

A.F. van Gaasbeek

Publ. No. 4.120

DE CONSUMENTENMARKT VOOR BOOMKWEKERIJ-
PRODUKTEN



SIGN: L26-4.120
EX. NO: B
MLV:

Augustus 1988

Landbouw-Economisch Instituut

Afdeling Tuinbouw

263333

REFERAAT

DE CONSUMENTENMARKT VOOR BOOMKWEKERIJPRODUKTEN

Gaasbeek A.F., van

Den Haag, Landbouw-Economisch Instituut, 1988

Publikatie 4.120

75 p., 21 tab., 3 graf.

Studie, gebaseerd op individuele gegevens van het NIAM-panel over de periode najaar 1980 tot en met voorjaar 1983. In de drie onderzochte seizoenen worden de hoogste bestedingen aan boomkwekerijprodukten gerealiseerd eind oktober en eind maart.

Tweederde van de seizoensomzet wordt in 15 weken gerealiseerd waarvan er drie in het najaar vallen (week 42-44) en twaalf in het voorjaar (11 t/m 22). Zaterdag is de belangrijkste dag van de week met 40% van de weekomzet.

Tussen tuinbezitters en niet-tuinbezitters zijn belangrijke verschillen in koopgedrag, eveneens tussen sociale klassen. De hogere sociale klassen laten zowel een hoger koperspercentage zien als een hoger besteed bedrag per half jaar. Ook regionaal zijn er verschillen. In het westen en in de grote steden ligt het koperspercentage hoger en zijn de bestedingen per kopende huishouding lager. Onder de bezitters van een eigen huis of een nieuwbouwhuis liggen de koperspercentages en de bestedingen hoger.

Sierteelt/Boomkwekerijprodukten/Consumentenonderzoek/Panelonderzoek/Marktsegmentatie

Overname van de inhoud toegestaan, mits met duidelijke bronvermelding.

Inhoud

	Blz.
WOORD VOORAF	5
SAMENVATTING	7
1. INLEIDING	9
1.1 Algemeen	9
1.2 Mogelijkheden en beperkingen	9
1.3 Opzet	10
2. MATERIAAL EN METHODEN	11
2.1 Gebruikte gegevens	11
2.2 Uitgevoerde bewerkingen	13
2.3 Methoden	14
3. SEIZOENSBEWEGING	15
3.1 Inleiding	15
3.2 Verdeling van de vraag naar boomkwekerij- produkten als totaal	16
3.3 Verschillen onder invloed van weersom- standigheden	17
3.4 Verschillen tussen de produktgroepen	19
3.5 Verschillen in seizoenbeweging	20
4. HET PERCENTAGE KOPENDE HUISHOUDINGEN	23
4.1 Inleiding	23
4.2 Invloed van sociaal-economische kenmerken	24
4.3 Invloed van geografische factoren	26
4.4 Invloed van de woonsituatie	28
4.5 Invloed van demografische kenmerken	30
5. DE BESTEDINGEN AAN BOOMKWEKERIJPRODUKTEN	32
5.1 Inleiding	32
5.2 Invloed van sociaal-economische kenmerken	33
5.3 Invloed van geografische factoren	34
5.4 Invloed van woonstituatie	36
5.5 Invloed van demografische kenmerken	38
6. KOOPGEDRAG OVER LANGERE TIJD	39
6.1 Inleiding	39
6.2 Bestedingen en koopfrequenties	39
7. OMVANG VAN DE SEGMENTEN	43
8. AANBEVELINGEN	46
LITERATUUR	47

INHOUD (1e vervolg)

Blz.

BIJLAGEN:

1. Beschrijving van de huishoudkenmerken	48
2. Weekindeling	51
3. Weersgegevens	52
4. Procentuele verdeling van de totale bestedingen aan boomkwekerijprodukten	53
5. Grafische weergave van de bestedingen per week	54
6. Grafische weergave van de weergegevens per week	56
7. Kwantificering van de directe weersinvloed	60
8. Onderscheiden produktgroepen en produkten	61
9. Procentuele verdeling van de bestedingen per produktgroep	62
10. t/m	64
15. Grafische weergave van de bestedingen per week per produktgroep	75

Woord vooraf

Dit onderzoek naar de consumentenmarkt voor boomkwekerijprodukten maakt deel uit van een uitgebreider onderzoek in de sector. Over een ander onderdeel, de marktstructuur in de boomkwekerij, is eerder dit jaar een publikatie uitgebracht door de afdeling structuuronderzoek. Het consumentenonderzoek is gebaseerd op individuele panelgegevens van het NIAM-panel. Het marketingteam voor de boomkwekerij heeft de individuele gegevens van drie seizoenen aangekocht en ter beschikking gesteld van het LEI voor een analyse van de consumentenmarkt.

Het onderzoek wordt uitgevoerd op verzoek van de Directie Verwerking en Afzet van Agrarische Produkten van het Ministerie van Landbouw en Visserij.

Met marktstructuuronderzoek geeft een kwantitatief beeld van de organisatie en het functioneren van de afzet van boomkwekerijprodukten.

Het consumentenonderzoek geeft een beeld van de binnenlandse huishoudelijke vervangingsmarkt van boomkwekerijprodukten, waarbij verschillen in koopgedrag tussen groepen consumenten centraal staan.

De directeur



J. de Veer

Den Haag, Augustus 1988

Samenvatting

Deze studie van de vraag naar boomkwekerijprodukten op consumentenniveau is gebaseerd op de individuele gegevens van een panel van huishoudens. De analyse heeft betrekking op de seizoenen 1980/81, 1981/82 en 1982/83.

Van de huishoudens in het panel is naast de aankoopgegevens zoals besteed bedrag, aantal stuks produktgroep enz. ook een aantal sociaal-economische en demografische kenmerken bekend.

Het onderzoek valt in een drietal gebieden op te splitsen. Het eerste deel heeft betrekking op de spreiding van de aankopen in de tijd, het tweede op verschillen in koopgedrag van verschillende groepen consumenten en het derde op het aankoopgedrag over langere tijd (namelijk de volle analyseperiode).

Het panel bestaat uit 4.000 huishoudens, die representatief geacht mogen worden voor de Nederlandse bevolking. De aankoopgegevens zijn alleen representatief voor de vervangingsmarkt, welke volgens schattingen door het Produktschap voor Siergewassen op nationaal niveau een omzet heeft van 50 miljoen per jaar. Door het Nederlands Instituut voor Agrarisch Marktonderzoek (beheerder van het panel) werden de uitkomsten per half jaar gepresenteerd en werd het panel derhalve ook twee maal per jaar geijkt en aangevuld. Om redenen van representativiteit is deze periode-indeling ook bij deze analyse gevolgd.

In de drie onderzochte seizoenen ligt de piek in de bestedingen in het najaar rond week 43/44 (eind oktober) en in het voorjaar rond week 13 (eind maart). Rekening houdend met het verschil in voor- en najaar wordt ruim twee derde van de seizoensomzet in vijftien weken gerealiseerd waarvan er drie in het najaar liggen (42-44) en twaalf in het voorjaar (11 t/m 22). Binnen de week is zaterdag de belangrijkste dag met 40% van de weekomzet, gevolgd door vrijdag met 20% en maandag t/m donderdag elk met 10%. Van de weersfactoren heeft het aantal uren regen de meeste invloed op de aankopen in de betreffende week. Ook het weer in de voorafgaande weken heeft duidelijk invloed. Het percentage kopen-de huishoudingen per halfjaarsperiode ligt in het najaar rond de 9,5% en in het voorjaar rond de 18-19%. Er zijn duidelijke verschillen in penetratiegraad tussen consumenten met verschillende sociaal-economische kenmerken. Zo ligt het koperspercentage in het voorjaar bij tuinbezitters boven de 21% en bij niet-tuinbezitters slechts rond de 11%. In het najaar liggen deze percentages op respectievelijk 11 en 6%.

Ten aanzien van sociale klasse en sociale beroepsgroep gaat een hogere welstand gepaard met hogere koperspercentages. Ook het aantal zwaardere kopers (dat wil zeggen die meer dan modaal besteden - f 15,- per half jaar) neemt toe naarmate de welstand stijgt, welke tendens vooral onder de tuinbezitters naar voren komt.

Ook regionaal zijn er verschillen. Vooral in het westen en in de grote steden ligt het koperspercentage hoger. Hiermee samenhangend wordt een hoger koperspercentage gevonden naarmate de urbanisatiegraad toeneemt. Dit geldt in beide jaardelen en zowel voor tuinbezitters als voor de niet-tuinbezitters, waarbij de laatsten geconcentreerd zijn in de grote steden in het westen van het land. Het bezit van een eigen huis gaat samen met meer belangstelling voor de bijbehorende tuin. Maar ook als er geen tuin bij de woning is, ligt het koperspercentage echter iets hoger dan bij huurwoningen.

Hoewel het aantal nieuwbouwwoningen in het panel vrij gering is, valt toch een toenemend koperspercentage te constateren naarmate de ouderdom van de woning afneemt.

Ten aanzien van de leeftijd van het gezinshoofd laten vooral de jongere (onder 30) en de 65+ groep een lager koperspercentage dan gemiddeld zien.

In zowel na- als voorjaar wordt er per koper ongeveer f 33,- per half jaar besteed aan boomkwekerijprodukten. In het voorjaar is het aantal stuks iets groter (11,1) dan in het najaar (9,7) en is het assortiment iets breder (2,4 versus 2,1). Ook bij de bestedingen per koper blijken de hogere sociale klassen per jaardeel meer uit te geven dan de lagere, behalve de pannellieden uit de hoogste sociale klasse zonder tuin welke beduidend minder dan gemiddeld besteden. Regionaal gezien wordt er per koper in het Oosten van het land het meest besteed: f 44,- per half jaar. In de agglomeratie zijn de bestedingen waarschijnlijk als gevolg van de kleinere tuinen het laagst.

Zowel het in eigen bezit hebben van de woning als een nieuwe woning leiden tot hogere bestedingen per koper.

De analyse van de bestedingen over de volle drie seizoenen bevestigt de voorgaande conclusies.

Slechts de helft van de respondenten die drie jaar hebben deelgenomen aan het panel, heeft in deze periode een aankoop verricht. Naarmate vaker boomkwekerijprodukten zijn aangekocht, nemen niet alleen de totale bestedingen over drie seizoenen toe maar ook de bestedingen per jaardeel. Diegenen die slechts één jaardeel een aankoop hebben verricht, hebben f 31,68 besteed. Degenen die alle zes jaardelen boomkwekerijprodukten hebben gekocht, hebben f 213,80 besteed, hetgeen gemiddeld op f 35,64 per jaardeel uitkomt.

1. Inleiding

1.1 Algemeen

Over de consumentenmarkt van boomkwekerijprodukten in Nederland is vrij weinig bekend. Zelfs de omvang van de markt is niet exact bekend. Volgens ramingen van het Produktschap voor Siergewassen liggen de consumentenbestedingen rond de zeventig miljoen gulden per jaar. Hiervan wordt ongeveer twintig miljoen gulden toegeschreven aan de zogenaamde initiële vraag (de vraag voor de eerste aanleg van een tuin) en vijftig miljoen aan de vervangingsvraag (de vraag om een reeds aangelegde tuin te onderhouden).

Ook de kennis van het consumentengedrag op deze markt is, afgezien van op ervaring berustend inzicht, vrij gering.

Voor het voeren van een marketingbeleid is kennis van het consumentengedrag noodzakelijk. Indien men de consumptie wil stimuleren moet men weten welke wensen de consument heeft ten aanzien van de produkten, hoeveel en welke consumenten de produkten kopen en waarom ze dat wel of niet doen.

Deze studie richt zich op het beschrijven van de markt in termen van de hieruit voortvloeiende vragen: wie koopt boomkwekerijprodukten, hoeveel wordt er besteed en wanneer koopt men boomkwekerijprodukten. Immers pas indien men weet wie ze wel of niet koopt, kan gericht onderzoek gedaan worden naar koopmotieven.

1.2 Mogelijkheden en beperkingen

Deze studie van de consumentenmarkt is gebaseerd op de individuele gegevens van een panel van huishoudingen dat, in opdracht van het Produktschap voor Siergewassen c.q. het Marketingteam voor de boomkwekerij, is onderhouden door het Nederlands Instituut voor Agrarisch Marktonderzoek. Over de periode van 1976 tot en met 1984 hebben 4000 huishoudingen hun aankopen van boomkwekerijprodukten bijgehouden en gespecificeerd naar besteed bedrag, aantal stuks, aankoopdag en aankoopkanaal. Van deze huishoudens is ook een aantal sociaal-economische- en demografische kenmerken bekend. Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van gegevens over de periode najaar 1980 t/m voorjaar 1983. De gegevens hebben betrekking op de feitelijke aankopen van de huishoudingen en zijn derhalve uitstekend geschikt voor een studie van het aankoopgedrag. Eerdere en latere fasen van het consumentengedrag kunnen met dit materiaal niet bestudeerd worden.

Dit betekent dat zowel het communicatiegedrag voor de aankoop, als de evaluatie van het resultaat na de aankoop buiten het kader van deze studie vallen. De uitkomst van de zoek- en evalua-

tiefase: de keuze van produkt, winkel en aankoopmoment, is echter wel bekend en vormt het object van dit onderzoek.

Uit eerdere analyses van individueel panelmateriaal (van Tilburg 1984, Poppe en Spitters, 1984) is reeds gebleken dat dergelijke studie's belangrijke bouwstenen voor het marketing-beleid kunnen aandragen.

1.3 Opzet

In deze studie zal onderzocht worden in welke mate de aankoopkenmerken verklaard kunnen worden uit de sociaal-economische en demografische kenmerken van de huishoudens. Het kennen van deze relaties kan richting geven aan het marketingbeleid in de sector maar vooral ook aan verder onderzoek om de achterliggende factoren van deze relaties te achterhalen.

Het onderzoek valt in een drietal hoofdgebieden op te splitsen. In het eerste deel zal in hoofdzaak aandacht worden besteed aan de spreiding van de aankopen binnen het seizoen. In het tweede deel zal de nadruk liggen op de verschillen in aankoopgedrag van groepen consumenten op basis van analyses per half jaarlijkse rapportage periode van het NIAM. Het derde deel heeft vooral betrekking op het aankoopgedrag van consumenten die over de volle analyseperiode van drie jaar aan het panel hebben deelgenomen.

2. Materiaal en methoden

2.1 Gebruikte gegevens

De bij dit onderzoek gebruikte gegevens zijn afkomstig van een panel van 4000 huishoudingen dat door het Nederlands Instituut voor Agrarisch Marktonderzoek (NIAM) in de betreffende periode is onderhouden.

Dit panel bestaat uit een groep huishoudingen, die van al hun aankopen van boomkwekerijprodukten de datum, het besteed bedrag, het aantal stuks, de aankoopplaats en de produktcode registreren.

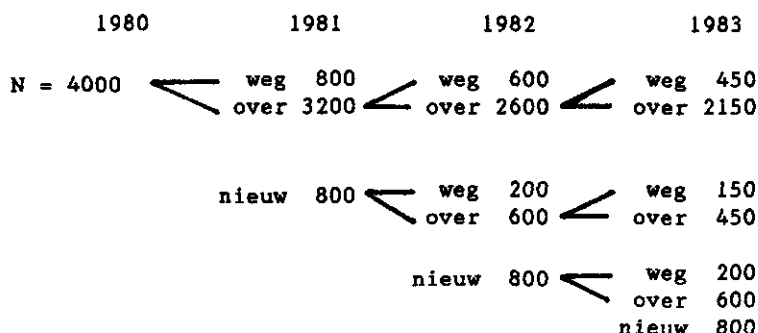
Het panel is opgezet als representatieve steekproef voor de autochtone Nederlandse huishoudens met een vast woonadres. Onder huishouden worden hier niet alleen gezinnen verstaan maar ook alleenstaanden en vormen van woongroepen voor zover zij vallen onder de definitie van de werkgroep buro-overleg (DEMO 84/85).

De steekproef wordt getrokken en aangevuld op basis van het woningbestand. Door de wijze van steekproeftrekking en definiëring van het begrip huishouden valt een deel van de consumptie buiten de registratie door het panel. Zo vallen bijvoorbeeld de varende bevolking en buitenlandse werknemers buiten de steekproef, maar ook een belangrijk deel van de aankopen, dat bedoeld is voor de eerste aanleg van tuinen. Dit laatste omdat nieuwbouwwoningen met enige vertraging in het woningenbestand worden opgenomen. Bovendien wordt getracht de deelnemers zolang mogelijk aan het panel te binden. Eerste tuinaanleg komt derhalve alleen voor als panelleden verhuizen of bij nieuw geworven panelleden. De resultaten van dit onderzoek mogen dus alleen representatief worden geacht voor de particuliere vervangingsmarkt van boomkwekerijprodukten.

Door het NIAM werden twee keer per jaar de verbruikcijfers van boomkwekerijprodukten gepresenteerd. In verband hiermee werd derhalve het panel ook twee keer per jaar geijkt dat wil zeggen; werden de wegingscijfers voor de huishoudingen berekend zodanig dat de steekproef representatief bleef. Ook werden twee keer per jaar, ter vervanging van huishoudingen die hun medewerking aan het panel hadden opgezegd, nieuwe huishoudingen aangezocht om mee te werken.

Globaal ziet het verloop in het panel er als volgt uit:

Figuuur 2.1 Verloop in het panel



Mede door dit verloop in het panel, maar vooral vanwege het feit dat steekproeftrekking en bepaling van de wegingsfactoren per half jaar gebeuren, zijn de analyses die betrekking hebben op de markt als geheel ook per half jaar uitgevoerd. Voor de analyses van verschillen in bestedingsniveau tussen onderscheiden groepen consumenten is gebruik gemaakt van het ongewogen materiaal, aangezien hier geen representativiteit voor de markt als geheel verlangd wordt en het hanteren van wegingsgetallen eerder verstorend werkt.

De panelgegevens waarop dit onderzoek gebaseerd is hebben betrekking op een periode van drie jaar. Gezien het feit dat zowel op producenten- als op consumentenniveau sprake is van een seizoen dat het najaar en het aansluitende voorjaar omvat, is ook hier gekozen voor seizoensjaren. De periode begint daarmee op 3 augustus 1980 en eindigt op 16 juli 1983.

Door het NIAM zijn alle aankoopgegevens van de huishoudens die de drie jaren (of een gedeelte hiervan) hebben deelgenomen aan het panel aangeleverd. Per aankoop zijn gegevens geregistreerd met betrekking tot besteed bedrag, aantal stuks, aankoopdag, aankoopkanaal en produktcode. Indien er in één aankoop meerdere produktsoorten zijn aangekocht, zijn er evenzovele aankooprecords vastgelegd op de tape. Ook indien de produktsoorten binnen dezelfde code vielen maar de stuksprijs verschillend was, zijn meerdere aankooprecords vastgelegd. Voor een overzicht van de onderscheiden produktgroepen wordt verwezen naar de bijlagen. Op deze wijze komt het totaal op een kleine 12.000 aankoopgegevens.

Per half jaar zijn gegevens ter beschikking gesteld met betrekking tot het huishoudnummer, het wegingscijfer voor het betreffende huishouden in het betreffende half jaar en een aantal sociaal-, economische- en demografische kenmerken van de huishoudens. Deze kenmerken hebben betrekking op: woonplaats (gemeente-

nummer), geografisch district, urbanisatiegraad, ouderdom van de woning, het tuinbezit, woningbezit, type woning, woonlaag huis-kamer, bezit van honden, katten en auto, sociale klasse, sociale beroepsgroep, gezinsgrootte, gezinscyclus, geboorte en huwelijksjaar van de hoofdkostwinner, het buitenshuis werken van de huisvrouw en de toe- en uittredingsdatum van het huishouden tot het panel. Bovendien zijn een viertal altitudes van de huisvrouw opgenomen betreffende prijsbewustheid, winkeltrouw en gezondheids- en gewichtsbewustheid. Voor de codering en definiering van deze kenmerken wordt verwezen naar de werkgroep bureau-overleg (DEMO 84/85) en de bijlage 1.

2.2 Uitgevoerde bewerkingen

Ten behoeve van sommige analyses is een aantal variabelen gehercodeerd. Enerzijds is dit gedaan om de celvulling bij meer-voudige kruistabellen voldoende groot te houden, anderzijds stellen bepaalde onderzoekstechnieken voorwaarden aan de inschaling van variabelen. Waar dit gebeurd is, zal dat in het verslag van de analyses vermeld en gemotiveerd worden.

Ten behoeve van het onderzoek zijn een aantal bewerkingen op het materiaal uitgevoerd. Allereerst zijn de aankoopgegevens gecombineerd met de wegingscijfers en huishoudkenmerken. Om computertechnische reden (grootte van het data-bestand) zijn hieruit zes datafiles gecreëerd met per half jaar alle aankoop- en huishoudgegevens.

