
De Roemeense consument van snijbloemen en kamerplanten

2009 / 17

Maart – René van Paassen

Productschap Tuinbouw, Afdeling Markt en Innovatie

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt worden door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke wijze dan ook zonder voorafgaande toestemming van de uitgever of auteur.

Productschap Tuinbouw, Postbus 280, 2700 AG Zoetermeer

Telefoon (079) 347 07 07 E-mail smt@tuinbouw.nl Internet www.tuinbouw.nl

Auteur René van Paassen Telefoon 079-3470653 E-mail r.vanpaassen@tuinbouw.nl

Inhoudsopgave

Samenvatting	7
1 Inleiding	11
1.1 Achtergrond	11
1.2 Doel van het onderzoek	12
1.3 Methode	12
2 Snijbloemenkopers en –niet kopers	13
2.1 Ontbrekende behoefte belangrijkste reden om geen bloemen te kopen	13
3 Bekendheid met snijbloemen	15
3.1 Bekendste snijbloem is roos	15
3.2 Rood is favoriete bloemkleur	17
4 Koopgedrag	19
4.1 Gemiddeld één keer per kwartaal bloemen	19
4.2 Frequentie naar aankoopdoel	21
4.3 Gemiddelde bestedingen	23
4.4 Stabiel aankoopgedrag	25
5 Aankoopplaatsen	27
5.1 Supermarkt wint aan belang	27
5.2 Bloemist is de aankoopplaats voor bloemencadeaus	28
6 Aankoopcriteria	31
7 Beleving van bloemsoorten	33
7.1 Roos is de mooiste bloem	33
8 Aankoopgelegenheden	35
8.1 Bloemen niet altijd eerste keus	35
8.2 Bestedingscategorieën bloemen per gelegenheid	36
8.3 Soort en kleur per gelegenheid	37
8.4 Bloemen belangrijkste cadeau voor vrouwen	38
9 Houding	39
9.1 Roemeense consument is tevreden over aanbod snijbloemen	39

Inhoudsopgave vervolg

10	Informatievoorziening	41
10.1	Verzorgingstips belangrijkste informatie	41
11	Kamerplanten	43
11.1	Kamerplant vooral voor eigen gebruik	43
11.2	Kamerplant voor eigen gebruik mag meer kosten dan cadeauplant	44
11.3	Aankoopkanalen	45
11.4	Cadeau gekocht bij bloemist	46
11.5	Toekomstverwachting	47

Samenvatting

In het laatste kwartaal van 2008 zijn 500 Roemeense kopers van snijbloemen en 174 kopers van kamerplanten ondervraagd over hun aankoopgedrag ten aanzien van snijbloemen en kamerplanten.

Aankoopgedrag

- Circa 96,5% van de ondervraagde Roemenen heeft in het afgelopen jaar minimaal één keer snijbloemen gekocht. Degene die geen bloemen hebben gekocht, geven hiervoor als belangrijkste reden op dat ze geen behoefte hebben aan het kopen van snijbloemen en/of dat men zelf snijbloemen kweekt.
- De meest favoriete snijbloem is de roos, gevolgd door de lelie, tulp en orchidee. Het liefst koopt men snijbloemen in de kleur rood.
- Circa 47% van de bloemenkopers koopt gemiddeld 1 keer per 2 à 3 maanden snijbloemen. Ongeveer 24% koopt vaker bloemen en 28% minder vaak. Gemiddeld koopt men ruim 9 keer per jaar bloemen. Vrouwen kopen vaker bloemen dan mannen (ruim 11x t.o.v. 7x).
- De meeste bloemenaankopen worden gedaan voor een cadeau (81%). Circa 11% van de aankopen is voor eigen gebruik en 9% wordt aangeschaft voor op een graf.
- In de meeste gevallen koopt men een monobos. Als het om bloemen voor eigen gebruik gaat, koopt 10% meestal 1 enkele bloem, 57% geeft de voorkeur aan een monobos en 32 koopt een gemengd boeket. Voor een cadeau koopt 77% meestal een monoboeket, 17% koopt een gemengd boeket en 6% koopt een enkele bloem.
- Als het om een cadeau gaat dan geeft men hier gemiddeld 25 RON (6,80 Euro) aan uit. Voor eigen gebruik is dit gemiddeld 18 RON (4,90 Euro) en voor bloemen op het graf geeft men gemiddeld 15 RON (4,10 Euro) uit.

Aankoopplaatsen

- Het belangrijkste aankoopkanaal voor bloemen is de bloemist. Circa 61% van de Roemenen koopt hier wel eens bloemen en ongeveer 36% van de totale jaarlijkse bestedingen aan snijbloemen wordt hier gedaan. Daarnaast koopt men regelmatig bloemen op de markt, in een kiosk of op straat.
- Voor een cadeau koopt men de bloemen meestal bij de bloemist, voor thuis of voor op het graf is de markt het belangrijkste aankoopkanaal.

Aankoopcriteria

- De belangrijkste aankoopcriteria zijn: prijs, mooi/aantrekkelijk, versheid en mooi verpakt/mooi. Daarna volgen kleur, geur en kwaliteit.
- Wanneer het een cadeau betreft, let men minder op de prijs en wil men een mooi (verpakt) arrangement. Wanneer men snijbloemen koopt voor op het graf, let men extra op de levensduur van het boeket.

Beleving van bloemsoorten

- De mooiste bloem is de roos. Ook wordt de roos gezien als de vrolijkste bloem en is deze het meest geschikt om cadeau te geven bij vrolijke gelegenheden.
- De orchidee is volgens de respondenten de duurste bloem, terwijl de anjer vooral wordt gezien als een goedkope bloem. Ook vindt men de anjer de minst mooie bloem en scoort deze hoog als het gaat om een bloem om weg te geven bij treurige gelegenheden.

Aankoopgelegenheden

- Bloemen worden bij vrijwel alle gelegenheden cadeau gegeven. Echter het is vooral gebruikelijk op naamdagen, vrouwendag, 1 maart (Martisoare) en wanneer men ergens op bezoek gaat. Met Kerst en Pasen geeft men wel een cadeau, maar vaak zijn dit geen bloemen.
- Het meest geeft men uit aan bloemen voor het einde van het schooljaar, naamdagen, Valentijnsdag en voor een bezoek. Voor 1 maart (Martisoare), Pasen en ziekenbezoek liggen de gemiddelde bestedingen aan bloemen het laagst.
- Voor Valentijnsdag wordt 85% van de bloemen worden gekocht door mannen. Vrouwen kopen relatief vaak de bloemen voor het begin en einde van het schooljaar.
- De roos, lelie en anjer worden het meest weggegeven bij de verschillende gelegenheden. De populairste kleuren zijn Rood, wit en geel.
- Voor vrouwen zijn bloemen het belangrijkste cadeau, gevolgd door kleding, juwelen, parfum en cosmetica. Voor mannen is het minder gebruikelijk om hier een cadeau aan te geven. Als zij een cadeau krijgen, dan is dit vaak kleding, aftershave, verzorgingsproducten of alcohol.

Houding

- Circa 79% van de Roemeense consumenten is tevreden over het aanbod aan snijbloemen. De kwaliteit is goed en het personeel in de winkel deskundig.
- Aankopen van snijbloemen zijn volgens 79% van de voren gepland. Het soort bloemen dat men wil kopen is minder vaak van te voren vastgesteld (70%) en het bedrag dat men wil uitgeven is volgens 55% van de voren vastgesteld.
- Verpakking is volgens 73% van de respondenten belangrijk wanneer de bloemen cadeau worden gegeven.
- Ongeveer 62% van de Roemenen geeft aan bereid te zijn om meer te betalen voor bloemen met een betere kwaliteit en een langer vaasleven.
- Circa 38% van de Roemeense consumenten zou met name meer informatie willen hebben over de verzorging van bloemen.
- Tijdschriften zijn volgens 36% van de respondenten hét medium om informatie over te brengen. Ongeveer 27% vindt de plaats van aankoop het beste kanaal om extra informatie te geven.

Kamerplanten

- Ruim één derde van de Roemenen heeft in het afgelopen jaar wel eens een kamerplant gekocht (penetratie).
- Gemiddeld kopen de kopers van kamerplanten circa 5 keer per jaar een kamerplant.
- Circa 59% van alle aankopen van kamerplanten betreffen planten voor eigen gebruik. Zo'n 37% wordt cadeau gegeven en slechts 5% is bedoeld voor op het graf.
- Roemenen van 30 tot 39 jaar kopen met circa 4,8 keer per jaar de meeste kamerplanten.
- Zowel voor een cadeau als voor eigen gebruik, geeft men gemiddeld 36 RON (9,80 Euro) per keer uit.
- Jongeren (20-29 jaar) geven aanzienlijk meer uit voor een cadeauplant dan wanneer ze een plant voor zichzelf kopen. Ouderen (50-60 jaar) geven juist meer uit voor een plant voor eigen gebruik.
- Van de totale jaarlijkse bestedingen aan kamerplanten, wordt 77% uitgegeven aan bloeiende kamerplanten en 23% aan groene kamerplanten. Jongeren (20-29 jaar) kopen aanzienlijk vaker bloeiende kamerplanten en consumenten in Moldavië kopen vaker groene kamerplanten dan in Muntenië en Transsylvanië.

- Aan de respondenten is gevraagd bij welke aankoopkanalen ze kamerplanten kopen. De bloemist werd hierop door 66% genoemd als aankoopkanaal. De markt werd door 26% van de respondenten genoemd en staat op een tweede plaats.
- 14% van de respondenten geeft aan dat zij nu vaker kamerplanten in de super- of hypermarkt kopen dan drie jaar geleden. 39% is niet meer kamerplanten gaan kopen bij dit afzetkanaal en 48% geeft aan hier nooit kamerplanten te hebben gekocht. Circa 48% geeft aan nu vaker boodschappen te doen in grote super- en hypermarkten dan drie jaar geleden. Volgens 40% gaan ze nog even vaak naar de super- /hypermarkt als drie jaar geleden.
- De groei van het aantal grote retailers in Roemenië wordt door 45% van de Roemenen gezien als een positieve ontwikkeling, met name vanwege het brede assortiment en de lage prijzen. Circa 51% heeft er geen sterke mening over en de overige 5% vindt dit een negatieve ontwikkeling.
- Volgens 38% is de kwaliteit van planten bij de super- of hypermarkt goed tot zeer goed, met name vanwege de goede verzorging, het assortiment en de prijs. 5% vindt de kwaliteit van planten slecht tot zeer slecht.
- Volgens 29% is de kwaliteit van planten bij de bouwmarkt goed tot zeer goed, met name vanwege de goede verzorging en de verse planten. Bijna 2% vindt de kwaliteit van planten hier slecht tot zeer slecht.

Toekomstverwachting

- 14% van alle respondenten denkt dat de economie zich in de komende jaren positief zal ontwikkelen. Circa 20% denkt juist dat de economie zal verslechteren, met name vanwege de economische crisis en minder werkgelegenheid. 32% denkt dat de economie stabiel zal blijven en 34% weet het niet.
- Circa 54% van de ondervraagde snijbloemenkopers is van mening dat de bestedingen aan snijbloemen over 5 jaar vergelijkbaar zullen zijn. Volgens 25% van de respondenten zullen de bestedingen toenemen en volgens 3% zijn de bestedingen over 5 jaar lager.
- 60% Van de kamerplantenkopers verwacht dat ze in de nabije toekomst even veel kamerplanten zullen kopen. Circa 11% zegt meer kamerplanten te gaan kopen en 4% denkt dat dit juist minder zal worden. Een kwart van de respondenten heeft hierover nog geen idee. Degenen die wel een toename van hun aankopen verwachten geven als redenen dat men het leuk vindt de woning met kamerplanten aan te kleden, dat ze lang meegaan en dat men gewoon van kamerplanten houdt.

1 Inleiding

1.1 Achtergrond

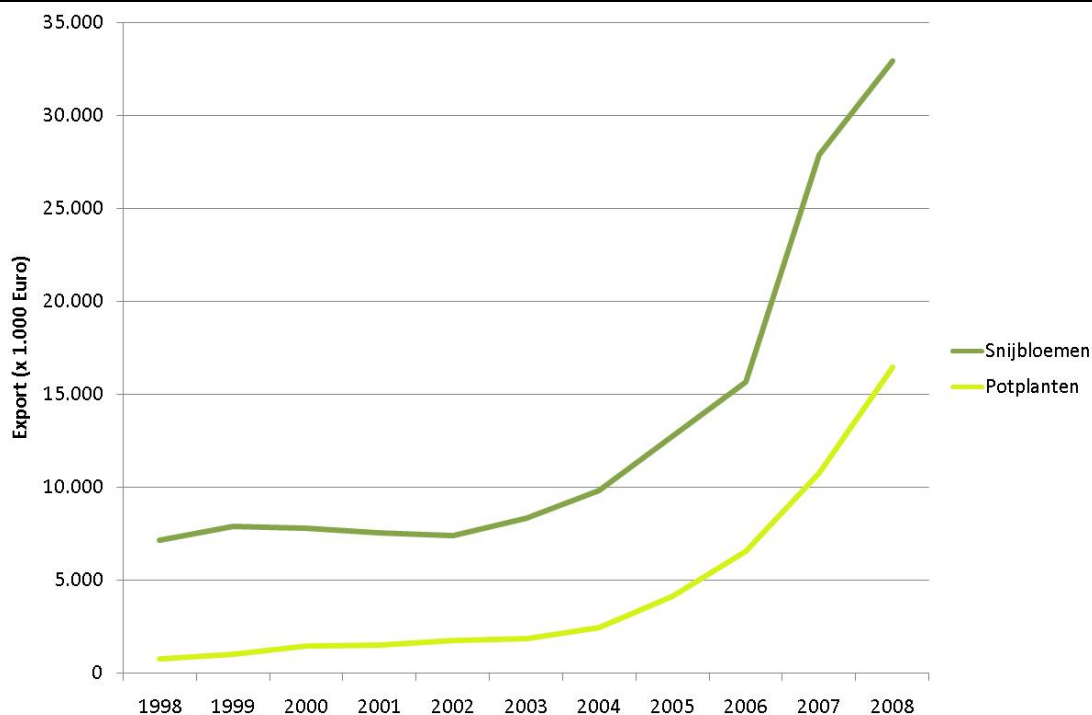
Roemenië telt circa 22 miljoen inwoners waarvan ruim twee miljoen in de hoofdstad Boekarest. De Roemeense economie behoort tot de snelst groeiende economieën van de Europese Unie. Circa één derde van alle belastingen worden opgebracht door inwoners en bedrijven in Boekarest. De koopkracht van inwoners van Boekarest ligt op 104.5% van het EU-gemiddelde en is circa twee maal zo groot als het Roemeense gemiddelde.

