Productschap Tuinbouw

Alstroemeria: imago positief, naam nog onbekend

Onderzoek onder bloemisten en consumenten



PT 2012 - 20
Juli 2012 - Ir. Frederieke Vermeer/Annette Meeder
Productschap Tuinbouw, Markt, duurzaamheid & Innovatie

Alstroemeria: imago positief, naam nog onbekend

Onderzoek onder bloemisten en consumenten

Productschap Tuinbouw

Auteur Ir. Frederieke Vermeer/Annette Meeder
Functie Senior Projectleider Marktonderzoek
Telefoon 0793470658/-614
e-mail f.vermeer@tuinbouw.nl/a.meeder@tuinbouw.nl

Productschap Tuinbouw, Postbus 280, 2700 AG Zoetermeer

Telefoon 079 – 347 07 07 email info@tuinbouw.nl internet www.tuinbouw.nl

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

Inhoudsopgave

1	**inleiding**	**8**
1.1	Producttesten	8
1.2	Onderzoeksopzet	8
1.3	Beeldmateriaal	8
1.4	Leeswijzer	8
2	**Imago**	**11**
2.1	Alstroemeria, een mooie bloem	11
2.2	Welke uitstraling past best en minst bij de alstroemeria?	11
2.2.1	Alstroemeria is natuurlijk, elegant en sierlijk	11
2.2.2	Bloemist en consument verdeeld over stijl alstroemeria	12
2.3	Consument en bloemist zeer gecharmeerd van alstroemeria	13
2.4	Alstroemeria wordt gezien als seizoensbloem	14
3	**Bloemist**	**15**
3.1	Alstroemeria's in alle bloemenwinkels te vinden	15
3.2	Rol in assortiment	15
3.3	Aandeel alstroemeria gelijk gebleven	16
3.4	Wit scoort goed bij bloemisten	17
3.5	Helft Duitse bloemisten geeft voorkeur aan middelzware kwaliteit	18
3.6	Steellengte alstroemeria maakt wel degelijk verschil	19
3.7	Extra lange alstroemeria's hebben niet de voorkeur	19
3.8	Duitse bloemisten geen interesse in onrijpe alstroemeria's	20
3.9	Stevigheid steel en prijs belangrijkste inkoopaspecten	21
4	**Consument**	**22**
4.1	**Driekwart is bekend met alstroemeria, maar weet de naam niet**	22
4.2	Consumenten zijn verdeeld over kleuren	23
4.3	Alstroemeria geliefd als boeketbloem en als monobos	24
4.4	Zo'n 10% heeft afgelopen maand alstroemeria gekocht	25
4.5	Consumenten kopen alstroemeria	27

© Productschap Tuinbouw

Samenvatting

Alstroemeria: imago positief, naam nog onbekend
Voor consumenten is de alstroemeria qua naam een relatief onbekende snijbloem. Ruim driekwart heeft de alstroemeria wel eens gezien, maar weet de naam van de bloem niet.
Dat doet niets af aan het positieve beeld dat de consumenten hebben van de bloem. Zij vinden de alstroemeria een vrolijke bloem met een mooie bloemvorm. Ook bloemisten zijn over het algemeen positief. Aspecten die vaak genoemd worden zijn “mooi” en “goede houdbaarheid”. Dit blijkt uit de producttest alstroemeria die Productschap Tuinbouw heeft uitgevoerd onder bloemisten (NL, DE, FR, VK) en consumenten (NL, DE, FR, VK, IT, RUS).

Bloemisten en consumenten zijn het er ook over eens dat de alstroemeria een tere, verfijnde bloem is, elegant en sierlijk overkomt en een natuurlijke uitstraling heeft. Ouderwets, stoer, luxe of exotisch passen volgens hen minder bij deze bloem. Maar wanneer de bloemisten daarnaast aangeven dat de alstroemeria een simpele, eenvoudige bloem is, zijn consumenten het minder met hen eens.

Aanwezigheid alstroemeria op Duitse winkelvloer kan beter
Hoewel vrijwel elke bloemist de alstroemeria geregeld verkoopt, behoort de alstroemeria niet bij iedere bloemist tot het standaard assortiment. Driekwart van de Nederlandse en Franse bloemisten geeft aan dat de alstroemeria tot het standaard assortiment behoort en bij de Engelse bloemisten is dit tweederde. De Duitse bloemisten daarentegen wijken hierin af. Ruim een derde heeft de alstroemeria standaard in het aanbod, echter bij de helft is dit niet standaard het geval.

Duitser geeft voorkeur aan kortere alstroemeria
De Duitse bloemist heeft een overduidelijke voorkeur voor een steellengte van 50 of 60cm als het gaat om een alstroemeria voor in een gemengd boeket. Anders dan de Franse, Engelse en Nederlandse bloemisten die een lengte van 70cm prefereren.

Verkoop alstroemeria stabiel
Bij de meeste bloemisten is het aandeel van de alstroemeria in het totale assortiment de afgelopen drie jaar gelijk gebleven. Zo’n 30% van de Franse bloemisten en 20% van de bloemisten in de andere drie landen hebben het aandeel van de alstroemeria zien toenemen in de afgelopen drie jaren. Een vijfde van de bloemisten zag het aandeel juist dalen.

Bloemist geeft voorkeur aan witte alstroemeria’s, consument is verdeeld
Onder bloemisten is de witte alstroemeria favoriet, gevolgd door oranje en roze. In het Verenigd Koninkrijk wordt paars ook regelmatig genoemd en in Nederland juist rood. Wit en oranje zijn ook onder de consumenten de voornaamste kleuren, echter veel minder expliciet. Paars en rood volgen op kleine afstand. Roze en geel zijn minder populair.

Kwaliteit van de alstroemeria is goed
Bloemisten zijn tevreden over de kwaliteit van de alstroemeria. Bij de inkoop let men vooral op de prijs en de stevigheid van de steel. Ook controleren zij op beschadigingen en het bloeistadium bij de inkoop van de alstroemeria.

1 inleiding

1.1 Producttesten

Het huidige bloemen- en plantenaanbod is de afgelopen jaren hard gegroeid en nog steeds worden nieuwe varianten toegevoegd aan het huidige assortiment. Bloemisten en consumenten kunnen kiezen uit een ruim aanbod van soorten, kleuren en afmetingen. Door deze brede keuze wordt de klant ook kritischer. Voor de Nederlandse teelt en handel is het daarom van groot belang om op de hoogte te blijven van de wensen en behoeften van afnemers op het gebied van specifieke producten. Is het aanbod vernieuwend genoeg? Is men tevreden over de kwaliteit en het imago van de bloem of plant? Sluit het kleurenaanbod aan bij de voorkeur van de klant? Zijn er verbeterpunten?

Om dergelijke vragen te beantwoorden, voert het Productschap Tuinbouw (PT) al sinds 2001 productgericht marktonderzoek uit onder bloemisten en consumenten in diverse landen. Bij dit onderzoek werkt het PT nauw samen met LTO Groeiservice, Bloemenbureau Holland en FloraHolland. Het onderzoek is er op gericht om meer inzicht te krijgen in imago, inkoopgedrag, voorkeuren en ervaringen met specifieke snijbloemen- of kamerplantensoorten. In dit rapport leest u de resultaten van de producttest alstroemeria.

1.2 Onderzoeksopzet

Het consumentenonderzoek is uitgevoerd in Nederland, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Spanje en Italië**.** Het consumentenonderzoek is per land representatief op leeftijd (18-65 jaar), geslacht, regio en huishoudgrootte. Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van consumentenpanels van onderzoeksbureau MWM2. Per land hebben 300 consumenten deelgenomen aan het onderzoek.

Voor het bloemistenonderzoek maakt het PT gebruik van eigen online bloemistenpanels in Nederland, Frankrijk, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. Bloemisten die deelnemen aan het panel worden een aantal keer per jaar uitgenodigd voor een kort onderzoek over een bepaalde bloem of plant. Aan het alstroemeria onderzoek hebben 120 Nederlandse, 93 Duitse, 93 Britse en 80 Franse bloemisten meegedaan.

1.3 Beeldmateriaal

In de vragenlijst worden alle vragen ondersteund met beeldmateriaal, speciaal door het VKC vervaardigd voor de producttesten van het Productschap Tuinbouw. Uiterste zorg is besteed aan de kwaliteit en uniformiteit van het beeldmateriaal en de getoonde producten.



