopen jaren gedaald.

**Tabel 9.0** Ontwikkeling sierteeltproductie (x € 1 mln.)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Snijbloemen</b>	20	22	22	22	20	20	19
<b>Potplanten</b>	330	337	325	317	310	302	297

Bron: BBH

### 9.1 Areaal en assortiment

De teelt van kamerplanten en snijbloemen in Denemarken neemt af. Tussen 2000 en 2007 is het areaal bij de snijbloemen gehalveerd, bij de perkplanten is 1/3 verdwenen en van de grootste sector, de potplanten, is 10% van het areaal verdwenen.

**Tabel 9.1.1** Areaal onder glas (x 1000 m<sup>2</sup>)

	2000	2004	2005	2006	2007
Snijbloemen	139	71	65	62	62
Kamerplanten	3.174	3.150	2.887	2.999	2.870
Perkplanten	472	402	314	368	348

Bron: Danmarks Statistik

De Deense productie van kamerplanten bestaat voor 80% uit bloeiende kamerplanten, de overige 20% zijn groene kamerplanten. De Deense plantentelers hebben zich gespecialiseerd in het traditionele assortiment in kleine potmaten. Het areaal groene planten daalt. Het areaal bloeiende planten groeit, aangezien kwekers van snijbloemen en groene planten overstappen.

**Tabel 9.1.2** Aantal bedrijven onder glas

	2000	2004	2005	2006	2007
Snijbloemen	78	46	47	45	50
Kamerplanten	470	392	362	351	320
Perkplanten	260	198	150	142	157
<b>Totaal</b>	<b>808</b>	<b>636</b>	<b>559</b>	<b>538</b>	<b>527</b>

Bron: Danmarks Statistik

---

## **10. BIJLAGEN**

BIJLAGE 1	ZAKELIJKE GEDRAGSCODE
BIJLAGE 2	FYTOSANITAIRE VOORSCHRIFTEN
BIJLAGE 3	INVOERBEPALINGEN EN BTW
BIJLAGE 4	BELANGRIJKE FEEST- EN BLOEMENDAGEN
BIJLAGE 5	BEURZEN
BIJLAGE 6	VAKBLADEN
BIJLAGE 7	INTERESSANTE ADRESSEN
BIJLAGE 8	MARKTONDERZOEKEN
BIJLAGE 9	LITERATUURLIJST

---

## **BIJLAGE 1 – ZAKELIJKE GEDRAGSCODE**

Het Nederlandse product en de Nederlandse zakenlieden genieten in Denemarken van oudsher een goede reputatie. Maar ook al spreken Nederlanders en Denen over het algemeen snel 'dezelfde taal', toch zijn er cultureel en sociaal bepaalde verschillen waarmee in de omgang rekening moet worden gehouden. Een goede persoonlijke relatie, waarbij een wederzijds vertrouwen van essentieel belang is, zal beslissend zijn voor het beoogde succes. De Nederlandse zakenman of -vrouw dient daarom bereid te zijn de potentiële handelspartner met een bezoek te vereren.

### **Zakelijke besprekingen**

Deense zakenmensen plannen hun tijd tamelijk strak, zodat u er goed aan doet om in een vroeg stadium een afspraak te maken. Ook is het verstandig om vooraf documentatie te zenden ter voorbereiding van het gesprek en de telefonisch gemaakte afspraak schriftelijk te bevestigen. Tijden van afspraken moeten strikt worden nagekomen. Komt u noodgedwongen later, dan stelt de zakenrelatie het bijzonder op prijs als u hem dat zo spoedig mogelijk meldt. Tijdens besprekingen zijn de Denen vaak zeer zakelijk en is er geen ruimte voor 'social talk'.

Omdat man en vrouw in Denemarken in de meeste gevallen beiden buitenshuis werken, moet u zich instellen op een krap tijdschema en dient u geen afspraken te maken na 15.00 à 15.30 uur. Bovendien sluiten veel bedrijven op vrijdag al tussen 14.00 en 15.00 uur. Wilt u een lunch vermijden, dan is het beste tijdstip voor een afspraak tussen 9.00 en 10.00 uur. Wil men de gelegenheid behouden om elkaar uit te nodigen voor de lunch, dan is 11.00 uur een geschikt tijdstip om af te spreken.

De Denen zijn enigszins informeel wat kleding betreft. Tijdens zakelijke besprekingen worden echter door de heren wel een jas en een stropdas gedragen.