De munteenheid (de leu) is in 2005 onderworpen aan een revaluatie, zodat 10.000 oude lei (ROL) werd veranderd naar 1 nieuwe leu (RON). Dit proces moest Roemenië voorbereiden op de overschakeling van de euro, die verwacht wordt in 2014.

Naast Roemenen, wonen er veel Hongaren en in mindere mate Duitsers (Saksen) in Roemenië. Ook de invloed van de Roma (zigeuners) is vrij groot.

De Roemeense markt voor bloemen en planten is (nog) relatief klein voor de export van Nederlandse producten, maar is in de afgelopen vijf jaar zeer sterk gegroeid (bijna 500%). De totale markt van snijbloemen en kamerplanten in Roemenië had in 2008 een waarde van circa 50 miljoen euro. Hiervan komt twee derde voor rekening van snijbloemen en één derde voor rekening van kamerplanten.

Figuur 1.1.1: Export snijbloemen en kamerplanten naar Roemenië (x 1.000 Euro)



Bron: HBAG

1.2 Doel van het onderzoek

Om de concurrentiepositie in de Roemeense markt te handhaven c.q. te verbeteren is het belangrijk goed inzicht te hebben in het consumentengedrag. Factoren die hiervoor van belang zijn, zijn onder anderen:

- Aantal kopers van snijbloemen en kamerplanten (penetratie)
- Bekendheid met snijbloemen en kamerplanten
- Voorkeuren voor bepaalde soorten
- Gebruikte aankoopkanalen
- Koopfrequentie en bestedingen
- Aankoopgelegenheden

1.3 Methode

Van de ondervraagde consumenten hadden er 501 ten minste 1 keer in snijbloemen gekocht in het afgelopen jaar en 174 (ook) kamerplanten. Ook zijn 100 niet-kopers van snijbloemen ondervraagd.

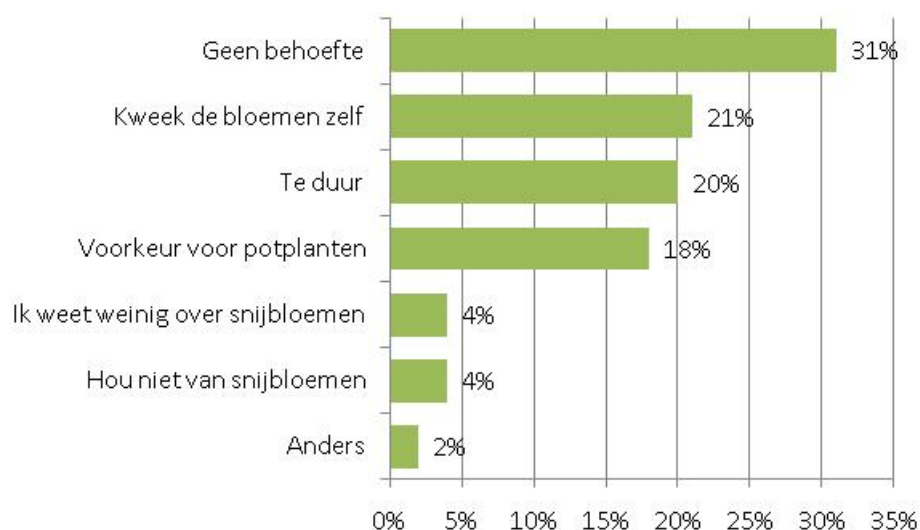
De doelgroep voor het onderzoek waren consumenten tussen de 20 en 60 jaar. Het veldwerk heeft in het laatste kwartaal van 2008 plaatsgevonden. De interviews zijn verdeeld over de Roemenië gehouden.

2 Snijbloemenkopers en –niet kopers

2.1 Ontbrekende behoefte belangrijkste reden om geen bloemen te kopen

- Circa 96,5% van de ondervraagde Roemenen heeft in het afgelopen jaar minimaal één keer snijbloemen gekocht (penetratie).

Figuur 2.1.1: Waarom koopt u geen bloemen?
(Basis: alle niet-kopers van snijbloemen, n=100)

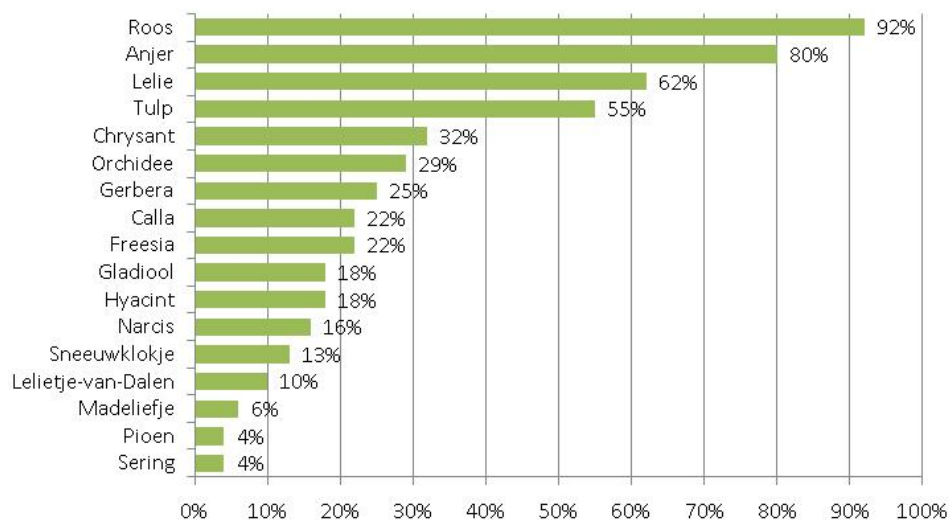


- Respondenten die in 2008 geen bloemen hebben gekocht, geven daarvoor als belangrijkste motivatie dat ze geen behoefte aan (het kopen van) snijbloemen hebben. Circa 21% van de niet-kopers gaf aan dat men door eigen kweek geen bloemen hoeft te kopen. Ongeveer 20% vindt snijbloemen te duur en 18% koopt liever kamerplanten.
- Wanneer wordt gekeken naar de drie grote regio's (Muntenië, Moldavië en Transsylvanië), dan geven de respondenten in Moldavië relatief vaak aan dat ze een voorkeur hebben voor kamerplanten en dat ze geen behoefte hadden om snijbloemen te kopen. Ze geven juist minder vaak aan dat snijbloemen te duur zijn en dat ze zelf bloemen telen.
- Vrouwen geven vaker dan mannen aan dat ze geen snijbloemen kopen omdat ze een voorkeur hebben voor kamerplanten en omdat snijbloemen te duur zijn. Mannen geven juist vaker aan geen snijbloemen te kopen omdat ze zelf bloemen kweken.
- Met name respondenten van 30 tot 49 jaar geven vaak aan een voorkeur voor kamerplanten te hebben. Hoe ouder de respondent hoe vaker deze aangeeft dat snijbloemen te duur zijn en hoe vaker men aangeeft zelf bloemen te kweken. Met name jongere consumenten geven aan in het afgelopen jaar geen behoefte te hebben gehad om snijbloemen te kopen.
- Wanneer respondenten in stedelijke gebieden worden vergeleken met landelijke gebieden, dan geven de consumenten relatief vaak aan dat snijbloemen te duur zijn en kweken respondenten in de landelijke gebieden relatief vaak zelf snijbloemen.
- Ongeveer 40% van de niet-kopers zegt dat ze wél bloemen zouden kopen wanneer ze beter weten wat ze er mee moeten/kunnen doen. Circa 20% zou bloemen kopen wanneer ze goedkoper zijn en 14% zal sowieso geen bloemen kopen.

3 Bekendheid met snijbloemen

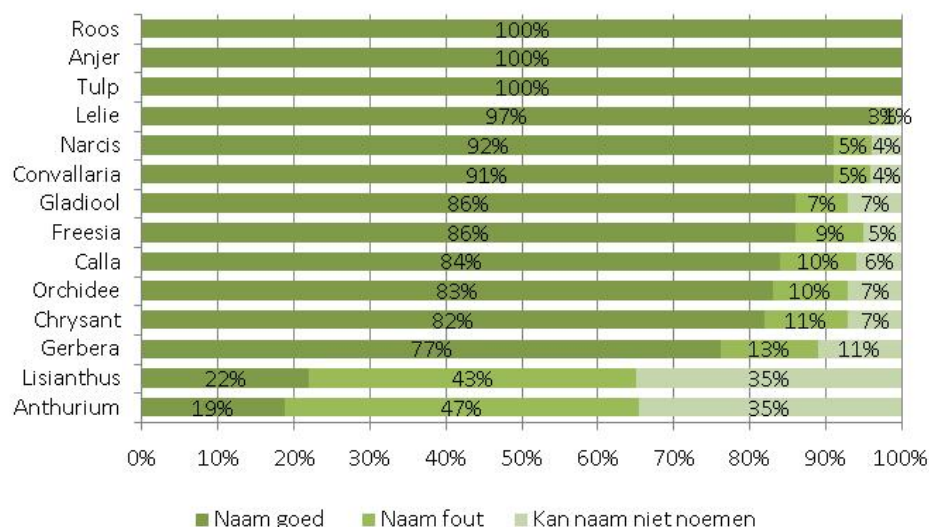
3.1 Bekendste snijbloem is roos

Figuur 3.1.1: Spontane bekendheid snijbloemen
(basis: alle kopers van snijbloemen, n=501)



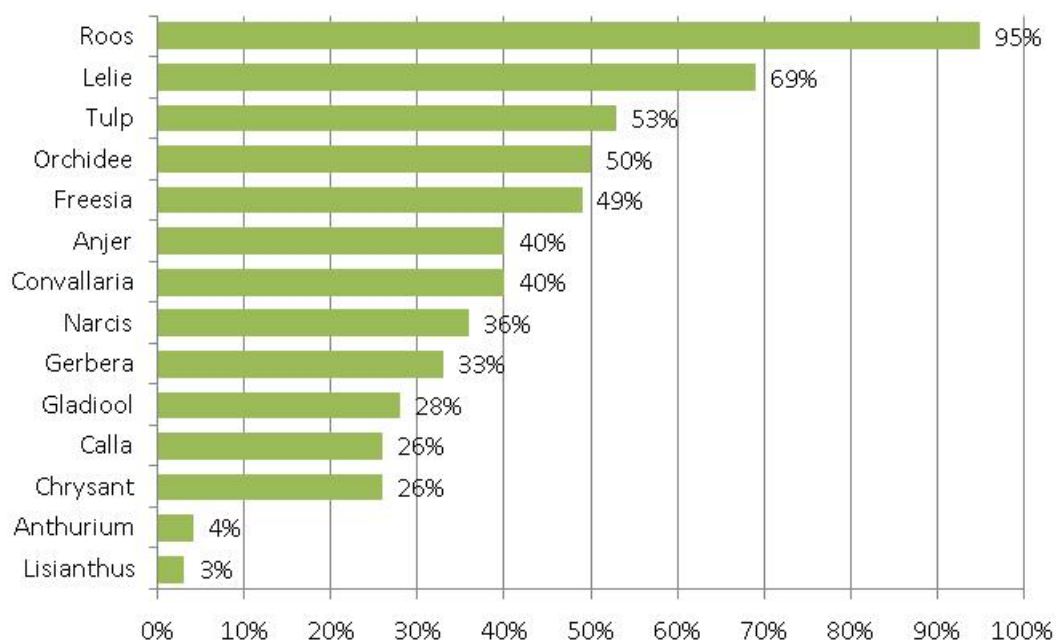
- Welke snijbloemen kent men zoal? Spontaan zijn de roos (92%), anjer (80%), lelie (62%) en de tulp (55%) door de ondervraagde respondenten het meest genoemd. Andere snijbloemen waren minder top-of-mind.

Figuur 3.1.2: Geholpen bekendheid snijbloemen
(basis: alle kopers van snijbloemen, n=501)



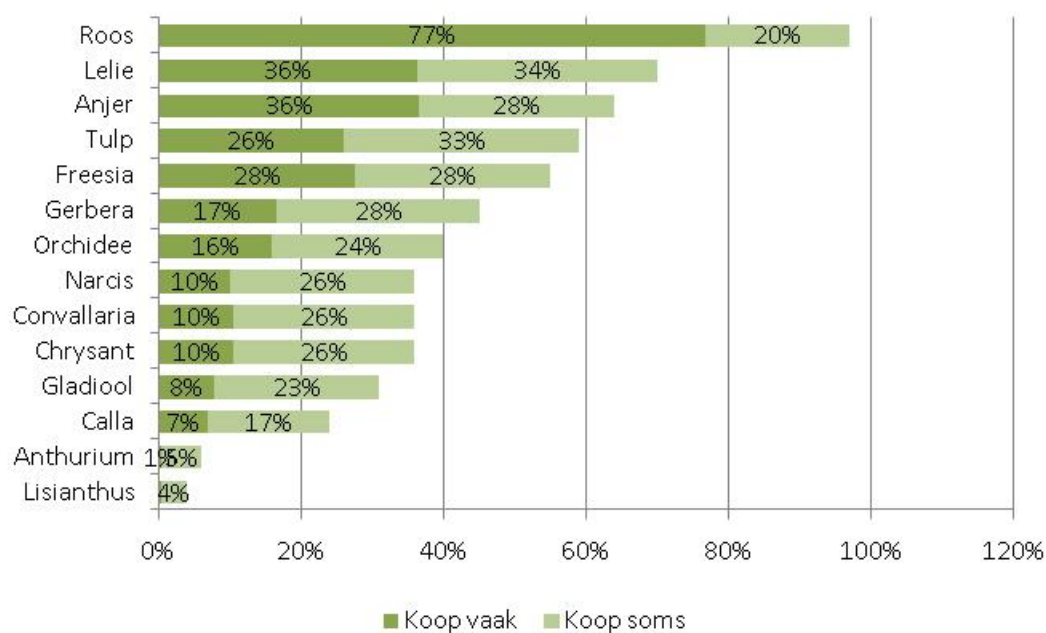
- Daarna zijn een 14-tal foto's voorgelegd. Gevraagd is naar de naam van de getoonde bloem. De roos, anjer en tulp leverden voor niemand een probleem op. Ook de andere getoonde snijbloemen scoren over het algemeen hoog. Het minst bekend zijn de lisianthus en de anthurium.