Naast foto's is tevens gebruik gemaakt van een roterende weergave van een bos alstroemeria's om zo het imago van het product nog zuiverder te meten. De hiernaast afgebeelde foto's zijn gebruikt als 'hoofdfoto'. Bij de vragen over de voorkeuren van bloemisten en consumenten zijn foto's van verschillende kleuren en soorten alstroemeria's getoond.

1.4 Leeswijzer

Het rapport bestaat uit drie hoofdstukken. Hoofdstuk twee gaat over het imago van de alstroemeria. In het derde hoofdstuk staat de bloemist centraal: welke positie heeft de bloem in het assortiment, welke aspecten zijn van belang bij de inkoop, welke sterke en zwakke punten heeft de bloem volgens de bloemisten? Het laatste hoofdstuk focust op de consument en gaat in op de bekendheid van de bloem, kleur- en soortvoorkeuren, toepassing en redenen om de alstroemeria niet te kopen.

2 Imago

2.1 Alstroemeria, een mooie bloem

Consumenten hebben allereerst spontaan hun reactie gegeven op de alstroemeria. Verruit de meeste reacties zijn positief. De alstroemeria is een vrolijke bloem met een mooie bloemvorm. Ook bloemisten zijn over het algemeen positief. Aspecten die genoemd worden, zijn “mooi” en goede houdbaarheid.

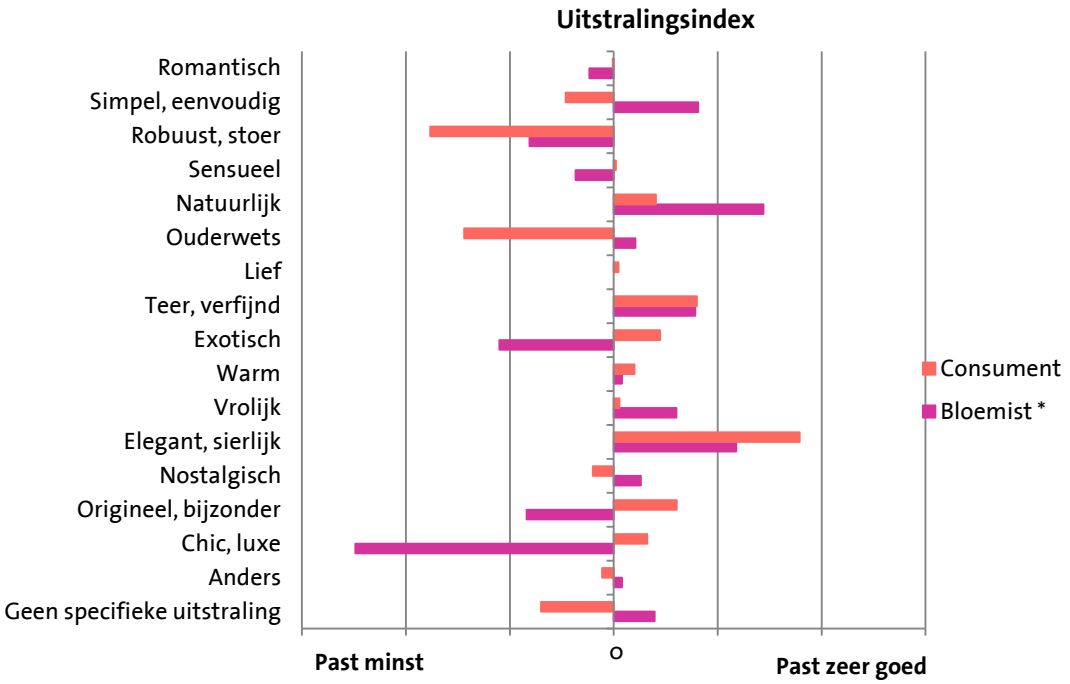
2.2 Welke uitstraling past best en minst bij de alstroemeria?

Om specifieker het imago van de alstroemeria te bepalen, is aan de consumenten gevraagd welke uitstraling en stijl het best bij de bloem passen. Dit is in onderstaande grafiek te zien.

2.2.1 Alstroemeria is natuurlijk, elegant en sierlijk

Over een aantal zaken is de consument het met de bloemist eens; het is een tere, verfijnde bloem, elegant en sierlijk en heeft een natuurlijke uitstraling. Ouderwets, stoer, luxe of exotisch vinden passen volgens hen minder bij de bloem.
De bloemist vindt de alstroemeria een simpele, eenvoudige bloem. Deze mening wordt door de consument echter niet gedeeld.

- Vooral bloemisten in het Verenigd Koninkrijk vinden de bloem teer, verfijnd en ouderwets. Franse bloemisten neigen meer naar natuurlijk, elegant en sierlijk.
- Opvallend is dat Duitse consumenten de alstroemeria meer zien als chic (luxe), iets wat de consumenten in de andere landen veel minder noemen.



*Bloemist alleen NL, DE, VK en FR

2.2.2 Bloemist en consument verdeeld over stijl alstroemeria

Welke stijl de alstroemeria uitstraalt, daar zijn bloemisten en consumenten het niet over eens. Bloemisten vinden de alstroemeria alledaags, landelijk of klassiek, consumenten eerder modern of ook klassiek.

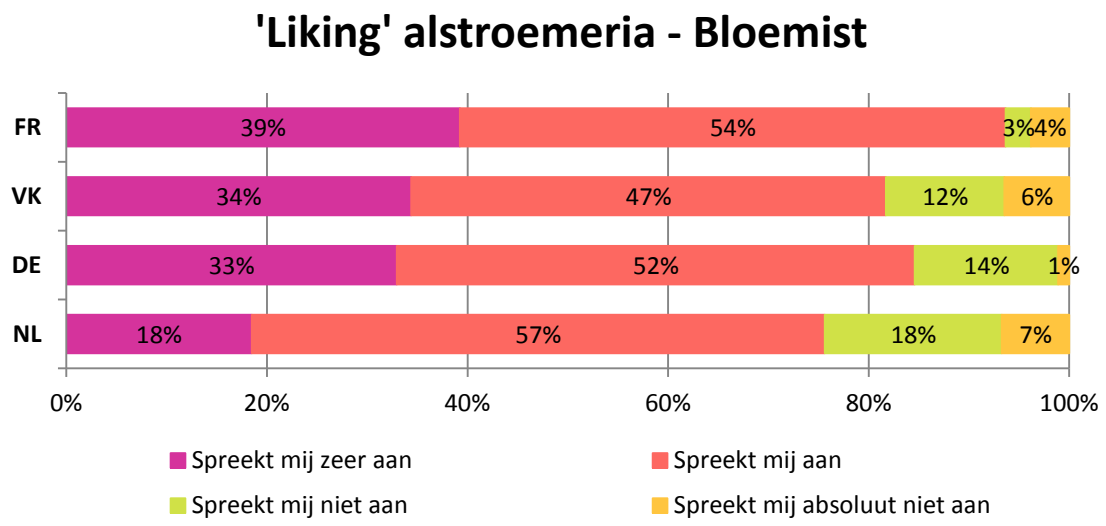
- Opvallend is dat de alstroemeria onder bloemisten in Duitsland eruit springt als een landelijke bloem en minder als 'alledaags'.

- Consumenten bestempelen de alstroemeria in elk van de vier landen als klassiek of modern. Het minst typeren de consumenten de alstroemeria als 'alledaags'. De Italianen noemen dit echter veel minder vaak dan andere Europeanen.