Voor de analyse van het seizoenspatroon zijn daarna alle bestedingen per produktgroep per week gesommeerd (voor weekindeling zie bijlage 2). Een analyse op produktniveau of op dagbasis bleek niet mogelijk omdat op dit gedetailleerde niveau er te weinig waarnemingen per categorie voorkomen om statistisch significante uitspraken te kunnen doen. Bij de gesommeerde weekcijfers is een aantal weersfactoren toegevoegd zoals gemiddelde temperatuur, regenval en zonneschijn (bijlage 3). Voor de analyse van verschillen in koperspercentages en bestedingen is het materiaal omgewerkt zodat er per huishouden per half jaar gegevens verkregen werden over de totale bestedingen per half jaar, het totaal aantal aangekochte stuks, het aantal malen dat per half jaar een aankoop is verricht en de breedte van het aangekochte assortiment. Ook hier bleek met name het aantal waarnemingen per produktgroep te gering om deze analyse ook op produktgroepniveau uit te voeren.

Voor de analyse over de totale periode tenslotte zijn de gegevens van die huishoudens, die de volle drie jaar aan het panel hebben deelgenomen samengevoegd en geaggregeerd tot totale aankoopgegevens over deze drie jaar.

2.3 Methoden

Bij de analyse van verschillen in percentage kopende huishoudingen tussen verschillende groepen consumenten is gebruik gemaakt van kruistabellen. Met behulp van de χ^2 -toets is nagegaan of de verschillen in de celvulling statistisch significant waren op een 10% betrouwbaarheidsinterval. Een significante χ^2 -waarde betekent echter nog niet dat alle verschillen in celvulling significant zijn. Daarom zijn alle verschillen in koperspercentages tussen de onderscheiden groepen consumenten met behulp van de t-toets onderzocht. Ook hier is een betrouwbaarheidsinterval van 10% aangehouden.

Ten aanzien van de gemiddelde bestedingen per subgroep is gewerkt met variante analyse. Met behulp van deze methode kan onderzocht worden of de gemiddelden van substeekproeven uit één grote steekproef van elkaar verschillen. De toetsgrootte hierbij is de F-waarde, waaraan een bepaald betrouwbaarheidsinterval gekoppeld is. Hier is eveneens de 10%-grens aangehouden.

Bij deze analyse wordt uitgegaan van de vóóronderstelde klasse-indeling, waarbij wordt onderzocht of die klasse-indeling statistisch significant is. Een niet-significante indeling ten opzichte van het groepsgemiddelde sluit echter nog niet uit dat een verschil tussen twee sub-groepen wel significant kan zijn. Indien daartoe aanleiding bestond zijn deze verschillen getoetst met behulp van de t-toets.

Een aantal verklarende variabelen vertonen een zekere samenhang met elkaar. Zo zal bijvoorbeeld het eigen-huizenbezit in de hoogste sociale klasse hoger zijn dan in de laagst. Met behulp van regressie-analyse is nagegaan of de betrokken variabelen een zelfstandige invloed hebben op de bestedingen.

De analyses zijn uitgevoerd met het statistische computerpakket BMDP (Dixons, 1983).

3. Seizoensbeweging

3.1 Inleiding

Zoals in de inleiding reeds is vermeld, heeft het NIAM gedurende negen jaar gegevens verzameld over het gebruik van boomkwekerijprodukten. Om de uitkomsten van deze studie, die slechts drie seizoenen omvat, in een wat breder perspectief te plaatsen zal in deze inleiding een aantal gegevens over de totale rapportage periode besproken worden.

Voor de vergelijkbaarheid zijn de gegevens van 1976 opgehoogd, aangezien in dat jaar de steekproefgrootte 1700 huishoudens was tegenover 4000 in de volgende jaren.

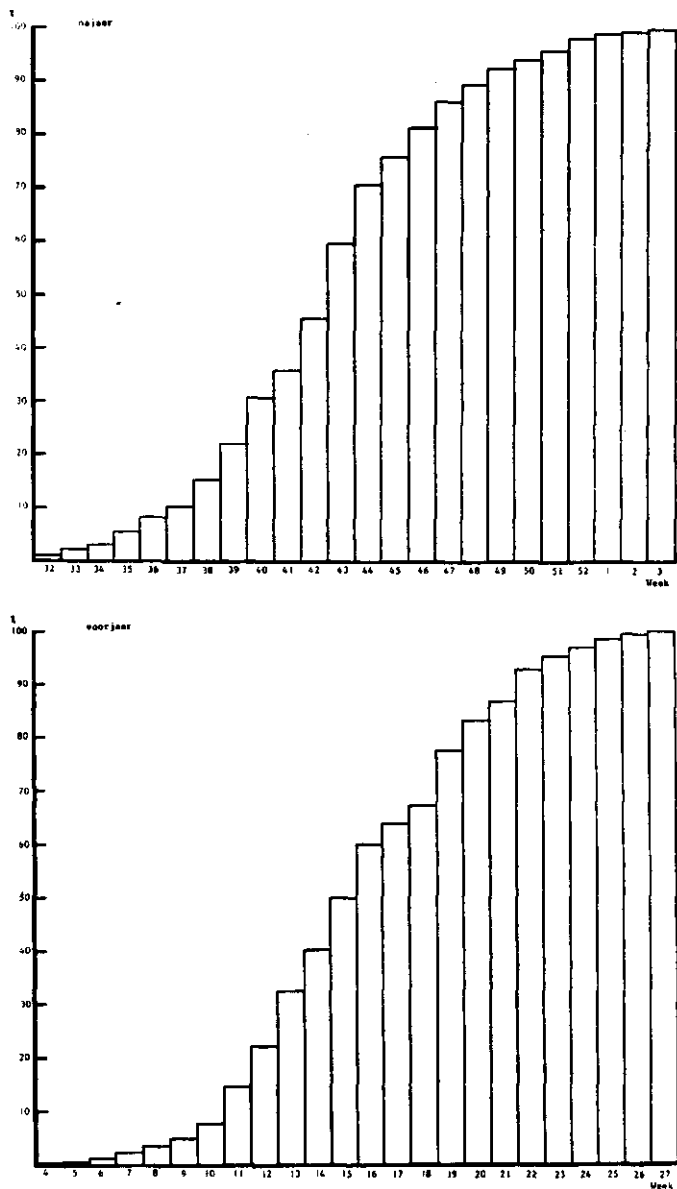
Tabel 3.1 Totale bestedingen (nominaal) aan boomkwekerijprodukten voor de gehele steekproef in guldens per 4000 huishoudens

Seizoen	Periode		
	najaar	voorjaar	seizoen
voorjaar 1976		20857,-	
1976/1977	21502,-	22723,-	44286,-
1977/1978	17258,-	18068,-	35326,-
1978/1979	11753,-	21876,-	33629,-
1979/1980	12520,-	19388,-	31909,-
1980/1981	12430,-	27491,-	39922,-
1981/1982	13327,-	25222,-	38550,-
1982/1983	15066,-	23902,-	38969,-
1983/1984	10925,-	24714,-	35640,-
najaar 1984	11996,-		

In de acht seizoenen zijn de nominale bestedingen in het najaar sterk gedaald. Rekening houdend met de inflatie is deze daling nog sterker en laten ook de voorjaars- en seizoensbestedingen een daling zien. De verhouding tussen na- en voorjaarsbestedingen is gedaald van 50/50 in de eerste jaren tot 30/70 in het laatste jaar. In de drie onderzochte seizoenen zijn de voorjaarsbestedingen gemiddeld twee keer zo groot als de najaarsbestedingen.

3.2 Verdeling van de vraag naar boomkwekerijprodukten als totaal

Zowel de vraag als het aanbod in de boomkwekerijsector kent een sterke seizoensbeweging. Vooral bij het vollegrondsprodukt is de plantperiode beperkt tot danwel enige weken in het najaar danwel in het voorjaar.



Figuur 3.1 Cumulatieve procentuele verdeling van de bestedingen aan boomkwekerijprodukten per jaardeel

In de onderzochte drie seizoenen ligt de piek van de gemiddelde bestedingen in het najaar rond week 43/44 (eind oktober). In het voorjaar ligt deze rond week 13 (eind maart) (bijlage 4).

Om de verdeling van de vraag over het jaar te berekenen zijn per half jaar alle (gewogen) bestedingen per week bij elkaar opgeteld. Hierna is per half jaar de procentuele verdeling van de bestedingen over de weken bepaald. Deze verdeling is daarna gemiddeld over de drie seizoenen. Uit figuur 3.1 blijkt dat het seizoen vrij traag van start gaat. In augustus/september (week 32 t/m 37) wordt slechts 10% van de najaarsomzet gerealiseerd. Half september beginnen de bestedingen toe te nemen tot eind september. In deze zes weken (38 t/m 44) wordt ruim 60% van de najaarsomzet gerealiseerd, waarbij week 43 en 44 gezamenlijk een kwart van deze omzet voor hun rekening nemen. Half november dalen de bestedingen weer. De volgende zes weken (45 t/m 50) nemen ook een kwart van de omzet voor hun rekening waarbij er dan nog 15% overblijft voor de wintermaanden december en januari. Door de winter gaat ook het "voorjaar" traag van start. Voor de eerste 5% omzet zijn ruim zeven weken nodig (4 t/m 11). Half maart gaat het snel en wordt in vijf weken (12 t/m 16) 45% van de voorjaarsomzet binnengehaald waarmee maart en april de belangrijkste aankoopmaanden van het voorjaar zijn. Eind april (week 17) dalen de bestedingen weer wat en zijn er vijf weken nodig voor de volgende 25% van de omzet. In de laatste zes weken in de zomermaanden juni en juli zakken de bestedingen verder terug en wordt de laatste 15% van de omzet gerealiseerd.

Rekening houdend met de volumever verschillen tussen na- en voorjaar (de voorjaarsomzet is ruim 2 maal zo groot als de najaarsomzet) betekent dit dat ruim twee derde van de seizoensomzet in slechts vijftien weken wordt gerealiseerd waarvan er drie in het najaar liggen (42, 43, 44) en twaalf in het voorjaar (11 t/m 22).

Ook binnen de week is de vraag niet evenredig verdeeld. Globaal wordt de eerste vier dagen ongeveer 10% van de weekomzet per dag gerealiseerd. Op vrijdag is dit 20% en op zaterdag 40%. Hoewel er binnen het seizoen verschillen zijn, zijn deze niet systematisch. Ook over de jaren heen zijn er geen verschillen in deze verdeling.

3.3 Verschillen onder invloed van de weersomstandigheden

Tussen de jaren zijn er soms grote verschillen in de bestedingen tussen de overeenkomstige weken. Enerzijds komt dit omdat het aantal waarnemingen per week soms gering is, anderzijds zijn er verschillen in bijvoorbeeld de weersomstandigheden en data van feestdagen in de opvolgende jaren. In grote lijnen lopen de seizoensbewegingen redelijk parallel in de drie jaren (bijlage 5). Uitschieters kunnen deels verklaard worden uit verschillen in weersomstandigheden in de betreffende week. In veel gevallen

speelt ook het weer in de voorgaande periode een aanzienlijke rol. Zo is de stijging van de bestedingen in week 46 en 47 van 1980 verklaarbaar uit (bijlage 6) de vorst in week 45 waardoor de vraag sterk terugviel. Ondanks de langdurige regenval in week 46 zien we de verkopen stijgen als gevolg van een inhaaleffect. Anderzijds zien we in week 9 en 10 van 1981 de verkopen achterblijven als gevolg van het sombere, natte weer in de weken zelf (bijlage 6).

De voorjaarsbestedingen bereiken in 1981 een eerste piek in week 13. Als we naar de weersgegevens in de voorafgaande weken kijken zien we dat dit de eerste week van het jaar is waarin de consument in de tuin kan werken. In week 7 is de gemiddelde weektemperatuur onder nul. In week 8, 9 en 10 stijgt de temperatuur maar gaat het regenen. Hoewel de verkopen in week 11 wat aantrekken zal de extreme regenval in week 10 er de oorzaak van zijn dat de tuin pas in week 12 en 13 weer redelijk begaanbaar is. Ook voor 1982 en 1983 is eenzelfde redenering op te zetten.

Concluderend kan gesteld worden dat het voorjaarsseizoen start in maart. Het precieze tijdstip is afhankelijk van de weersomstandigheden, maar in de eerste mooie week wordt de hoogste omzet van het hele seizoen geboekt. Alleen in seizoen 80/81 wordt er in week 22 nog een hogere weekomzet geboekt welke het gevolg is van een hoge vraag naar heesters en vooral vaste planten, waarover later.

Uit het voorgaande blijkt dat de invloed van het weer moeilijk te kwantificeren is, omdat het weer uit voorgaande weken soms een belangrijkere rol speelt dan het weer in de week zelf. Om toch de weersinvloeden enigszins te kwantificeren is met behulp van multiële regressie analyse de invloed van het weer in een bepaalde week op de bestedingen in diezelfde week berekend.

Met behulp van regressieanalyse kan de invloed van een aantal variabelen op een te verklaren variabele gekwantificeerd worden. In dit regressiemodel zijn de bestedingen per week (over het gehele panel) afhankelijk gesteld van het aantal uren regen in die week en de gemiddelde dagtemperatuur. Omdat de gemiddelde bestedingen per week in het voorjaar hoger zijn dan in het najaar is een dummyvariabele toegevoegd, zodat deze verschillen de invloed van de weersvariabelen niet vertekenen. Deze dummyvariabele heeft de waarde 1 in de weken in het voorjaar en 0 voor de weken in het najaar waardoor hiermee het verschil in de bestedingen per week tussen voor- en najaar gemeten wordt.

Eveneens is een seizoensfactor geïntroduceerd. Uit paragraaf 3.2 blijkt dat er een sterke seizoensbeweging in de bestedingen aan boomkwekerijprodukten zit. Ook in de weersfactoren zit een seizoensbeweging. Door voor deze seizoensbeweging een aparte variabele op te nemen, wordt voorkomen dat de invloed van het weer op de bestedingen vertekend wordt door deze seizoensbeweging. Deze seizoensfactor, gecombineerd met de dummyvariabele, verklaart 64% van de fluctuaties in de bestedingen.

De belangrijkste weersfactoren zijn het aantal uren regen en de gemiddelde dagtemperatuur in de betreffende week. Als het aantal uren regen 10% hoger is dan normaal, dalen de bestedingen met 1,3%. Een gemiddelde dagtemperatuur die 10% hoger is dan normaal verhoogt de bestedingen met 1,3%. De verschillen in het weer zoals die zich in de onderzochte periode hebben voorgedaan zijn verantwoordelijk geweest voor 2,5% van de variatie in de bestedingen in de betreffende week.

De totale invloed van het weer is groter omdat ook het weer in de voorafgaande periode een belangrijke rol speelt. Dit blijkt ook uit de analyse van het geaggregeerde materiaal over de volledige looptijd van het panel (v. Gaasbeek, 1986).

In een seizoen waarvan de gemiddelde dagtemperatuur 1°C lager is dan het meerjarig gemiddelde, zijn de bestedingen in het panel ruim f 260,- (per 4000 hh per seizoen) lager dan normaal. Dit betekent dat de lage bestedingen in een periode met slecht weer niet of althans niet volledig gecompenseerd worden door een periode met mooi weer in hetzelfde seizoen.

3.4 Verschillen tussen de produktgroepen

In het panel wordt een aantal produkten en produktgroepen onderscheiden (bijlage 8). Vanwege de geringe aankoopfrequenties op produktniveau is bij de analyse alleen op produktgroepniveau gewerkt. Ook hier zal eerst een beeld geschetst worden van de bestedingen over 1976 t/m 1984.

Opvallend in deze tabel is de toename van de bestedingen aan vaste planten. Vooral de voorjaarsbestedingen vertonen in 1981 een sterke stijging. Mede daardoor is de voorjaarsmarkt voor vaste planten de laatste vier seizoenen ruim vier keer groter dan de najaarsmarkt. Dit in tegenstelling tot de produktgroep heide. Ondanks de sterke daling van de bestedingen blijft hier de najaarsmarkt belangrijker.

De daling van de najaarsbestedingen aan coniferen heeft geleid tot een lichte daling op seizoensbasis. De verhouding tussen na- en voorjaarsmarkt is omgeslagen van een 60/40 tot een 40/60-verhouding. Ook bij rozen is de voorjaarsmarkt belangrijker. De seizoensbestedingen vertonen sterke schommelingen, waarbij vooral 1981/82 er uit springt met relatief hoge bestedingen.

Vooral de laatste seizoenen vormen heesters de belangrijkste produktgroep. Ze nemen ruim 30% van de totale bestedingen voor hun rekening. Ook hier is de voorjaarsmarkt belangrijker. In de vervangingsmarkt op consumentenniveau spelen bomen een geringe rol. Mede door het geringe aantal mensen dat bomen koopt, zijn de fluctuaties nogal scherp en zijn geen eenduidige ontwikkelingen te onderkennen.

Tabel 3.4 Nominale bestedingen per produktgroep per seizoen in guldens per 4000 huishoudingen (N=najaar, V=voorjaar, T=totaal)

Produkt		Seizoen							
		76/77	77/78	78/79	79/80	80/81	81/82	82/83	83/84
Vaste planten	N	2267	1602	1556	1721	1730	1436	2658	2088
	V	4099	4484	6313	5298	9665	8221	7906	9542
	T	6366	6086	7869	7019	11395	9657	9564	11620
Heide	N	3551	3260	1904	2511	1746	1868	1657	1334
	V	1985	2470	2025	1436	1564	1603	1468	1072
	T	5536	5730	3929	3947	3310	3471	3125	2406
Coniferen	N	8564	6229	4077	3578	4724	4382	4174	3292
	V	6527	4297	5413	3976	5563	4707	4913	5024
	T	15091	10526	9490	7554	10287	9089	9087	8316
Rozen	N	1467	941	569	797	691	1304	458	671
	V	1823	1327	1200	1184	1507	2235	1359	1616
	T	3290	2268	1769	1981	2198	3539	1817	2287
Heesters	N	5204	4864	3441	3388	3377	4085	5706	3472
	V	7302	5139	6286	6606	8313	7276	7753	7011
	T	12506	10003	9727	9994	11690	11361	13459	10483
Bomen	N	509	302	203	524	162	251	412	69
	V	980	352	639	887	877	1179	503	448
	T	1489	713	842	1411	1039	1430	915	517

3.5 Verschillen in seizoensbeweging

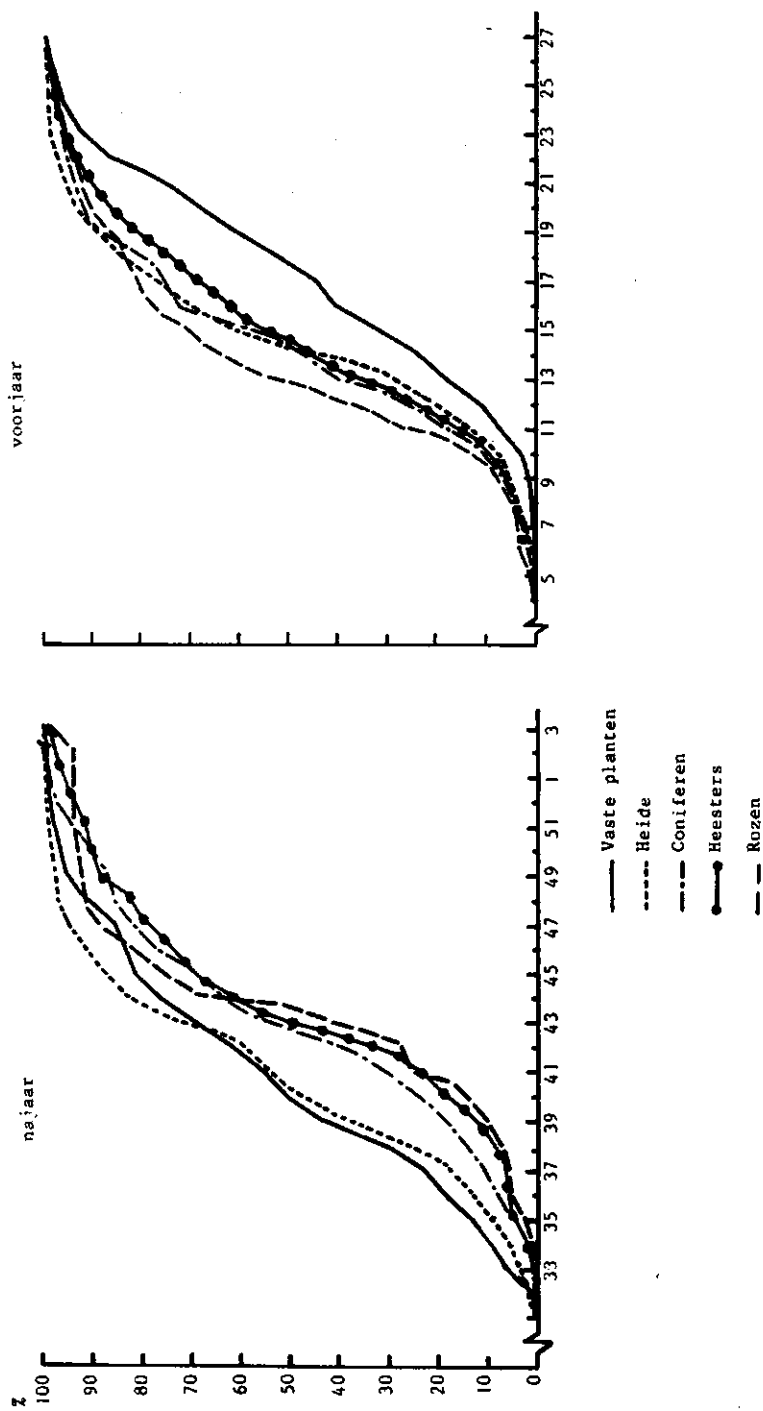
Voor de onderscheiden produktgroepen lopen de seizoensbewegingen niet parallel. Evenals voor het totaal van boomkwekerijprodukten is per produktgroep per half jaar een gemiddelde verdeling over de weken berekend (bijlage 9). Hieruit blijkt dat in het najaar het seizoen voor vaste planten vroeger begint dan voor bijvoorbeeld rozen.