Figuur 3.1.3: Leuke/mooie bloem?
(basis: alle kopers van snijbloemen, n=501)



- De meest favoriete bloem is de roos (genoemd door 95% van de respondenten), gevolgd door de lelie (69%).
- Chrysant, freesia, gerbera, gladiol en convallaria zijn met name populair onder vrouwen.

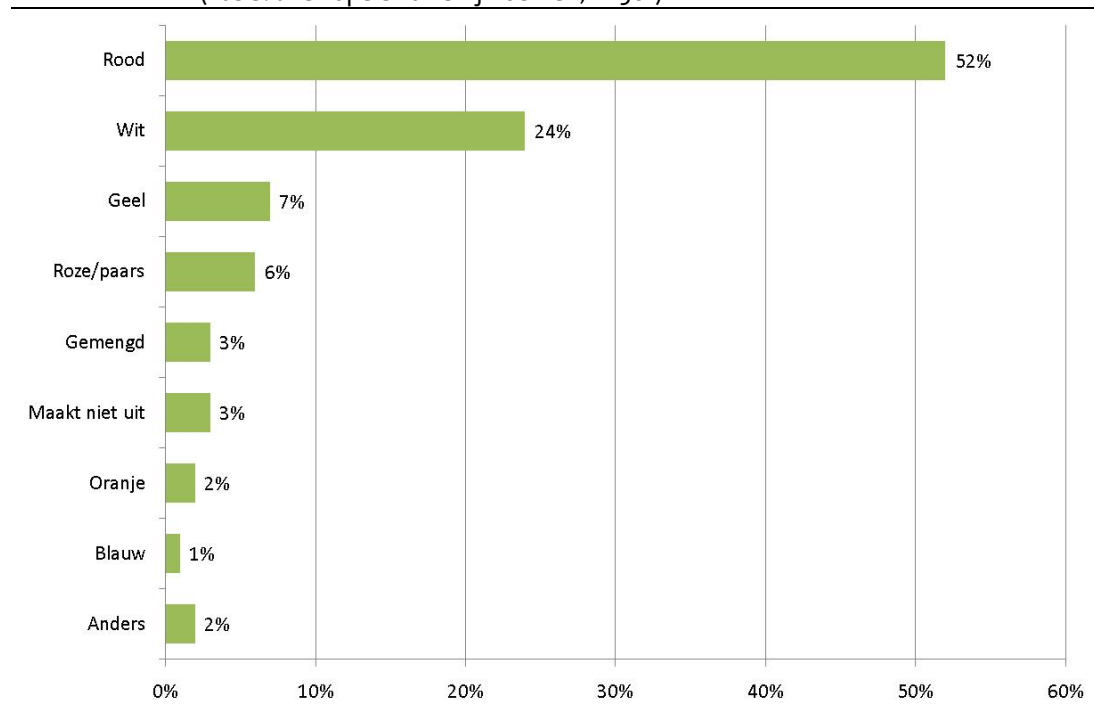
Figuur 3.1.4: Koopt u de bloem?
(basis: alle kopers van snijbloemen, n=501)



- De meest gekochte bloem is de roos (genoemd door 97% van de respondenten), gevolgd door de lelie (70%).

3.2 Rood is favoriete bloemkleur

Figuur 3.2.1: Wat is uw favoriete kleur?
(basis: alle kopers van snijbloemen, n=501)

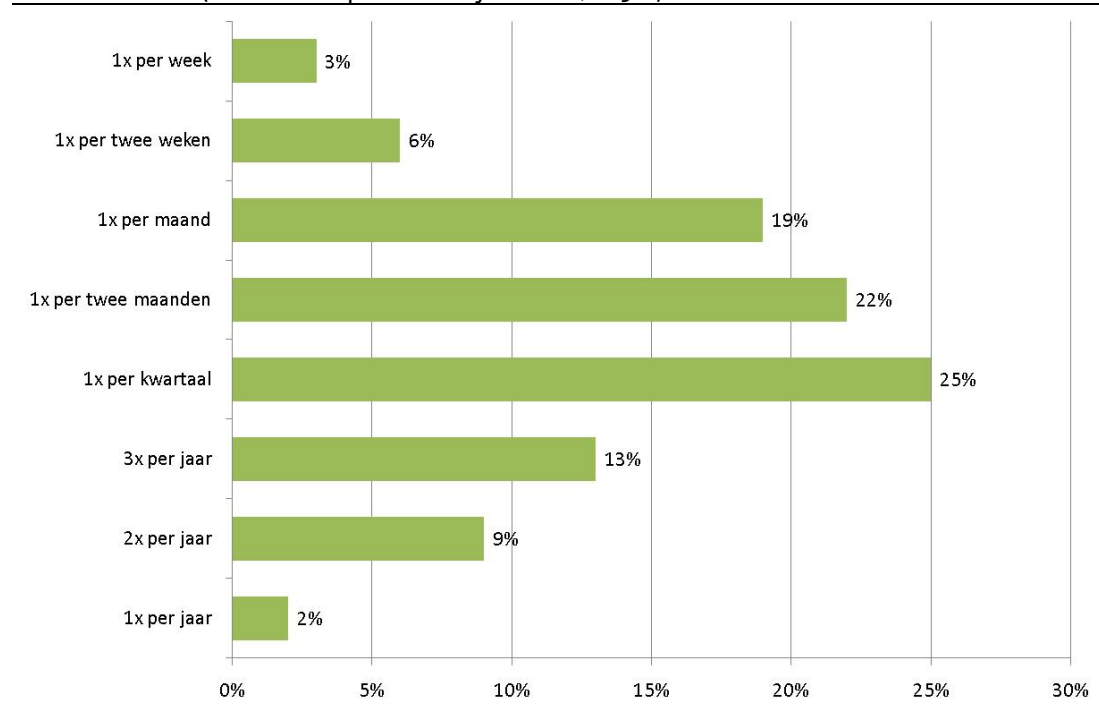


- Rood is de favoriete kleur voor Roemeense consumenten, gevolgd door wit en geel. In de leeftijdsgroep 30-39 jaar is de voorkeur voor rood wat minder sterk dan in de andere leeftijdsgroepen. Geel scoort juist wat lager bij de jongeren (20-29 jaar).

4 Koopgedrag

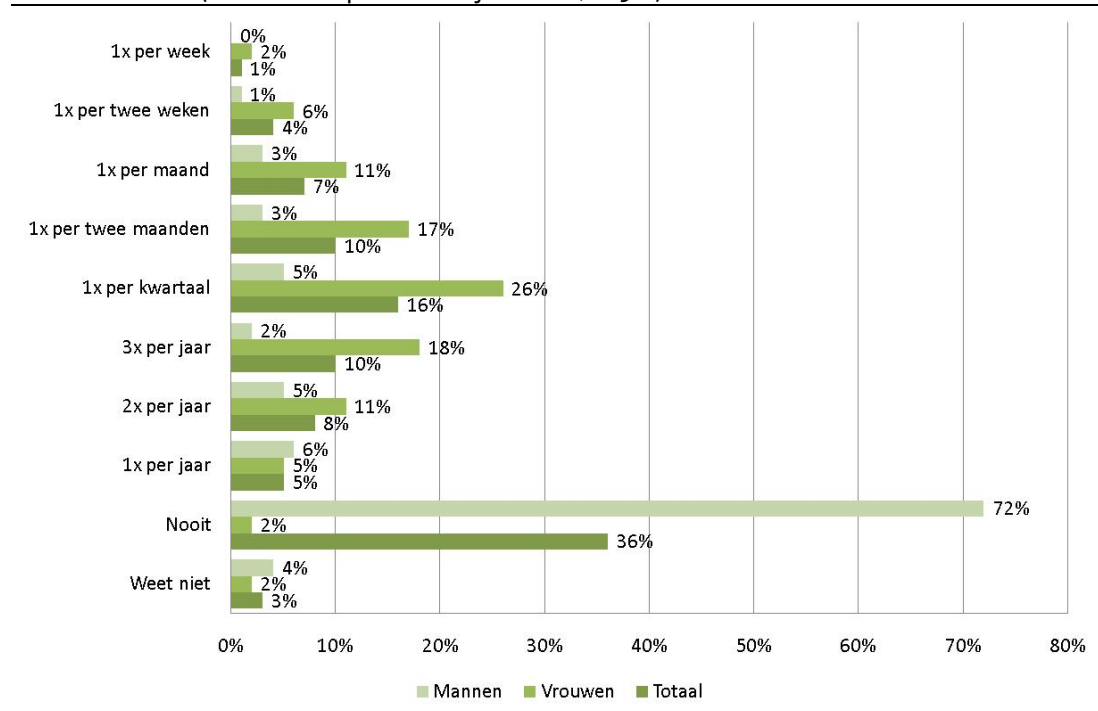
4.1 Gemiddeld één keer per kwartaal bloemen

Figuur 4.1.1: Hoe vaak koopt u gemiddeld genomen snijbloemen?
(basis: alle kopers van snijbloemen, n=501)



- Circa 66% van de bloemenkopers koopt gemiddeld 1 keer per maand tot 1 keer per kwartaal bloemen. Bijna een kwart koopt minder vaak bloemen en circa 9% koopt vaker.
- Vrouwen kopen over het algemeen vaker snijbloemen dan mannen.
- In Moldavië ligt de koopfrequentie het hoogst. In de regio's Transsylvanië en Muntenië koopt men over het algemeen minder vaak snijbloemen.

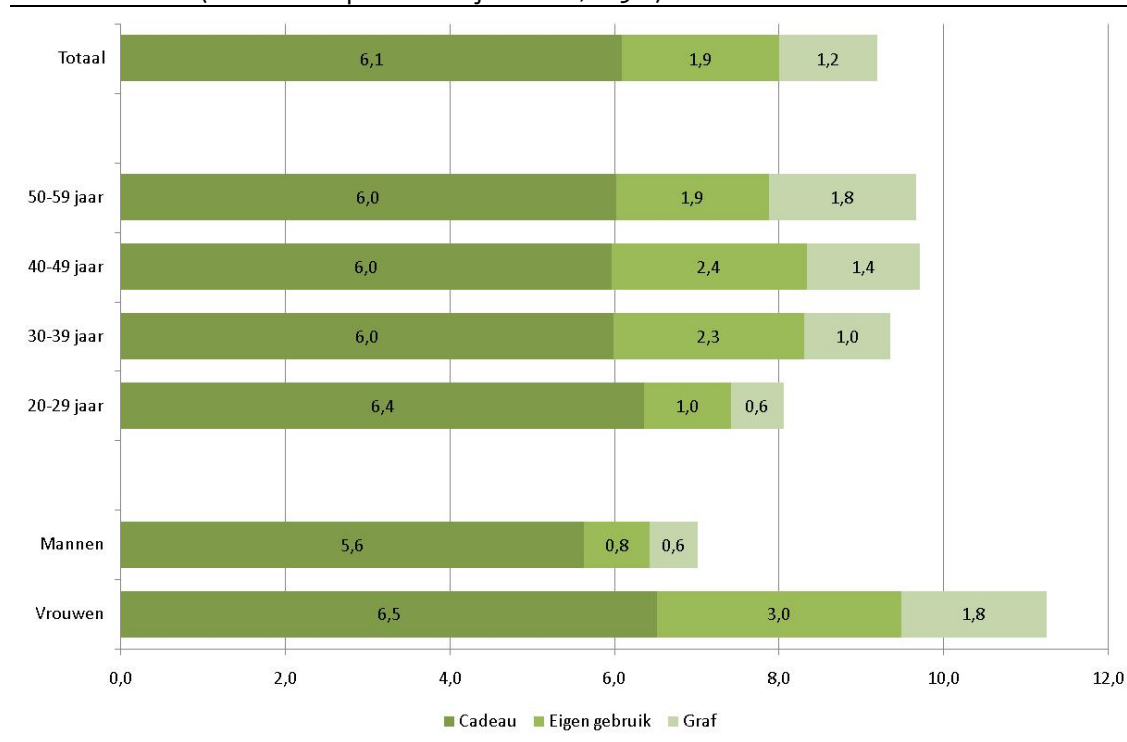
Figuur 4.1.2: Hoe vaak ontvangt u gemiddeld genomen snijbloemen?
(basis: alle kopers van snijbloemen, n=501)



- Gemiddeld ontvangen de respondenten 4 keer per jaar snijbloemen. Voor vrouwen ligt dit gemiddelde op 7, voor mannen is dit slechts 1 keer per jaar. Ongeveer 72% van alle ondervraagde mannen geeft aan nooit bloemen te ontvangen.