Deense ondernemingen hebben vaak een platte structuur en de individuele medewerkers werken zeer zelfstandig. Toch kan de besluitvorming iets trager verlopen dan in Nederland, omdat het Deense besluitvormingsproces op consensus gebaseerd is. Dit betekent dat er met collega's overeenstemming over een besluit dient te worden bereikt.

Zakelijke besprekingen kunnen uiteraard in het Deens of in het Engels worden gevoerd en in het zuidelijke gedeelte van het land ook in het Duits. Bij aankomst en vertrek geeft u elkaar een hand. U hoort vrij vaak het woord 'tak' vallen. Dit is het Deense woord voor 'dank u'. Dit woord kan bijvoorbeeld worden gebruikt als positieve reactie op de uitnodiging om ergens naar toe te gaan ("ja tak"), als negatief antwoord ("nej tak") op een voorstel en bij het afscheid nemen ("tak").

---

## **Taalgebruik**

De Denen zijn een tolerant volk en kennen weinig taboes. Ze zijn geneigd directe taal te gebruiken. Er wordt bijna altijd gebruik gemaakt van het persoonlijke voornaamwoord 'du' ('je') in plaats van 'de' ('u'). Ze hebben een aparte, droge humor en zijn vaak ironisch. Kritische toespelingen op de Deense cultuur, de koninklijke familie en dergelijke, worden in de regel niet gewaardeerd. EU-beleid is een gevoelig onderwerp, dat de Deense bevolking in twee groepen heeft verdeeld. Ook veel zakenmensen zijn tegen de EU.

## **Mobiele telefoons**

Het gebruik van mobiele telefoons tijdens zakelijke gesprekken en tijdens maaltijden, met name in restaurants, wordt absoluut niet gewaardeerd. Wees daarom zeker dat uw telefoon bij zulke gelegenheden is uitgeschakeld.

## **Maaltijdetikette**

Wordt u voor lunch ('frokost') of diner ('middag') uitgenodigd, begin dan niet met de maaltijd (evenmin met het aperitief), voordat de gastheer/-vrouw een toast heeft uitgebracht. Bij een toast, waartoe de gastheer het initiatief neemt, kijkt u de tafelgenoten een voor een aan en zegt "skål" (skoll). De gastheer voegt daar eventueel nog "værsko" (wèrsjkoe) aan toe. Dit betekent in dit geval een uitnodiging om aan te vangen met de maaltijd. Uit het voorgaande blijkt al dat de Denen bij maaltijden, zeker als daaraan een zakelijk tintje zit, vrij formeel in de omgangsvormen zijn. Ze verwachten hetzelfde van de gasten. Bent u zelf gastheer, neem hiervoor dan voldoende tijd. Als er sprake is van een 'werklunch', zal de stemming minder formeel zijn en zal deze minder tijd in beslag nemen dan een zakenlunch. Als u bij een Deense relatie thuis wordt uitgenodigd, is een geschenk voor de gastvrouw in de vorm van bloemen of bonbons gepast.

*Bron: EVD*

---

## **BIJLAGE 2 – FYTOSANITAIRE VOORSCHRIFTEN**

### **Algemene eisen**

Geen

### **Invoervergunning**

Niet van toepassing

### **Export certificaat**

Niet van toepassing

### **Re-export certificaat**

Niet van toepassing

### **Plantenpaspoort vereist voor**

Planten, plantaardige producten en ander materiaal, bij vervoer binnen de Unie, ongeacht de herkomst en inclusief materiaal bestemd voor de eindverbruiker.

### **Bijschrijving**

Geen

Voor nadere informatie kunt u zich wenden tot:

### **Plantenziektenkundige Dienst**

Geertjesweg 15

Postbus 9102

6700 HC Wageningen

Tel: 0317 - 496911

Fax: 0317 - 421701

*Bron: PD*

---

## **BIJLAGE 3 - INVOERBEPALINGEN EN BTW**

Als lid van de Europese Unie past Denemarken het importregime van de EU toe. Voor ondernemers uit de EU-lidstaten zijn uitsluitend voor strategische goederen, zoals wapens en militair materieel, vergunningen vereist.

### **Intracommunautaire transacties**

Goederen die vanuit een EU-land in Denemarken worden ingevoerd zijn niet onderworpen aan grenscontroles. Het zenden van een factuur aan de afnemer is voldoende. Meer informatie over intracommunautaire transacties staat op de website van de Nederlandse belastingdienst, [www.belastingdienst.nl](http://www.belastingdienst.nl).

### **Andere heffingen:**

BTW op bloemen en planten is 25%.