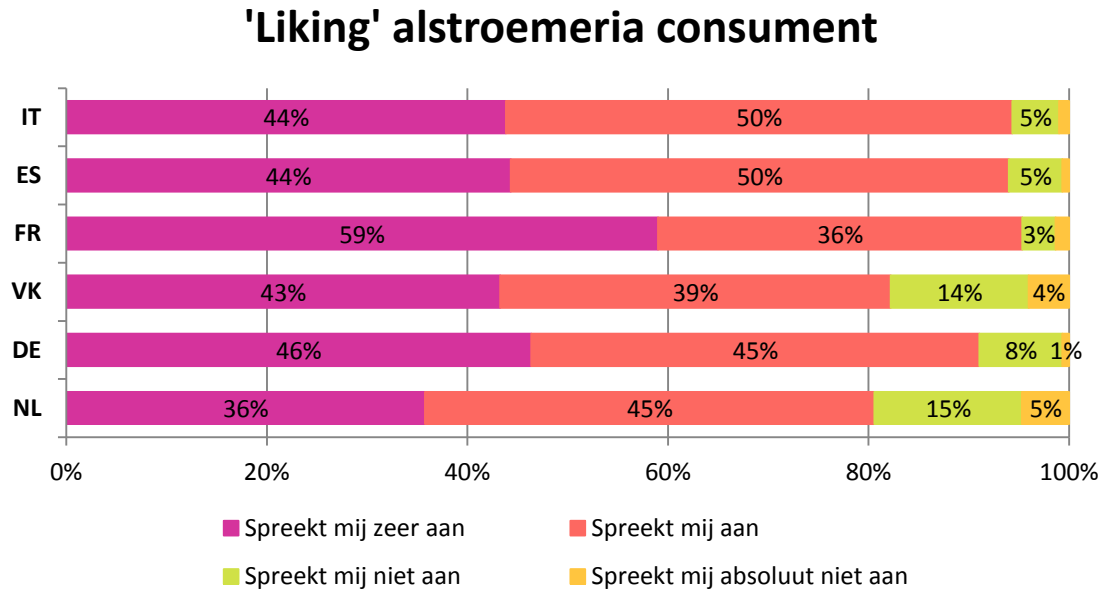


2.3 Consument en bloemist zeer gecharmeerd van alstroemeria

Welke stijl of uitstraling de bloem ook heeft, de alstroemeria valt bij de meeste consumenten en bloemisten in de smaak. In Frankrijk vindt 39% van de bloemisten de alstroemeria zelfs zéér aansprekend (en 54% vindt de alstroemeria aansprekend).



Evenals de bloemisten zijn ook de consumenten erg te spreken over de alstroemeria. De Nederlandse consumenten zijn positiever over de alstroemeria (36% spreekt de alstroemeria zeer aan) dan hun bloemisten landgenoten (18% spreekt zeer aan).

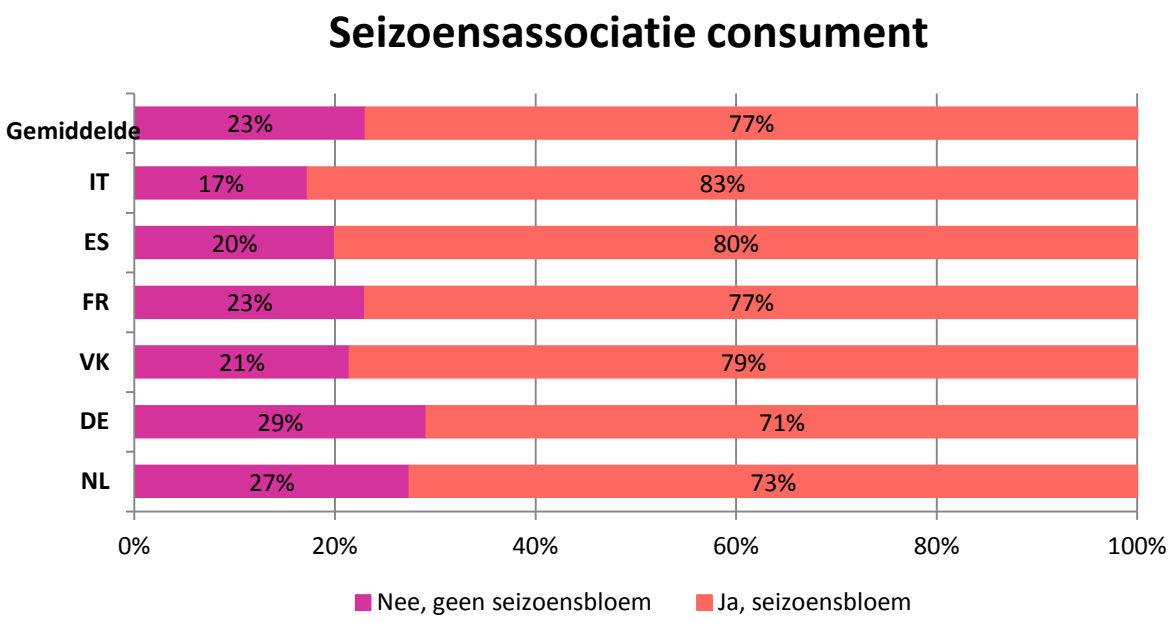


*geen bloemistenpanel in Spanje en Italië

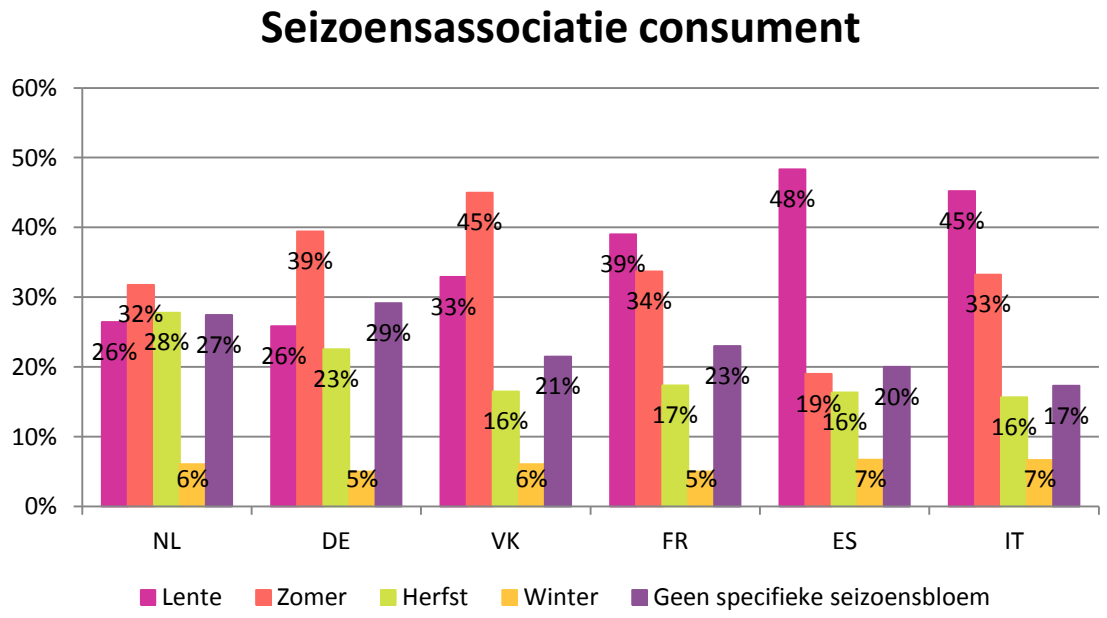
2.4 Alstroemeria wordt gezien als seizoensbloem

De alstroemeria wordt gezien als seizoensbloem en dan met name als zomer en/of lentebloem. Opvallend is dat Nederlanders deze bloem veel vaker associëren met de herfst, iets dat de Engelsen, Fransen, Italianen en Spanjaarden veel minder doen.

Gemiddeld een kwart van de consumenten vindt dat er geen associatie met de alstroemeria en seizoenen is.



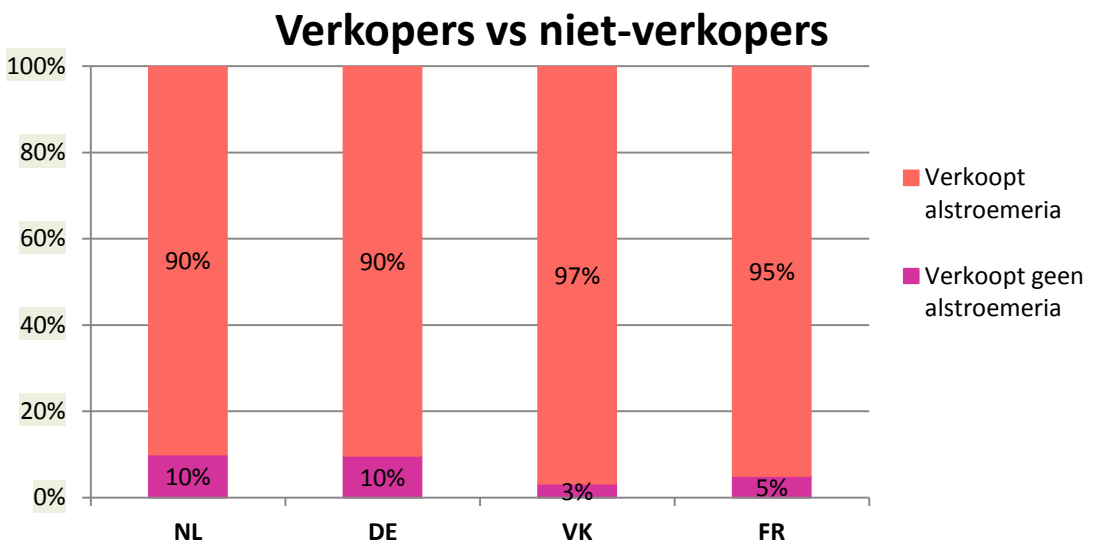
De Spanjaarden associëren de alstroemeria met name met de lente, iets wat de Italianen ook geregeld noemen. De Nederlandse en Duitse consumenten hebben hierover geen uitgesproken mening. Over één ding zijn ze het eens, de alstroemeria is geen 'winterbloem'.