In de eerste acht weken van het najaar (augustus/september) wordt voor vaste planten en heide ongeveer 50% van de omzet gerealiseerd. Op dat ogenblik ligt dat percentage voor coniferen rond de 25% terwijl het voor rozen en heesters tussen de 15 en 20% ligt. De maanden oktober en begin november zijn voor deze drie produkten belangrijk. In week 46 wordt door deze produkten grens van 75 tot 80% van de omzet bereikt. In het voorjaar ligt de situatie net andersom. Als het seizoen in begin maart echt be-

gint gaan vooral rozen en in mindere mate coniferen en heesters snel van start. In week 13 (begin april) is voor deze produktgroepen respectievelijk 55 en + 40% van de omzet gerealiseerd terwijl heide en vaste planten slechts rond de 30-respectievelijk 20% blijven steken. Begin mei bereiken vaste planten de 50% terwijl de andere produktgroepen dan reeds + 80% gerealiseerd hebben. Rekening houdend met verschillen tussen na- en voorjaarsmarkt kan gesteld worden dat voor vaste planten het najaarsseizoen kort en vrij onbelangrijk is, en vroeg valt terwijl het voorjaarsseizoen breed en belangrijk is en later valt (bijlage 10).

Ook heide kent een vrij kort seizoen dat, evenredig verdeeld, vroeg in zowel na- als voorjaar valt. Belangrijke maanden zijn oktober en april (bijlage 12). Deze twee maanden zijn ook voor coniferen de belangrijkste, hoewel de vraag wat meer gespreid is en tendeert naar het late najaar en vroege voorjaar (bijlage 12). De vraag naar rozen is sterk geconcentreerd in de perioden eind oktober en eind februari/begin april (bijlage 13). Heesters tenslotte kennen het best gespreide seizoen waarbij een lichte nadruk ligt op het late najaar en het vroege voorjaar (bijlage 14). Door het geringe aantal aankopen van bomen kan over deze produktgroep weinig vermeld worden (bijlage 15).

Figuur 3.2 Cumulatieve procentuele verdeling van de bestedingen per produktgroep per jaar



4. Het percentage kopende huishoudingen

4.1 Inleiding

De grootte van de omzet in de consumenten boomkwekerijmarkt wordt enerzijds bepaald door het aantal huishoudingen dat boomkwekerijprodukten koopt en anderzijds door de bestedingen per kopende huishouding. De eerste factor wordt aangeduid met het begrip percentage kopende huishoudingen, dit is het aantal huishoudingen dat boomkwekerijprodukten koopt gedeeld door het totaal aantal huishoudingen. Dit percentage kopende huishoudingen kan verschillen tussen groepen consumenten. Het kennen van deze verschillen is belangrijk voor het voeren van een marketingbeleid. Immers het stimuleren van de markt zal in het marktsegment (groep consumenten) met een hoog percentage kopende huishoudingen moeten gebeuren via het opvoeren van de bestedingen per koper, terwijl in een ander segment met een laag percentage kopende huishoudingen het aantrekken van nieuwe kopers meer effect heeft.

Door de eerder vermelde wijze van steekproeftrekking kan de penetratiegraad alleen per half jaar accuraat berekend worden. In de periode 1981/84 is de ontwikkeling in het percentage kopende huishoudingen voor de markt als geheel weergegeven in tabel 4.1.

Tabel 4.1 Percentage kopende huishoudingen

Seizoen	81/82	82/83	83/84
Najaar	9,5	9,4	8,2
Voorjaar	18,0	18,3	18,2

Uit deze tabel blijkt dat het percentage kopende huishoudingen gering is. Vooral in het najaar zijn er weinig kopers van boomkwekerijprodukten. Het voorjaar brengt ongeveer twee keer zoveel kopers op de been. Mede gezien het feit dat de gemiddelde na- en voorjaarsbestedingen per kopende huishouding (hoofdstuk 5) elkaar weinig ontlopen kunnen de volumeverschillen tussen na- en voorjaarsmarkt (tabel 3.1) geheel worden toegeschreven aan een verschil in percentage kopende huishoudingen.

Om de afhankelijkheid van de percentages kopende huishoudingen ten opzichte van sociaal-economische en demografische factoren juist te kunnen meten zal met dit verschil rekening gehouden moeten worden. Om deze reden zal bij de presentatie van de resultaten de scheiding tussen na- en voorjaarsmarktsegment gehandhaafd blijven. Een tweede opdeling van de markt, welke bij ver-

dere analyses à priori gevolgd is, is die tussen degenen die wel en degenen die geen tuinbezitters. Gezien de verschillen in toepassingsmogelijkheden, ruimte en assortiment lijkt deze à prioriverdeling nuttig en gerechtvaardigd.

Alle respondenten die een tuin bij de woning of een volkstuin hebben zijn gedefiniëerd als tuinbezitters. Er is geen onderscheid gemaakt naar volkstuin of tuin bij de woning, omdat er weinig verschillen in aankoopgedrag zijn gebleken en deze verschillen, mede door het geringe aantal volkstuinbezitters, statistisch niet significant waren. Bij de niet-tuinbezitters, die wel boomkwekerijprodukten kopen, is verondersteld dat deze huishoudens de boomkwekerijprodukten gebruiken om het balkon op te sieren en zal derhalve regelmatig over de balkontuin gesproken worden.

Om een zo scherp mogelijk beeld te krijgen van de invloed van sociaal-economische en demografische kenmerken op het percentage kopende huishoudingen is de groep kopers opgedeeld in een groep grotere kopers en een groep kleinere kopers. De grens tussen deze twee groepen is zo gekozen dat de helft van de kopers in de ene en de helft in de andere groep valt. Dit modale besteedde bedrag per half jaar is f 15,- per huishouden per half jaar.

De procentuele verdeling over de bestedingen is erg scheef. Ruim 20% van de kopers heeft minder dan f 5,- per half jaar besteed. Een kleine 20% besteedt tussen de f 5,- en f 10,- per half jaar. Van de kleine 50% die meer dan f 15,- uitgeeft lopen de bestedingen tot ruim f 2000,-. Een 30% besteedt tussen de f 15,- en f 25,- en slechts 1% f 100,- of meer.

4.2 Sociaal-economische kenmerken

Aangezien het inkomen van de panelleden niet wordt opgenomen is een directe relatie tussen inkomen en penetratiegraad niet te onderzoeken. De indeling in sociale klassen en naar beroepsgroep geeft echter een redelijke indicatie voor het welstandsniveau van de respondenten. Het koperspercentage neemt duidelijk toe naarmate de sociale klasse hoger is. De drie hoogste klassen (A, BB, BO) verschillen niet veel van elkaar maar laten een significant hoger koperspercentage zien dan de laagste twee klassen.

Onder de tuinbezitters in sociale klasse A is bovendien het aandeel grote kopers beduidend groter is. Over het algemeen verschillen de koperperscentages onder de niet-tuinbezitters niet veel van elkaar, alleen de klasse BB laat in het najaar een beduidend hoger koperspercentage zien in alle drie onderzochte jaren. Uit tabel 4.1 bleek dat het voorjaar van 1981 een hoog koperspercentage liet zien. Verdeeld over de klassen is deze verhoogde belangstelling alleen terug te vinden bij de tuinbezitters uit de hoogste drie klassen en de niet tuinbezitters uit klasse A.

Tabel 4.2 Koperspercentage gemiddeld over drie jaar per sociale klasse, jaardeel en tuinbezit

Sociale klasse		A	BB	BO	C	D	Totaal
Voorjaar	tuin kl. koper	10,3	10,4	11,8	9,6	8,3	10,0
	gr. koper	16,2	12,7	14,4	9,6	6,4	11,4
		26,5	23,1	26,2	19,2	14,7	21,4
	geen tuin kl. koper	9,2	6,6	7,2	6,0	7,7	6,7
	gr. koper	3,7	5,5	5,4	4,5	3,9	4,4
		12,9	12,1	12,8	10,5	11,6	11,1
Najaar	tuin kl. koper	6,4	5,5	6,8	4,5	3,1	5,1
	gr. koper	9,1	6,7	5,7	4,6	3,9	5,7
		15,5	12,2	12,5	9,1	7,0	10,8
	geen tuin kl. koper	5,0	6,4	2,9	3,0	3,4	3,7
	gr. koper	1,2	3,7	2,7	1,7	1,0	2,0
		6,2	10,1	5,6	4,7	4,4	5,7

Tabel 4.3 Koperspercentages gemiddeld over drie jaar per sociale-beroepsgroep, jaardeel en tuinbezit

		Hogere employé	Em- ployé	Arbei- ders	Niet werk- enden	Bedr. Tot. hoofd + zelf- stand.
Voorjaar	tuin kl.koper	13,2	12,0	8,3	9,8	6,4 10,0
	gr.koper	17,8	13,8	8,7	9,5	13,1 11,4
	totaal	31,0	25,8	17,0	19,5	19,1 21,4
	geen tuin kl.koper	17,6	6,8	5,6	6,7	6,5 6,7
	gr.koper	6,7	5,6	4,4	3,7	4,4 4,4
	totaal	24,3	12,4	10,0	10,4	10,9 11,1
Najaar	tuin kl.koper	7,2	6,2	4,5	4,6	3,6 5,1
	gr.koper	9,2	6,6	4,4	5,6	4,1 5,7
	totaal	16,4	12,8	8,9	10,2	7,7 10,8
	geen tuin kl.koper	6,6	3,7	2,7	4,1	2,8 3,7
	gr.koper	0,6	2,1	4,6	1,6	8,0 2,0
	totaal	7,2	5,8	4,3	5,7	10,8 5,7

Ten aanzien van de verdeling over de beroepsgroepen zijn dezelfde tendenzen zichtbaar. Vooral de groep hogere employés laat een hoger koperspercentage zien, waarbij ook het aantal grote kopers significant hoger is.

De indeling naar sociale beroepsgroep loopt gedeeltelijk parallel met die naar sociale klasse. Zo vallen de hogere employés voor een belangrijk gedeelte in sociale klasse A en BB, employés in klasse BB, BO en C en arbeiders in klasse C en D. Binnen de groep niet werkenden is het koperspercentage in de hogere sociale klasse met tuin beduidend hoger (voorjaar 26%, najaar 15%) dan in de klasse C en D (voorjaar 16%, najaar 8%). Binnen de groep niet-werkenden, niet-tuinbezitters is geen verschil in koperspercentages tussen de sociale klassen. Een algemene conclusie, die uit deze tabellen getrokken kan worden, is dat onder tuinbezitters de belangstelling voor boomkwekerijproducten toeneemt naarmate de welstand stijgt. Vooral omdat in de hoogste sociale strata het koperspercentage beduidend hoger is dan in andere groepen, kan verondersteld worden dat boomkwekerijproducten min of meer luxe goederen zijn.

4.3 Geografische factoren

Ook regionaal gezien zijn er nogal wat verschillen in koperspercentages. Hoewel verwacht mag worden dat de tuinen in de agglomeraties van Amsterdam, Rotterdam en Den Haag beduidend kleiner zullen zijn dan in de rest van het land, worden de hoog-

Tabel 4.4 Koperspercentages gemiddeld over drie jaar per district, jaardeel en tuinbezit

		G.stad	West	Noord	Oost	Zuid	Totaal
Voorjaar	tuin kl. koper	13,0	11,1	10,8	8,8	8,2	10,0
	gr. koper	14,2	12,5	4,2	10,8	10,7	11,4
	totaal	27,2	23,6	20,0	19,6	18,9	21,4
	geen tuin kl. koper	7,9	6,6	6,1	4,1	5,2	6,2
	gr. koper	4,9	4,5	2,9	3,6	5,4	4,4
	totaal	12,8	11,1	9,0	7,7	10,6	11,1
Najaar	tuin kl. koper	8,1	63,3	4,5	3,7	4,3	5,1
	gr. koper	7,2	6,3	4,3	5,0	5,5	5,7
	totaal	15,3	12,6	8,8	8,7	9,8	10,8
	geen tuin kl. koper	4,3	3,0	5,3	1,9	3,4	3,7
	gr. koper	2,6	1,8	0,8	1,0	1,5	2,0
	totaal	6,9	4,8	6,1	2,9	4,9	5,7

ste koperspercentages in dit district gevonden.

In beide jaargetijden zijn de koperspercentages voor zowel niet- als wel-tuinbezitters in de drie grote steden significant hoger dan in de rest van Nederland.

Voor wat betreft de tuinbezitters geldt dit ook voor het district Rest van het Westen.

Binnen de groep tuinbezitters is het opvallend dat de verschillen tussen na- en voorjaarsmarkt in het Noorden en Oosten groter zijn dan in de andere districten. Onder de niet-tuinbezitters zijn alleen de districten; drie grote steden en Rest West van belang, aangezien een kleine drie-vierde van deze groep hier woont. Ook hier blijkt de balkontuin in de agglomeraties tot hogere koperspercentages te leiden.

Eénzelfde beeld wordt opgeroepen als we de koperspercentages afzetten tegen de urbanisatiegraad. Deze percentages zijn het hoogste in de grote steden en het laagst op het platteland zowel in na- als voorjaar. Ten aanzien van het tuinbezit kan worden opgemerkt dat er op het platteland er maar weinig huishoudens zijn die geen tuin hebben (zie hoofdstuk 7).

Tabel 4.5 Koperspercentages gemiddeld over drie jaar naar urbanisatiegraad

		Plattel. Kl.steden		Gr.steden	Totaal
Voorjaar	tuin kl. koper	7,9	8,9	11,8	10,0
	gr. koper	9,3	10,6	13,8	11,4
	totaal	17,2	19,5	25,6	21,4
	geen tuin kl. koper	4,3	6,6	6,9	6,2
	gr. koper	1,8	4,1	5,1	4,4
	totaal	6,1	10,7	12,0	11,1
Najaar	tuin kl. koper	3,8	4,3	6,4	5,1
	gr. koper	5,0	4,9	6,6	5,7
	totaal	8,8	9,2	13,0	10,8
	geen tuin kl. koper	1,5	3,2	4,1	3,7
	gr. koper	0,9	1,4	2,2	2,0
	totaal	2,4	4,6	6,3	5,7

Samenvattend kan geconcludeerd worden dat in de verstedelijkte gebieden het koperspercentage voor boomkwekerijprodukten hoger ligt dan in de landelijke gebieden. De verklaring hiervoor kan in twee richtingen gezocht worden. Enerzijds bestaat er een samenhang met de in de vorige paragraaf geformuleerde conclusie. De welstand is niet proportioneel gespreid over het land. In het

Westen en in de grote steden ligt het aandeel van de hogere welstandsklassen hoger dan in met name het Noorden en Oosten. Anderzijds is er ook een zelfstandige invloed van regio en urbanisatiegraad aanwezig zijn. Hierbij kan gedacht worden aan een hogere waardering voor de siertuin in de steden tegenover de moestuin op het platteland en een mogelijk daarmee samenhangend verschil in verkooppunten van boomkwekerijprodukten.

4.4 Invloed van de woonsituatie

Afgezien van de volkstuin is het tuinbezit sterk gekoppeld aan het type woning. Slechts 3% van de tuinbezitters woont in een flat, terwijl ongeveer een derde van de eengezinswoningen geen tuin bij de woning heeft. Voor wat betreft het koperspercentage maakt het weinig verschil of de tuin verbonden is aan een eengezinswoning of aan een flat. Alleen het aandeel kleine kopers ten opzichte van grote kopers is bij de "flat-tuin" iets groter, hetgeen waarschijnlijk verband houdt met de grootte van de tuin.

Ook de woonverdieping blijkt nauwelijks invloed te hebben op het koperspercentage. Dit geldt zowel voor de eengezinswoningen met tuin en met de woonkamer op de eerste verdieping als voor de balkontuinen bij portiekwoningen en flats.

Een kenmerk van de woonsituatie dat wel invloed heeft op het koperspercentage is de bezitsvorm van de woning.

De groep eigen-huisbezitters laat een significant hoger koperspercentage zien en bovendien is het aandeel van de grote ko-

Tabel 4.6 Koperspercentages gemiddeld over drie jaar naar bezitsvorm van de woning

		Eigen huis	Huurhuis	Totaal
Voorjaar	tuin kl. koper	9,6	10,4	10,0
	gr. koper	12,9	9,8	11,4
	totaal	22,5	20,2	21,4
	geen tuin kl. koper	6,8	6,7	6,2
	gr. koper	5,5	4,5	4,4
	totaal	12,3	11,2	11,1
Najaar	tuin kl. koper	5,2	5,0	5,1
	gr. koper	6,0	5,1	5,7
	totaal	11,2	10,1	10,8
	geen tuin kl. koper	6,2	3,4	3,7
	gr. koper	3,1	1,8	2,0
	totaal	9,3	5,2	5,7

pers hoger. Vooral in het voorjaar onder de tuinbezitters is dit verschil duidelijk. Vanzelfsprekend zullen ook hier welstandsverschillen tussen wel- en niet-huizenbezitters een rol spelen. Toch blijft er een grotere betrokkenheid van eigen-huisbezitters bij zowel hun tuin als bij balkonbeplanting. Een tweede factor die veel invloed heeft op het koperspercentage is het bouwjaar van de woning. Zoals in de inleiding reeds vermeld is, zijn in de steekproef de nieuwbouwwoningen ondervertegenwoordigd. In de groep respondenten met een huis dat na 1979 gebouwd is, zijn er derhalve zeer weinig waarnemingen. Uit het oogpunt van statistische significantie moeten eigenlijk de groepen 1975/1979 en na 1979 worden samengevoegd. Omdat het onderscheid wel illustratief is worden beide groepen toch apart gegeven in tabel 4.7 (zie ook hoofdstuk 7).

Tabel 4.7 Koperspercentage gemiddeld over drie jaar naar bouwjaar van de woning

		Voor 1960	1960/ 1975	1975/ 1979	na 1979	Totaal
Voorjaar	tuin kl. koper	10,1	9,4	11,4	10,3	10,0
	gr. koper	9,9	12,1	12,9	20,0	11,4
	totaal	20,0	21,5	24,3	30,3	21,1
	geen tuin kl. koper	5,7	8,0	9,1	2,5	6,2
	gr. koper	3,2	5,8	7,6	7,1	4,4
	totaal	8,9	13,8	16,7	9,6*	11,1
Najaar	tuin kl. koper	5,0	5,4	4,6	7,4	5,1
	gr. koper	4,7	5,8	9,4	18,9	5,7
	totaal	9,7	11,2	14,0	26,3	10,8
	geen tuin kl. koper	3,5	3,7	7,1	7,0	3,7
	gr. koper	1,8	2,4	1,4	0*	2,0
	totaal	5,3	6,1	8,5	7,0	5,7

* Zeer klein aantal waarnemingen.

Heel duidelijk is te zien dat het percentage kopers sterk oploopt naarmate de ouderdom van de woning afneemt. Voor tuinbezitters is dit resultaat geheel volgens de verwachting evenals de relatieve toename van de groep grote kopers.

Eigenlijk enigzins teleurstellend is dat het koperspercentage in de laatste groep (na 1979) niet naar de 100% neigt. Voor een belangrijk gedeelte komt dit, omdat ook binnen deze groep slechts één of twee keer in de drie jaar een aankoop is verricht, waardoor het koperspercentage per half jaar verlaagd wordt. Op-

vallend is dat de balkontuin duidelijk populairder is in nieuwbouw. Mogelijk speelt hier een rol dat veel oudere woningen zonder tuin geen of kleine balkons hebben.