### **Factuur**

Sinds de oprichting van de interne markt op 1 januari 1993 zijn leveringen van communautaire goederen aan afnemers in Denemarken niet meer onderworpen aan grenscontroles. Het zenden van een factuur aan de afnemer is voldoende. Op de factuur moet het BTW-identificatienummer van leverancier en afnemers worden vermeld. Als tijdens het vervoer van goederen vanuit een EU-land naar Denemarken een derde land (land buiten de EU) wordt aangedaan, moet men gebruikmaken van het Enig Document (EDE) of een ander vervoersdocument met daarin de aantekening T2L. Hiermee wordt de communautaire oorsprong van de goederen aangeduid. Het Enig Document is in Nederland aan te vragen bij SDU Uitgevers, Postbus 20014, 2500 EA Den Haag, tel. 070-3789880, fax 070-3789783, [sdu@sdu.nl](mailto:sdu@sdu.nl), [www.sdu.nl](http://www.sdu.nl)

### **Vrachtbrief**

Afhankelijk van het gekozen vervoermiddel worden de volgende soorten vrachtbrieven gebruikt:

- internationale vrachtbrief CMR
- internationale spoorwegvrachtbrief CIM
- luchtvrachtbrief/Airway-bill (A/B);
- connossement (zeevrachtbrief)

---

### **Sanitair certificaat**

Voor een aantal gebruiks- en consumptiegoederen moet bij inklaring in Denemarken vanuit derde landen een sanitair certificaat worden overlegd.

Meer informatie over de vereiste documenten en de procedure bij invoer is te vinden op de site van Market Access Database (<http://mkaccdb.eu.int>). Op laatstgenoemde site zijn ook voorbeelden weergegeven van de verlangde documenten. Om deze informatie te vinden dient u wel te beschikken over een HS-code (op te vragen bij het CBS in Heerlen, telefoon (045) 570 79 31).

---

#### BIJLAGE 4 – BELANGRIJKE FEEST- EN BLOEMENDAGEN

	<b>2008</b>	<b>2009</b>
Nieuwjaarsdag	1 januari	1 januari
Valentijnsdag	14 februari	14 februari
Palmzondag	9 maart	5 april
Witte donderdag	20 maart	9 april
Goede Vrijdag	21 maart	10 april
Pasen	23 – 24 maart	12-13 april
Gebedsdag	18 april	8 mei
Dag van de arbeid	1 mei	1 mei
Moederdag	11 mei	10 mei
Hemelvaart	17 mei	21 mei
Vaderdag / Dag v. grondwet	5 juni	5 juni
Midzomeravond	23 juni	23 juni
Kerstdag	24 - 26 dec.	24 - 26 dec.
Oudjaar	31 december	31 december

*Bron: BBH*



---

## BIJLAGE 5 – BEURZEN 2008

<b>Beurs</b>	<b>Datum</b>	<b>Locatie</b>	<b>Omschrijving</b>	<b>Contact</b>
Fagmessen	9 & 10 januari 2008	Odense	Tuincentrum vakbeurs	<a href="http://www.danskehavecentre.dk/fagmessen/default.php">http://www.danskehavecentre.dk/fagmessen/default.php</a>
Formland	15 / 18 augustus 2008	Odense	Handelsbeurs gericht op accessoires en decoratie in en rond het huis	<a href="http://www.formland.dk/gb/index.asp">http://www.formland.dk/gb/index.asp</a>
Fagmessen	7 & 8 januari 2009	Odense	Tuincentrum vakbeurs	<a href="http://www.danskehavecentre.dk/fagmessen/default.php">http://www.danskehavecentre.dk/fagmessen/default.php</a>

*Bron: BBH*

---

## **BIJLAGE 6 – VAKBLADEN**

### **Blomster (eveneens bloemistenvakblad in Noorwegen)**

Postbox 39

DK-4300 Holbaek

Denemarken

T +45 (0) 43 - 43 46 46

F +45 (0) 43 - 96 75 15

### **Danske havecentre (tuincentra)**

Hvidkaervej 29

5250 Odense SV

Denemarken

T +45 (0) 66 - 17 44 89

F +45 (0) 66 - 17 44 59

### **Gartner Tidende (kwekersblad)**

Hvidkaervej 29

5250 Odense

T +45 (0) 66 - 17 17 14

---

## **BIJLAGE 7 – INTERESSANTE ADRESSEN**

### **Instanties die u behulpzaam kunnen zijn bij het exporteren naar Denemarken**

#### **Hoofdbedrijfshap voor Agrarische Groothandel**

Postbus 1012  
1430 BA Aalsmeer  
Tel. 0297-380090  
Fax 0297-380099  
Website: [www.bloemengroothandel.com](http://www.bloemengroothandel.com)  
E-mail: [info@bloemengroothandel.com](mailto:info@bloemengroothandel.com)

