



Markt bol-op-pot beter in balans

Bol-op-potproducten liggen dit seizoen goed in de markt. De prijzen zijn gemiddeld beter dan de afgelopen jaren. Dat zorgt bij zowel Royal FloraHolland als bij de pottenbroeiers voor een positieve stemming.

Tekst: René Bouwmeester
Fotografie: René Faas

Het seizoen voor bol-op-potproducten is nog in volle gang. Maar de indruk die bij teelt en handel overheerst, is dat 2016/2017 op weg is om een behoorlijk goed seizoen te worden. “De prijsvorming is over het algemeen gunstiger dan vorig jaar, mede door het langere seizoen”, zegt Annika de Groot, productmanager van onder meer bol-op-potproducten bij Royal FloraHolland. “Het aanbod ligt meer in lijn met de vraag, waardoor producten beter gewaardeerd worden. Dat zien we in de prijsvorming.”

Hyacint doet gemiddeld 74 cent per pot, een toename van 7 procent ten opzichte van week 7 van vorig seizoen. Narcis gaat voor gemiddeld 59 cent weg, 2 procent meer dan vorig seizoen. Muscari zit op 67 cent, een plus van 14 procent. Deze ontwikkeling betekent met name voor narcis en muscari een doorbraak van een neerwaartse spiraal. Vorig seizoen lieten deze producten een scherpe daling van de middenprijs zien. Dat is dit seizoen duidelijk anders. Beide producten zijn goed gestart en maken een positieve prijsontwikkeling door. “Een trend die we al langer signaleren is dat arrangementen in een stijgende lijn zitten”, zegt De Groot. “Niet alleen de kant-en-klare arrangementen, maar ook de bloemist verwerkt hyacinten in tafelstukken of zelfs in boeketten.”

De Groot denkt dat een aantal factoren een rol spelen bij de huidige marktontwikkelingen. Zo is het seizoen, dat tot Pasen duurt, dit jaar langer dan verleden jaar. De bloemenfeestdagen zijn ook nog eens gunstig gespreid. “De aantallen zijn daardoor beter verspreid over het seizoen. Broeiers maken duidelijkere keuzes in hun productie, beter afgestemd op de vraag van de markt. Vorig jaar viel Pasen vroeg en was er sprake van een krap seizoen. Dan wordt het druk op de markt en dat heeft direct weerlag op de middenprijs.”

AANTREKKENDE ECONOMIE
Leon Zonneveld van L.P.M. Zonneveld en zn.

uit Voorhout kan de woorden van De Groot beamen. “Het gaat over het algemeen heel goed. Alleen Muscari armeniacum blijft achter bij onze verwachtingen. Dat loopt als enige niet. Maar hyacint, met drie op een pot, loopt lekker, crocus doet het ook goed. Narcis, Tête-à-Tête, gaat eigenlijk al vanaf januari goed. En we hebben er zeker niet minder weggezet dan vorig jaar.”

Zonneveld heeft niet echt een verklaring. “Ik denk dat het komt door de aantrekkelijke economie.”

Jeroen van der Vossen, medewerker van JH van der Vossen bv uit Lissbroek en De Zilk, herkent zich in grote lijnen ook in het beeld dat De Groot schetst. “We merken dat de prijsvorming van hyacint beter is, vooral bij de ‘twaalfjes’. Bij narcis gaan de 12 centimeterpotten weer moeizaam. Tulp is redelijk stabiel. We verwachten dat de vraag zal aantrekken richting Internationale Vrouwendag. Dat was bij Valentijnsdag niet het geval, dat is toch meer een snijbloemendag.”

TRADITIONEEL
De markt voor bol-op-potproducten is traditioneel en stabiel. Veranderingen gaan langzaam en geleidelijk. De markt wordt al jaren gedomineerd door hyacint en narcis. Afgelopen seizoen werden ongeveer 79 miljoen stuks winterbollen op pot aangevoerd bij Royal FloraHolland. Hiervan is 52 procent hyacint, 32 procent narcis, 11 procent muscari en 5 procent overige producten, zoals tulp. Deze verdeling is de laatste jaren niet veel verschoven. Ongeveer de helft van de bollen-op-pot wordt aangevoerd via de klok, de rest gaat via directe handel. In vergelijking met bijvoorbeeld kamerplanten is het deel dat via de klok wordt verkocht groot, want van kamerplanten wordt gemiddeld een derde via de klok aangevoerd. De Groot: “We zien dit seizoen bij bol-op-pot ook een zeer lichte daling bij de klok, maar dit is een geringe verandering.” Een belangrijke verschuiving die Van der Vos-

sen signaleert, heeft met de bestelwijze te maken, niet met het product zelf. “De transacties worden kleinere en meer divers. Tien jaar geleden hadden we Deense karren vol met mixproducten staan. Nu bestellen onze klanten één kar met een laag rood, een laag geel en een laag mix. De klant kan de inhoud van de kar zelf samenstellen via de webshop en doet dat soms meerdere keren per dag. Ze bestellen minder per keer, maar wel vaker.”