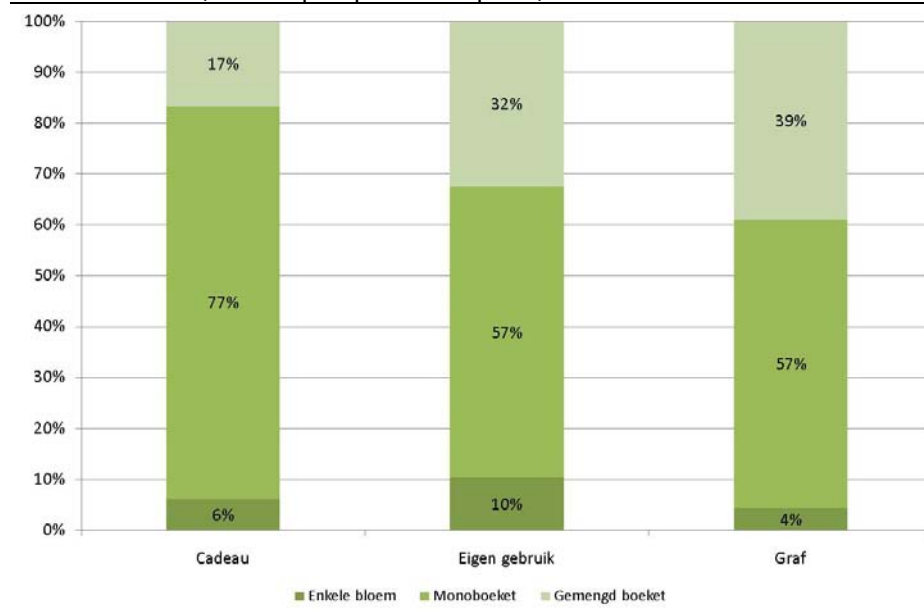
4.2 Frequentie naar aankoopdoel

Figuur 4.2.1: Aankoopfrequentie naar gelegenheid
(basis: alle kopers van snijbloemen, n=501)



- Gemiddeld koopt men 9,2 keer snijbloemen per jaar.
- De meeste bloemenaankopen worden gedaan voor een cadeau, gemiddeld 6,1 keer per jaar (81%). Het aantal aankopen voor eigen gebruik en voor een graf liggen op 1,9 (11%) respectievelijk 1,2 keer per jaar (9%).
- Respondenten in de leeftijd van 20 tot 29 jaar kopen minder vaak bloemen voor eigen gebruik of voor een graf.
- Mannen kopen in vergelijking met vrouwen aanzienlijk minder vaak bloemen voor eigen gebruik of voor een graf.
- Van de respondenten die geen bloemen voor eigen gebruik kopen, geeft 64% aan dat je bloemen nu eenmaal gewoon niet voor jezelf koopt.

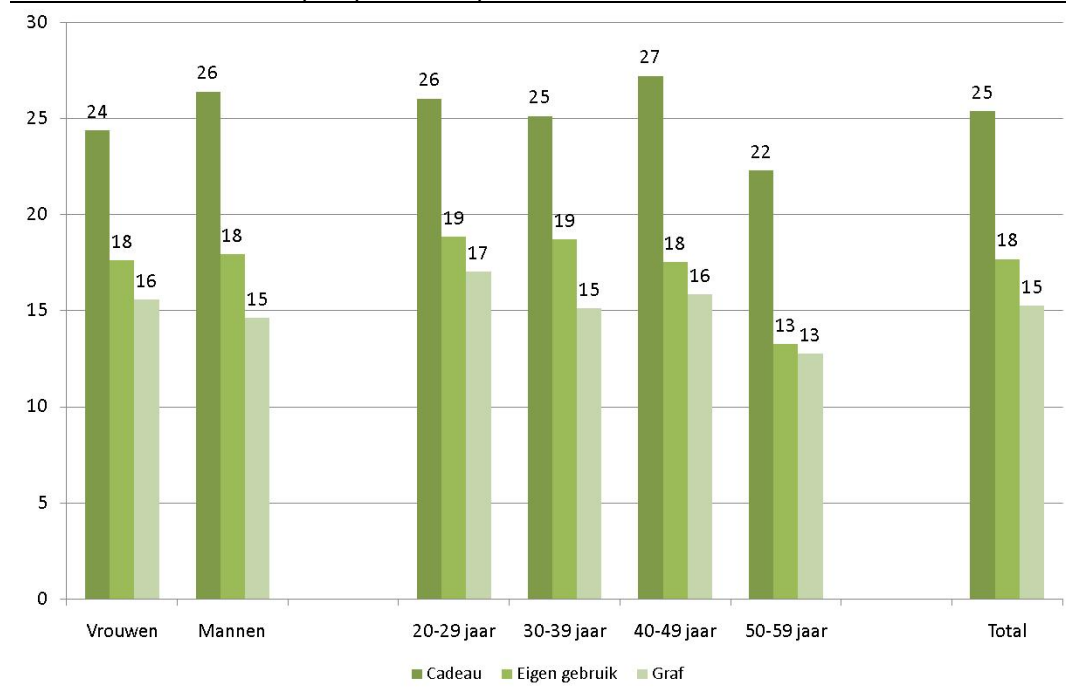
Figuur 4.2.2: Welke type bloem koopt u het meest voor cadeau, eigen gebruik of graf?
(basis: kopers per aankoopdoel)



- Wanneer men bloemen koopt voor een cadeau, dan is dit in 77% van de gevallen een monoboeket. Ook bij eigen gebruik of voor een graf kiest men meestal voor een monoboeket. Opvallend is dat de respondenten aangeven voor een cadeau minder vaak een gemengd boeket te geven dan voor eigen gebruik.
- Over het algemeen kopen vrouwen vaker een gemengd boeket dan mannen. Mannen kopen juist vaker een monoboeket of een enkele bloem.
- Circa 81% van de respondenten koopt gewoonlijk kant-en-klare boeketten, 19% laat veelal een boeket op maat samenstellen.
- Gemiddeld bevat een monoboeket 4 stengels. Ongeveer 58% van de monoboeketten bestaat uit 3 stengels en circa 33% bestaat uit 5 stengels.
- Een gemengd boeket bevat gemiddeld 5 stengels. Ongeveer 38% van de gemengde boeketten bestaat uit 5 stengels, circa 29% bestaat uit 3 stengels en 17% heeft 7 stengels.
- Slechts 15% van de respondenten heeft in het afgelopen jaar één of meerdere bloemenarrangementen gekocht. De meeste arrangementen werden gekocht voor naamdagen, gevolgd door 8 maart en kerst.

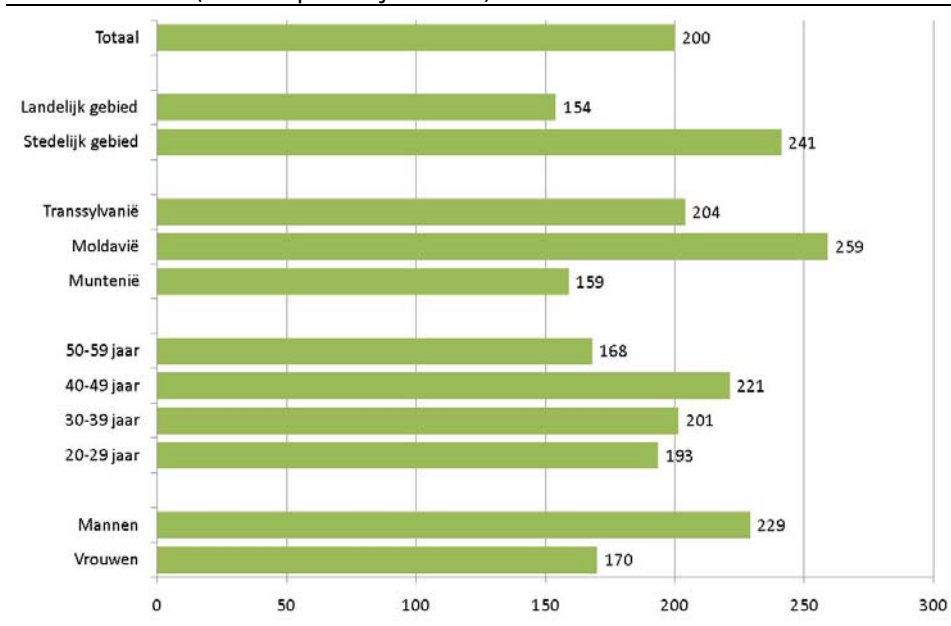
4.3 Gemiddelde bestedingen

Figuur 4.3.1: Gemiddelde bestedingen per aankoop (in RON)
(basis: kopers per aankoopdoel)



- Als het om een cadeau gaat dan geeft men gemiddeld 25 RON (6,80 Euro) uit per keer. Voor eigen gebruik geeft men gemiddeld 18 RON (4,90 Euro) per keer uit aan bloemen en voor een graf is dit 15 RON (4,10 Euro).
- Mannen geven gemiddeld meer uit voor een cadeau en minder voor het graf.
- Snijbloemenkopers van 50 tot 59 jaar geven gemiddeld het minst uit per aankoop.

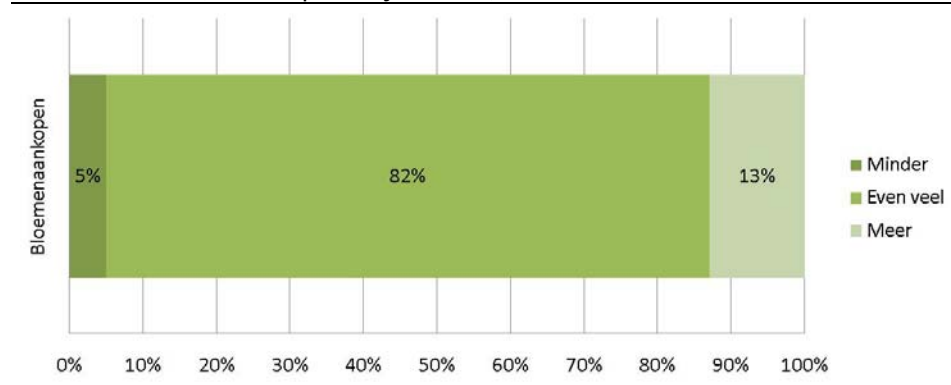
Figuur 4.3.2: Bestedingen snijbloemen op jaarbasis (in RON)
(basis: kopers snijbloemen)



- Gemiddeld geeft men jaarlijks 200 RON (54 Euro) uit aan snijbloemen.
- In stedelijke gebieden geeft men jaarlijks aanzienlijk meer uit dan in landelijke gebieden (65 t.o.v. 42 euro).
- In de regio Moldavië liggen de jaarlijkse bestedingen aan snijbloemen met 259 RON (ruim 70 Euro) het hoogst.
- Wanneer wordt gekeken naar de leeftijd, dan geven consumenten van 40-49 jaar met 221 RON (60 Euro) het meeste uit aan snijbloemen. Consumenten van 50-59 jaar geven het minst uit aan bloemen.
- Mannen geven met gemiddeld 229 RON (62 Euro) jaarlijks meer uit aan snijbloemen dan vrouwen (170 RON; 46 Euro).

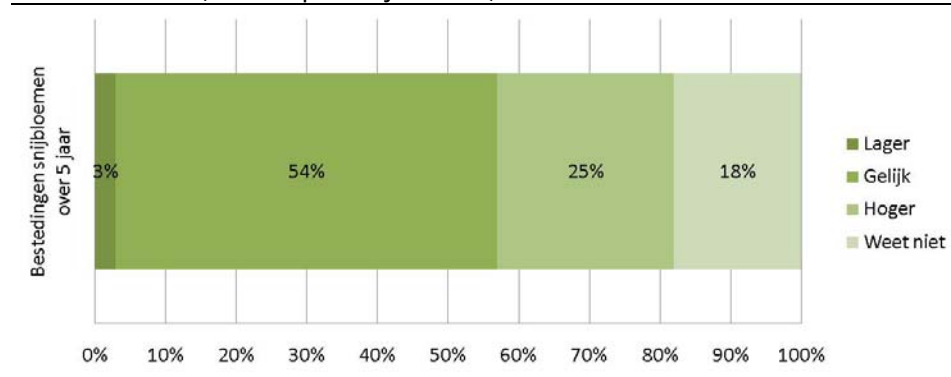
4.4 Stabiel aankoopgedrag

Figuur 4.4.1: Heeft u in de afgelopen 12 maanden meer/minder/even vaak bloemen gekocht dan drie jaar geleden?
(basis: kopers snijbloemen)



- Circa 82% van de ondervraagden geeft aan het afgelopen jaar even vaak snijbloemen te hebben gekocht als drie jaar geleden. Ongeveer 13% heeft het afgelopen jaar vaker bloemen gekocht dan drie jaar geleden. De belangrijkste redenen hiervoor zijn:
 - o Meer gelegenheden (42%)
 - o Voor mijn geliefde (11%)
 - o Ik geef graag bloemen/leuk gebaar (11%)
 - o Meer verjaardagen (8%)
 - o Sociale verplichtingen (5%)

Figuur 4.4.2: Denkt u over 5 jaar meer of minder te besteden aan snijbloemen?
(basis: kopers snijbloemen)

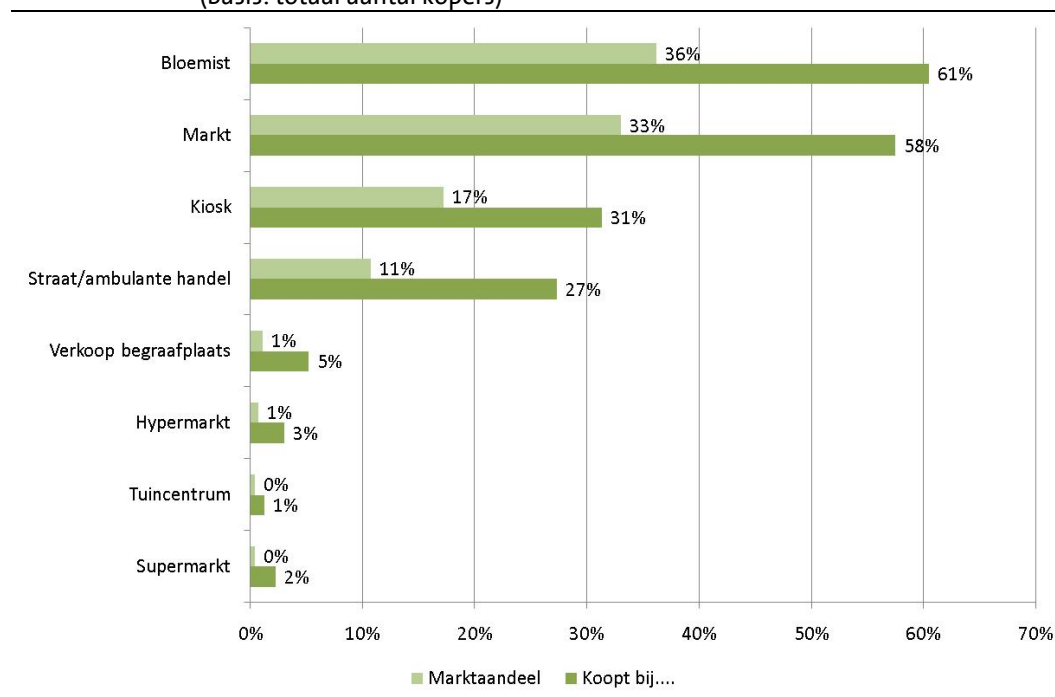


- 14% van alle respondenten denkt dat de economie zich in de komende jaren positief zal ontwikkelen. Circa 20% denkt juist dat de economie zal verslechteren, met name vanwege de economische crisis en minder werkgelegenheid. 32% denkt dat de economie stabiel zal blijven en 34% weet het niet.
- Circa 54% van de ondervraagden is van mening dat de bestedingen aan snijbloemen over 5 jaar vergelijkbaar zullen zijn. Volgens 25% van de respondenten zullen de bestedingen toenemen en volgens 3% zijn de bestedingen over 5 jaar lager.
- Tussen mannen en vrouwen en binnen de verschillende leeftijdscategorieën zijn geen grote verschillen waarneembaar.