Bezoekadres: Turfstekerkstraat 63  
1431 GD Aalsmeer

#### **Economische Voorlichtings Dienst (EVD)**

Juliana van Stolberglaan 148  
2595 CL 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 070-3853531  
Website: [www.fenedex.nl](http://www.fenedex.nl)  
E-mail: [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

Bezoekadres: Bezuidenhoudseweg 30  
2594 AV Den Haag

---

### **Nederlands Centrum voor Handelsbevordering**

Postbus 10  
2501 CA Den Haag  
Tel. 070-3441544  
Fax 070-3853531  
Website: [www.handelsbevordering.nl](http://www.handelsbevordering.nl)

Bezoekadres: Juliana van Stolberglaan 148  
2595 CL Den Haag

### **Plantenziektkundige Dienst**

Postbus 9102  
6700 HC Wageningen  
Tel. 0317-496911  
Fax 0317-421701

Bezoekadres: Geertjesweg 15  
6708 PA Wageningen

### **Productschap Tuinbouw**

Postbus 280  
2700 AG Zoetermeer  
Tel. 079-3470707  
Fax 079-3470404  
Website: [www.tuinbouw.nl](http://www.tuinbouw.nl)  
E--mail: [J.vandijk@tuinbouw.nl](mailto:J.vandijk@tuinbouw.nl)

Bezoekadres: Louis Pasteurlaan 6  
2700 AG Zoetermeer

### **Ambassade der Nederlanden**

Bezoekadres: Toldbodgade 33, 1253 Kopenhagen K, Denemarken  
Telefoon: (00) 45 33707200  
Fax: (00) 45 33140350  
E-mail: [nlgovkop@newmail.dk](mailto:nlgovkop@newmail.dk)  
Internet: [www.nlembassy.dk](http://www.nlembassy.dk)

---

### **Deense Kamer van Koophandel**

Det Danske Handelskammer Borsen

1217 Kopenhagen K

Tel: 00 45 70 13 12 00

Fax: 00 45 33 32 52 16

E-mail: [hts@hts.dk](mailto:hts@hts.dk)

Website: [www.commerce.dk](http://www.commerce.dk)

Voor specifieke landeninformatie en het bestellen van promotiemateriaal kunt u terecht bij:

### **Bloemenbureau Holland**

Areamanager Denemarken: Iain Thompson

Schipholweg 1

2316 XB Leiden

Tel: 071 56 59 565

Fax: 071 56 59 555

E-mail: [i.thompson@flowercouncil.org](mailto:i.thompson@flowercouncil.org)

---

## **BIJLAGE 8 – MARKTONDERZOEKEN**

- Bloemisten Structuuronderzoek Noord Europa (PT 2008-31)
- Ketens in kaart Denemarken (PT 2007- 30)
- Groothandels / importeursonderzoek Denemarken (PT 2006-88)
- Producttest indoor pot plants Denmark 2005 (PT 2005-67)
- Kwalitatieve producttest supermarktboekje Denemarken 2004 (PT 2004-40, Nederlands / PT 2004-40A,Engels)
- Bloemisten en tuincentra structuuronderzoek Denemarken 2002. (PT 2003-27)
- Bedrijvenmarkt bloemen en planten; Denemarken en Zweden, (PT 2002-58)
- Kwalitatief onderzoek grootwinkelbedrijf Denemarken, (PT 2002-57)
- Europa in beeld; samenvatting van diverse onderzoeken naar de aankoopbeleving van consumenten t.a.v. snijbloemen en kamerplanten, (PT 2002-66)
- Supermarktstructuur onderzoek Nederland, België, Duitsland, Denemarken, Verenigd Koninkrijk, Oostenrijk, (PT 2002-16)
- Aankoopbeleving van snijbloemen en kamerplanten in Zweden en Denemarken, (PT 2001-71)

De onderzoeken kunnen opgevraagd worden bij het:

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

Postbus 280  
2700 AG Zoetermeer  
Tel.: 079-3470707  
Fax.: 079-3470404  
E-mail: pt@tuinbouw.nl

Bezoekadres: Louis Pasteurlaan 6  
2519 EE Zoetermeer