4.5 Invloed van demografische kenmerken

Hoewel niet significant en niet in alle jaren lijkt het koperspercentage in de groep tuinbezitters, die één jaar of korter gehuwd zijn, iets lager te liggen. Verder zijn er geen duidelijke verschillen in koperspercentages tussen groepen ingedeeld naar huwelijksjaar.

Naar leeftijd van het gezinshoofd zijn er wel een paar duidelijke verschillen.

Tabel 4.8 Koperspercentages gemiddeld over drie jaar naar leeftijd van het gezinshoofd

		65+	50/ 60	40/ 50	30/ 40	Jonger dan 30	To- taal
Voorjaar	tuin kl. koper	9,3	10,4	10,1	10,3	8,9	10,0
	gr. koper	10,6	11,4	12,7	11,3	11,0	11,4
	totaal	19,9	21,8	22,8	21,6	19,9	21,4
	geen tuin kl. koper	7,5	8,4	10,0	6,5	3,7	6,2
	gr. koper	4,8	4,7	7,7	8,7	2,0	4,4
	totaal	12,3	13,1	17,7	15,2	5,7	11,1
Najaar	tuin kl. koper	4,9	5,4	5,1	4,9	5,4	5,1
	gr. koper	4,9	5,9	5,5	5,7	6,2	5,7
	totaal	9,8	11,3	10,6	10,6	11,6	10,8
	geen tuin kl. koper	3,2	4,8	5,9	2,0	3,5	3,7
	gr. koper	1,5	1,8	2,1	2,8	1,8	2,0
	totaal	4,7	6,6	8,0	4,8	5,3	5,7

Zo blijkt het koperspercentage in de groep 40/50 in het voorjaar hoger te liggen dan in de andere groepen. Ook hier kan een zeker inkomenseffect een rol spelen. Gemiddeld genomen is dit de levensfase waarin het maximum inkomen bereikt is en de kinderen uit huis trekken of zelf gaan verdienen.

Evenzo is het lagere koperspercentage in de groep 65+ verklaarbaar uit het terugvallen op AOW of pensioen gecombineerd met een verminderde lust en kracht om in de tuin te werken.

Onder de niet-tuinbezitters laten in het voorjaar vooral de jongeren het afweten. Opvallend is ook hier het hoge koperspercentage in de groep 30/50.

Andere demografische kenmerken blijken geen of nauwelijks invloed te hebben op het koperspercentage. Naarmate het aantal personen per huishouden toeneemt, lijkt onder de tuinbezitters in het voorjaar het koperspercentage iets af te nemen, maar deze tendens is niet alle drie de jaren significant.

Ook andere kenmerken van de huishoudens zoals het bezit van huisdieren en het al dan niet werken van de huisvrouw blijken geen significante invloed op het koperspercentage uit te oefenen.

5. De bestedingen aan boomkwekerijprodukten

5.1 Inleiding

Nadat in de vorige hoofdstukken een aantal kenmerken van de markt als totaal besproken is, wordt in dit hoofdstuk alleen gekeken naar respondenten, die in het betreffende half jaar daadwerkelijk boomkwekerijprodukten hebben aangekocht. Omdat ook hier een zeer gedetailleerde aanpak niet mogelijk is met het oog op representativiteit, zijn de aankoopgegevens per respondent geaggregeerd tot een set aankoopdata per jaardeel. Deze set aankoopgegevens omvat het totaal bestede bedrag per half jaar tezamen met het totaal aantal stuks terwijl ook is opgenomen in hoeveel aankoopmomenten de bestedingen gerealiseerd zijn en hoe breed het aangekochte assortiment is. Voor wat betreft deze laatste grootheid nog het volgende. Door het NIAM wordt elke aankoop afzonderlijk geregistreerd. Indien binnen een aankoop verschillende produkten gekocht zijn, worden deze afzonderlijk opgenomen ook indien het verschillende produkten zijn, die binnen één en

Tabel 5.1 Gemiddelde aankoopgegevens per kopende huishoudeing per jaardeel

		Bestedingen	Aantal stuks	Sortiment	Aank.moment
Voorjaar	83	33,3	11,3	2,5	1,5
	82	32,9	11,3	2,4	1,5
	81	31,7	10,6	2,4	1,5
Gemiddeld		32,6	11,1	2,4	1,5
Najaar	82	40,1	10,5	2,2	1,3
	81	31,7	8,6	1,9	1,3
	80	32,5	10,1	2,2	1,3
Gemiddeld		34,8	9,7	2,1	1,3

Bestedingen in guldens per huishouden per half jaar.

Aantal stuks = aantal aangekocht stuks boomkwekerijprodukten per huishouden per half jaar;

Sortiment = aantal verschillende produktcategorieën waarop de aankoop in het betreffende half jaar betrekking heeft;

Aank. moment = aantal malen dat een verkooppunt bezocht is in het betreffende half jaar.

zelfde hoofdcategorie vallen. Als gevolg hiervan neemt de sortimentsbreedte alleen de waarde 1 aan als in één aankoop alleen produkten uit dezelfde categorie met dezelfde stuksprijs worden aangekocht. Indien op meer dagen aankopen worden verricht of meer produkten met een andere codering en/of prijs op één dag gekocht zijn, wordt de sortimentsbreedte groter dan 1 gedefinieerd.

Op deze wijze zijn wederom zes databestanden gecreëerd waarin per half jaar alle kopende huishoudingen zijn verzameld, waarbij per koper naast de huishoudkenmerken als aankoopgegevens zijn opgenomen; besteed bedrag, aantal stuks, aantal aankoopmomenten en assortimentsbreedte.

Gemiddeld genomen zijn de bestedingen per kopende huishouding in voor- en najaar ongeveer gelijk, afgezien van het najaar van 1982. Voor hetzelfde bedrag koopt men echter in het najaar minder stuks. Dit betekent derhalve dat de stuksprijs in het najaar hoger ligt dan in het voorjaar, waarschijnlijk als gevolg van een ander assortiment. Het najaarsassortiment is iets smaller en wordt in een wat kleiner aantal keren dan in het voorjaar aangekocht.

5.2 Sociaal-economische kenmerken

Ook ten aanzien van de gemiddelde bestedingen blijkt de sociale klasse nogal wat invloed uit te oefenen. Onder de tuinbezitters wordt in het voorjaar door de hogere sociale klassen per koper meer aan boomkwekerijprodukten uitgegeven. Vooral de hoogste en laagste klassen wijken significant af van de anderen.

Ook in het najaar wordt er door de tuinbezitter uit klasse A significant meer aan boomkwekerijprodukten uitgegeven. Deze hoge gemiddelde bestedingen worden geheel veroorzaakt door een uitschieter in 1982, die ook in paragraaf 5.1 vermeld is. Een nadere bestudering leert, dat het hier gaat om een aantal respondenten die in deze klasse valt en minder dan één jaar getrouwd is, waarover later nog. Opvallend verder is dat een relatie tussen de najaarsbestedingen en sociale klasse ontbreekt. Ten aanzien van de hoge bestedingen in groep D kan worden opgemerkt dat in deze groep, mede door het lage koperspercentage, weinig waarnemingen zitten. Onder de niet-tuinbezitters steekt sociale klasse A ongunstig af tegen de rest. De bestedingen zijn zowel in voor- als najaar lager dan in de andere categorieën. De verdeling van het gemiddeld aantal aangekochte stuks loopt voor het grootste gedeelte parallel aan die van de bestedingen. Hoewel er wel enige verschillen zijn lijken deze over de jaren niet systematisch en is er derhalve geen sprake van dat het quotient van bestedingen en stuks namelijk de prijs per eenheid produkt tussen de sociale klassen verschilt. Ten aanzien van een onderverdeling in sociale beroepsgroep zijn de verschillen in bestedingen niet significant. Zoals ook in paragraaf 4.1 is vermeld loopt de indeling in sociale klasse en beroepsgroep voor een gedeelte parallel aan elkaar.

Tabel 5.2 De gemiddelde bestedingen over drie jaar naar sociale klassen in guldens per kopende huishouding per half jaar

		A	BB	BO	C	D
Voorjaar met tuin	besteding	39,2	35,6	35,0	33,9	25,9
	aantal stuks	13,7	12,9	11,3	11,1	9,0
	sortiments br	2,9	2,6	2,6	2,4	2,1
	aank.momenten	1,7	1,5	1,6	1,5	1,4
Voorjaar geen tuin	besteding	14,6	19,8	22,0	17,4	14,7
	aantal stuks	4,3	8,0	7,7	6,5	5,9
	sortiments br	1,8	2,3	2,0	1,8	1,8
	aank.momenten	1,3	1,5	1,5	1,4	1,5
Najaar met tuin	besteding	54,5	33,4	32,2	36,2	42,9
	aantal stuks	13,6	9,6	9,9	10,4	10,1
	sortiments br	2,7	2,0	2,2	2,0	2,5
	aank.momenten	1,4	1,2	1,3	1,3	1,3
Najaar geen tuin	besteding	9,0	17,0	16,9	14,3	16,9
	aantal stuks	2,7	4,3	3,3	4,1	2,8
	sortiments br	1,3	1,6	1,5	1,4	1,3
	aank.momenten	1,1	1,2	1,2	1,2	1,1

Een combinatie van sociale beroepsgroep en klasse levert derhalve niet veel nieuwe gezichtspunten op.

5.3 Geografische invloed

Ook met betrekking tot de bestedingen per koper zijn er enige regionale verschillen. Zoals in paragraaf 4.3 reeds is opgemerkt zijn de koperspercentages onder de niet-tuinbezitters buiten het westen van het land vrij klein. Gecombineerd met het gegeven dat het tuinbezit in de rest van Nederland vrij algemeen is, zitten er weinig kopers van boomkwekerijprodukten in de deelpopulatie "niet-tuinbezitter" in Noord, Oost en Zuid-Nederland. Een verantwoorde analyse van deze deelpopulaties is derhalve niet mogelijk. Deze gegevens zijn daarom niet in de tabel vermeld.

In de groep tuinbezitters zijn de bestedingen per huishouden in het voorjaar in de agglomeratie's van Amsterdam, Rotterdam en Den Haag significant lager dan in de andere districten met uitzondering van district Zuid. In het najaar verschilt het gehele Westen van Nederland van de rest. Een verklaring hiervoor kan gezocht worden in de grootte van de tuinen. Opvallend is verder in het voorjaar bij de tuinbezitters dat, hoewel de bestedingen in

Tabel 5.3 De gemiddelde bestedingen over drie jaar naar Regio in guldens per kopende huishouding per half jaar

		Agglo- meratie	West	Noord	Oost	Zuid
Voorjaar met tuin	besteding	29,8	34,8	34,9	43,5	29,7
	aantal stuks	10,4	9,7	11,2	14,5	12,7
	sortiments br	2,8	2,7	2,4	2,5	2,2
	aank.momenten	1,7	1,6	1,5	1,6	1,4
Voorjaar geen tuin	besteding	18,3	17,9			
	aantal stuks	6,5	6,2			
	sortiments br	1,8	2,1			
	aank.momenten	1,4	1,5			
Najaar met tuin	besteding	30,4	32,6	36,6	44,2	41,7
	aantal stuks	8,4	7,9	10,9	12,9	12,7
	sortiments br	2,5	2,0	1,7	2,3	2,2
	aank.momenten	1,5	1,3	1,2	1,3	1,2
Najaar geen tuin	besteding	14,2	18,5			
	aantal stuks	3,2	4,5			
	sortiments br	1,4	1,4			
	aank.momenten	1,2	1,1			

de agglomeratie lager zijn dan in de rest van het westen, het aantal stuks hoger ligt. Dit wijst op een lagere stuksprijs in de agglomeratie, die waarschijnlijk duidt op een jonger, kleiner produkt, hetgeen in overeenstemming is met de veronderstelling van kleinere tuinen in de agglomeratie. De hogere stuksprijs in zowel voor- als najaar in de Rest van het Westen kan duiden op zowel een duurder, exclusiever assortiment als op mogelijk duurdere aankoopkanalen. Ten aanzien van de stuksprijs is het bovendien opvallend dat de niet-tuinbezitters geen goedkoper (jonger, kleiner) assortiment aankopen dan de wel-tuinbezitters.

Ook ten aanzien van de urbanisatiegraad is er een aantal verschillen. Ook nu kan geconstateerd worden dat de balkontuin een fenomeen is dat zich hoofdzakelijk in de grote steden afspeelt. Verder is opvallend dat de najaarsmarkt qua bestedingen per kopende huishouding belangrijker wordt naarmate men in een minder verstedelijkt gebied woont.

Tabel 5.4 De gemiddelde bestedingen over drie jaar naar urbanisatiegraad in guldens per kopende huishouding per half jaar

		Kl.steden	Middelgr. steden	Grote steden
Voorjaar met tuin	besteding	32,9	37,3	33,5
	aantal stuks	12,0	12,9	10,7
	sortiments br	2,5	2,4	2,6
	aank.momenten	1,3	1,5	1,6
Voorjaar geen tuin	besteding		14,2	19,4
	aantal stuks		6,3	7,0
	sortiments br		1,6	1,9
	aank.momenten		1,5	1,4
Najaar met tuin	besteding	43,3	40,5	33,1
	aantal stuks	13,3	11,1	9,1
	sortiments br	1,9	2,1	2,2
	aank.momenten	1,2	1,2	1,3
Najaar geen tuin	besteding			15,3
	aantal stuks			3,6
	sortiments br			1,4
	aank.momenten			1,2

5.4 Woonsituatie

Zoals in paragraaf 4.3 reeds aan de orde kwam, is het tuinbezit sterk gekoppeld aan de eensgezinswoning. Voor de bestedingen per kopende huishouding maakt het veel uit of de tuin gekoppeld is aan een eengezinswoning of aan een flat. In het voorjaar liggen de bestedingen bij eengezinswoningen rond de f 35,- per huishouding tegen f 21,- bij flats. In het najaar zijn de verschillen nog groter en liggen de bedragen op respectievelijk f 38,- en f 16,50. Ook hier zal de grootte van de tuin de bepalende factor zijn.

Ten aanzien van de balkontuin maakt het qua bestedingen per koper weinig uit op welke verdieping men woont. Ook voor- en najaar maakt in deze weinig verschil.

Een belangrijk onderscheid voor de bestedingen aan boomkerijprodukten is de bezitsvorm van het woonhuis. Ook hier geldt dat het aantal waarnemingen in de groep eigen huis zonder tuin gering is.

Niet alleen het koperspercentage ligt onder eigen huisbezitters hoger ook de bestedingen per kopende huishouding liggen zowel in voor- als najaar significant hoger dan bij huishoudingen in een huurhuis.

Tabel 5.5 De gemiddelde bestedingen over drie jaar naar bezitsvorm woonhuis in guldens per kopende huishouding per half jaar

		Eigen huis	Huurhuis
Voorjaar met tuin	besteding	39,1	29,0
	aantal stuks	13,3	9,4
	sortiments br	2,6	2,3
	aank.momenten	1,6	1,5
Voorjaar geen tuin	besteding	21,7	18,0
	aantal stuks	8,3	6,7
	sortiments br	2,4	1,9
	aank.momenten	1,5	1,5
Najaar met tuin	besteding	41,3	32,3
	aantal stuks	11,9	8,6
	sortiments br	2,2	2,0
	aank.momenten	1,3	1,3
Najaar geen tuin	besteding	16,1	15,1
	aantal stuks	2,4	4,0
	sortiments br	1,5	1,4
	aank.momenten	1,2	1,2

Hoewel ook hier de gemiddeld hogere welstand onder de huizenbezitters een rol speelt, bestaat er toch een eigen invloed van de bezitsvorm van het huis.

Het bouwjaar van de woning is eveneens een zeer belangrijke factor. Hoewel in de groep met een woning van na 1979 gebouwd vooral in het eerste jaar van het panel weinig waarnemingen zitten, zijn de bestedingen per kopende huishouding beduidend hoger dan in de andere groepen. In zijn algemeenheid is er een duidelijke tendens dat huishoudens in nieuwere woningen meer besteden. Dit geldt zowel voor huizen met, als huizen zonder tuin en in voor- en najaar. Het aangekochte assortiment is bij bewoners van nieuwbouwwoningen ook iets breder.

De combinatie van bezitsvorm en bouwjaar van de woning levert in het algemeen een beeld op dat versterkend werkt ten opzichte van de afzonderlijke factoren. Dat wil zeggen dat huishoudens in een nieuwbouwhuis in eigendom meer besteden dan die in een nieuwbouwhuurhuis en dat de afhankelijkheid van bouwjaar binnen zowel de huur- als eigen bezitssector geldt.

Tabel 5.6 De gemiddelde bestedingen over drie jaar naar bouwjaar woning in guldens per kopende huishouding per half jaar

		Voor 1960	1960/ 1975	1975/ 1979	na 1979
Voorjaar met tuin	besteding	31,0	34,5	34,2	56,8
	aantal stuks	10,6	12,8	9,5	15,9
	sortiments br	2,5	2,4	2,3	3,6
	aank.momenten	1,6	1,5	1,4	1,7
Voorjaar geen tuin	besteding	17,6	18,2	18,4	25,3
	aantal stuks	6,8	6,5	7,0	9,0
	sortiments br	1,8	1,9	1,9	2,5
	aank.momenten	1,4	1,4	1,6	2,0
Najaar met tuin	besteding	32,3	34,2	40,2	68,5
	aantal stuks	9,1	10,5	11,0	17,9
	sortiments br	2,0	2,1	2,4	2,9
	aank.momenten	1,3	1,6	1,3	1,5
Najaar geen tuin	besteding	15,7	15,7	18,4	10,7*
	aantal stuks	4,3	3,3	4,5	2,3
	sortiments br	1,5	1,5	1,5	1,6
	aank.momenten	1,1	1,2	1,3	1,1

* Klein aantal waarnemingen.

5.5 Demografische kenmerken

Een uitsplitsing van de gemiddelde bestedingen naar huwelijksjaar levert een wisselend beeld op. Het ene half jaar zijn de bestedingen van jong-gehuwden lager, terwijl ze een volgend jaar veel hoger zijn. Gemiddeld genomen lijken de bestedingen van die mensen die in of na 1979 getrouwd zijn hoger te liggen. Een verdere uitsplitsing van het materiaal naar zowel huwelijksjaar als bouwjaar van de woning laat, hoewel de steekproef dan erg dun wordt, de volgende tendenzen zien. Jong-gehuwden die in een nieuwbouwhuis terecht komen, besteden gemiddeld meer (maar wel met een grote variatie) dan die, welke hun intrek nemen in oudbouw. Binnen deze laatste groep zijn er een paar uitschieters, die doen vermoeden dat ook bij oudbouw de tuin soms geheel vernieuwd wordt door nieuwe bewoners.

De verhoogde bestedingen in seizoenen 80/81 waarover eerder gesproken is, blijkt bij deze uitsplitsing voor een groot gedeelte veroorzaakt te worden door enige jonggehuwden uit de hogere sociale klassen die (relatief) extreem veel besteed hebben.

Ook ten aanzien van de leeftijd van de hoofdkostwinner, het aantal kinderen en de gezinscyclus zijn er geen één-éénduidige significante verschillen tussen de groepen.

6. Koopgedrag over langere tijd

6.1 Inleiding

Zoals in hoofdstuk 1 is vermeld, heeft er halfjaarlijks een aanvulling van het panel plaatsgevonden ter vervanging van die huishoudens, die hun medewerking hadden opgezegd.

Doordat enerzijds de ongewogen steekproef groter is dan 4000 huishoudens en anderzijds, het begin en einde van onze analyseperiode halverwege de kalenderjaren vallen, is het aantal huishoudens, dat de volle analyseperiode aan het panel heeft deelgenomen, groter dan uit tabel 2.1 verwacht zou worden.

In totaal zijn er 3274 huishoudens, die drie volle seizoenen aan het panel hebben deelgenomen. Van deze huishoudens zijn er 1624 die in deze periode een aankoop hebben verricht. Over drie seizoenen ligt de penetratiegraad dus op 50%. De samenstelling van de groep huishoudens die drie jaar aan het panel hebben deelgenomen is iets afwijkend van de halfjaarlijkse steekproef. De tuinbezitters blijven langer in de steekproef zitten waardoor het tuinbezit op 80% ligt in deze groep (halfjaarlijks + 75%). Ook sociale klasse A is ondervertegenwoordigd in deze groep waartegenover staat dat sociale klasse C oververtegenwoordigd is. Hoewel deze steekproef dus niet geheel representatief meer is, zijn de afwijkingen vrij gering en kan toch het een en ander over de bestedingen op langere termijn gezegd worden.

6.2 Bestedingen en koopfrequenties

Van de 1624 huishoudens die drie jaar deelgenomen hebben aan het panel en in deze drie jaar een aankoop hebben verricht, zijn er 843 die slechts één jaardeel aankopen hebben verricht.

