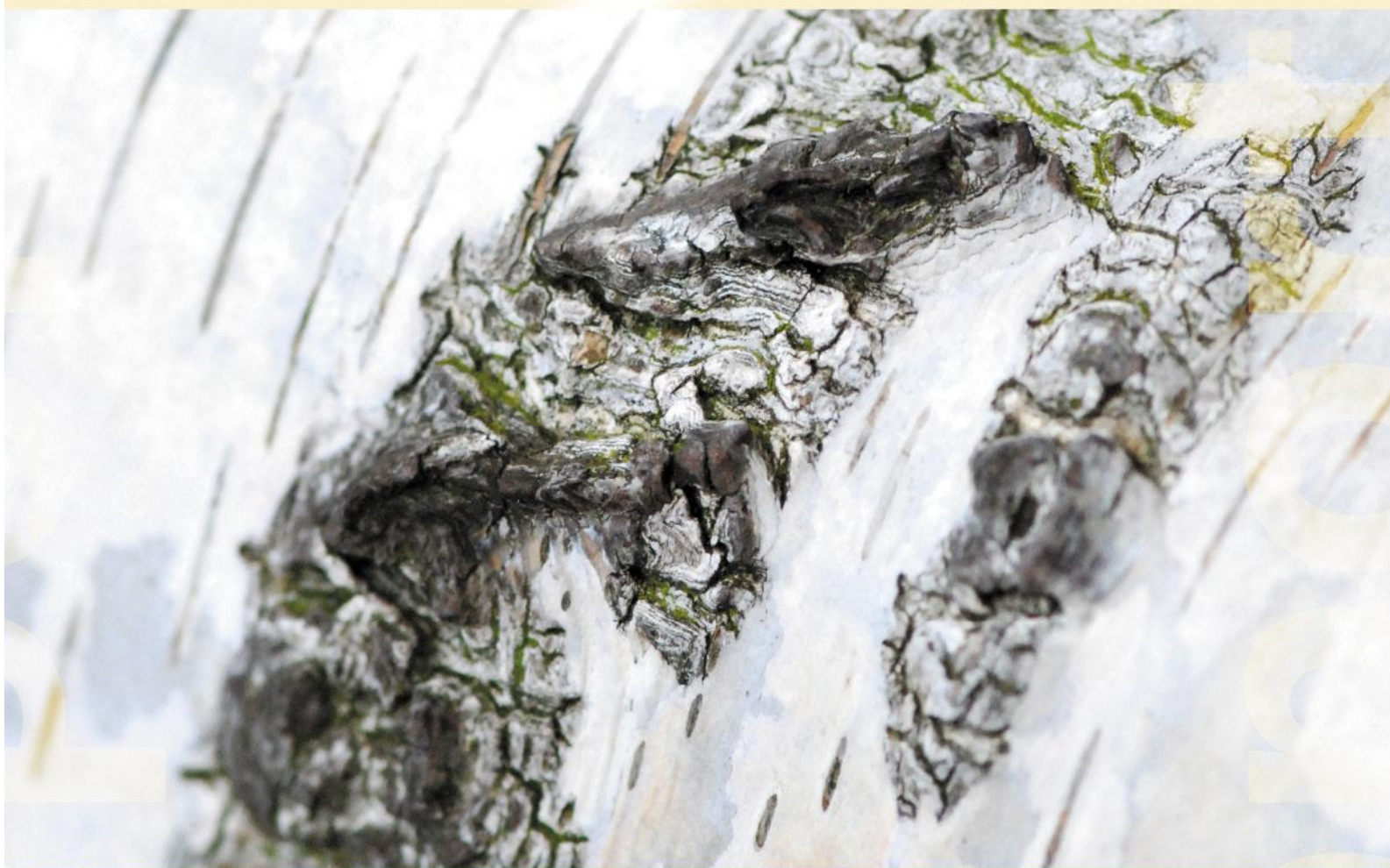


Campagne 'Colour your Life' slaat aan onder Nederlandse en Britse tuincentra

Onderzoek 'Colour your Life' campagne van PPH onder tuincentra en consumenten.