5 Aankoopplaatsen

5.1 Supermarkt wint aan belang

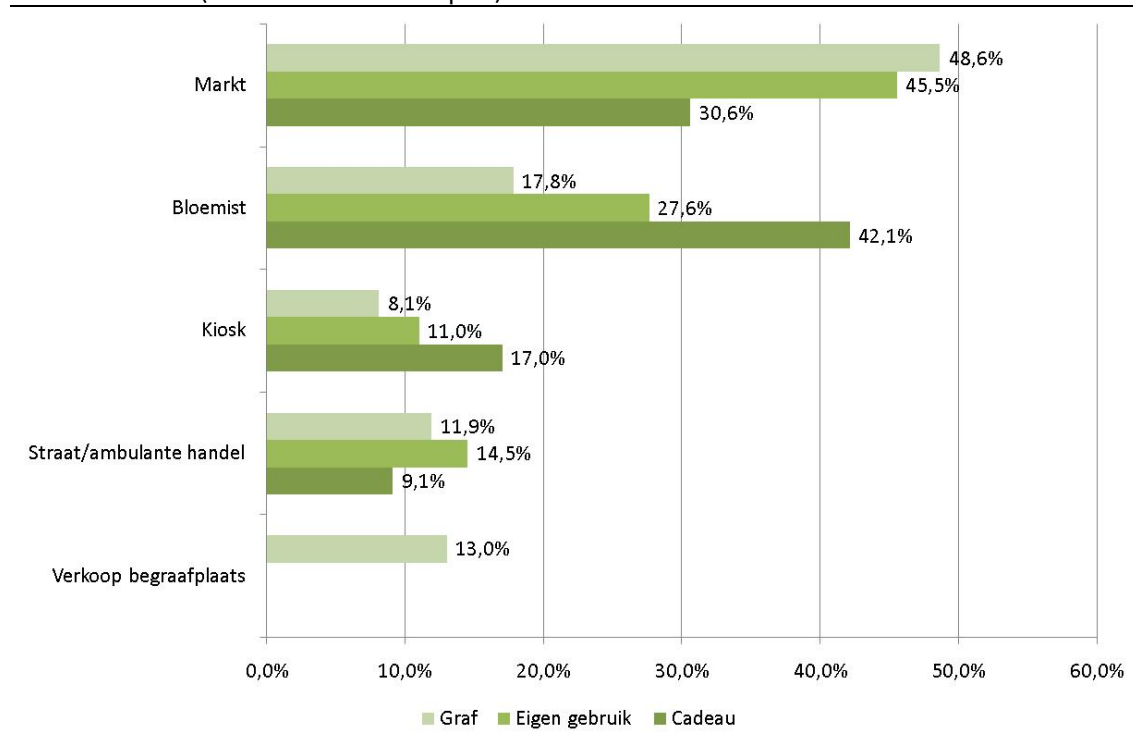
Figuur 5.1.1: Waar koopt u snijbloemen? Wat is het marktaandeel op basis van bestedingen?
(basis: totaal aantal kopers)



- Ongeveer 61% van alle bloemenkopers koopt bloemen bij de bloemist, 58% koopt op de markt, 31% koopt bij een kiosk en 27% koopt bloemen op straat.
- Volgens 37% van de respondenten is het aantal aankopen bij de bloemist toegenomen ten opzichte van drie jaar geleden. Volgens 63% van de respondenten is dit niet het geval.
- In Transsylvanië koopt men minder vaak bloemen op straat of bij een kiosk en juist vaker op de markt. In Muntenië koopt men in vergelijking met Transsylvanië en Moldavië minder vaak bij de bloemist.
- In stedelijke gebieden koopt men vaker snijbloemen bij de kiosk of de bloemist in vergelijking met respondenten uit landelijke gebieden.
- Vrouwen kopen in vergelijking met mannen vaker bloemen bij de bloemist, een kiosk of op de markt.
- Jongeren van 20 tot 29 jaar kopen minder vaak bloemen bij een kiosk of op de markt, en kopen juist vaker bloemen op straat. Ouderen (50-60 jaar) kopen juist minder vaak bij de bloemist.
- Vervolgens is de respondenten gevraagd om hun snijbloemenbestedingen te verdelen over de verschillende afzetkanalen. Circa 36% van de totale bestedingen wordt gedaan bij de bloemist. De markt staat op de tweede plaats, met een aandeel van 33% in de totale bestedingen.
- De super- en hypermarkt spelen nog geen rol van betekenis in de afzet van snijbloemen. Circa 48% geeft echter wel aan nu vaker boodschappen te doen in grote super- en hypermarkten dan drie jaar geleden. Volgens 40% gaan ze nog even vaak naar de super- /hypermarkt als drie jaar geleden. De groei van het aantal grote retailers in Roemenië wordt door 45% van de Roemenen gezien als een positieve ontwikkeling, met name vanwege het brede assortiment en de lage prijzen. Circa 51% heeft er geen sterke mening over en de overige 5% vindt dit een negatieve ontwikkeling.

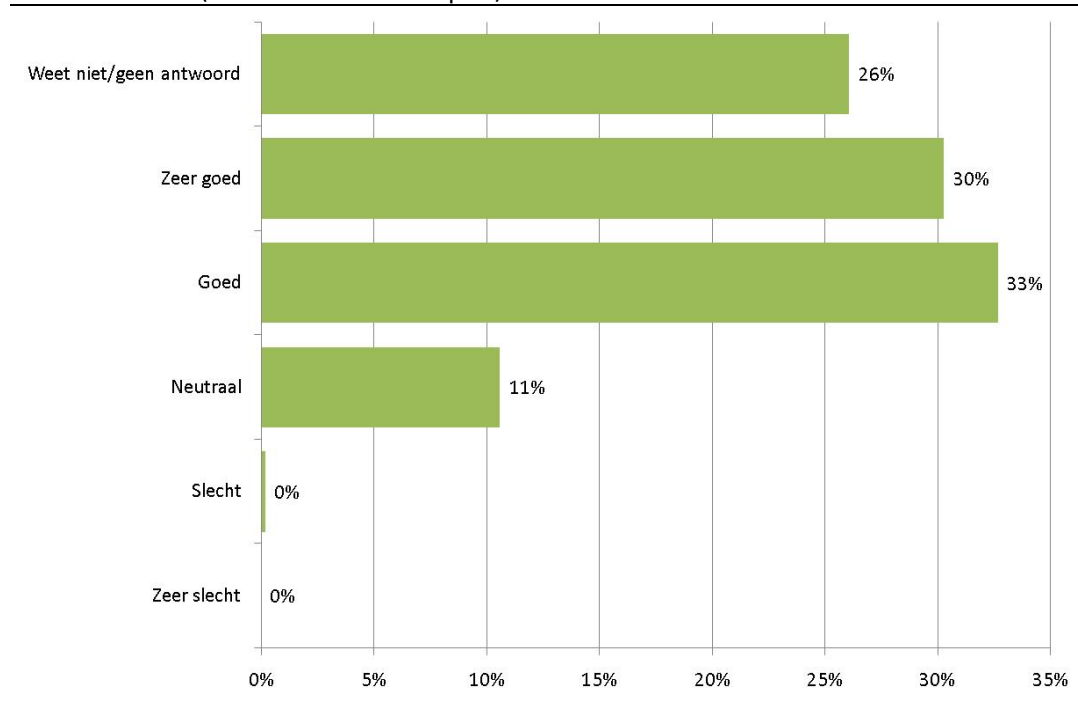
5.2 Bloemist is de aankoopplaats voor bloemencadeaus

Figuur 5.2.1: Waar koopt u meestal snijbloemen voor welke gelegenheid?
(basis: totaal aantal kopers)



- Voor cadeaauankopen blijft de bloemist veruit de belangrijkste plaats van aankoop, 42% van de respondenten koopt met name hier snijbloemen wanneer het een cadeau betreft. De markt staat met bijna 31% op een tweede plaats. De supermarkt en hypermarkt spelen voor cadeaauankopen nauwelijks een rol van betekenis.
- De belangrijkste redenen waarom men juist hier bloemen voor een cadeau koopt, zijn kwaliteit (39%), prijs (28%), service (24%), afstand (18%), assortiment (17%) en verpakking (15%).
- Voor eigen gebruik koopt ruim 45% vooral snijbloemen op de markt. De bloemist staat met bijna 28% op een tweede plaats.
- De belangrijkste redenen waarom men juist hier bloemen voor eigen gebruik koopt, zijn prijs (50%), kwaliteit (36%), service (17%), assortiment (16%) en afstand (14%).
- Wanneer de snijbloemen zijn bedoeld voor een graf, dan is de markt met bijna 49% het belangrijkste aankoopkanaal. De bloemist volgt met een aandeel van bijna 18%.
- De belangrijkste redenen waarom men juist hier bloemen voor een graf koopt, zijn prijs (45%), kwaliteit (22%), afstand (21%) en uit gewoonte (20%).

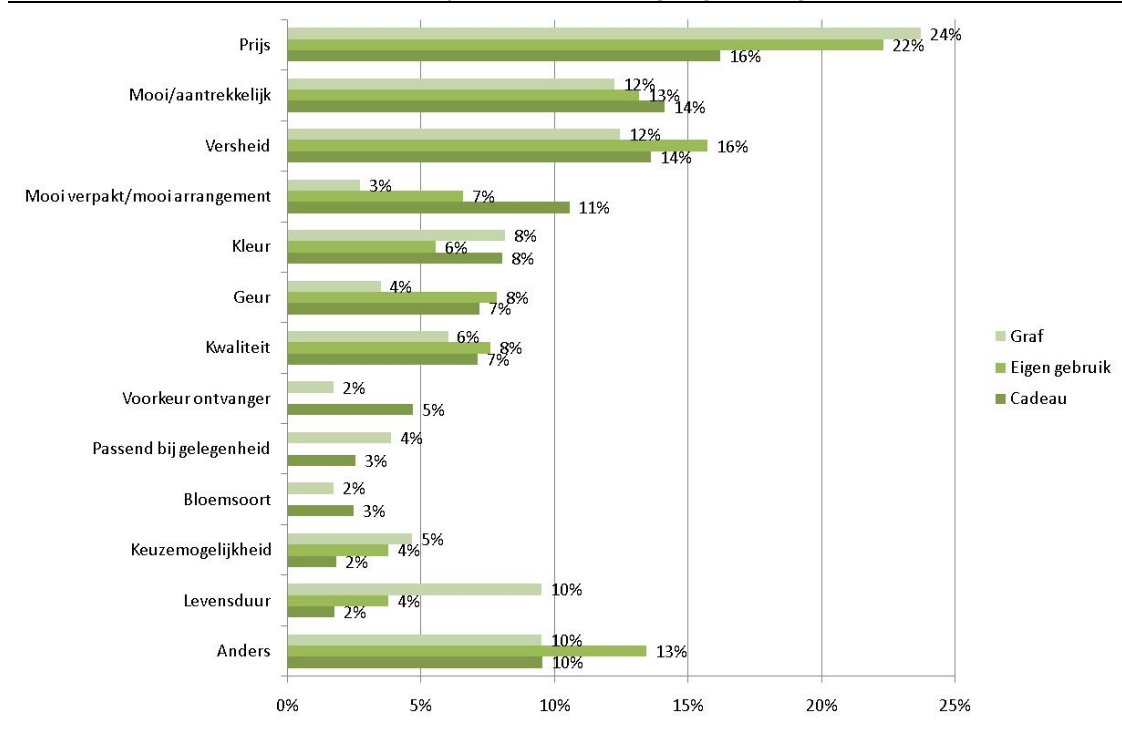
Figuur 5.2.2: Hoe beoordeelt u de kwaliteit van snijbloemen bij de bloemist?
(basis: totaal aantal kopers)



- Ongeveer 63% van de respondenten beoordeelt de snijbloemen bij de bloemist als goed tot zeer goed. De belangrijkste redenen die men hiervoor geeft, zijn:
 - o Beter verzorgd/bewaard (25%)
 - o Vers (17%)
 - o Mooie bloemen (10%)
 - o Hoge kwaliteit (9%)
 - o Mooie arrangementen/mooi gepresenteerd (6%)
 - o Langere levensduur (6%)
 - o Breed assortiment (5%)
- Wanneer de respondenten wordt gevraagd of de bloemist in hun ogen is veranderd in de afgelopen vijf jaar, geeft 19% aan dat er inderdaad veranderingen zichtbaar zijn. Ongeveer 62% heeft geen veranderingen waargenomen en 20% heeft geen bloemen gekocht bij de bloemist en heeft er daardoor geen mening over. De belangrijkste veranderingen die men heeft waargenomen, zijn:
 - o Breder assortiment (29%)
 - o Betere kwaliteit (17%)
 - o Bloemen worden beter verzorgd (15%)
 - o Langere levensduur (12%)

6 Aankoopcriteria

Figuur 6.1: Wat zijn de belangrijkste aankoopcriteria bij het kopen van bloemen?
(basis: totaal aantal kopers van cadeau/eigen gebruik/graf)



- De belangrijkste aankoopcriteria zijn: prijs, mooi/aantrekkelijk, versheid en mooi verpakt/mooi. Daarna volgen kleur, geur en kwaliteit.
- Wanneer het een cadeau betreft, let men minder op de prijs en wil men een mooi (verpakt) arrangement.
- Wanneer men snijbloemen koopt voor op het graf, let men extra op de levensduur van het boeket (genoemd door 10%).
- Wanneer men bloemen koopt voor een cadeau of een graf, zijn er geen grote verschillen tussen mannen en vrouwen. Wanneer het bloemen voor eigen gebruik betreffen, geven vrouwen vaker aan te letten op een mooi boeket. De mannen kiezen juist vaker voor geur en kwaliteit.