Slechts 422 huishoudens kopen in twee jaardelen, 208 in 3, 107 in 4, 32 in 5 en 12 elk half jaar. Resumerend koopt van de totale steekproef over drie jaar 50% van de huishoudens geheel niets, 25% koopt in één jaardeel, 13% koopt in twee jaardelen, 6% in drie jaardelen en 5% vaker.

Gemiddeld hebben de kopers voor f 58,- besteed aan boomkwekerijprodukten over de volle drie jaar. Diegene die slechts één jaardeel een aankoop hebben verricht, hebben gemiddeld f 32,- besteed.

Opvallend is dat diegene die meer dan drie jaardelen een aankoop hebben verricht, gemiddeld per jaardeel toch meer besteden (zie tabel 6.1). Klaarblijkelijk is dit de (kleine) groep die echt belangstelling heeft voor boomkwekerijprodukten.

Het aantal jaardelen dat aankopen worden gedaan is van grote invloed op de hoogte van de bestedingen over de drie seizoenen.

Tabel 6.1 Bestedingen per koper over drie seizoenen

	1 jaar- deel	2 jaar- delen	3	4	5	6
Aantal respondenten	843	422	208	107	32	12
Gemiddelde bestedingen per koper over drie jaar	31,68	53,45	96,16	148,04	201,38	213,83
Idem per jaardeel	31,68	26,73	32,05	37,01	40,28	35,64

De conclusie die hieruit getrokken mag worden, is dat de consument in het algemeen geen lange-termijnbudget vaststelt voor boomkwekerijprodukten maar veeleer één voor de korte termijn, zijnde een half jaar. Indien men er dus in slaagt meer mensen ertoe te bewegen jaarlijks aankopen voor de tuin te doen, zullen de totale bestedingen aan boomkwekerijprodukten per huishouden over de langere termijn stijgen.

Evenals bij de halfjaarlijkse bestedingen is er ook een relatie tussen de hoogte van de bestedingen over drie seizoenen en een aantal sociaal-economische en demografische variabelen. Op langere termijn besteden de hogere sociale klassen meer aan boomkwekerijprodukten.

Tabel 6.2 Gemiddelde besteding over drie seizoenen naar sociale klasse

Sociale klasse		A	BB	BO	C	D
met tuin	besteding	84,65	64,57	64,57	57,12	51,34
	aantal stuks	24,8	25,0	21,0	17,4	16,0
	sortiment	6,1	4,4	5,2	3,9	3,9
	aank. moment	3,5	2,8	3,2	2,4	2,4
zonder tuin	besteding	23,20	34,60	33,33	27,86	16,43
	aantal stuks	9,3	12,6	11,1	9,7	7,8
	sortiment	2,9	3,6	3,1	2,9	2,4
	aank. moment	2,4	2,4	2,3	2,4	1,9

De bestedingen van de tuinbezitters uit sociale klasse A zijn significant hoger dan van die uit de andere sociale klassen.

Onder de niet tuinbezitters wijkt alleen klasse D significant af van de anderen met zeer lage bestedingen. De eigen-huisbezitters met tuin hebben in de drie seizoenen significant meer besteed dan de huishoudens in een huurhuis met tuin. Onder de

Tabel 6.3 Gemiddelde bestedingen over drie seizoenen naar bezitsvorm van de woning

		Bezitsvorm woning	
		eigen huis	huurhuis
met tuin	besteding	69,89	53,48
	aantal stuks	23,3	16,3
	sortiment	4,9	4,0
	aank. moment	2,8	2,6
zonder tuin	besteding	31,12	28,86
	aantal stuks	10,3	10,3
	sortiment	3,3	3,0
	aank. moment	2,4	2,3

niet tuinbezitters is dezelfde tendens (hoewel niet significant) zichtbaar.

Bij de analyse van de halfjaarlijkse bestedingen bleken de respondenten in de agglomeraties van Rotterdam, Amsterdam en 's-Gravenhage minder te besteden dan de rest van Nederland. Over drie seizoenen is er nauwelijks verschil, waaruit geconcludeerd mag worden dat de aankoopfrequentie in de agglomeratie iets hoger ligt. Deze conclusie wordt bevestigd door een (niet significant) groter aantal jaardelen met aankopen en een hoger koperspercentage in de agglomeratie (zie paragraaf 4.3).

De verschillen in bestedingen uitgesplitst naar ouderdom van de woning zijn vrij groot.

Tabel 6.4 Gemiddelde bestedingen over drie seizoenen naar bouwjaar van de woning

		Bouwjaar woning			
		voor 1960	1960-74	1975-79	na 1979
met tuin	besteding	58,48	56,52	70,91	108,95
	aantal stuks	18,1	20,6	20,5	29,4
	sortiment	4,5	4,1	4,8	6,4
	aank. moment	2,8	2,5	2,8	3,0
zonder tuin	besteding	23,59	31,04	40,81	47,43
	aantal stuks	8,5	10,4	17,0	16,9
	sortiment	2,4	3,3	4,4	4,9
	aank. moment	1,8	2,4	3,6	4,4

De respondenten in een woning die na 1979 is opgeleverd hebben over de periode augustus 1980 t/m juni 1983 bijna twee maal zoveel aan boomkwekerijprodukten uitgegeven als de huishoudens in een woning van voor 1960. Dit geldt zowel voor de woningen met als zonder tuin. Opvallend bij de tuinbezitters is dat het aantal aankoopmomenten niet noemenswaardig toeneemt; het besteedde bedrag per aankoop is dus groter, terwijl bij de niet tuinbezitters het aantal aankoopmomenten ongeveer evenredig toeneemt en dus het besteedde bedrag per aankoop ongeveer gelijk blijft.

Ook ten aanzien van de bezitsvormen van de woning zijn de resultaten overeenkomstig met de analyse op halfjaar basis.

7. Omvang van de segmenten

In de voorgaande hoofdstukken zijn verschillen in koopgedrag tussen groepen consumenten aan de orde geweest. Om het belang van de onderscheiden groepen consumenten ten opzichte van de markt als totaal aan te duiden, zal in dit laatste hoofdstuk de omvang van deze groepen zowel ten aanzien van bestedingen als in groeps-grootte besproken worden.

Ruim 76% van de huishoudens heeft de beschikking over een tuin. Deze groep neemt 93% van de bestedingen voor zijn rekening. Uitgaande van de eerder genoemde 50 miljoen omzet van de vervangingsmarkt betekent dit dat de tuinbezitters gezamenlijk ruim 46 miljoen gulden per seizoen besteden. De niet-tuinbezitters besteden een kleine 4 miljoen gulden (7% van de omzet).

In tabel 7.1 staat de procentuele verdeling over de gebruikte sociaal-economische kenmerken van de huishoudens. Uit deze tabel blijkt onder andere dat de tuinbezitters vooral in de grotere steden in het westen van het land en in de agglomeratie gezocht moeten worden en dat ze voor het merendeel in een wat oudere huurwoning wonen.

Ten aanzien van de markt als geheel nog het volgende. Zoals in paragraaf 6.2 is vermeld hebben de kopers van boomkwekerijprodukten over drie seizoenen gemiddeld f 58,- uitgegeven, dit is dus ongeveer f 20,- per seizoen per koper.

Het koperspercentage op langere termijn is 50%. In de jaren 1980 tot en met 1983 waren er in Nederland ongeveer 5 miljoen gezinshuishoudingen. Een aggregatie van deze gegevens levert een marktomvang op van 5 miljoen hh x 50% koperspercentage x f 20,- per koper per seizoen = 50 miljoen omzet per seizoen, hetgeen exact de door het PVS geschatte marktomvang is voor de huishoudelijke vervangingsmarkt.

Zoals eerder is vermeld is het panel niet representatief voor de nieuwbouwmarkt. Toch is ook volledigheidshalve gekeken naar de respondenten in nieuwbouwwoningen.

Van de 3200 huishoudens die in de drie seizoenen één of meer aankopen aan boomkwekerijprodukten hebben verricht, wonen er 240 in een nieuwbouwwoning (bouwjaar 1980-1984). Hiervan hebben er 103 de volle drie seizoenen deelgenomen aan het panel. Van deze groep kan dus vermoed worden dat zij tijdens hun deelname aan het panel verhuisd zijn en dat hun bestedingen betrekking hebben op de aanleg van een nieuwe tuin. Gemiddeld hebben deze huishoudingen f 110,- besteed over de drie seizoenen.

Aangezien de verhuisdatum niet bekend is, kunnen de bestedingen in het eerste seizoen van bewoning niet uitgesplitst worden. Gemiddeld hebben de huishoudingen in nieuwbouwwoningen dus ongeveer f 37,- per seizoen besteed. In Nederland worden jaarlijks ongeveer 100.000 woningen gebouwd. Met een maximaal kopers-

Tabel 7.1 Het relatieve belang van de onderscheiden deelmarkten in het panel P: percentage van de totale populatie gemiddeld over de jaren;

B: percentage van de totale bestedingen per seizoen gemiddeld over de jaren.

	Met tuin		Zonder tuin	
	P	B	P	B
Sociale klasse:				
A	10	15	3	0,5
BB	12	16	3	1
BO	16	23	5	2
C	30	24	10	3
D	8	6	3	0,5
Bezitsvorm woning:				
eigen huis	41	59	3	1
huurhuis	35	34	21	6
Bouwjaar woning:				
voor 1960	36	35	3	2
1960-1975	39	34	9	3
1975-1979	8	13	1	0,5
na 1979	3	12	1	0,5
Leeftijd kostwinner:				
onder 30 jaar	11	13	7	1
tussen 30-40 jaar	29	27	5	1
tussen 40-50 jaar	16	18	3	2
tussen 50-65 jaar	20	26	5	2
ouder dan 65 jaar	10	9	4	1
District:				
agglomeraties	8	10	11	3
west	22	28	6	2
noord	9	11	2	0
oost	16	22	2	0,5
zuid	21	22	3	0,5
Urbanisatiegraad:				
kleine steden/platteland	17	19	1	0
middelgrote steden	25	30	4	1
grote steden	34	44	19	6

percentage van 100% komt de nieuwbouwmarkt op $100.000 \times f\ 37,- = 37$ miljoen. Ook als we veronderstellen dat de bezitters van nieuwbouwwoningen al hun aankopen in één seizoen verrichten waarmee de omzet op $100.000 \times f\ 110,- = 11$ miljoen uitkomt, lijkt de nieuwbouwvraag overschat te worden. In het panel komen slechts 15% van de huishoudingen in een nieuwbouwhuis uit boven de $f\ 200,-$ per huishouding per seizoen, die nodig is om op het geschatte volume van 20 miljoen uit te komen.

8. Aanbevelingen

- De helft van de huishoudens heeft in de drie betrokken jaren geen enkele aankoop verricht. Nader onderzoek naar de (niet) koopmotieven zou gedaan moeten worden om deze groep succesvol te benaderen en te interesseren voor boomkwekerijprodukten.
- Bij de kopers van boomkwekerijprodukten is het aantal jaardelen waarin aankopen worden verricht bepalend voor de bestedingen op langere termijn. Dit duidt er op dat er hoogstens op korte termijn een budget voor de tuin bepaald wordt (geen lange termijnplanning). Stimulering van de koopfrequentie leidt derhalve tot omzetvergroting. Ook hier is nader onderzoek gewenst naar de vraag waarom het ene jaar wel en het andere jaar niet gekocht wordt.
- De periode waarin consumenten boomkwekerijprodukten aankopen is vrij kort. De pieken in de bestedingen vallen vroeg in het voorjaar en laat in het najaar. Mede gezien de weersafhankelijkheid van de bestedingen lijkt een verbreding van het seizoen met de vroege en late zomermaanden wenselijk, gezien de grotere kans op beter weer. Deze verbreding is technisch mogelijk met de containerteelt maar de consument moet er bewust van worden gemaakt dat deze containerplanten bijna jaarrond gekocht en geplant kunnen worden.
- Met de containerteelt is ook het assortiment voor de balkon-tuin verbreed. De, in vergelijking met tuinbezitters, half zo hoge koperspercentage en bestedingen per koper tonen dat dit toch een aantrekkelijk marktsegment is, mede gezien de geografische concentratie in het westen. Een intensieve marktwerking met voorlichting is dan noodzakelijk.

Literatuur

Bevolkingsgegevens en normvraagstelling voor markt- en opinie-onderzoek,

Demo 84/85: Werkgroep bureau-overleg,

Hilversum, 1985.

Gaasbeek, A.F. van,

De consumentenvraag naar boomkwekerijprodukten,

Den Haag, LEI, Interne Nota 326, 1986.

Dixons et.al,

BMPD; Biomedical statistical programs,

Los Angeles, University of California Press, 1983.

Tilburg, A. van,

Consumer choice of cutflowers and potplants,

Wageningen, Agricultural University, 1984.

Poppe, K.J. en P.J.A. Spitters,

Vleesaankopen door consumenten,

Den Haag, LEI, 1984. Onderzoekverslag 15.

Bijlagen

Bijlage 1 Beschrijving van huishoudkenmerken

- DISTRICT

Grote steden = Agglomeratie van Amsterdam, Rotterdam, Den Haag
West = Overig Noord- en Zuid Holland, Utrecht
Noord = Groningen, Friesland, Drenthe
Oost = Overijssel, Gelderland, IJsselmeerpolders
Zuid = Zeeland, Noord Brabant, Limburg

- URBANISATIEGRAAD

A1 Plattelandsgemeenten groter dan 50% agrarische beroepsbevolking
A2 Plattelandsgemeenten 40-50% agrarische beroepsbevolking
A3 Plattelandsgemeenten 30-40% agrarische beroepsbevolking
A4 Plattelandsgemeenten 20-30% agrarische beroepsbevolking
B1 Geïndustrialiseerde plattelandsgemeenten kleiner dan 5.000 inwoners
B2 Geïndustrialiseerde plattelandsgemeenten 5.000-30.000 inwoners
B3 Forensengemeenten, groter dan 30% woonforensen van de mannelijke beroeps-
groep
C1 Plattelandsstadjes, stedelijke woonkern, 2.000-10.000 inwoners
C2 Kleine steden, stedelijke woonkern, 10.000-30.000 inwoners
C3 Middelgrote steden, stedelijke woonkern, 30.000-50.000 inwoners
C4 Middelgrote steden, stedelijke woonkern, 50.000-100.000 inwoners
C5 Grote steden, stedelijke woonkern, groter dan 100.000 inwoners
C6 Amsterdam, Rotterdam en Den Haag

Deze variabele is gehercodeerd in:

Plattelandsgemeenten = meer dan 20% agrarische beroepsbevolking en/of kleiner
dan 5000 inwoners (A1, A2, A3, A4, B5)
Kleine steden = 5000-50.000 inwoners (B2, C1, C2, C3)
Grote steden = meer dan 50.000 inwoners en forensengemeenten (B3, C4,
C5, C6)

- SOCIALE KLASSE

1 = A
2 = B+ (bovenlaag)
3 = B- (onderlaag)
4 = C
5 = D

De sociale klasse wordt vastgesteld op grond van meerdere aspecten, te weten:

- beroep en functie van de hoofdkostwinner;
- opleiding van de hoofdkostwinner;
- leeftijd van de hoofdkostwinner;
- de mate waarin de hoofdkostwinner leiding geeft aan anderen bij de uitoefening van zijn beroep 1).

Ter illustratie wordt de volgende indicatie gegeven:

A : directeuren van grote ondernemingen, grote boeren, alle academici (circa 10% van de gezinnen);
B+ : middelgrote middenstanders en boeren, ambtenaren en kantoorpersoneel in hogere posities, onderwijzers (circa 10%);
B- : eigenaren van kleine bedrijven, middenkader (circa 20%) 1);

1) Zie ook Van der Zwan en Verhulp (1980: blz. 200).

Bijlage 1 (1e vervolg)

C : geschoolde arbeiders, lager administratief of technisch personeel (circa 45%);

D : ongeschoolde arbeiders, losse werklieden (circa 15%).

- BEROEPSGROEP

De variabele sociale beroepsgroep kent 17 codes en wel 9 voor werknemers en 8 voor zelfstandigen.

B1 = hoger employés
B2 = idem
B3 = overige employés
B4 = idem
B5 = landarbeiders
B6 = idem
B7 = overige arbeiders
B8 = idem
B9 = niet werkend
A1 = bedrijfshoofden in landbouw
A2 = bedrijfshoofden in nijverheid
A3 = bedrijfshoofden
A4 = bedrijfshoofden
A5 = bedrijfshoofden in winkels
A6 = idem
A7 = overige bedrijfshoofden
A8 = vrije beroepen

Deze variabele is gehercodeerd in:

hogere employés	B1, B2
employés	B3, B4
arbeiders	B5, B6, B7, B8
niet werkende	B9
bedrijfshoofden zelfst.	A1 t/m A8

- GROOTTE VAN DE HUISHOUDING

aantal leden van de huishouding (1 t/m 10 personen).

- HUWELIJKSJAAR EN MAAND

jaartal en maandnummer van het huwelijk.

- GEZINSCYCLUS

00 = onbekend
01 = alleenstaanden, huisvrouw jonger dan 35 jaar
02 = alleenstaanden, huisvrouw 35 jaar en ouder
03 = met kinderen, alleen 0-5 jaar
04 = met kinderen, alleen 6-12 jaar
05 = met kinderen, alleen 13-17 jaar
06 = met kinderen, 0-5 en 6-12 jaar
07 = met kinderen, 0-5 en 13-17 jaar
08 = met kinderen, 6-12 en 13-17 jaar
09 = met kinderen, 0-5, 6-12 en 13-17 jaar
10 = 2 of meer personen, huisvrouw jonger dan 35 jaar
11 = 2 of meer personen, huisvrouw ouder dan 35 jaar

Bijlage 1 (2e vervolg)

- OUDERDOM WONING

- 0 = onbekend
- 1 = voor 1945
- 2 = 1945-1949
- 3 = 1950-1954
- 4 = 1955-1959
- 5 = 1960-1964
- 6 = 1965-1969
- 7 = 1970-1974
- 8 = 1975-1979
- 9 = 1980-1984

- TYPE WONING

- eengezinswoning
- niet eengezinswoning
- woonboot

- VERDIEPING WOONKAMER

- begane grond
- 1e t/m 6e en hoger

- TUINBEZIT

- tuin bij de woning
- volkstuin
- geen tuin

Aangezien de volkstuin (relatief) weinig voorkomt en er in eerste instantie geen afwijken koopgedrag is geconstateerd is deze variabele gehercodeerd in wel of geen tuin.