De promotiecampagne 'Colour your Life' (CYL) van Plant Publicity Holland (PPH) is van start gegaan in januari 2010 in vier landen (NL, De, UK, Fr) met financiële ondersteuning van de Europese Unie. Onderzoek dat na een maand is gehouden geeft aan dat de campagne onder tuincentra in Nederland en in het bijzonder het Verenigd Koninkrijk al goed is aangeslagen. Daarnaast zijn ook consumenten gevraagd naar hun kennis, houding en gedrag ten aanzien van duurzaam tuinieren. De duurzame kwaliteiten van tuinplanten zijn in de campagne namelijk een belangrijk aspect. De consument is zich goed bewust van de bijzondere eigenschappen van tuinplanten, zoals voor het aantrekken van dieren of het bevorderen van de afwatering. Deze aspecten spelen echter nog een kleine rol bij de beslissing tot aankoop van tuinplanten. De prijs-kwaliteit verhouding van de tuinplant is het belangrijkste aspect waar de consument nu op let. Dit blijkt uit onderzoek van het Productschap Tuinbouw naar de Colour your Life campagne.

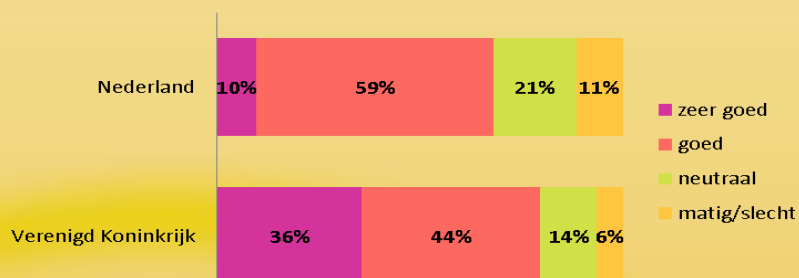
Bekendheid CYL campagne onder tuincentra	NL	VK	FR	De
Spontane bekendheid	8%	9%	-	-
Geholpen bekendheid	50%	37%	15%	8%

De gemeten bekendheid van de campagne onder tuincentra in Nederland en het Verenigd Koninkrijk ligt veel hoger dan in Frankrijk en Duitsland. Een verklaring hiervoor kan zijn dat de contacten met de tuincentra in de eerstgenoemde landen worden gecontinueerd vanuit eerdere campagnes. De bekendheid met de campagnewebsite van Colour your Life is ook goed te noemen onder de tuincentra die de campagne kennen. De meeste tuincentra ondernemers bezoeken de website vaker dan één keer. De website scoort in het Verenigd Koninkrijk iets beter dan in Nederland.

Britse tuincentra wenden CYL goed aan

In Nederland maakt de helft van de tuincentra die de CYL campagne kennen, gebruik van de campagne bij de verkoop van tuinplanten. De ondervraagde Britse tuincentra doen dat vrijwel allemaal. De tevredenheid met de CYL campagne is in het VK dan ook beter dan in Nederland. Zo'n tweederde van de ondervraagde tuincentra in de VK verwachten een positief effect van de campagne, terwijl dat in Nederland blijft steken op éénderde.

Oordeel Colour you life promotie Tuincentra
NL (n=58) VK (n=36)



Bewustzijn van bijzondere eigenschappen tuinplanten

Met de CYL campagne wil PPH niet alleen de sierwaarde, maar ook de bijzondere eigenschappen van tuinplanten onder de aandacht brengen. Tuincentra managers zijn zich wel degelijk bewust van de eigenschappen van planten, zoals besdragende en bloemen, om dieren aan te trekken. In Nederland en VK worden deze eigenschappen het vaakst ingezet bij de promotie van planten. De niet zichtbare eigenschappen van tuinplanten, zoals schaduwgevend, geluidswerend en afwatering, wordt door ruim de helft van de tuincentra ingezet. Alleen in Duitsland ligt dat iets lager.