7 Beleving van bloemsoorten

7.1 Roos is de mooiste bloem

Aan de kopers van snijbloemen is gevraagd naar de beleving en imago van bepaalde bloemsoorten. Op de vragen is spontaan geantwoord.

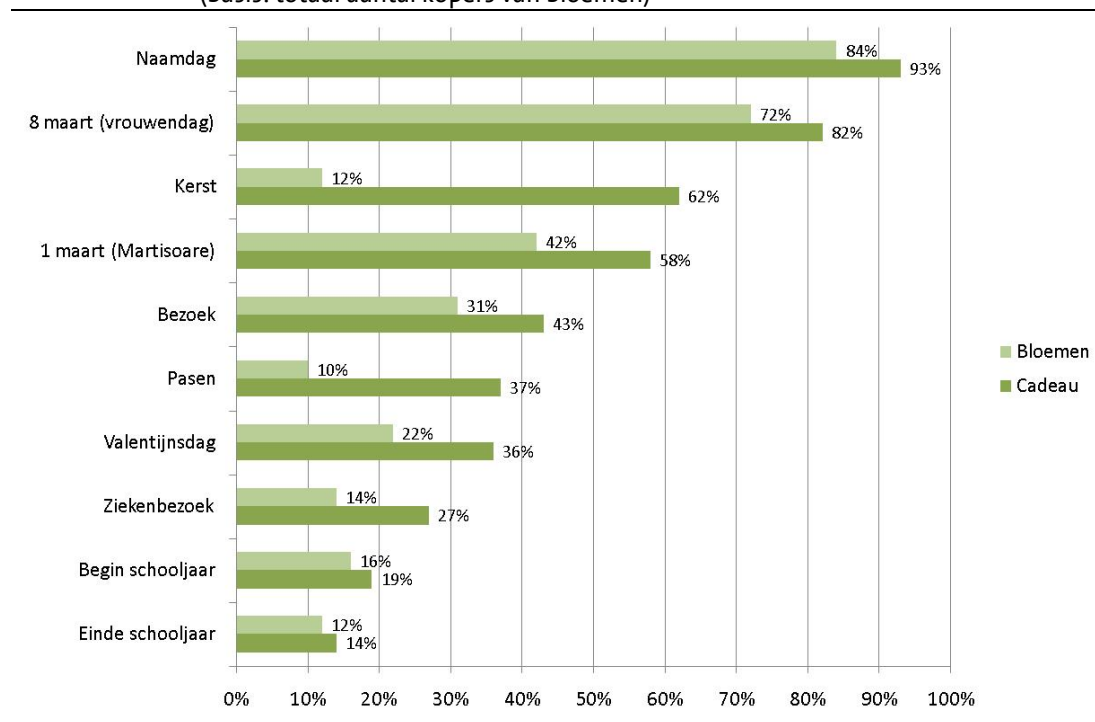
	1	2	3
Mooiste bloem			
	Roos: 54%	Lelie: 13%	Orchidee: 7%
	De roos scoort met name hoog bij jongeren (tot 30 jaar). Op afstand volgen lelie en orchidee.		
Minst mooie bloem			
	Anjer: 28%	Tulp: 81%	Chrysant: 8%
	De minst mooie bloem is de anjer. In stedelijke gebieden wordt de chrysant vaker genoemd dan in landelijke gebieden.		
Vrolijkste bloem			
	Roos: 46%	Lelie: 12%	Tulp: 8%
	De roos wordt vaker genoemd door jongeren (20-30 jaar), door mannen en in stedelijke gebieden. Het vaakst wordt de roos genoemd in de regio Muntenië, gevolgd door Transsylvanië en vervolgens Moldavië.		
Meest geschikt om weg te geven bij vrolijke gelegenheden			
	Roos: 56%	Lelie: 13%	Orchidee: 7%
	De roos is het meest geschikt op weg te geven bij vrolijke gelegenheden. In Transsylvanië scoorde de roos hoger dan in Muntenië en Moldavië. Ook mannen noemen de roos significant vaker dan vrouwen.		

Meest geschikt om weg te geven bij treurige gelegenheden			
	Anjer: 43%	Calla: 11%	Chrysant: 8%
	De anjer wordt het minst vaak genoemd door respondenten in Transsylvanië en Roemenen van 50-60 jaar. De calla wordt significant vaker genoemd door vrouwen.		
Duurste bloem			
	Orchidee: 30%	Lelie: 26%	Roos: 20%
	De orchidee wordt vaker genoemd door vrouwen, de roos wordt vaker genoemd door respondenten in Muntenië.		
Goedkoopste bloem			
	Anjer: 49%	Sneeuwklokje: 11%	Tulp: 8%
	De anjer wordt minder vaak genoemd in Transsylvanië en in landelijke gebieden. De anjer wordt juist relatief vaak genoemd door jongeren (20-29 jaar).		

8 Aankoopgelegenheden

8.1 Bloemen niet altijd eerste keus

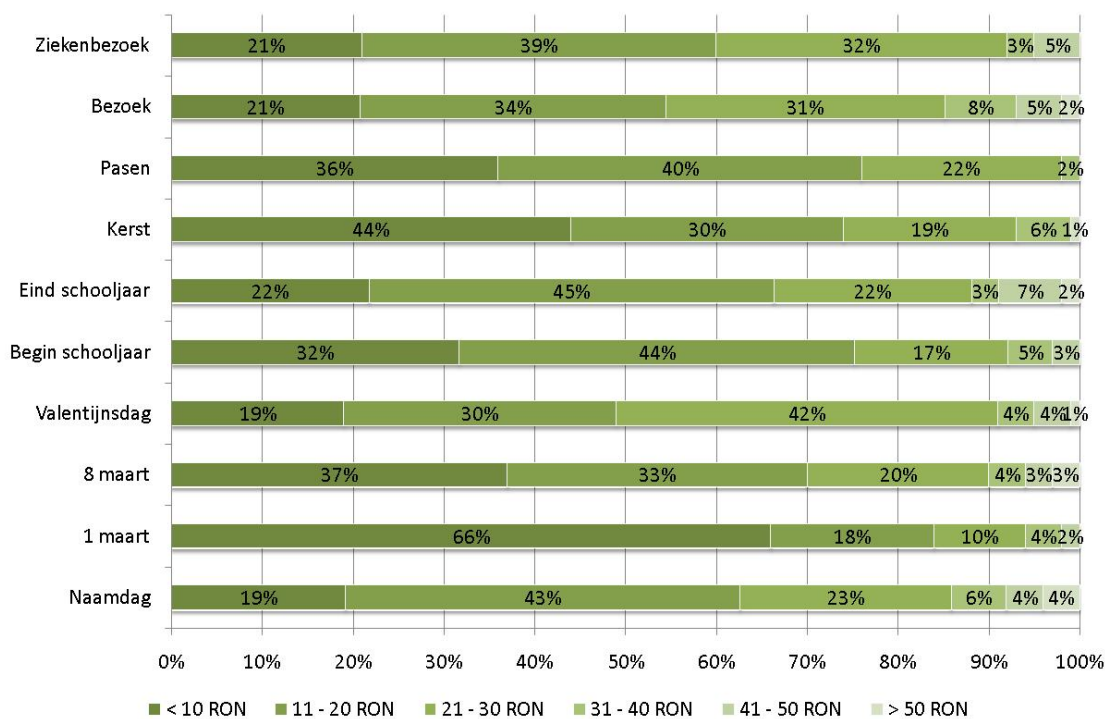
Figuur 8.1.1: Per gelegenheid: geeft u een cadeau / geeft u bloemen cadeau?
(basis: totaal aantal kopers van bloemen)



- Aan Roemeense consumenten die bloemen kopen is een aantal gelegenheden voorgelegd. Bij elke gelegenheid is gevraagd of men normaal gesproken een cadeau hiervoor koopt. Vervolgens is gevraagd of dit ook wel eens bloemen zijn.
- Bloemen worden bij vrijwel alle gelegenheden cadeau gegeven. Echter, het is vooral gebruikelijk op naamdagen, vrouwendag, 1 maart (Martisoare) en wanneer men ergens op bezoek gaat. Met Kerst en Pasen valt de keuze vaker op een ander cadeau.

8.2 Bestedingscategorieën bloemen per gelegenheid

Figuur 8.2.1: Wat geeft u per gelegenheid gemiddeld uit aan snijbloemen?
(basis: totaal aantal kopers van bloemen per gelegenheid)



Gelegenheid	Naamdag	1 maart	8 maart	Valentijnsdag	Begin schooljaar	Eind schooljaar	Kerst	Pasen	Bezoek	Ziekenbezoek
Gemiddelde besteding (RON)	24,30 (€ 6,60)	13,30 (€ 3,60)	20,40 (€ 5,55)	23,40 (€ 6,35)	18,00 (€ 4,90)	25,70 (€ 7,00)	21,20 (€ 5,75)	16,60 (€ 4,50)	23,30 (€ 6,35)	17,80 (€ 4,80)

- Voor het einde van het schooljaar, naamdagen, Valentijnsdag en bezoeken liggen gemiddelde bestedingen voor snijbloemen het hoogst. Het meeste geeft men uit aan bloemen voor het einde van het schooljaar (25,70 RON, ca. 7 Euro).
- Voor 1 maart en Pasen liggen de gemiddelde bestedingen het laagst. Het minste geeft men uit aan bloemen voor 1 maart (13,30 RON, ca. 3,60 Euro).
- Voor Valentijnsdag worden met name bloemen gekocht door mannen, 85% van alle respondenten die bloemen kopen voor Valentijnsdag zijn man.
- Het zijn met name de vrouwen die bloemen kopen voor het begin en het einde van het schooljaar.

8.3 Soort en kleur per gelegenheid

Tabel 8.3.1: Soort en kleur bloemen per gelegenheid?
(basis: totaal aantal kopers van bloemen per gelegenheid)

Gelegenheid	Wat voor soort bloemen?	Kleur?
Naamdag	Roos (50%) Lelie (18%) Anjer (11%)	Rood (50%) Wit (33%) Geel (8%)
1 maart	Sneeuwklokje (24%) Freesia (16%) Hyacint (12%)	Wit (51%) Rood (23%) Geel (13%)
8 maart	Roos (35%) Freesia (14%) Tulp (11%)	Rood (43%) Wit (31%) Geel (15%)
Valentijnsdag	Roos (89%) Orchidee (3%)	Rood (73%) Wit (19%) Geel (4%)
Begin schooljaar	Anjer (26%) Roos (24%) Lelie (15%)	Rood (46%) Wit (35%) Geel (9%)
Eind schooljaar	Roos (35%) Lelie (22%) Anjer (13%)	Wit (45%) Rood (33%) Roze (12%)
Kerst	Roos (44%) Lelie (15%) Chrysant (13%)	Rood (39%) Wit (39%) Roze (15%)
Pasen	Roos (28%) Tulp (26%) Lelie (12%)	Rood (54%) Wit (28%) Geel (16%)
Bezoek	Roos (32%) Lelie (19%) Anjer (18%)	Rood (46%) Wit (33%) Geel (10%)
Ziekenbezoek	Roos (24%) Anjer (23%) Tulp (13%)	Rood (46%) Wit (27%) Geel (13%)

- Over het algemeen zijn roos, lelie en anjer volgens de respondenten voor veel gelegenheden geschikt. Met name voor Valentijnsdag is de roos eigenlijk de enige bloem die geschikt wordt bevonden.
- De belangrijkste kleuren zijn rood, wit en geel. Ook hier schiet Valentijnsdag er uit met een sterke voorkeur van de respondenten voor rood. Voor 1 maart en het einde van het schooljaar is wit de populairste kleur.