- WERKENDE HUISVROUW

De laatste variabele beschrijft of de huisvrouw naast haar bezigheden thuis, ook nog (gedeeltelijk) werkt. Codering:

- 1 = hele dagen
- 2 = halve dagen
- 3 = enkele dagen per week
- 4 = onregelmatig
- 5 = niet

Bijlage 2 Weekindeling

Weekindeling

Week	80/81	81/82	82/83
32	3 - 9 aug.	9 - 15 aug.	8 - 14 aug.
33	10 - 16	16 - 22	15 - 21
34	17 - 23	23 - 29	22 - 28
35	24 - 30	30 - 5 sept.	29 - 4 sept.
36	31 - 1 sept.	6 - 12	5 - 11
37	7 - 13	13 - 19	12 - 18
38	14 - 20	20 - 26	19 - 25
39	21 - 27	27 - 3 okt.	26 - 2 okt.
40	28 - 4 okt.	4 - 10	3 - 9
41	5 - 11	11 - 17	10 - 16
42	12 - 18	18 - 24	17 - 23
43	19 - 25	25 - 31	24 - 30
44	26 - 1 nov.	1 - 7 nov.	31 - 6 nov.
45	2 - 8	8 - 14	7 - 13
46	9 - 15	15 - 21	14 - 20
47	16 - 22	22 - 28	21 - 27
48	23 - 29	29 - 5 dec.	28 - 4 dec.
49	30 - 6 dec.	6 - 12	5 - 11
50	7 - 13	13 - 19	12 - 18
51	14 - 20	20 - 26	19 - 25
52	21 - 31	27 - 31	26 - 31
1	1 - 10 jan.	1 - 9 jan.	1 - 8 jan.
2	11 - 17	10 - 16	9 - 15
3	18 - 24	17 - 23	16 - 22
4	25 - 31 jan.	24 - 30 jan.	23 - 29 jan.
5	1 - 7 febr.	31 - 6 febr.	30 - 5 febr.
6	8 - 14	7 - 13	6 - 12
7	15 - 21	14 - 20	13 - 19
8	22 - 28	21 - 27	20 - 26
9	1 - 7 mrt.	28 - 6 mrt.	27 - 5 mrt.
10	8 - 14	7 - 13	6 - 12
11	15 - 21	14 - 20	13 - 19
12	22 - 28	21 - 27	20 - 26
13	29 - 4 april	28 - 3 april	27 - 2 april
14	5 - 11	4 - 10	3 - 9
15	12 - 18	11 - 17	10 - 16
16	19 - 25	18 - 24	17 - 23
17	26 - 2 mei	25 - 1 mei	24 - 30
18	3 - 9	2 - 8	1 - 7 mei
19	10 - 16	9 - 15	8 - 14
20	17 - 23	16 - 22	15 - 21
21	24 - 30	23 - 29	22 - 28
22	31 - 6 juni	30 - 5 juni	29 - 4 juni
23	7 - 13	6 - 12	5 - 11
24	14 - 20	13 - 19	12 - 18
25	21 - 27	20 - 26	19 - 25
26	28 - 4 juli	27 - 3 juli	26 - 2 juli
27	5 - 11	4 - 10	3 - 9

Bijlage 3

Week	80/81			81/82			82/83		
	temp.	regen	zon	temp.	regen	zon	temp.	regen	zon
32	16,59	4,7	38,7	18,76	7,1	51,7	16,85	6,7	79,3
33	18,12	12,7	27,7	15,07	16,7	37,1	15,49	14,0	49,8
34	14,62	13,2	38,7	15,43	0,0	35,5	14,00	10,7	44,3
35	15,91	44,6	45,6	14,86	0,0	99,9	15,14	4,7	73,5
36	15,46	6,2	74,3	16,27	9,2	39,3	16,28	0,0	49,3
37	15,02	25,4	57,7	14,49	25,7	27,6	16,43	0,0	58,6
38	17,55	2,0	67,9	14,29	11,9	23,9	14,89	27,3	28,3
39	13,32	1,7	39,3	11,83	10,2	47,9	13,57	5,9	67,7
40	11,02	5,2	40,8	11,22	44,2	30,4	11,28	54,1	14,7
41	9,32	17,6	23,5	5,95	49,9	16,2	10,10	29,9	26,7
42	8,55	28,0	30,2	6,21	30,6	20,5	12,48	36,2	22,5
43	9,32	16,9	28,7	8,91	20,8	22,4	9,35	0,0	16,8
44	6,31	5,1	50,9	6,94	4,0	41,4	9,66	0,6	29,6
45	-0,73	66,9	36,7	5,35	16,7	17,7	9,25	31,6	5,5
46	6,89	96,0	5,3	8,47	27,2	7,9	7,35	24,1	20,9
47	11,28	10,4	5,4	6,17	30,6	7,2	6,41	9,9	2,3
48	2,69	25,0	16,1	4,03	38,4	8,6	1,89	0,0	5,9
49	1,28	27,3	26,3	-1,56	26,7	19,5	5,75	37,0	10,0
50	5,01	32,8	6,1	-5,27	10,9	24,1	2,45	22,5	4,0
51	2,51	39,0	15,7	-2,42	6,5	2,5	3,20	23,7	3,9
52	4,33	9,1	38,5	5,07	29,5	1,0	1,98	1,1	11,7
1	2,36	34,2	25,5	-3,14	12,5	22,9	7,00	35,2	28,0
2	2,00	53,8	12,1	-2,83	0,0	54,7	6,23	45,0	2,4
3	3,62	14,9	2,0	1,72	5,6	13,8	5,55	1,4	6,3
4	3,31	4,6	20,6	0,63	32,4	53,4	7,70	18,1	19,7
5	6,80	18,3	8,0	0,43	13,6	36,8	3,03	55,0	31,5
6	-0,17	12,3	45,8	0,68	10,0	35,2	-1,39	4,6	23,0
7	-1,83	10,0	33,4	0,07	0,0	40,2	-0,82	0,0	47,9
8	0,61	33,9	23,6	0,66	0,0	29,3	3,45	12,8	34,4
9	6,56	35,1	1,9	4,06	20,5	54,4	4,64	1,8	50,0
10	8,82	103,7	1,2	3,95	29,8	41,2	4,99	0,0	56,8
11	8,13	8,4	37,9	5,50	14,4	48,1	8,32	57,4	6,6
12	10,94	16,7	26,1	7,21	0,0	80,2	4,43	43,3	31,2
13	8,28	1,6	0,7	7,84	6,2	64,3	5,83	11,8	15,5
14	12,66	0,0	75,8	6,77	22,8	36,0	5,87	22,4	49,9
15	7,32	0,0	86,7	6,64	2,4	99,9	9,17	13,1	81,0
16	6,53	1,7	43,0	7,50	1,6	89,5	10,87	13,7	35,1
17	6,62	34,0	56,3	7,66	39,5	27,1	10,87	15,1	66,0
18	13,53	21,3	40,1	7,53	13,9	50,3	11,17	32,4	23,0
19	14,27	11,9	64,7	14,41	0,0	99,9	10,87	16,0	52,9
20	14,69	33,0	52,3	14,92	19,2	28,1	10,02	68,8	24,1
21	14,05	5,1	64,5	15,01	0,4	99,9	9,31	33,9	10,3
22	15,87	13,2	74,3	21,89	2,5	99,9	16,34	13,3	68,0
23	14,12	7,5	69,4	16,59	3,1	68,4	15,72	4,4	63,6
24	12,49	7,0	25,9	12,20	43,8	26,3	13,55	0,8	91,5
25	13,72	50,5	27,6	16,78	13,6	58,9	20,09	0,5	66,2
26	14,66	22,7	32,5	16,98	4,2	50,0	14,81	0,0	29,6
27	19,07	4,3	51,0	19,80	0,0	72,1	21,61	0,0	94,9

De weergegevens hebben betrekking op de waarden in De Bilt gemeten. Bij de berekening van weekcijfers is een weging naar dag toegepast conform de gemiddelde bestedingen per dag aan boomkwekerijproducten. Deze wegingscijfers zijn 0,1 voor maandag t/m donderdag, vrijdag 0,2, zaterdag 0,4.

Temp. = gemiddelde dag temperatuur.

Zon = aantal uren zon in de betreffende week. Regen = aantal uren regen in de betreffende week.

Bijlage 4

Procentuele verdeling van de totale bestedingen aan boomkwekerijprodukten gemiddeld over drie jaar

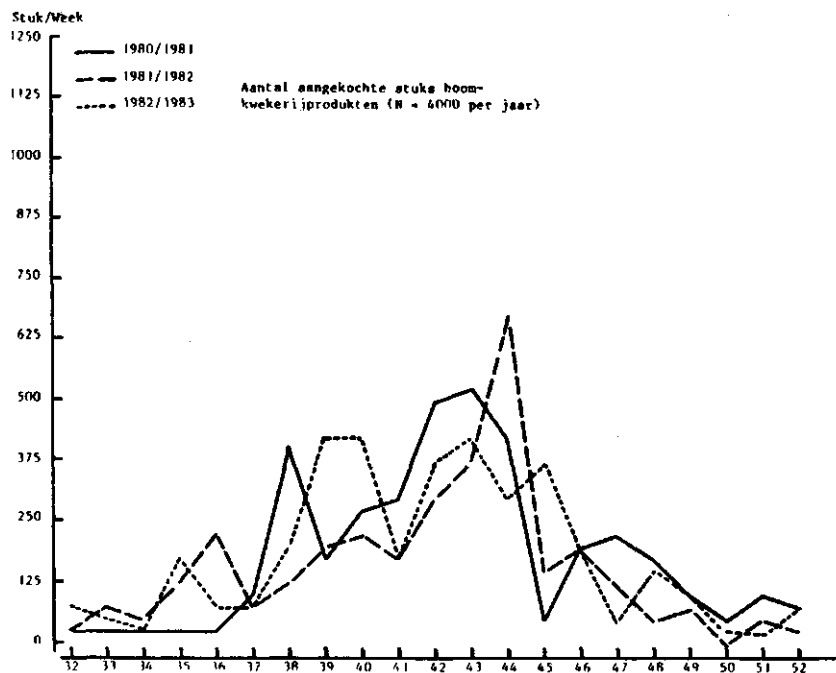
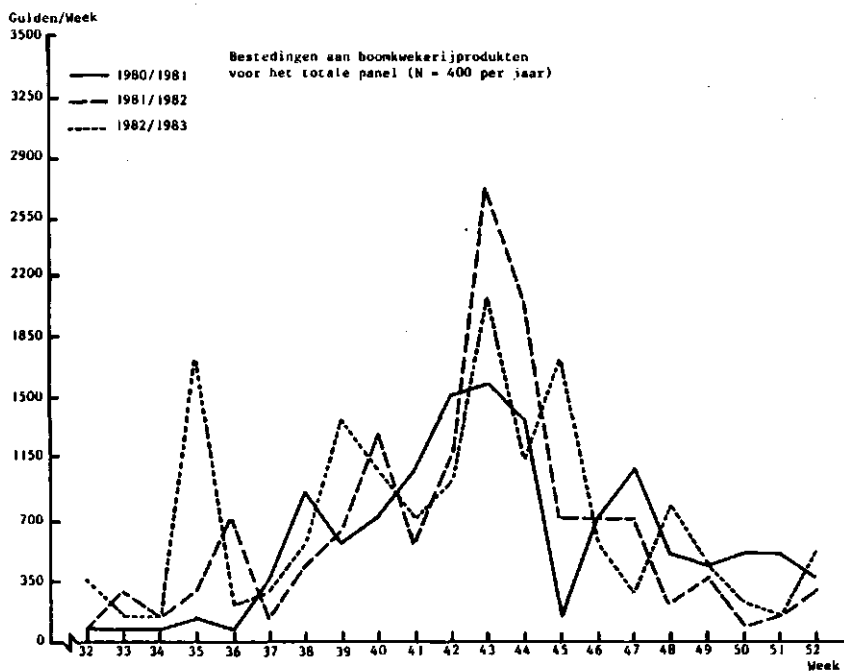
Week	80/81	81/82	82/83	Gemiddeld 80/83	Cumulatief 80/83
32	0,40	0,41	2,11	1,02	1,02
33	0,41	1,99	1,38	1,26	2,28
34	0,58	1,05	0,82	0,82	3,10
35	0,88	2,21	4,32	2,47	5,57
36	0,72	5,42	1,74	2,63	8,20
37	2,57	1,31	1,96	1,94	10,14
38	6,95	3,04	4,99	4,99	15,14
39	4,67	4,97	10,92	6,85	21,99
40	5,33	8,73	11,18	8,41	30,74
41	8,03	3,94	4,49	5,48	35,87
42	11,28	7,71	9,86	9,62	45,51
43	11,76	19,67	10,67	14,03	59,54
44	10,28	14,92	7,88	11,03	70,57
45	1,00	5,08	9,67	5,25	75,82
46	5,71	5,39	5,14	5,41	81,23
47	8,03	5,19	1,36	4,86	86,09
48	3,92	1,64	4,16	3,24	89,33
49	3,53	2,84	2,81	3,06	92,39
50	3,74	0,66	0,44	1,61	94,00
51	3,98	1,05	0,34	1,79	95,79
52	2,76	1,86	2,13	2,25	98,04
1	0,66	0,69	1,56	0,97	99,00
2	0,93	0,04	0,10	0,36	99,36
3	1,84	0,20	0,07	0,70	100,00

100% = f 12.430,- f 13.327,- f 15.066,- f 13.607,-

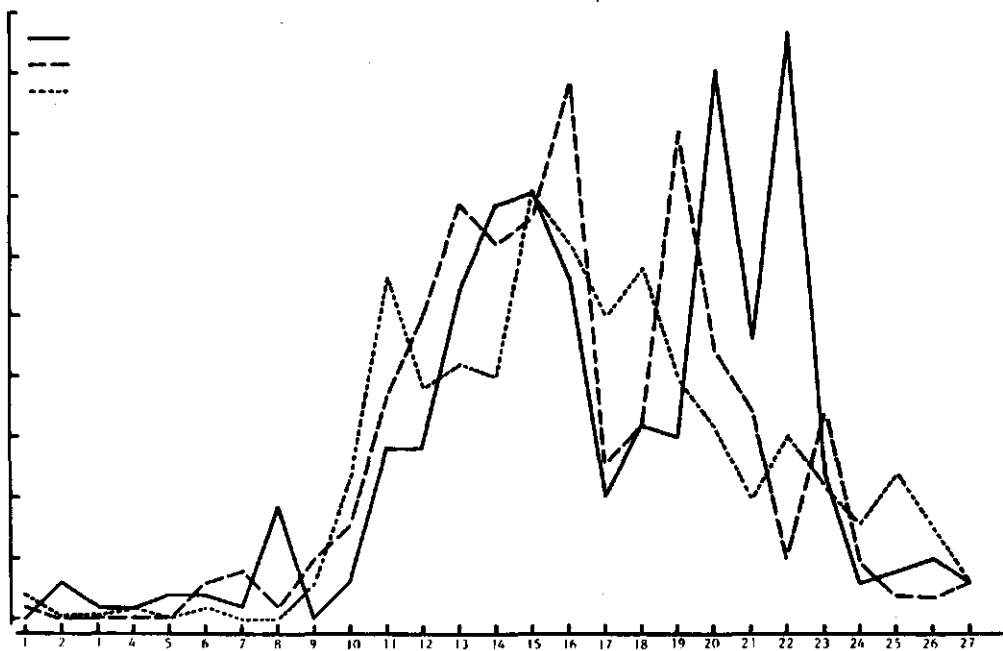
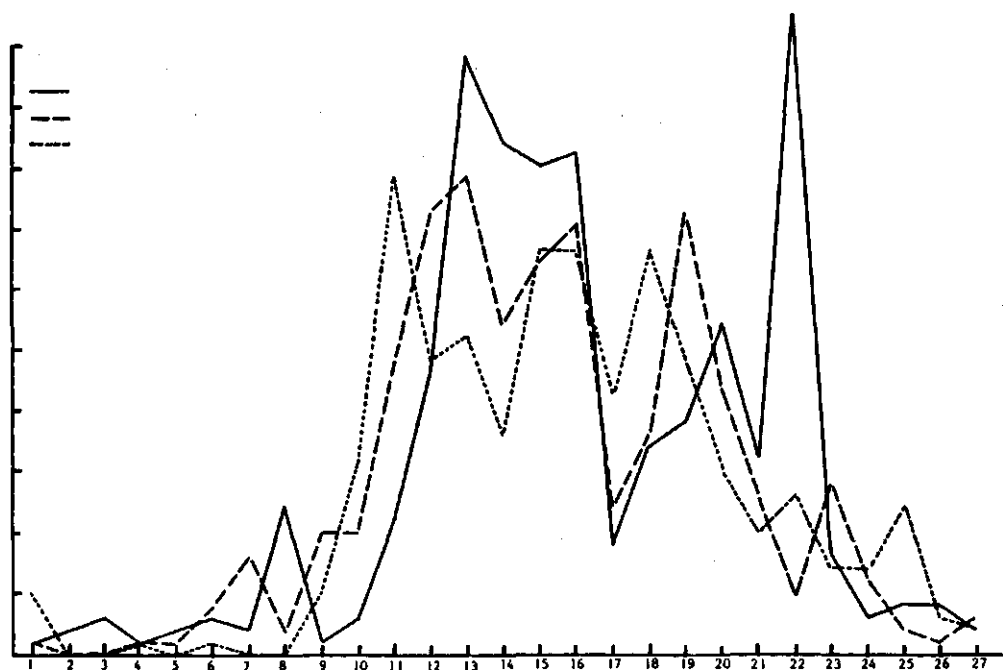
4	0,37	0,23	0,21	0,27	0,27
5	0,62	0,35	0,05	0,34	0,61
6	0,70	1,23	0,28	0,74	1,35
7	0,42	2,18	0,04	0,88	2,23
8	3,02	0,61	0,14	1,26	3,48
9	0,16	2,68	1,34	1,39	4,88
10	0,86	2,65	4,81	2,77	7,65
11	2,80	6,68	11,31	6,93	14,58
12	5,89	9,88	6,92	7,56	22,14
13	12,53	10,93	7,50	10,32	32,46
14	10,78	7,56	5,25	7,86	40,33
15	10,28	8,90	9,63	9,60	49,93
16	10,52	9,76	9,54	9,94	59,87
17	2,24	3,20	6,17	3,87	63,74
18	4,40	5,11	9,59	6,36	67,11
19	4,93	10,01	7,05	7,33	77,44
20	6,77	6,01	4,29	5,69	83,13
21	4,02	3,62	2,84	3,49	86,62
22	13,13	1,31	3,84	6,09	92,71
23	2,07	3,79	1,96	2,61	95,32
24	0,81	1,59	2,17	1,52	96,84
25	1,01	0,68	3,49	1,72	98,57
26	1,07	0,35	0,98	0,80	99,37
27	0,61	0,69	0,62	0,64	100,00

100% = f 27.491,- f 25.222,- f 23.902,- f 25.538,-

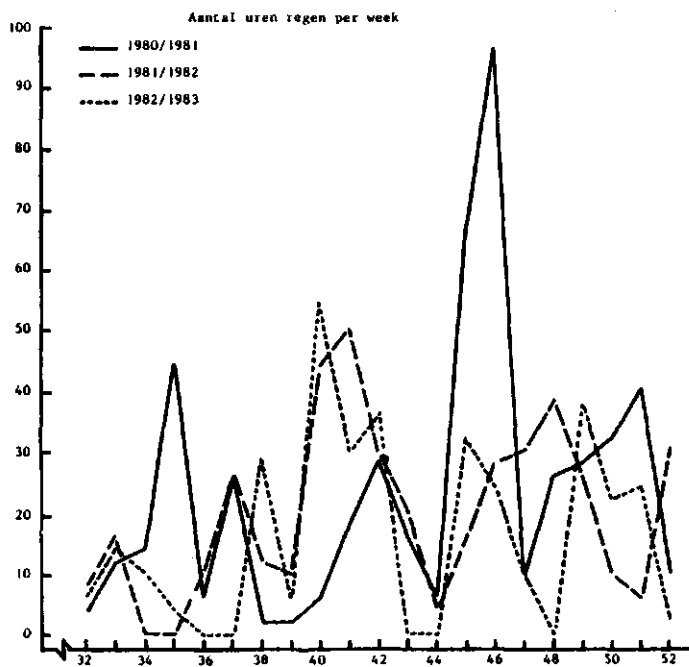
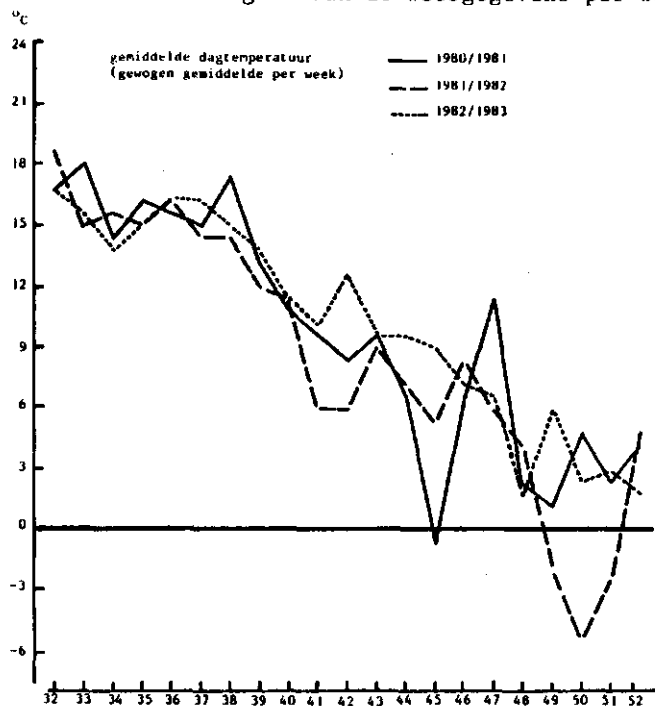
Bijlage 5 Grafische weergave van de bestedingen per week