3 Bloemist

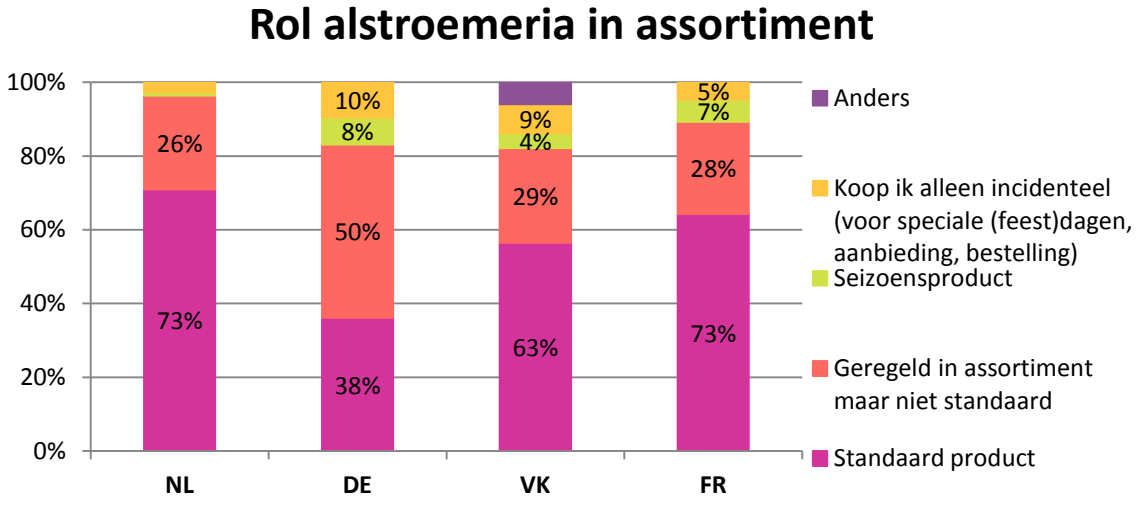
3.1 Alstroemeria's in alle bloemenwinkels te vinden

Nagenoeg alle bloemisten verkopen de alstroemeria. Het hoogste percentage is te vinden in het Verenigd Koninkrijk met 97%, maar de verschillen tussen de landen is gering.



3.2 Rol in assortiment

De alstroemeria speelt in elk van de vier landen een prominente rol in het assortiment van de bloemist. De bloem behoort in de meeste bloemenwinkels standaard tot het assortiment, echter Duitsland vormt daar een uitzondering op. Voor de helft van de Duitse ondervraagde bloemisten behoort de alstroemeria tot het 'regelmatige assortiment' en niet tot het standaard assortiment.



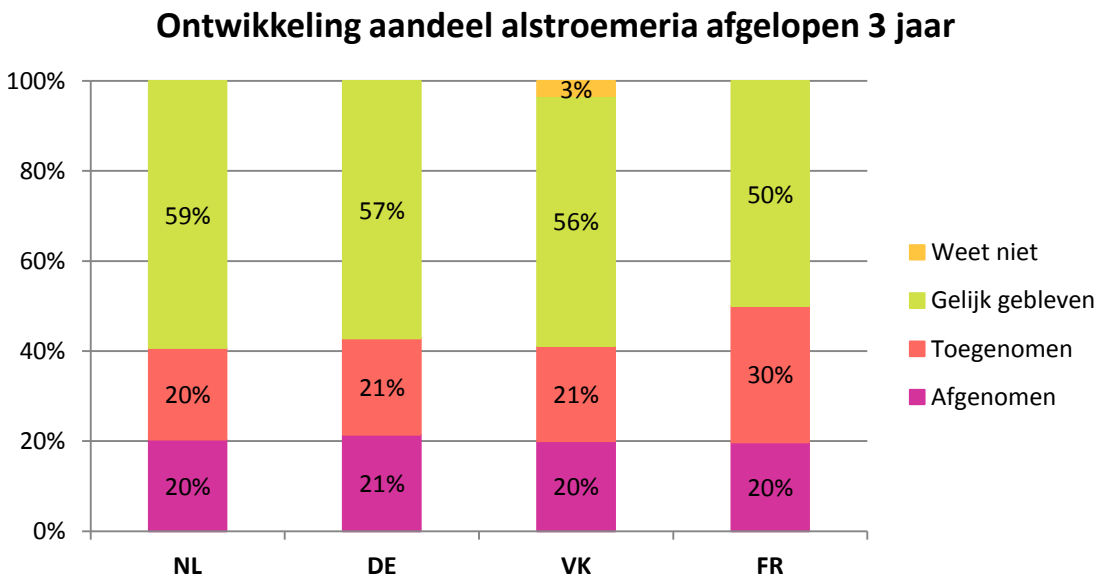
3.3 Aandeel alstroemeria gelijk gebleven

Het aandeel van de alstroemeria heeft zich de afgelopen 3 jaar vooral stabiel ontwikkeld. Circa de helft van de bloemisten zag het aandeel van de alstroemeria in het bloemenassortiment niet stijgen, maar ook niet dalen. Zo'n 30% van de Franse bloemisten en 20% van de 'andere' bloemisten hebben het aandeel van de alstroemeria zien toenemen in de afgelopen 3 jaren. Desalniettemin heeft één vijfde van de bloemisten het aandeel juist zien dalen.

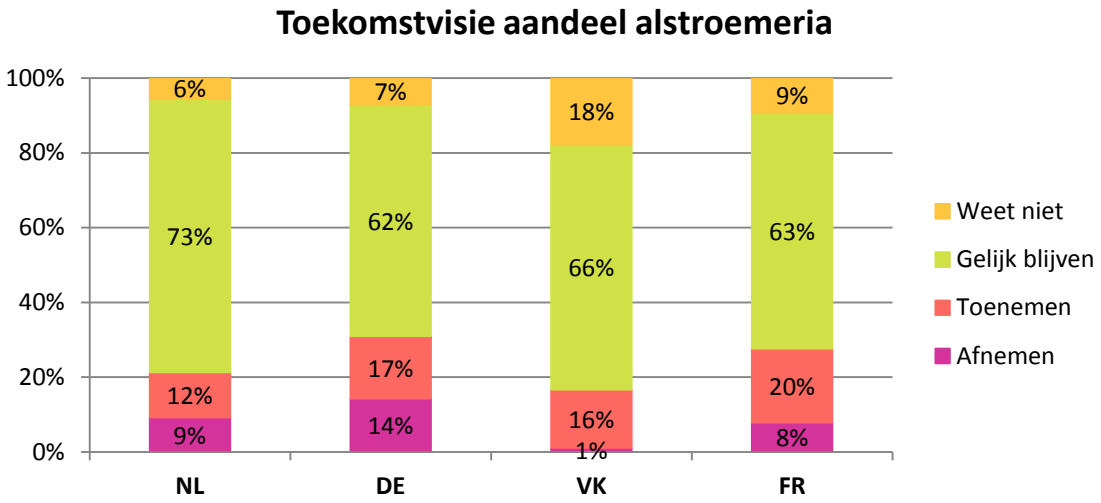
Redenen voor de toename zijn volgens hen de groei in het kleuren- en soortenaanbod, de betere houdbaarheid/vaasleven van de alstroemeria en ook het feit dat zij meer toepassingsmogelijkheden zien met de bloem, wordt genoemd. Opvallend is dat dit laatste argument niet geldt voor de Franse bloemisten.

Over de redenen voor afname van het aandeel alstroemeria is men verdeeld. Duitsers wijden het vooral aan de afname van de vraag, Franse bloemisten aan het duurder worden van de alstroemeria.

..