8.4 Bloemen belangrijkste cadeau voor vrouwen

Tabel 8.4.1: Positie bloemen als cadeau voor mannen en vrouwen
(basis: totaal aantal kopers van bloemen)

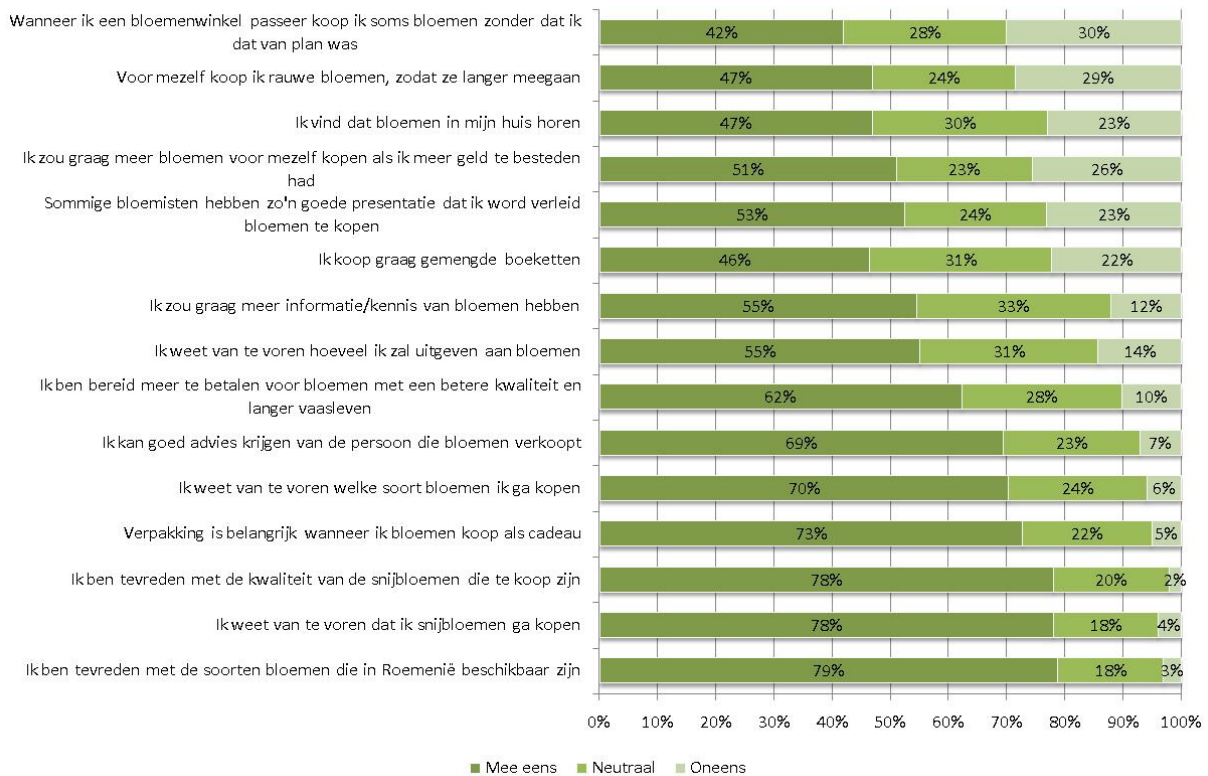
	Geeft cadeau voor gelegenheid	Welk cadeau	Wat voor soort bloemen	Kleur bloemen	Gemiddelde besteding (RON)
Voor vrouw	97%	Bloemen (69%) Kleding (39%) Juwelen (35%) Parfum (34%) Cosmetica (33%)	Roos (59%) Lelie (13%) Anjer (7%) Gerbera (5%) Freesia (5%)	Rood (52%) Wit (32%) Geel (6%) Roze (5%)	25,15 (€ 6,85)
Voor man	56%	Kleding (72%) Aftershave (40%) Verzorgingsproducten (40%) Alcohol (31%) Horloge (13%)	-	-	-

- Voor speciale gelegenheden krijgen vrouwen van 97% van de respondenten een cadeau. In 69% van de gevallen zijn dit bloemen. Op afstand volgen alternatieve cadeaus zoals kleding, juwelen, parfum en cosmetica. Het bloemencadeau bestaat meestal uit rozen, op afstand gevolgd door lelie, anjer, gerbera en Freesia. De belangrijkste bloemkleur zijn rood en wit, op afstand gevolgd door geel en roze.
- Circa 48% van de respondenten geeft aan dat ze meestal bloemen kopen als het “hoofdcadeau”, de overige 52% koopt meestal bloemen als toevoeging aan het “echte cadeau”.
- Mannen krijgen van 56% van de respondenten een cadeau. Kleding, aftershave en verzorgingsproducten zijn gangbare cadeaus voor een man. Bloemen worden nauwelijks genoemd als potentieel cadeau voor een man.
- Circa 69% van de mannen zegt cadeaus voor andere mannen te kopen, van de vrouwen koopt 43% cadeaus voor mannen.

9 Houding

9.1 Roemeense consument is tevreden over aanbod snijbloemen

Figuur 9.1.1: In welke mate bent u het eens met de volgende stellingen?
(basis: totaal aantal kopers van bloemen)

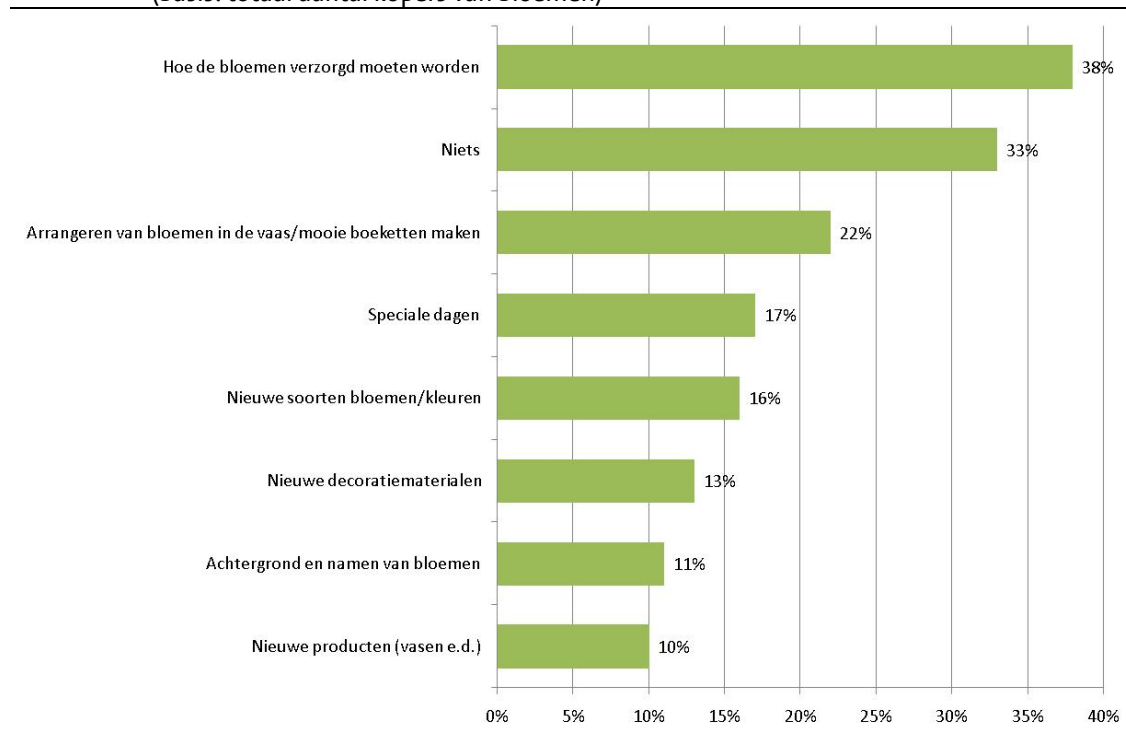


- Circa 79% van de Roemeense consumenten is tevreden over het aanbod aan snijbloemen. De kwaliteit is goed en het personeel in de winkel deskundig.
- Aankopen van snijbloemen zijn volgens 79% van te voren gepland. Het soort bloemen dat men wil kopen is minder vaak van te voren vastgesteld (70%) en het bedrag dat men wil uitgeven is volgens 55% van te voren vastgesteld.
- Verpakking is volgens 73% van de respondenten belangrijk wanneer de bloemen cadeau worden gegeven.
- Ongeveer 62% van de Roemenen geeft aan bereid te zijn om meer te betalen voor bloemen met een betere kwaliteit en een langer vaasleven.

10 Informatievoorziening

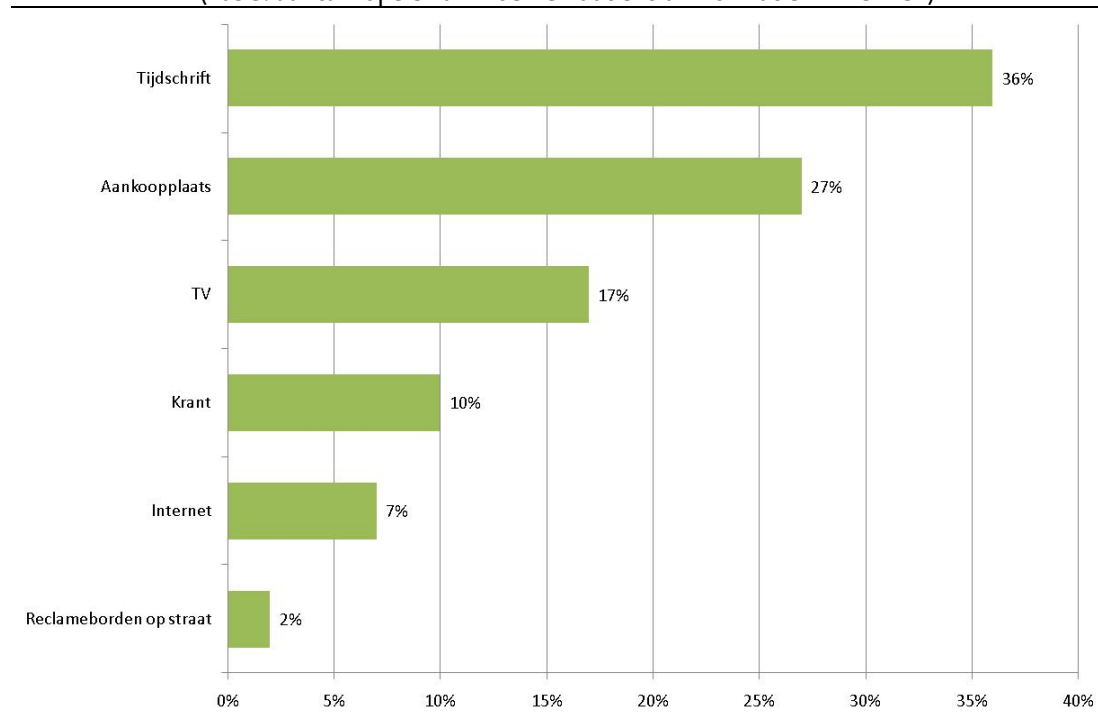
10.1 Verzorgingstips belangrijkste informatie

Figuur 10.1.1: Onderwerpen waarover men meer informatie wil
(basis: totaal aantal kopers van bloemen)



- Circa 38% van de Roemeense consumenten zou met name meer informatie willen hebben over de verzorging van bloemen.
- Ongeveer 33% geeft aan geen behoefte te hebben aan extra informatie.

Figuur 10.1.2: Medium van informatie-overdracht
(basis: aantal kopers van bloemen dat extra informatie wil hebben)



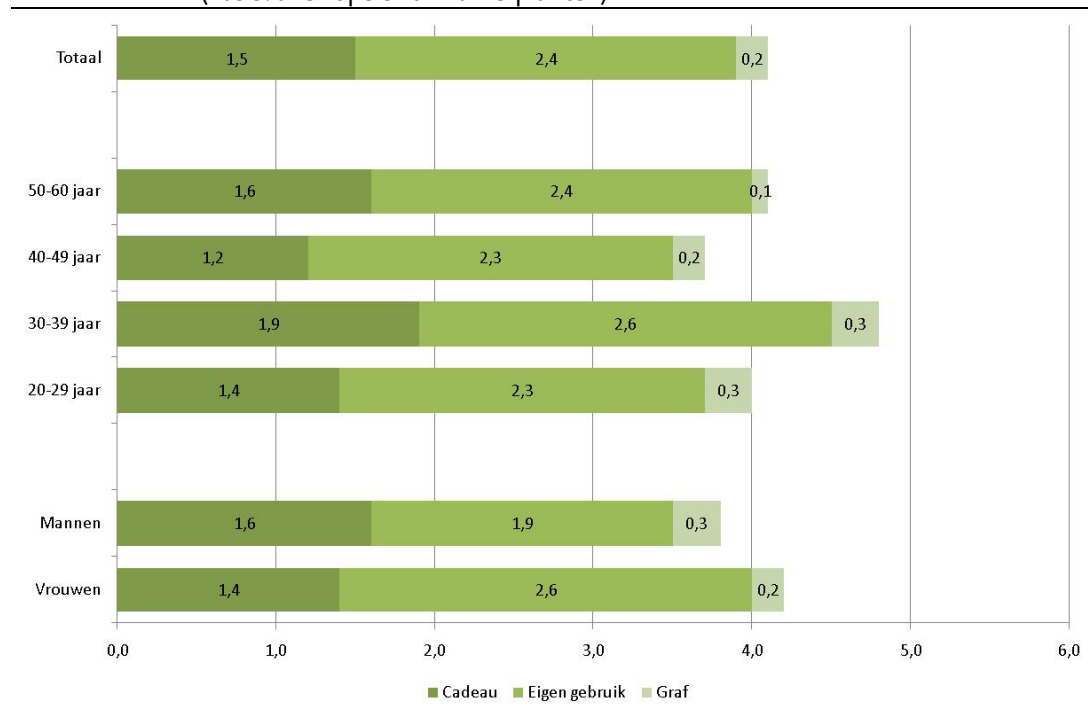
- Tijdschriften zijn volgens 36% van de respondenten hét medium om informatie over te brengen. Ongeveer 27% vindt de plaats van aankoop het beste kanaal om extra informatie te geven.

11 Kamerplanten

11.1 Kamerplant vooral voor eigen gebruik

- Circa 34,7% van de ondervraagde Roemenen heeft in het afgelopen jaar minimaal één keer kamerplanten gekocht (penetratie).