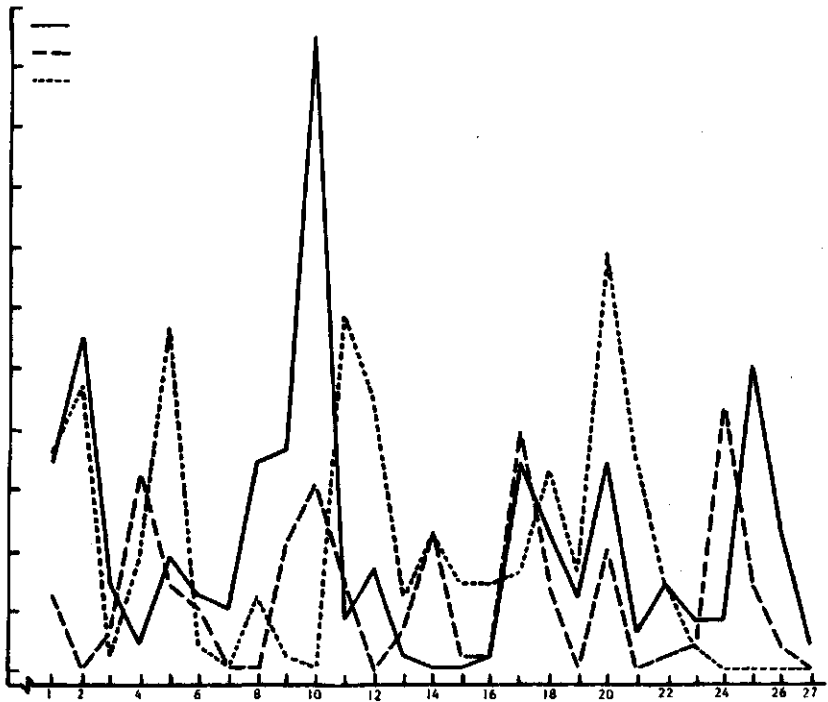
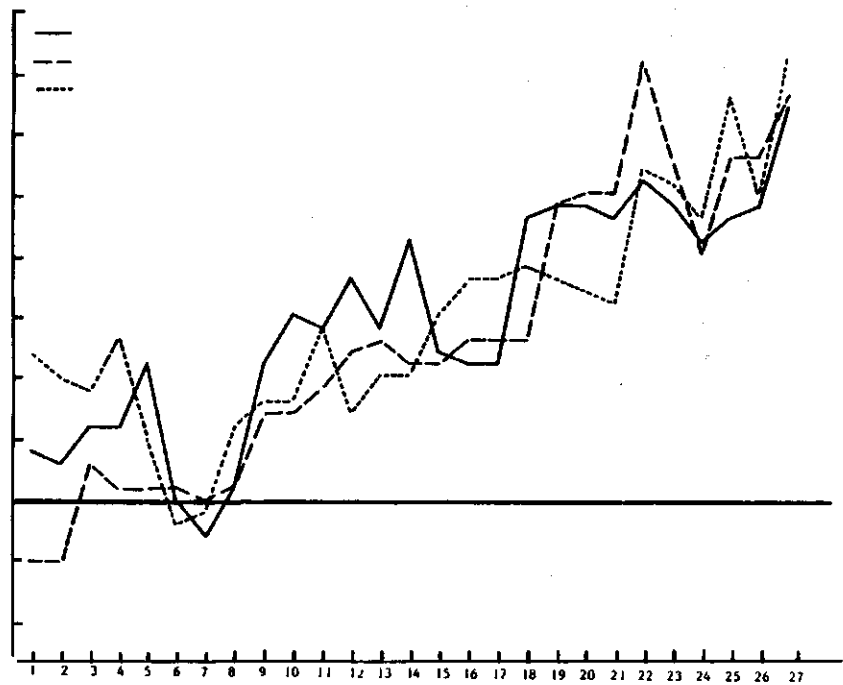
Bijlage 5 (vervolg)



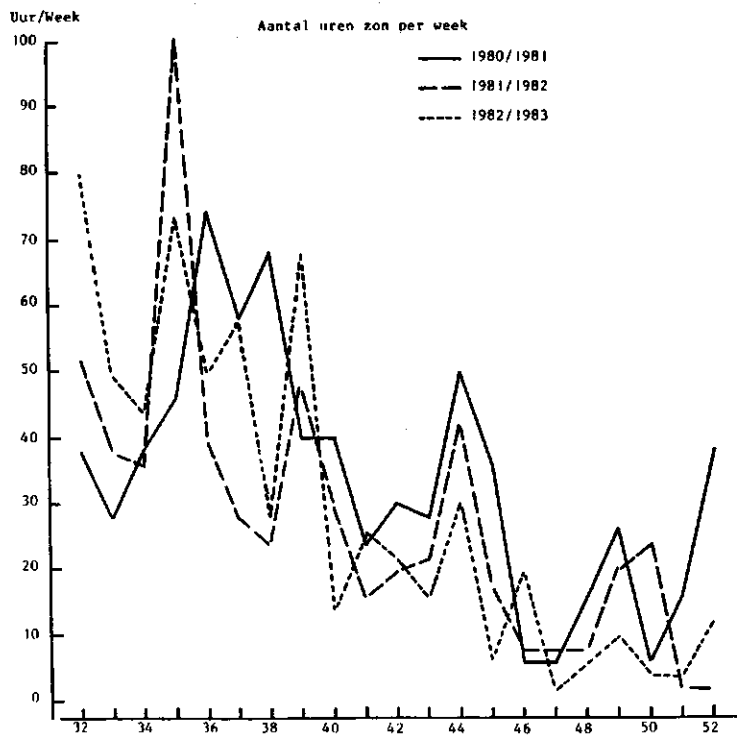
Bijlage 6 Grafische weergave van de weergegevens per week

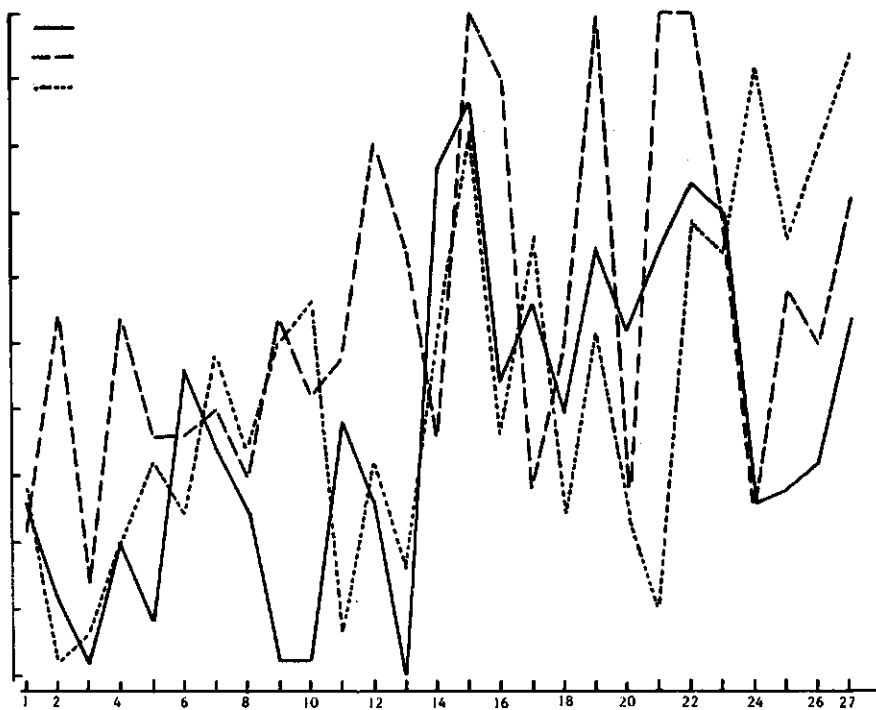


Biilage 6 (le vervolg)



Bijlage 6 (2e vervolg)





Bijlage 7

Kwantificering van de directe weersinvloed.

Regressiecoëfficiënten ter verklaring van fluctuaties in de bestedingen per week als gevolg van weersfactoren.

Variabele	Regressiecoëfficiënt	Standaardfout	Betrouwbaarheid
Intercept	+756,5		
Seizoensfactor	-1022,6	+64,7	(0)
Dummie voorjaar	+533,0	+92,6	(0)
Gem. dagtemperatuur	+1,48	+0,79	(5)
Uren regen	-7,16	+2,56	(1)

R² 0,68

Dummie voorjaar heeft de waarde 1 in week 4 t/m 27
en 0 in week 32 t/m 3

De seizoensfactor is gedefinieerd als $\cos(A \times 2)$

Waarbij A loopt van 0 in week 32 tot 1 in week 3
en 0 in week 4 tot 1 in week 27

Bijlage 8

Onderscheiden produktgroepen en produkten

CONIFEREN

Taxus
Pinus (den)
Picea (spar)
Thuja
Juniperus
Chamaecyparis

OVERIGE CONIFEREN

CONIFEREN ONBEKEND

HEESTERS

Azalea
Berberis (zuurbes)
Clematis (bosrank)
Cornus (kornoelje)
Cotoneaster (dwergmispel)
Forsythia (Chinees klokje)
Heide (calluna, erica)
Kamperfoelie (lonicera) - Japanse kers
Pyracantha (vuurdoorn)
Rhododendron
Rozen (rosa)

OVERIGE HEESTERS

HEESTER ONBEKEND

VASTE PLANTEN

Achillea (duizendblad)
Alyssum (schildzaad)
Astilbe
Delphinium (ridderspoor)
Lupine
Pulox (vlambloem)
Primula (sleutelbloem) - Japonica
Rudbeckia
Sedum (vetkruid) - muurpeper

OVERIGE VASTE PLANTEN

VASTE PLANTEN ONBEKEND

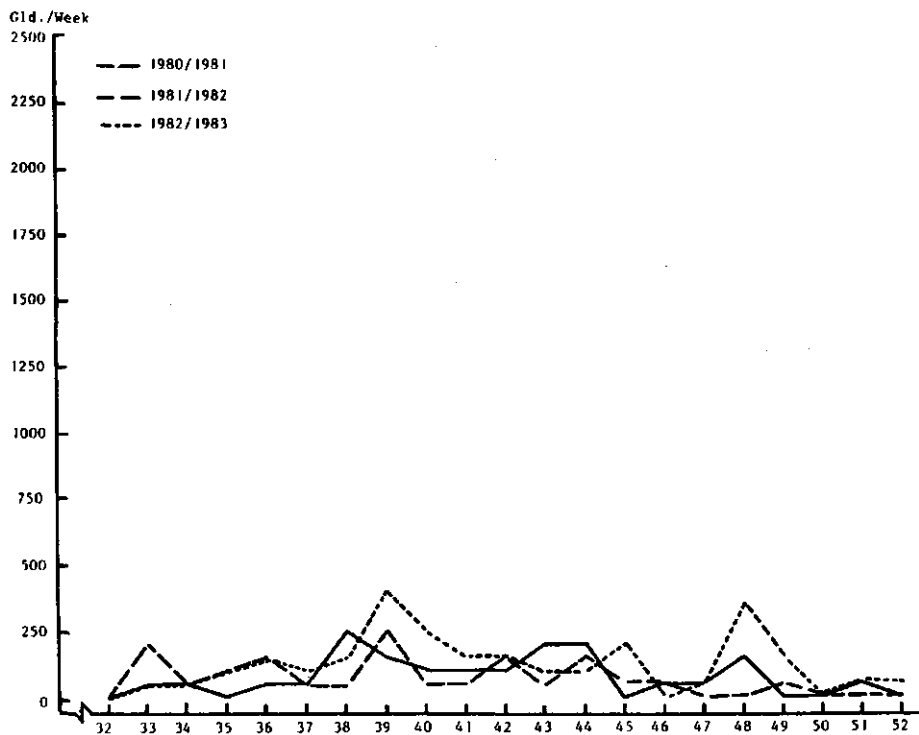
BOMEN

BOMEN ONBEKEND

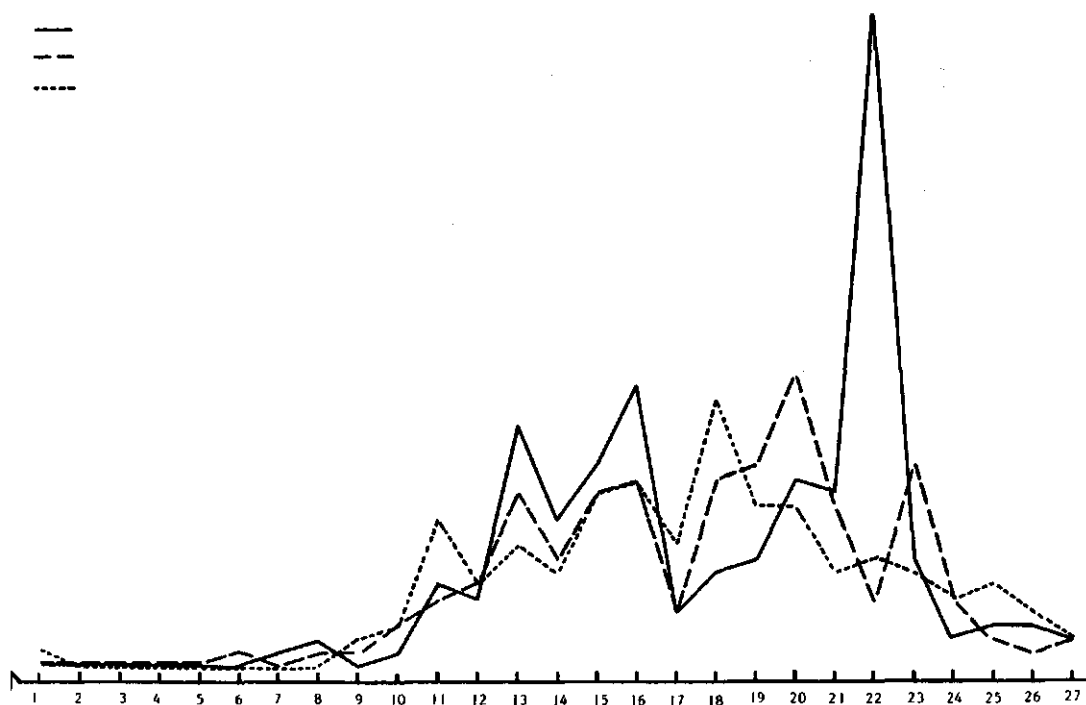
Bijlage 9 Procentuele verdeling van de bestedingen gemiddeld over drie jaar per produktgroep tussen haakjes cumulatief

Week	Vaste planten	Heide	Coniferen	Rozen	Heesters	Bomen
32	1,1 (1,1)	2,3 (2,3)	0,9 (0,8)	0,2 (0,2)	1,0 (1,0)	0
33	6,0 (7,1)	1,3 (3,6)	0,1 (1,0)	0,1 (0,3)	0,7 (1,7)	0
34	1,9 (9,0)	1,8 (5,4)	0,4 (1,4)	1,0 (1,3)	0,5 (2,2)	0
35	4,2 (13,2)	4,3 (9,7)	4,8 (6,2)	2,4 (3,7)	4,8 (5,0)	12,4
36	5,4 (18,6)	4,0 (13,7)	1,9 (8,1)	2,6 (6,3)	1,0 (6,0)	1,7
37	4,2 (22,8)	3,7 (17,4)	2,0 (10,1)	0,2 (6,5)	0,6 (6,6)	0,7
38	8,2 (31,0)	9,5 (26,9)	4,8 (14,9)	0,8 (2,3)	1,7 (8,3)	0,2
39	13,2 (44,2)	12,7 (30,6)	3,3 (18,2)	3,3 (10,6)	4,0 (12,3)	1,8
40	6,8 (51,0)	8,9 (48,5)	6,2 (24,4)	6,0 (16,6)	6,4 (18,7)	2,1
41	4,4 (55,4)	6,0 (54,5)	6,1 (30,5)	8,3 (24,9)	4,4 (23,1)	8,1
42	6,6 (62,0)	4,8 (50,3)	10,1 (40,6)	2,7 (27,6)	9,5 (32,6)	8,2
43	7,3 (69,3)	13,1 (72,4)	15,5 (56,1)	14,5 (42,1)	19,2 (51,8)	5,3
44	8,2 (77,5)	10,6 (83,0)	7,4 (62,5)	25,8 (67,0)	12,1 (63,9)	12,1
45	3,9 (81,4)	3,9 (86,9)	6,3 (69,8)	8,7 (76,6)	6,2 (70,1)	4,6
46	1,9 (83,3)	5,2 (92,1)	7,7 (77,5)	6,9 (83,5)	3,6 (73,7)	1,9
47	2,4 (85,7)	4,6 (96,7)	5,6 (83,1)	5,4 (88,9)	5,4 (79,1)	12,1
48	7,1 (92,8)	0,8 (97,5)	3,3 (86,4)	2,7 (91,6)	3,4 (82,5)	6,4
49	3,0 (95,8)	0,1 (97,6)	0,9 (87,3)	0,7 (92,3)	6,7 (89,2)	9,5
50	0,5 (96,3)	0 (97,6)	3,7 (91,0)	1,6 (93,9)	1,9 (91,1)	3,2
51	1,2 (97,5)	1,0 (98,6)	3,6 (94,6)	0,1 (94,0)	0,6 (91,7)	4,6
52	0,7 (98,2)	1,0 (99,6)	4,3 (98,9)	0,0 ()	2,3 (94,0)	1,5
1	0,9 (99,1)	0,4 (100)	0,6 (99,5)	0,0 ()	2,4 (96,4)	3,7
2	0,2 (99,3)	0 ()	0,3 (99,8)	0,0 ()	0,7 (97,1)	0
3	0,4 (99,7)	0 ()	0,5 (100,3)	5,1 (99,1)	0,8 (98)	0
	100% = 20%	100%	100%	100%	100%	100%
4	0,1 (0,1)	0 (0)	0,3 (0,3)	0,6 (0,6)	0,4 (0,4)	0,5
5	0,0 (0,1)	0,1 (0,1)	1,4 (1,7)	0,2 (0,8)	0,1 (0,5)	0
6	0,3 (0,4)	0,2 (0,3)	1,0 (3,2)	0,3 (1,1)	1,3 (1,8)	0,8
7	0,3 (0,7)	1,7 (2,0)	2,0 (4,7)	1,1 (2,2)	0,5 (2,3)	2,1
8	0,5 (1,2)	3,2 (5,2)	0,6 (5,3)	1,3 (3,5)	2,4 (4,7)	0,4
9	0,6 (1,8)	0,0 (5,2)	2,9 (8,2)	1,7 (5,2)	1,5 (6,2)	1,0
10	1,6 (3,4)	2,3 (7,5)	2,1 (10,3)	8,1 (13,1)	3,4 (9,6)	2,5
11	4,3 (7,7)	5,8 (13,3)	8,5 (18,8)	13,1 (26,2)	7,3 (16,9)	5,2
12	3,2 (10,9)	7,7 (21,0)	7,7 (26,5)	12,0 (38,2)	8,8 (25,7)	29,4
13	7,5 (18,4)	7,9 (28,9)	12,7 (39,2)	16,1 (54,3)	11,5 (37,2)	7,1
14	5,0 (23,4)	16,9 (45,8)	6,9 (46,1)	10,0 (64,3)	9,2 (46,4)	13,4
15	8,1 (31,5)	16,0 (61,8)	12,4 (58,5)	6,6 (70,9)	9,7 (56,1)	4,1
16	9,7 (41,2)	8,7 (70,5)	13,8 (72,3)	7,1 (78,0)	7,7 (63,8)	17,2
17	3,4 (44,6)	6,6 (77,1)	2,5 (74,8)	3,0 (81,0)	5,2 (69,0)	1,3
18	8,4 (53,0)	7,8 (84,9)	5,0 (79,8)	2,7 (83,7)	5,5 (74,5)	5,9
19	7,1 (60,1)	3,3 (88,2)	9,4 (89,2)	5,2 (88,9)	8,1 (82,6)	2,7
20	9,1 (69,2)	5,6 (93,8)	3,2 (92,4)	1,9 (90,8)	4,8 (87,4)	2,8
21	6,2 (75,4)	1,8 (95,6)	1,5 (93,9)	0,4 (91,2)	3,2 (90,6)	0
22	11,2 (86,6)	1,8 (97,4)	1,7 (93,6)	3,9 (95,1)	4,8 (35,4)	2,5
23	6,1 (92,7)	1,2 (98,6)	0,3 (95,9)	0,5 (95,6)	1,3 (96,7)	0,7
24	2,4 (95,1)	0,2 (98,8)	1,6 (97,5)	1,1 (96,7)	0,1 (97,8)	0,2
25	2,3 (97,4)	0,2 (99,0)	2,1 (99,6)	1,6 (98,3)	1,2 (99,0)	0,5
26	1,5 (98,9)	0,7 (99,7)	0,1 (99,7)	0,7 (99,0)	0,6 (99,6)	0
27	1,2 (100,1)	0,3 (100,0)	0,2 (99,9)	0,8 (99,8)	0,4 (100,0)	0
	100% 80%	100% = 46%	100% 50%	100% 67%	100% 64%	100%