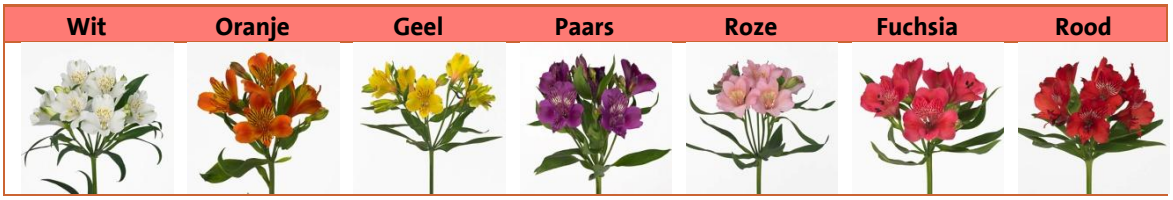


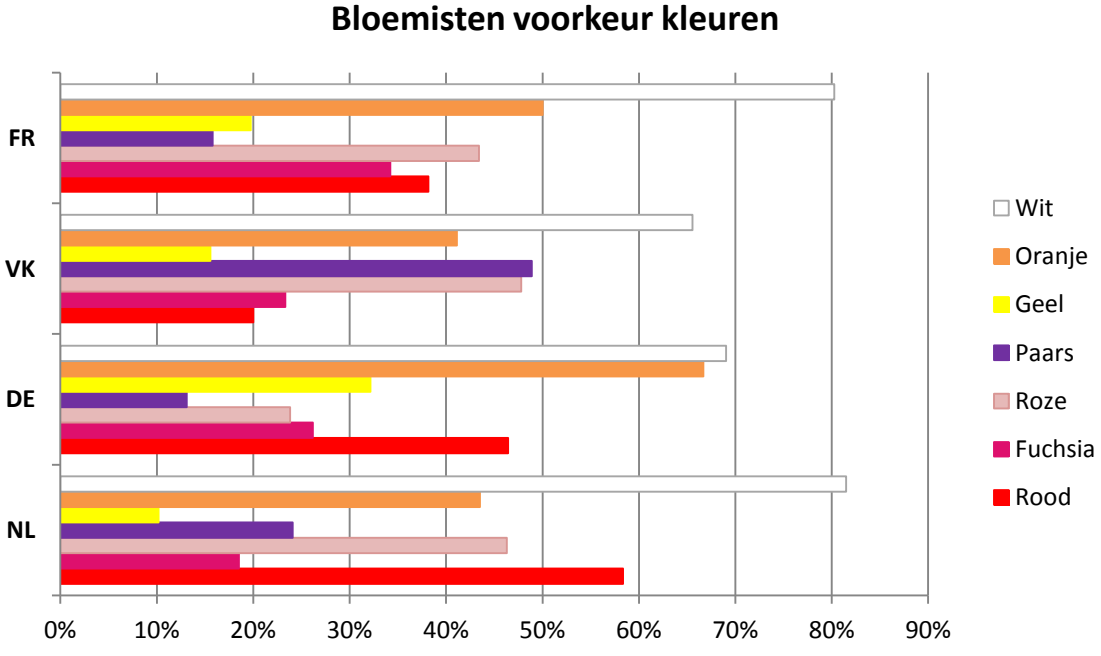
Over de toekomst van de alstroemeria zijn de bloemisten het eens: deze zal stabiel blijven. Variërend per land geeft tussen de 60 en 75% van de bloemisten aan dat ze verwachten dat het aandeel van de alstroemeria in de komende drie jaren stabiel zal blijven. Gemiddeld zo'n 16% daarentegen verwacht een toename van het aandeel.



3.4 Wit scoort goed bij bloemisten

Bloemisten in elk van de vier landen geven de voorkeur aan de witte alstroemeria. Ook de kleuren oranje en roze zijn geliefd. Opmerkelijk is dat in het Verenigd Koninkrijk de kleur paars veel vaker genoemd wordt dan in de andere landen het geval is.

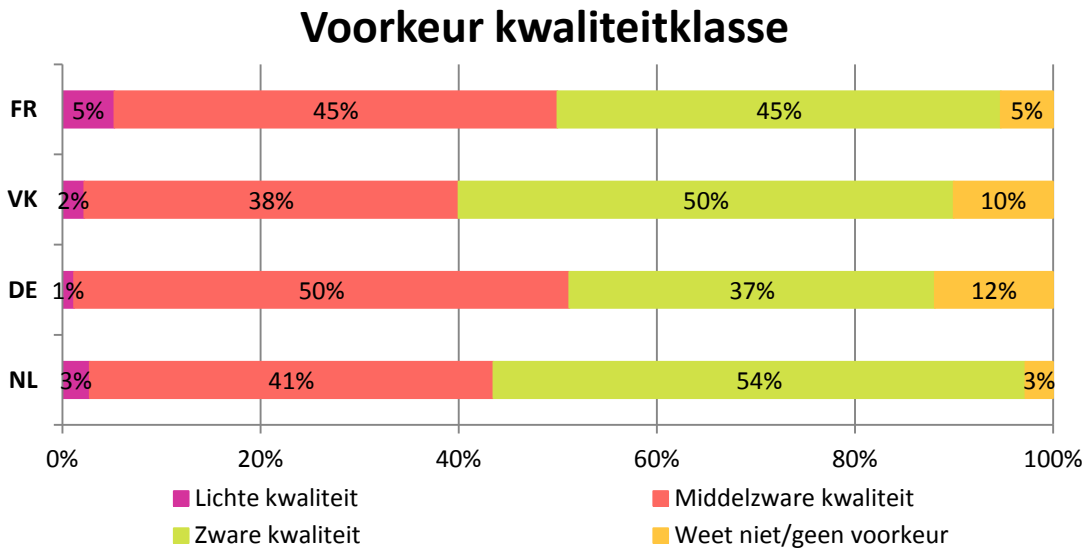




3.5 Helft Duitse bloemisten geeft voorkeur aan middelzware kwaliteit

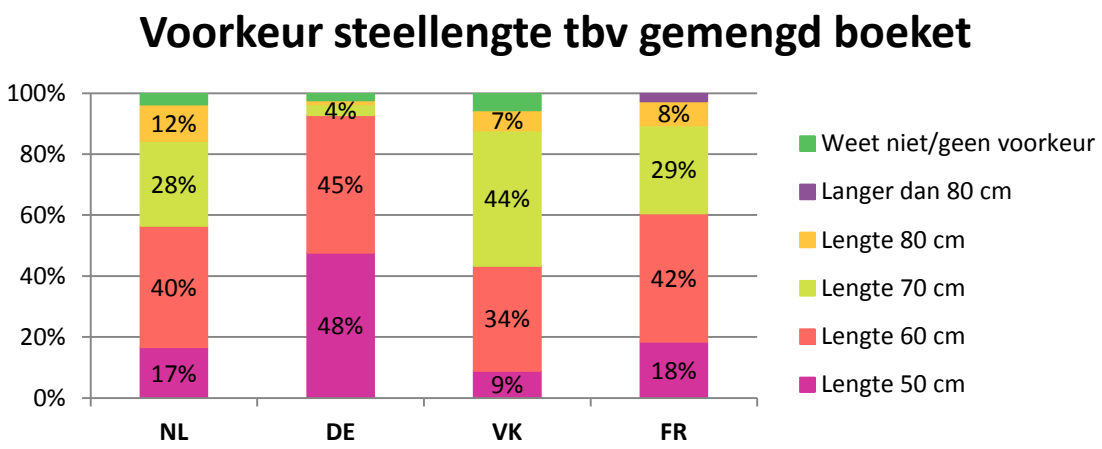
Aan de bloemisten is gevraagd naar hun kwaliteitsvoorkeur. De zwaardere kwaliteit heeft de voorkeur, alhoewel de Duitse bloemisten juist neigen naar een middelzware kwaliteit. De helft van de Duitse bloemisten geeft hier de voorkeur aan. De Franse bloemisten zijn evenredig verdeeld:45% geeft de voorkeur aan de middelzware kwaliteit en eenzelfde deel neigt naar de zware kwaliteit.