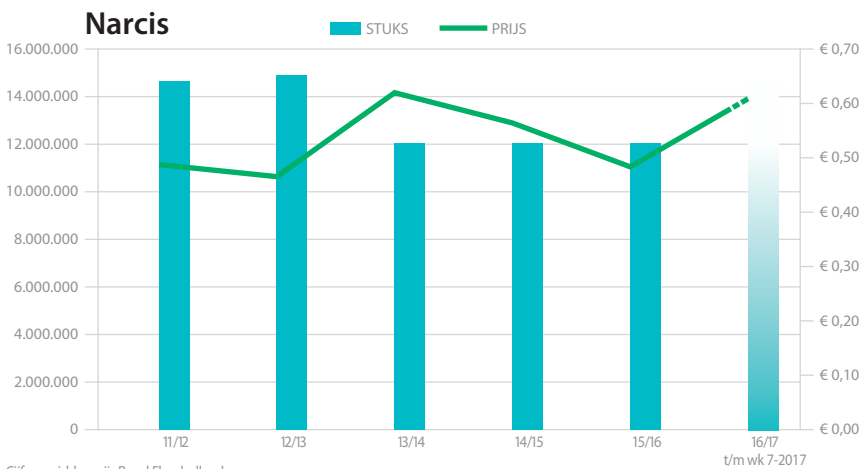
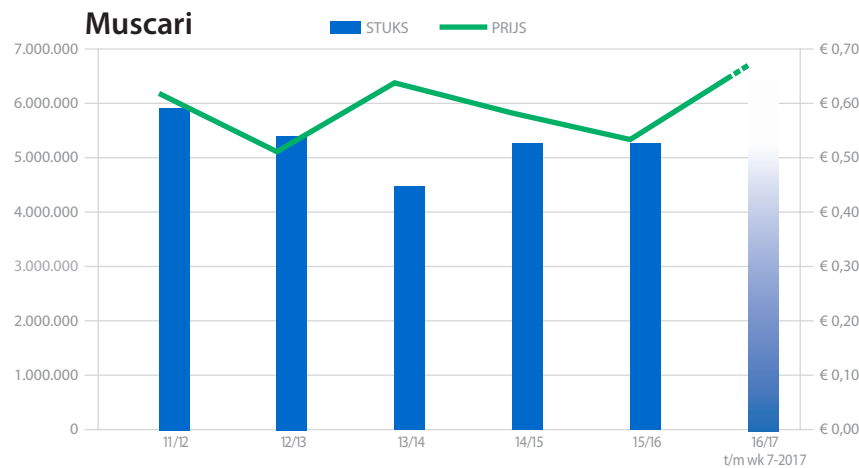
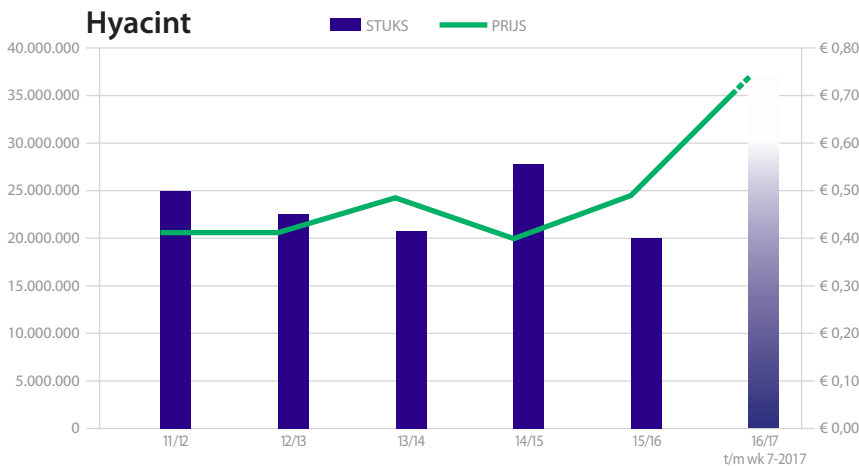
De Groot herkent deze ontwikkeling. “De afnemers zijn voorzichtiger met inkopen en besluiten daarna of ze eventueel bijkopen. Het risico ligt zo bij de broeiers.”

BELEVING IN DE WINKEL
Royal FloraHolland heeft ‘storechecks’ gedaan bij supermarkten, tuincentra en bouwmarkten in Duitsland, Groot-Brittannië, Frankrijk en Nederland. Dit leverde opvallende verschillen op tussen de diverse markten. Zo kopen consumenten in Nederland een hyacint-op-pot vooral voor eigen gebruik (78 procent van de aankopen). In Frankrijk en Duitsland is dat percentage iets lager (64 procent). In het Verenigd Koninkrijk zien consumenten hyacint-op-pot juist als cadeauproduct (60 procent). “Dat geeft een indicatie voor het vak. Daar kun je dus op inspelen door je verpakking voor de Engelse markt erop aan te passen”, zegt De Groot.

Opvallend is ook dat sommige kleuren in het ene land populairder zijn dan in het andere. Witte hyacinten hebben in Duitsland een marktaandeel van 5 procent. In Frankrijk en Groot-Brittannië is dat 20 procent. De Duitse markt wordt gedomineerd door blauwe exemplaren (80 procent) terwijl de Britten net zo vaak roze als blauwe hyacinten (40 procent) kiezen.

Niet alleen het doel en de plek verschillen sterk per land. Ook het tijdstip is belangrijk, zegt Jeroen van der Vossen. “De nadruk van de verkoop ligt in Frankrijk bijvoorbeeld voor Kerstmis en daarna wordt het product nog mondigemaakt verkocht. En na 1 januari koopt niemand in Finland nog een hyacint, maar in Duitsland begint het seizoen dan pas. Van oudsher is dat zo gegroeid.”

Van der Vossen wil aan dit gegeven niet tornen. “De afnemers houden vast aan de seizoenen en dat vinden we in orde. Daardoor blijft de bol-op-pot een seizoensproduct. Jaarrond leveren moeten we als bollensector niet willen. Dan is het product niet bijzonder meer.”



Cijfers: middenprijs Royal FloraHolland

Marktverdeling

Product

- Hyacint
- Narcis
- Muscari
- Tulp
- Crocus