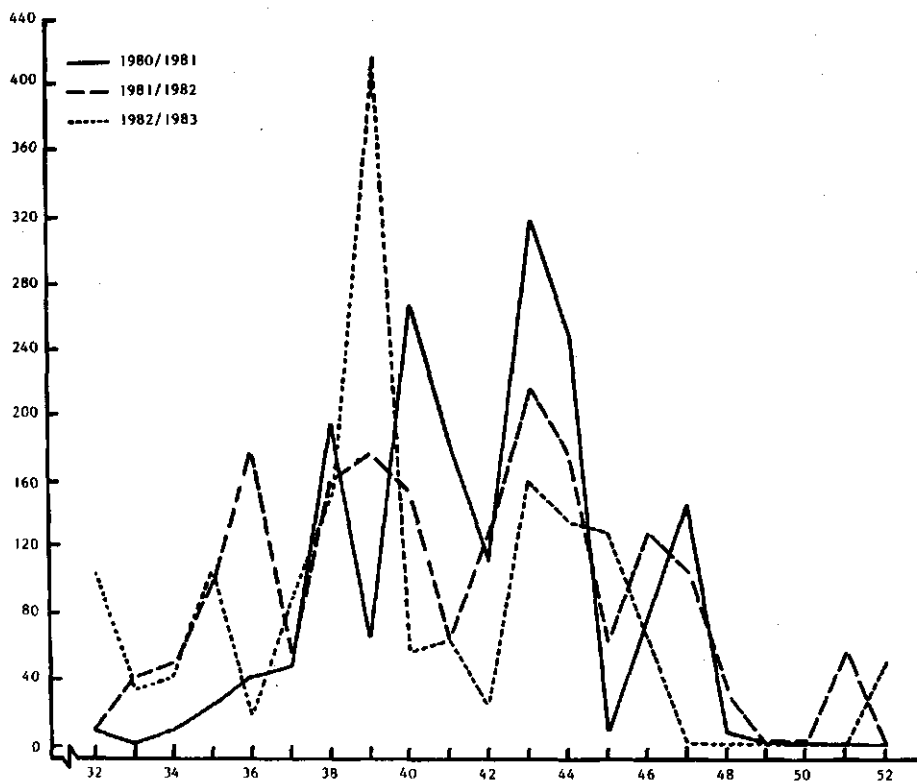
Bijlage 10 Bestedingen aan vaste planten per week

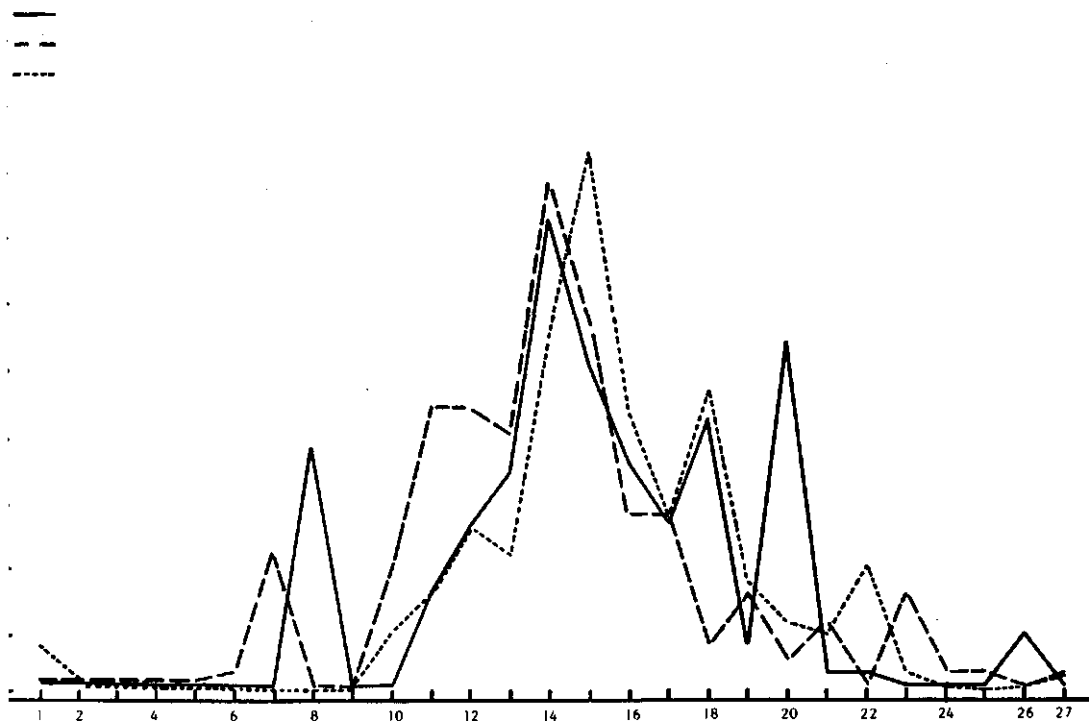


blage 10 (vervolg)

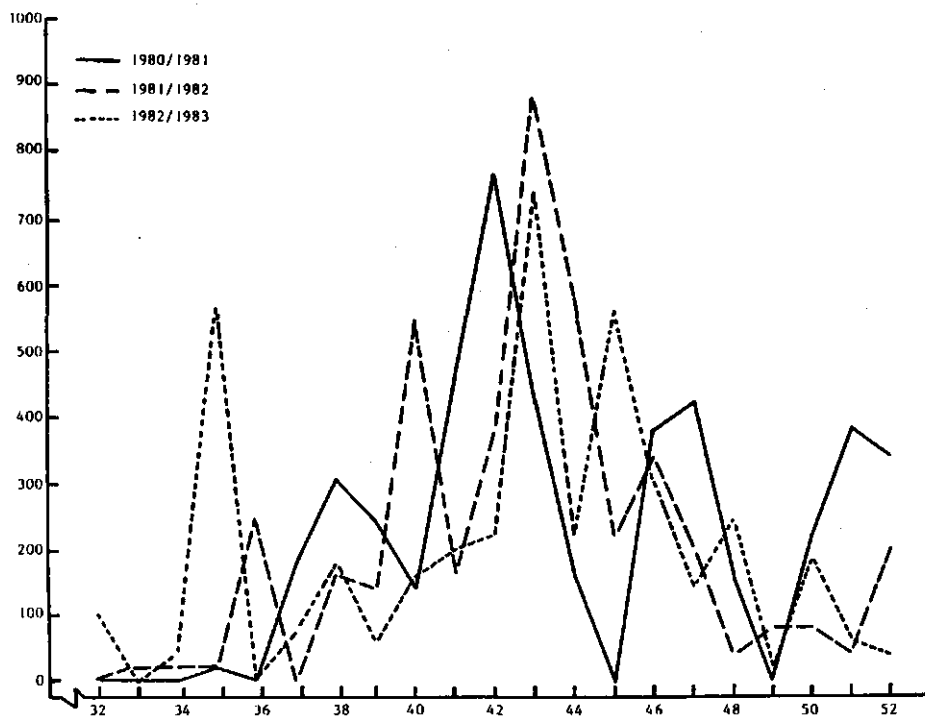


Bijlage 11 Bestedingen aan heide per week

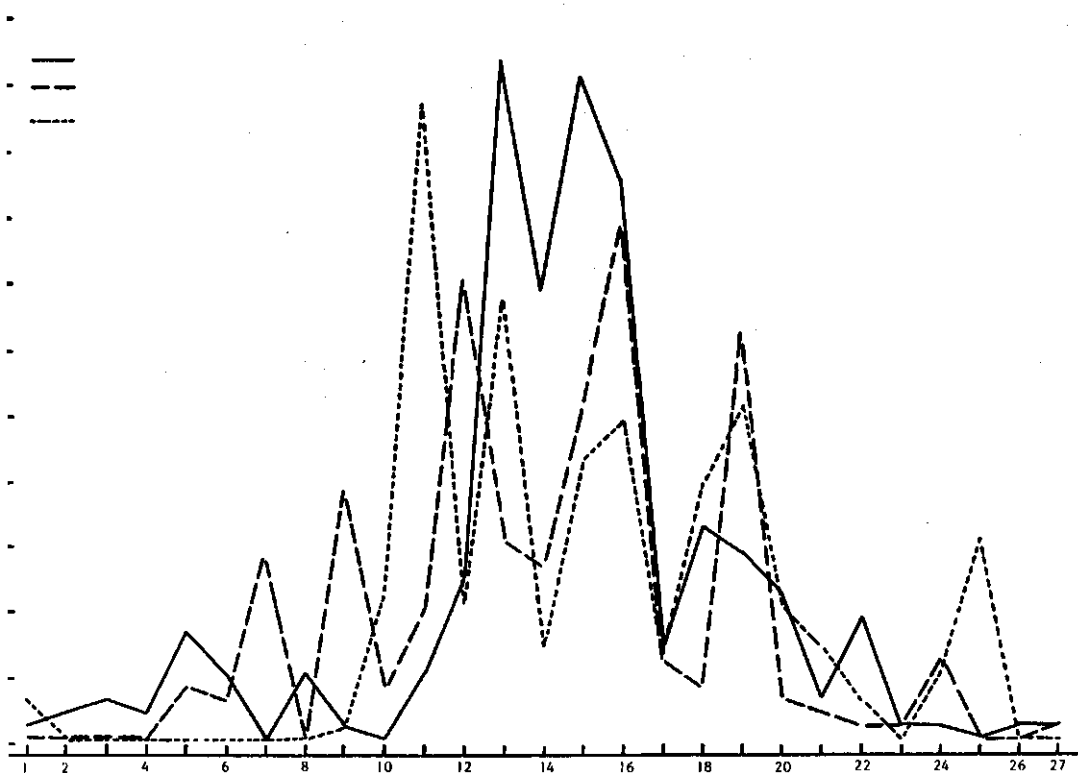




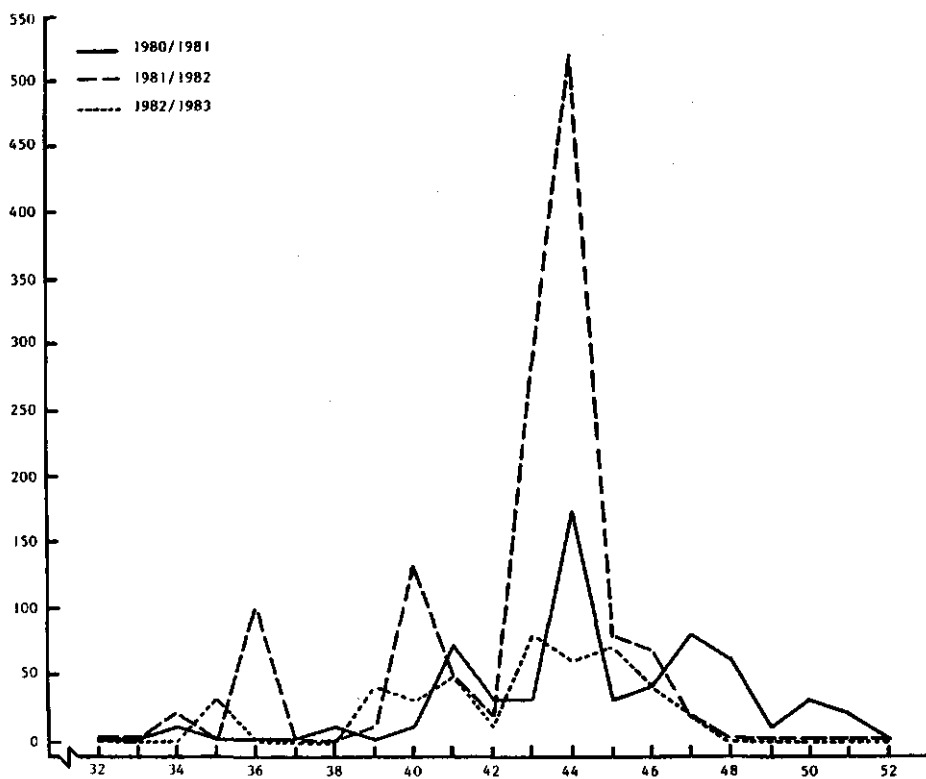
Bijlage 12 Bestedingen aan coniferen per week



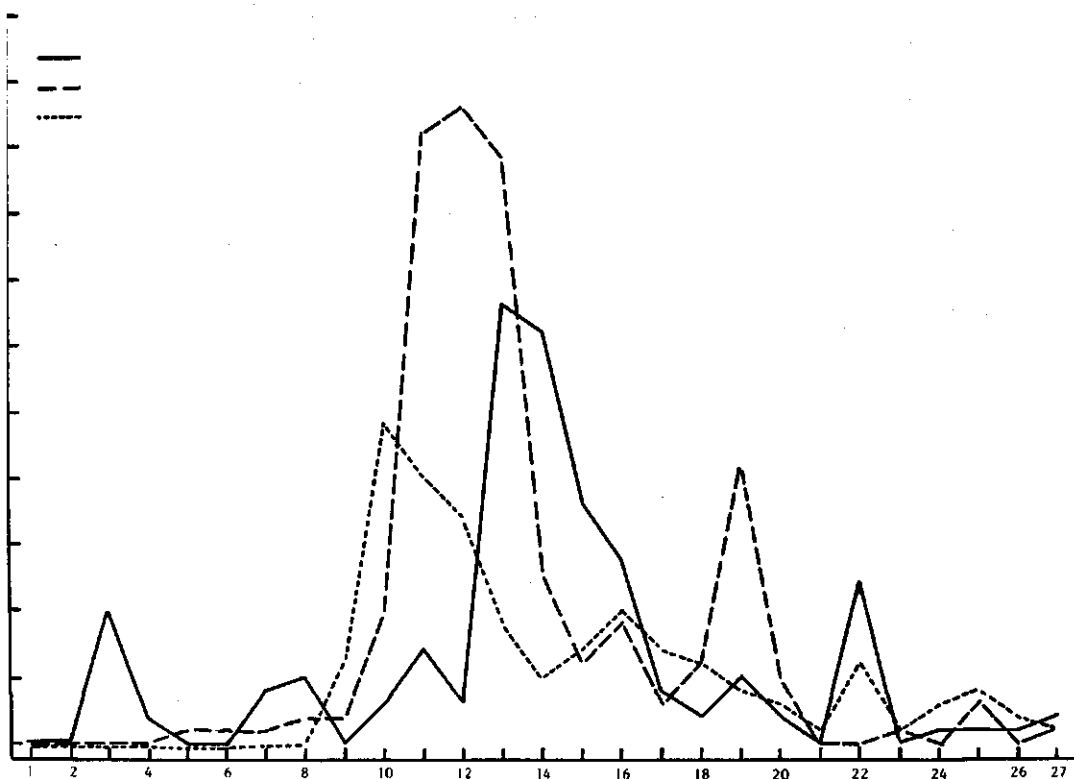
Bijlage 12 (vervolg)



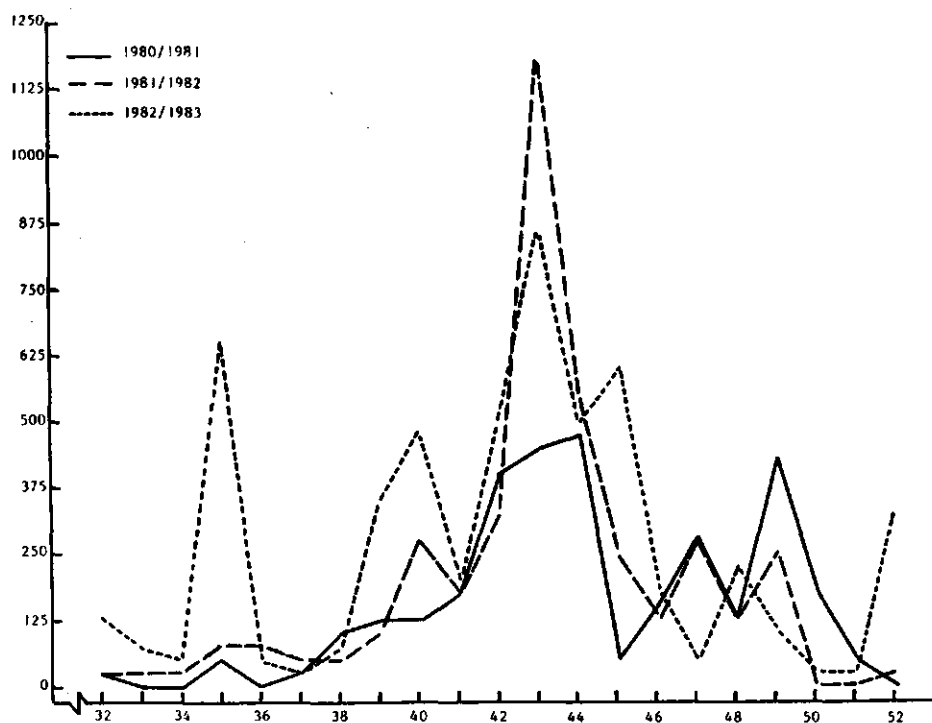
Bijlage 13 Bestedingen aan rozen per week



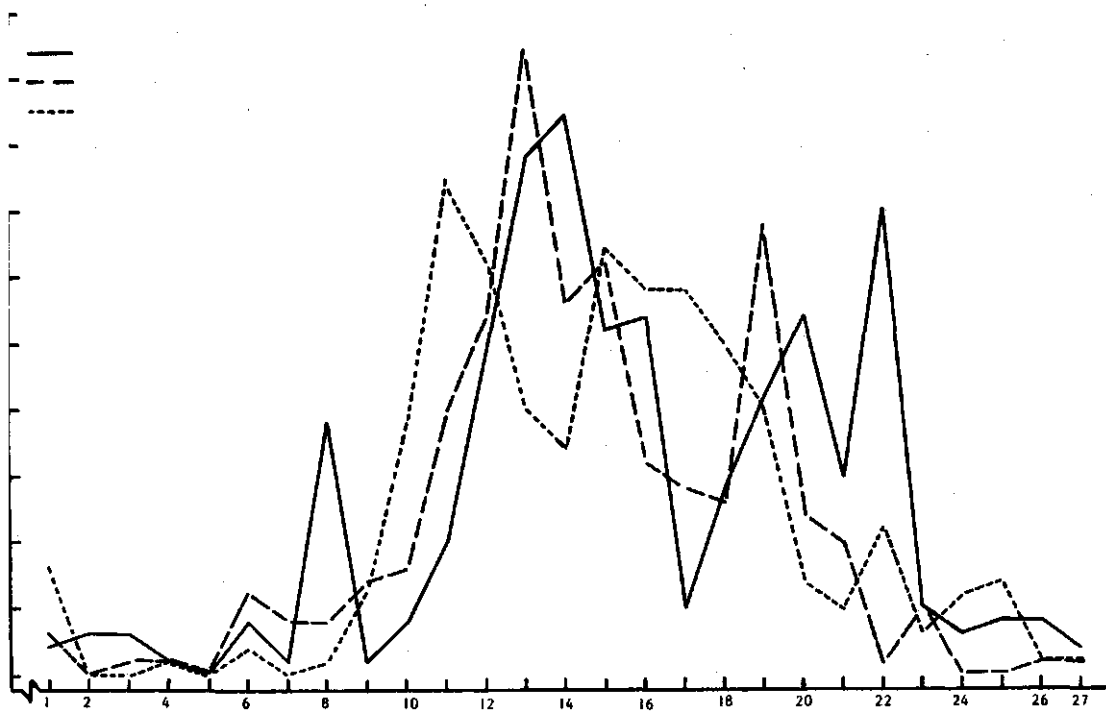
Bijlage 13 (vervolg)



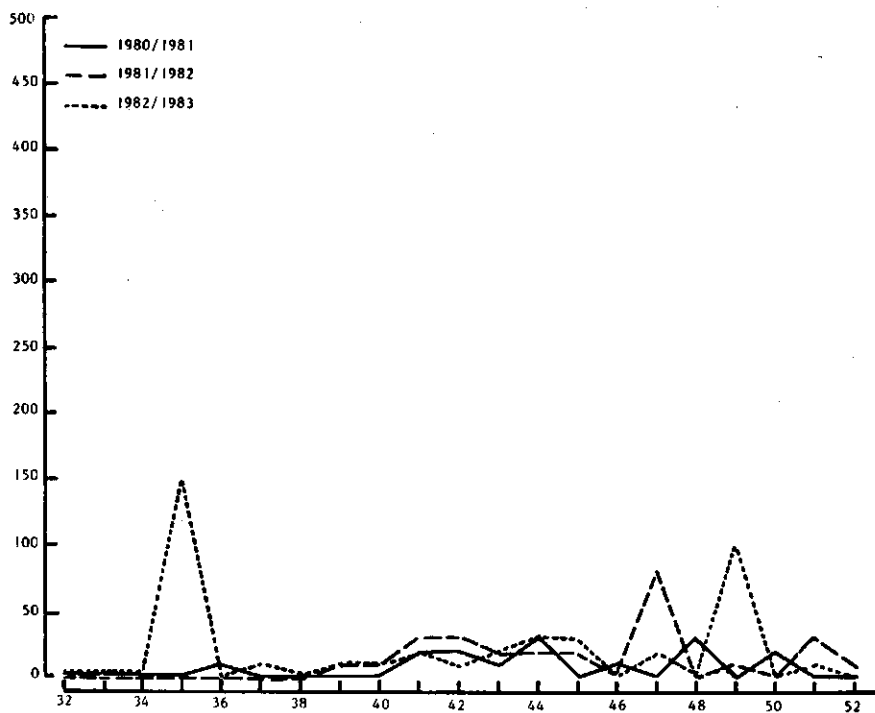
Bijlage 14 Bestedingen aan heesters per week



Bijlage 14 (vervolg)



Bijlage 15 Bestedingen aan bomen per week



Bijlage 15 (vervolg)