Licht	Middelzwaar	zwaar
		

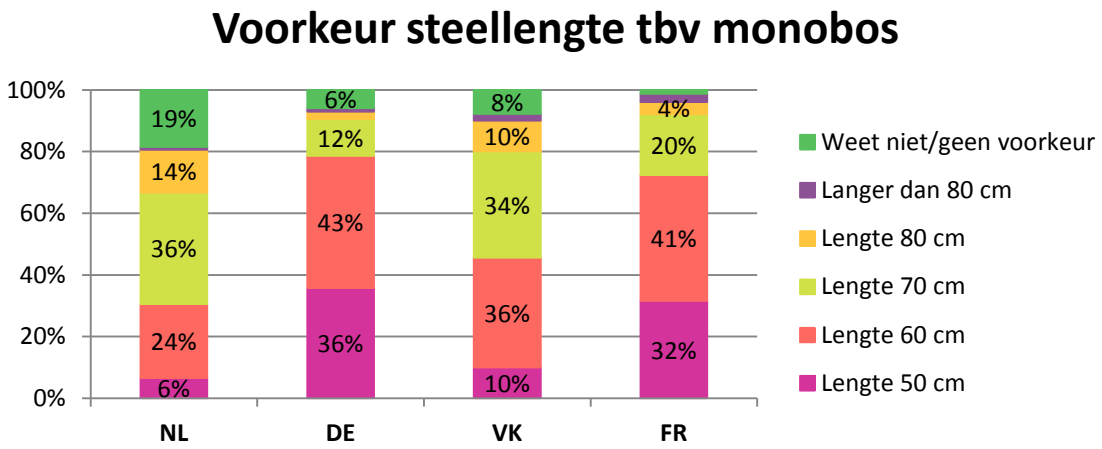


3.6 Steellengte alstroemeria maakt wel degelijk verschil

De Duitse bloemist heeft een overduidelijke voorkeur voor een lengte van 50 of 60cm als het gaat om een alstroemeria voor in een gemengd boeket. Anders dan de Franse, Engelse en Nederlandse bloemisten, die een lengte van 70cm prefereren.



Als het gaat om de alstroemeria als monobos, dan zijn de verhoudingen in Duitsland, Verenigd Koninkrijk en Frankrijk tamelijk hetzelfde als bij het gemengde boeket. Het aandeel 'weet niet/ geen voorkeur' in Nederland is met één vijfde deel aanzienlijk groter dan bij het gemengde boeket. Desalniettemin gaat de voorkeur van lengte van de alstroemeria, verwerkt of als monobos, uit naar 70cm of kleiner.



3.7 Extra lange alstroemeria's hebben niet de voorkeur

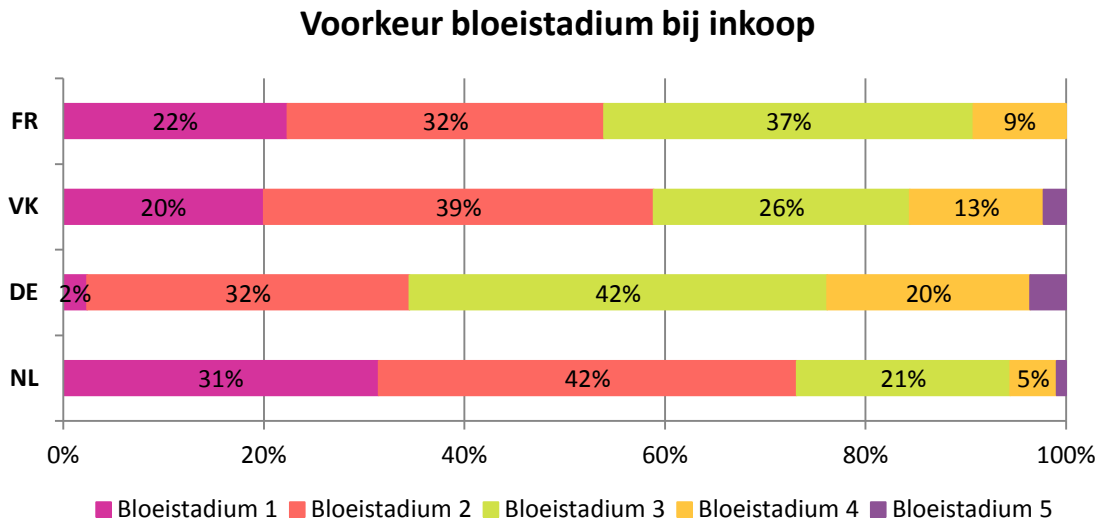
Aan de bloemisten is gevraagd of zij wel eens extra lange alstroemeria's kopen (bijvoorbeeld langer dan één meter). Circa 94% van alle bloemisten geeft aan geen extra lange alstroemeria's te kopen. Redenen voor het niet kopen van deze producten heeft enerzijds met de verkrijgbaarheid te maken, anderzijds met het niet geschikt zijn voor de klantenkring van de bloemisten. 'Te duur' is vooral een reden die door de Franse en in mindere mate door de Nederlandse bloemist wordt genoemd.

© Productschap Tuinbouw

3.8 Duitse bloemisten geen interesse in onrijpe alstroemeria's

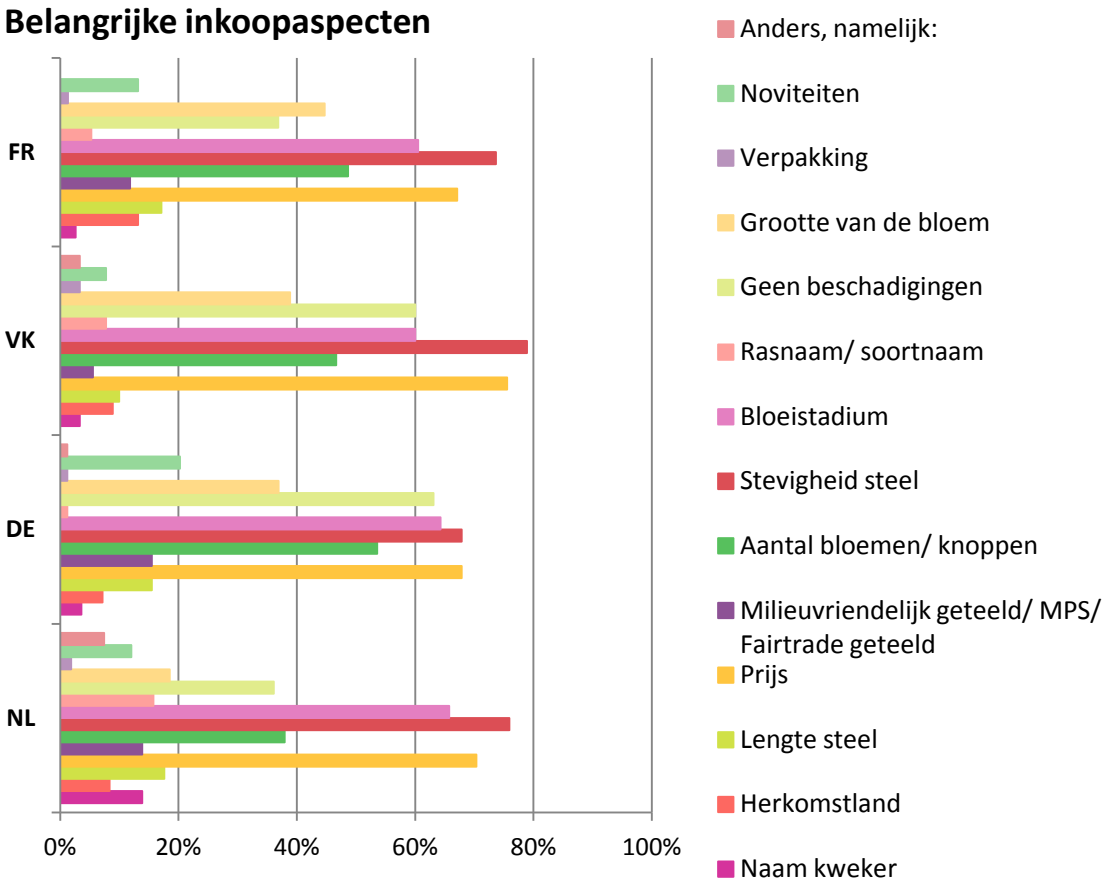
De meeste bloemisten geven de voorkeur aan bloeistadium twee en drie. Anders dan de andere landen, hebben de Duitse bloemisten geen interesse in bloeistadium één; slechts 2% van de Duitse bloemisten geeft daar de voorkeur aan.