Consument is bewust van bijzondere eigenschappen tuinplanten

Uit consumentenonderzoek naar de CYL campagne blijkt dat de meeste consumenten in alle vier de campagne landen zich goed bewust zijn van de bijzondere eigenschappen van tuinplanten waardoor **dieren** worden aangetrokken, zoals:

- *planten die bessen dragen trekken vogels aan*
- *door bloemen worden vlinders of bijen gelokt*
- *heester en bomen bieden bescherming en nestgelegenheid voor vogels*

Ook andere eigenschappen van planten zijn goed bekend onder de consumenten, zoals

- *planten nemen CO₂ op en zorgen voor betere klimaatbeheersing*
- *door een haag kan geluidshinder worden tegen gegaan*
- *plantenborders zorgen voor een betere waterbeheersing dan bestrating*



De Duitse consument is zich het meest bewust van de bijzondere eigenschappen van tuinplanten, de Franse juist iets minder dan in de andere landen. Ondanks het feit dat de bijzondere eigenschappen goed bekend zijn, spelen ze bij de consument in alle landen een secundaire rol bij de aankoop van tuinplanten. De prijs-kwaliteitverhouding van tuinplanten is in deze landen het belangrijkste aspect bij de aankoop. In het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk speelt de aangeboden productkwaliteit net zo een belangrijke rol, in Nederland en Duitsland is dat veel minder. In Duitsland komt dit mede doordat veel bouwmarkten met een tuinafdeling in het onderzoek zijn betrokken, welke meer prijsbewust zijn.

Duitsland en Frankrijk meer bezig met duurzaam tuinieren

De Duitse en Franse consument is meer bezig met duurzaam tuinieren dan de Nederlandse en Britse consument. Zo maken de Duitsers en Fransen vaker gebruik van natuurlijke bemesting, het opvangen van regenwater in een regenton en het gebruik van een haag in plaats van een schutting. Wel worden in Nederland meer nestkastjes opgehangen dan in de andere drie landen.

Website aantrekkelijk maar nog niet zo bekend

De bekendheid met de website Colour your Life is nog laag onder consumenten, variërend van 3% in Nederland, 7% in het Verenigd Koninkrijk, 10% in Frankrijk en wel 16% in Duitsland. De meeste consumenten vinden de website aantrekkelijk als ze deze te zien krijgen. Een meerderheid geeft aan de website vaker te gaan bekijken.

Promotiecampagne Colour your Life

Plant Publicity Holland heeft in 2009 de campagne 'Colour your Life' (CYL) ontwikkeld, een internationale campagne met jaarrond media aandacht voor tuinplanten. Voor ieder land is een website ontwikkeld met informatie voor de consument, vakhandel en media. Tevens is digitaal promotiemateriaal beschikbaar voor de vakhandel. Het doel van de campagne is om mensen anders te laten kijken naar de waarden van planten. Behalve sierwaarde kunnen planten ook maatschappelijke, functionele, ecologische en commerciële waarden hebben. De campagne loopt tot en met 2012 en wordt gefinancierd met steun van de Europese Unie.

Het campagne onderzoek onder tuinentra vond plaats in februari 2010 waarbij 403 tuinentra werden ondervraagd in de vier campagne landen Nederland, Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Duitsland. Het onderzoek zal worden herhaald in 2011 en 2012. Het campagne onderzoek onder consumenten liep in maart 2010 onder 4.100 consumenten (tuinbezitters in de vier landen). Dit onderzoek wordt herhaald in 2012.

Meer informatie over dit onderzoek? Neemt u dan contact op met Laura Willemsens van het Productschap Tuinbouw, l.willemsens@tuinbouw.nl, tel. 079 3470661. Wilt u meer weten over de Colour your Life campagne, kijk dan op www.colour-your-life.eu of neem contact op met Jessica Hilgers van Plant Publicity Holland, jhilgers@pph.nl, 0172 217550.

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