

Imago lelie: zowel modern als klassiek

Onderzoek onder consumenten (NL, DE, FR, VK, IT, ES) naar imago, kennis en koopgedrag ten aanzien van de lelie



Consument heeft positief beeld van lelie

De lelie heeft een positief imago bij consumenten. Dit blijkt uit onderzoek van het Productschap Tuinbouw onder consumenten in diverse Europese landen. Spontaan noemt men de lelie vooral kleurrijk, geurend en mooi. De bloem roept bij consumenten voornamelijk een gevoel van rust op. Verder vinden consumenten dat de lelie een elegante en sierlijke uitstraling heeft. Ook termen als warm en chic/luxe worden vaak genoemd. Consumenten zijn het erover eens dat de lelie niet ouderwets, saai of alledaags is. De bloem is duidelijk geschikt voor uiteenlopende stijlen, zowel modern als klassiek.

Een aandachtspunt is dat het imago van de lelie wat mat is. De bloem heeft vooral een rustige uitstraling en hoewel niet ouderwets, wordt de bloem evenmin als trendy ervaren. Vooral richting jongere kopers zou het lelie-imago wat meer 'spice' kunnen gebruiken.

Andere aandachtspunten zijn de lage naamsbekendheid in Spanje en de onbekendheid/onervarenheid met de lelie bij de Italiaanse consumenten. De voorkeur van Italiaanse consumenten voor dubbelkleurige lelies kan hierbij een aanknopingspunt zijn.

Lage naamsbekendheid lelie in Spanje

Na het tonen van de hiernaast afgebeelde foto's wordt de lelie door ruim tweederde van de consumenten herkend. In Nederland weet een derde van de consumenten de lelie bovendien bij de goede naam te noemen. In Spanje is de naamsbekendheid slechts 5%. In de andere landen ligt deze tussen de 20% en de 30%.



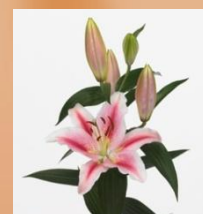
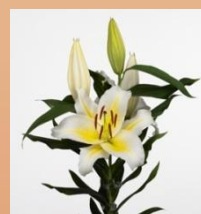
Witte lelie meest favoriet



In de meeste landen is wit de meest favoriete leliekleur, gevolgd door oranje en rood. In Duitsland is de voorkeur voor witte lelies nagenoeg gelijk aan die voor oranje lelies.

Dubbelkleurige lelie populair in Italië

Om en nabij de helft van de consumenten verkiest de dubbelkleurige lelie. Vooral Italianen zijn enthousiast: bijna 60% van hen heeft een uitgesproken voorkeur voor dubbelkleurige lelies. Een minderheid van nog geen 15% van de consumenten kiest voor de enkelkleurige bloemen. Voor de overige consumenten maakt het niet uit, zij vinden beide soorten even aantrekkelijk.

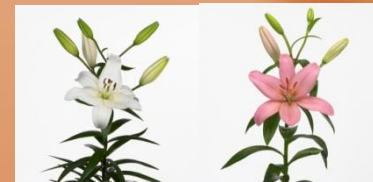


Zowel Longiflorum lelies als andere soorten scoren goed

Over het algemeen worden de diverse leliesoorten als (zeer) mooi beoordeeld. De Nederlandse consumenten zijn iets kritischer bij de Aziatische lelie/LA hybride. Nederlanders beoordelen deze lelies minder vaak als 'zeer mooi' dan Britse, Franse en Spaanse consumenten.



Longiflorum



Aziatische lelie/LA hybride

Stuifmeelprobleem typisch Nederlands

Gemiddeld gaf 50% tot 60% van de consumenten aan in het afgelopen halfjaar lelies te hebben gekocht (als monobos of los). De redenen om geen lelies te kopen lopen uiteen van “stuifmeel maakt vlekken” (vooral in Nederland genoemd) tot onbekendheid/onervarenheid met de bloem (vooral in Italië genoemd).

De mensen die de lelie het afgelopen halfjaar hebben gekocht zijn redelijk tevreden over hun aankoop: de helft (Nederland) tot driekwart (Spanje) denkt in de komende tijd nog een keer lelies te kopen. Mensen die geen herhalingsaankoop overwegen of die nog twijfelen, geven vooral als reden dat men graag wil afwisselen. Het brede aanbod van bloemen geeft hen daartoe alle mogelijkheid.

Wilt u meer weten?

Voor meer informatie over het onderzoek '*Imago lelie: zowel klassiek als modern*' (PT 2010/69) kunt u contact opnemen met Veronique Linssen, v.linssen@tuinbouw.nl. Rapporten zijn voor sectorgenoten, via MijnPT, gratis te downloaden, of aan te vragen bij John Claassen via telefoonnummer 079-34 70 633 of per e-mail j.claassen@tuinbouw.nl.

samenvatting

Productschap Tuinbouw

Adres Louis Pasteurlaan 6
Postbus 280, 2700 AG Zoetermeer
Telefoon 079 - 347 07 07
Fax 079 - 347 04 04
Internet www.tuinbouw.nl
e-mail info@tuinbouw.nl

rapport