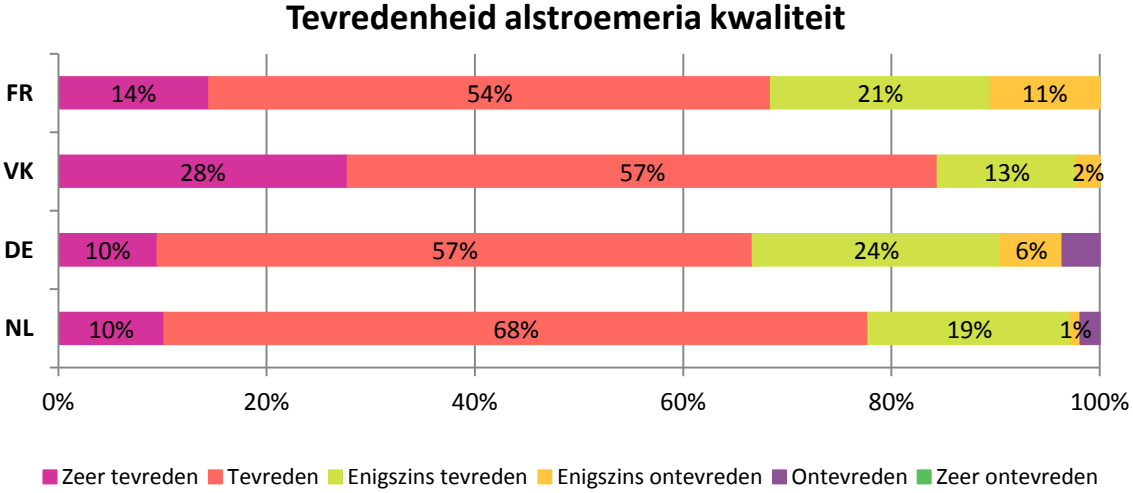


3.9 Stevigheid steel en prijs belangrijkste inkoopaspecten

De belangrijkste aspecten voor de bloemisten zijn de stevigheid van de steel en de prijs. Tevens zijn aspecten als “geen beschadigingen” en het bloeistadium belangrijk. Opvallend is dat Nederlandse bloemisten het inkoopaspect ‘grootte bloem’ minder vaak noemen dan de andere bloemisten.



Over het algemeen zijn de bloemisten tevreden over de kwaliteit van de alstroemeria. Het percentage bloemisten dat ‘zeer tevreden’ is, is in het Verenigd Koninkrijk het grootst, met 28%

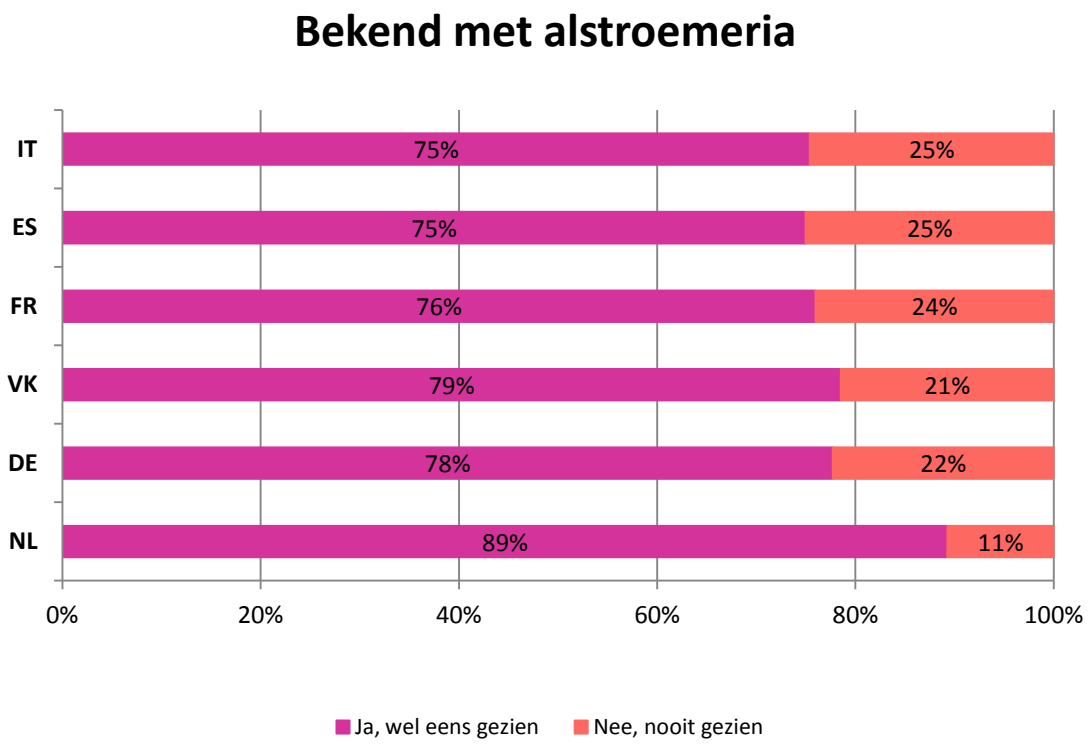


4 Consument

4.1 Driekwart is bekend met alstroemeria, maar weet de naam niet

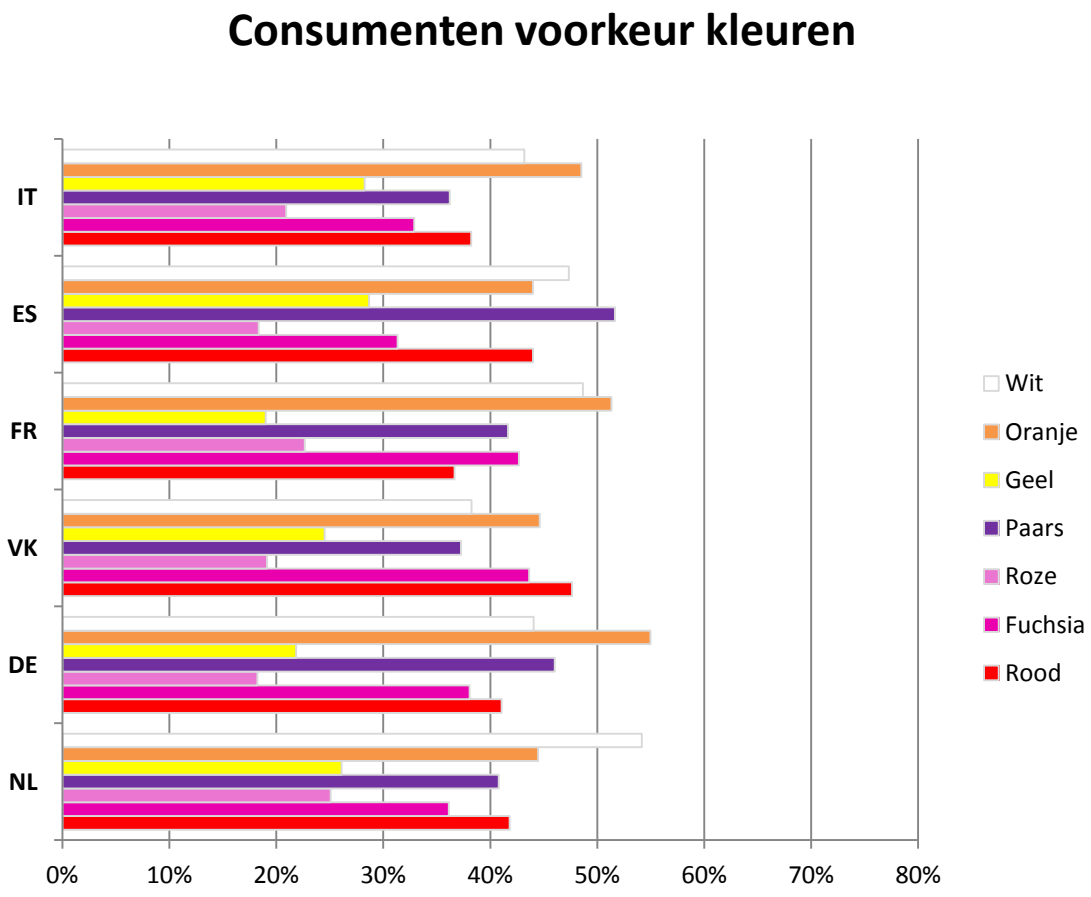
Om de bekendheid van de alstroemeria te meten onder bloemenkopers, kregen zij een filmpje van de bloem te zien (roterende weergave van bos alstroemeria's) met daarbij de vraag of zij deze bloem wel eens hebben gezien. De alstroemeria is bij de ruime meerderheid van de consumenten bekend (gemiddeld 79%).