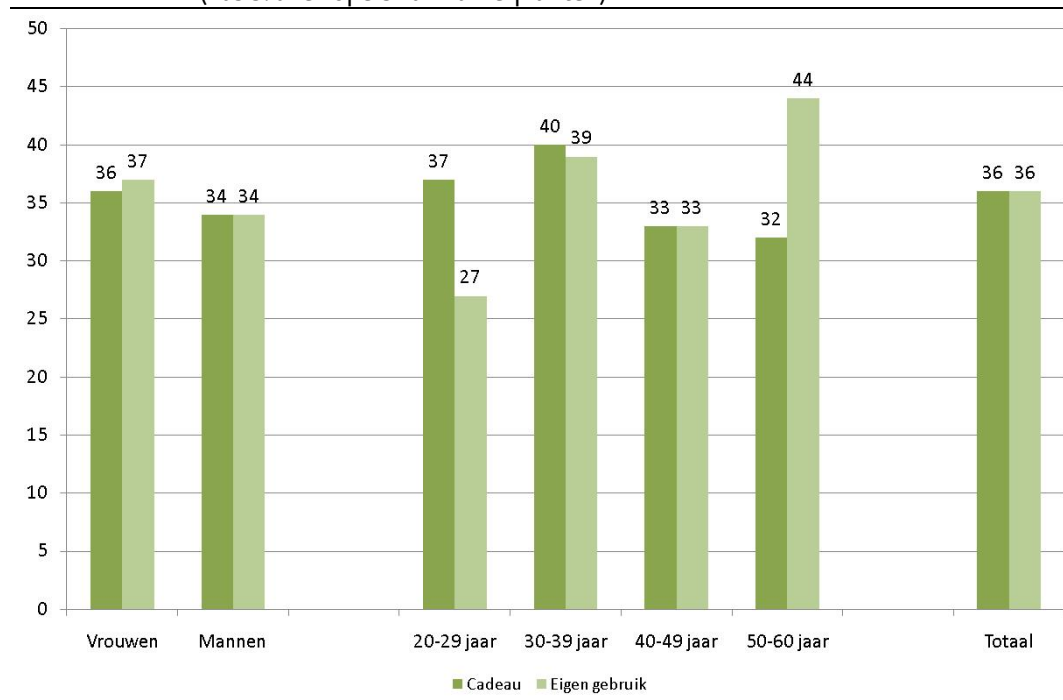
Figuur 11.1.1: Koopfrequentie kamerplanten
(basis: alle kopers van kamerplanten)



- Gemiddeld koopt men ongeveer 4 keer per jaar een kamerplant.
- Circa 59% van alle aankopen van kamerplanten betreffen planten voor eigen gebruik. Zo'n 37% wordt cadeau gegeven en slechts 5% is bedoeld voor op het graf.
- Roemenen van 30 tot 39 jaar kopen met circa 4,8 keer per jaar de meeste kamerplanten.

11.2 Kamerplant voor eigen gebruik mag meer kosten dan cadeauplant

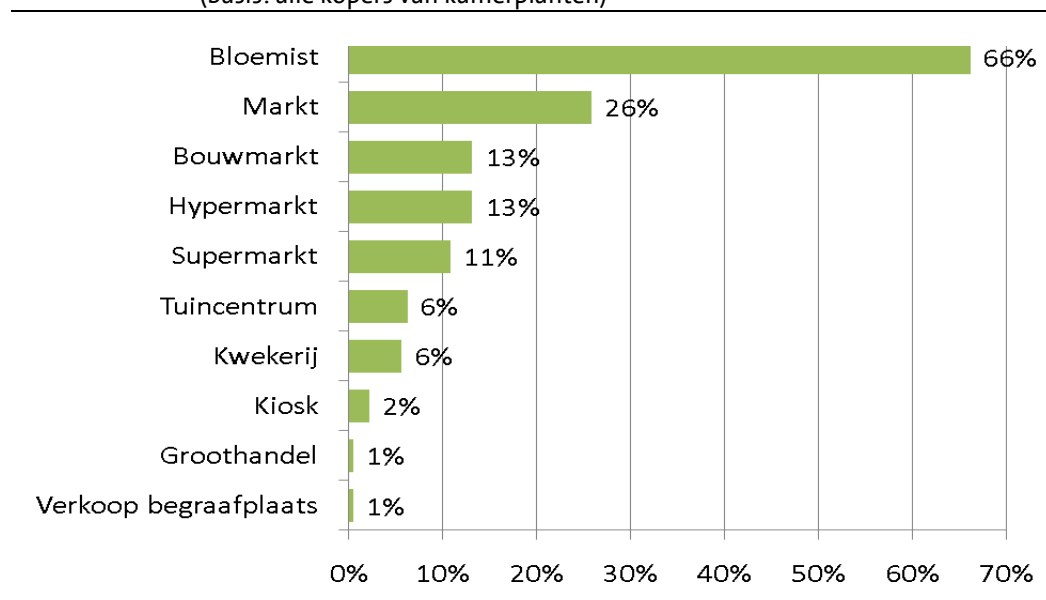
Figuur 11.2.1: Gemiddelde bestedingen per aankoopdoel
(basis: alle kopers van kamerplanten)



- Zowel voor een cadeau als voor eigen gebruik, geeft men gemiddeld 36 RON (9,80 Euro) per keer uit. Het aantal mensen dat planten koopt voor op het graf is zo laag dat hier geen uitspraken aan verbonden kunnen worden.
- Jongeren (20-29 jaar) geven aanzienlijk meer uit voor een cadeauplant dan wanneer ze een plant voor zichzelf kopen. Ouderen (50-60 jaar) geven juist meer uit voor een plant voor eigen gebruik.
- Van de totale jaarlijkse bestedingen aan kamerplanten, wordt 77% uitgegeven aan bloeiende kamerplanten en 23% aan groene kamerplanten. Jongeren (20-29 jaar) kopen aanzienlijk vaker bloeiende kamerplanten en consumenten in Moldavië kopen vaker groene kamerplanten dan in Muntenië en Transsylvanië.
- Wanneer men de totale jaarlijkse bestedingen aan bloemen en planten moet verdelen, zegt men circa 35% te besteden aan kamerplanten en circa 65% aan snijbloemen. Ongeveer 41% van de respondenten geeft aan dat deze verhouding in de afgelopen jaren niet is veranderd. Circa 45% zegt dat het aandeel van snijbloemen in de totale bestedingen is toegenomen en 10% is juist relatief meer kamerplanten gaan kopen.

11.3 Aankoopkanalen

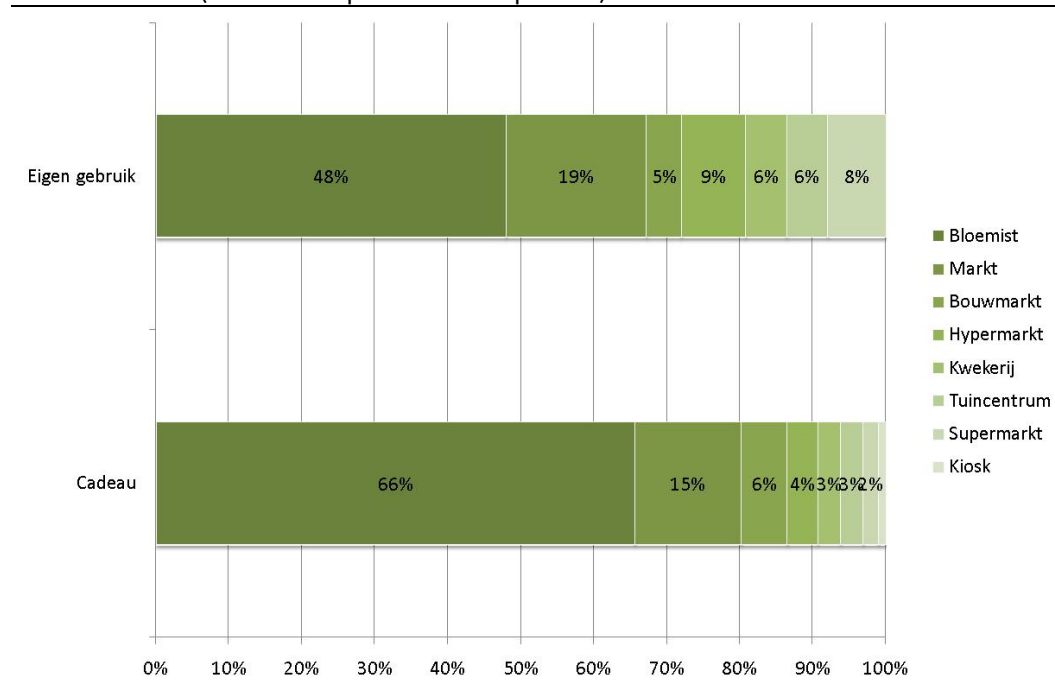
Figuur 11.3.1: Aankoopkanalen
(basis: alle kopers van kamerplanten)



- Aan de respondenten is gevraagd bij welke aankoopkanalen ze kamerplanten kopen. De bloemist werd hierop door 66% genoemd als aankoopkanaal. De markt werd door 26% van de respondenten genoemd en staat op een tweede plaats.
- In Muntenii koopt men minder vaak bij een bloemist en vaker bij de bouwmarkt. In Moldavië koopt men vaker bij het tuincentrum en in Transsylvanië koopt men vaker bij de bloemist en juist minder vaak op de markt of in de hypermarkt.
- Vrouwen kopen vaker dan mannen kamerplanten bij de bloemist en de supermarkt. Mannen kopen juist vaker bij de bouwmarkt, de hypermarkt en de kwekerij.
- Ouderen (50-60 jaar) kopen hun kamerplanten minder vaak bij de bouwmarkt, de supermarkt en de hypermarkt.
- In stedelijke gebieden koopt men vaker planten bij de bouwmarkt en minder vaak bij de supermarkt dan in landelijke gebieden.
- 14% van de respondenten geeft aan dat zij nu vaker kamerplanten in de super- of hypermarkt kopen dan drie jaar geleden. 39% is niet meer kamerplanten gaan kopen bij dit afzetkanaal en 48% geeft aan hier nooit kamerplanten te hebben gekocht. Circa 48% geeft aan nu vaker boodschappen te doen in grote super- /hypermarkten dan drie jaar geleden. Volgens 40% gaan ze nog even vaak naar de super- /hypermarkt als drie jaar geleden.
- De groei van het aantal grote retailers in Roemenië wordt door 45% van de Roemenen gezien als een positieve ontwikkeling, met name vanwege het brede assortiment en de lage prijzen. Circa 51% heeft er geen sterke mening over en de overige 5% vindt dit een negatieve ontwikkeling.
- Volgens 38% is de kwaliteit van planten bij de super- of hypermarkt goed tot zeer goed, met name vanwege de goede verzorging, het assortiment en de prijs. 5% vindt de kwaliteit van planten slecht tot zeer slecht.
- Volgens 29% is de kwaliteit van planten bij de bouwmarkt goed tot zeer goed, met name vanwege de goede verzorging en de verse planten. Bijna 2% vindt de kwaliteit van planten hier slecht tot zeer slecht.

11.4 Cadeau gekocht bij bloemist

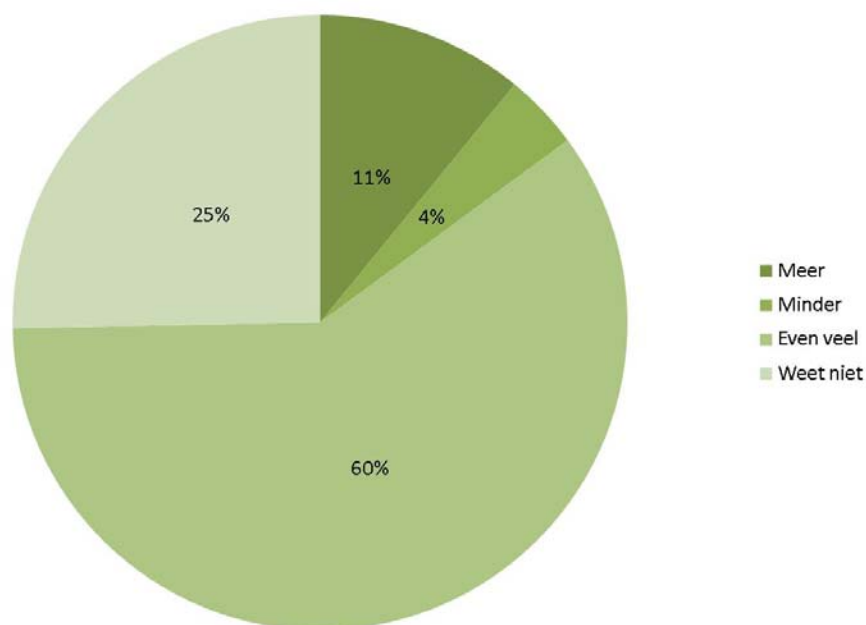
Figuur 11.4.1: Waar koopt u meestal kamerplanten voor eigen gebruik of voor cadeau?
(basis: alle kopers van kamerplanten)



- Zowel bij kamerplantenaankopen voor zichzelf als voor cadeau is de bloemist het belangrijkste aankoopkanaal. Kamerplanten als cadeau koopt men vaker bij de bloemist. Voor eigen gebruik koopt men vaker op de markt, in de supermarkt, hypermarkt, kwekerij en tuincentrum.
- Als reden op een cadeau bij de bloemist te kopen, noemt men de kwaliteit, de service, gewoonte, afstand en het assortiment.
- Wanneer men planten voor eigen gebruik bij de bloemist koopt, zijn de argumenten hiervoor hetzelfde als voor een cadeau. De lage prijs en gewoonte zijn de belangrijkste redenen om planten voor eigen gebruik op de markt te kopen.

11.5 Toekomstverwachting

Figuur 11.5.1: Verwacht u in de toekomst meer kamerplanten te kopen?
(basis: kopers kamerplanten)



- 14% van alle respondenten denkt dat de economie zich in de komende jaren positief zal ontwikkelen. Circa 20% denkt juist dat de economie zal verslechteren, met name vanwege de economische crisis en minder werkgelegenheid. 32% denkt dat ze economie stabiel zal blijven en 34% weet het niet.
- 60% Van de kamerplantenkopers verwacht dat ze in de nabije toekomst even veel kamerplanten zullen kopen. Circa 11% zegt meer kamerplanten te gaan kopen en 4% denkt dat dit juist minder zal worden. Een kwart van de respondenten heeft hierover nog geen idee.
- Degenen die wel een toename van hun aankopen verwachten geven als redenen dat men het leuk vindt de woning met kamerplanten aan te kleden, dat ze lang meegaan en dat men gewoon van kamerplanten houdt.