Aan degenen die de bloem van de foto herkennen, is gevraagd of ze ook de naam weten. Gemiddeld 74% weet de naam niet. In Spanje en Italië weet zo'n 80% van de consumenten de naam niet. In Nederland, Frankrijk en Engeland ligt dit percentage rond de 70% en in Duitsland op 76%



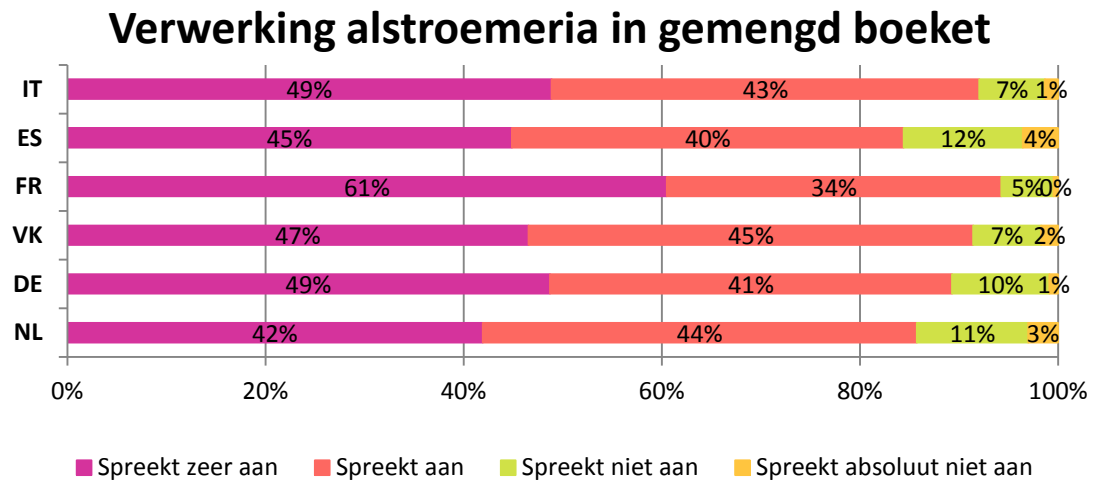
4.2 Consumenten zijn verdeeld over kleuren

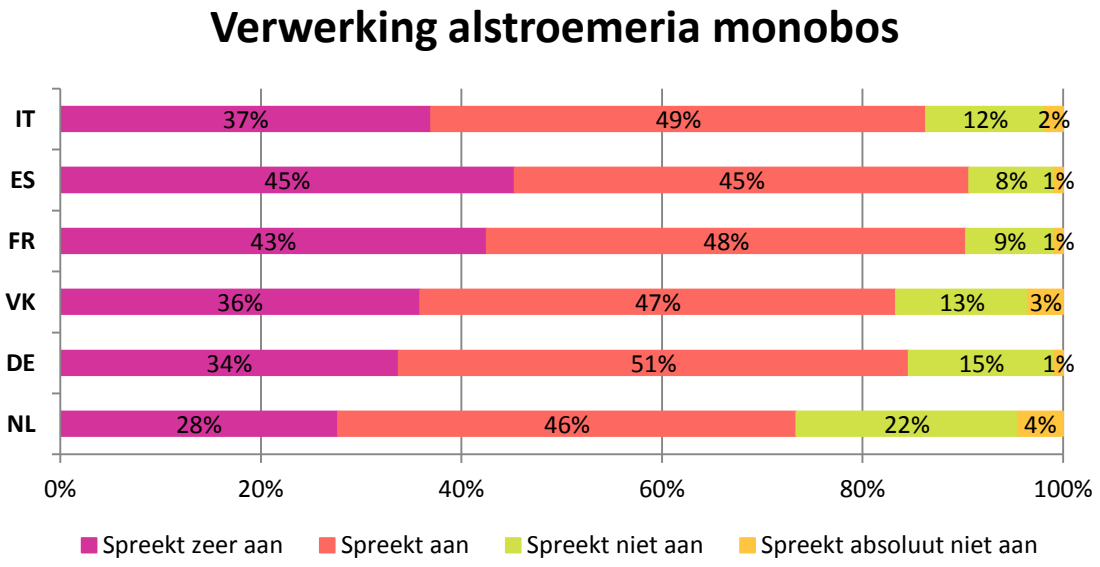
Anders dan bij de bloemisten die een duidelijke kleurvoorkeur hebben voor wit (gevolgd door oranje), hebben de consumenten dat niet. Wit en oranje zijn wel de voornaamste kleuren, echter veel minder expliciet. Paars en rood volgen op een minimale afstand. Eén ding staat wel vast; roze en geel zijn minder populair.

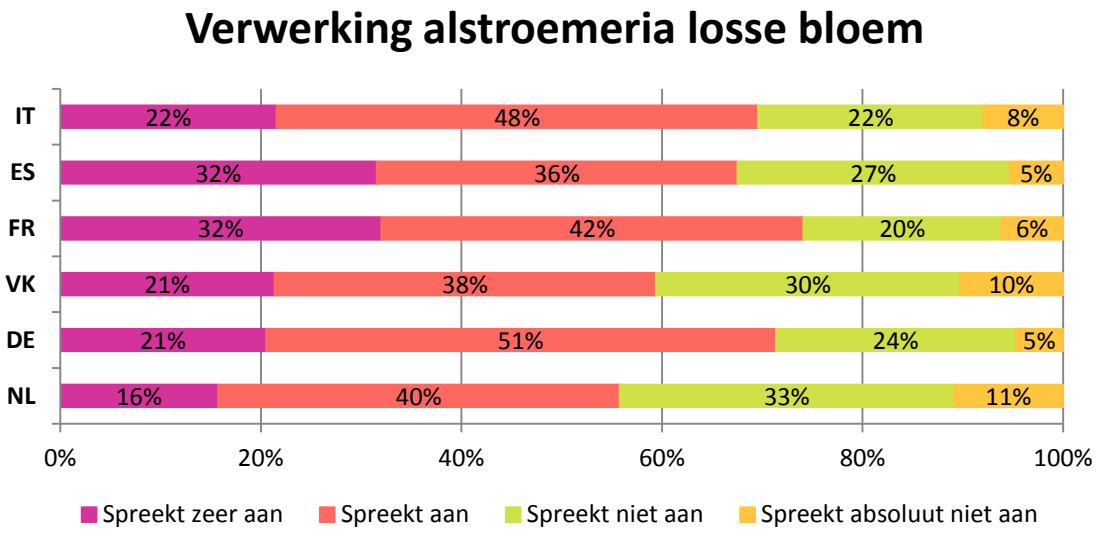


4.3 Alstroemeria geliefd als boeketbloem en als monobos

De consumenten in de verschillende landen zijn het met elkaar eens: de alstroemeria verwerkt in een gemengd boeket spreekt de consumenten (zeer) aan. Voor een monobos geldt dit eveneens. Alleen over de alstroemeria als losse bloem zijn de meningen verdeeld.

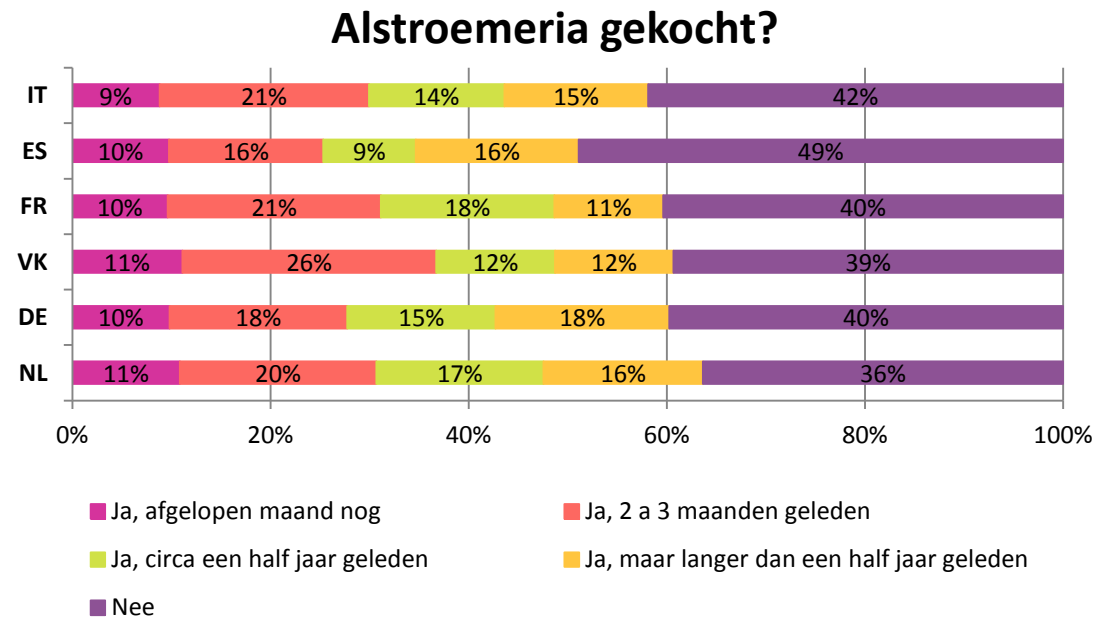




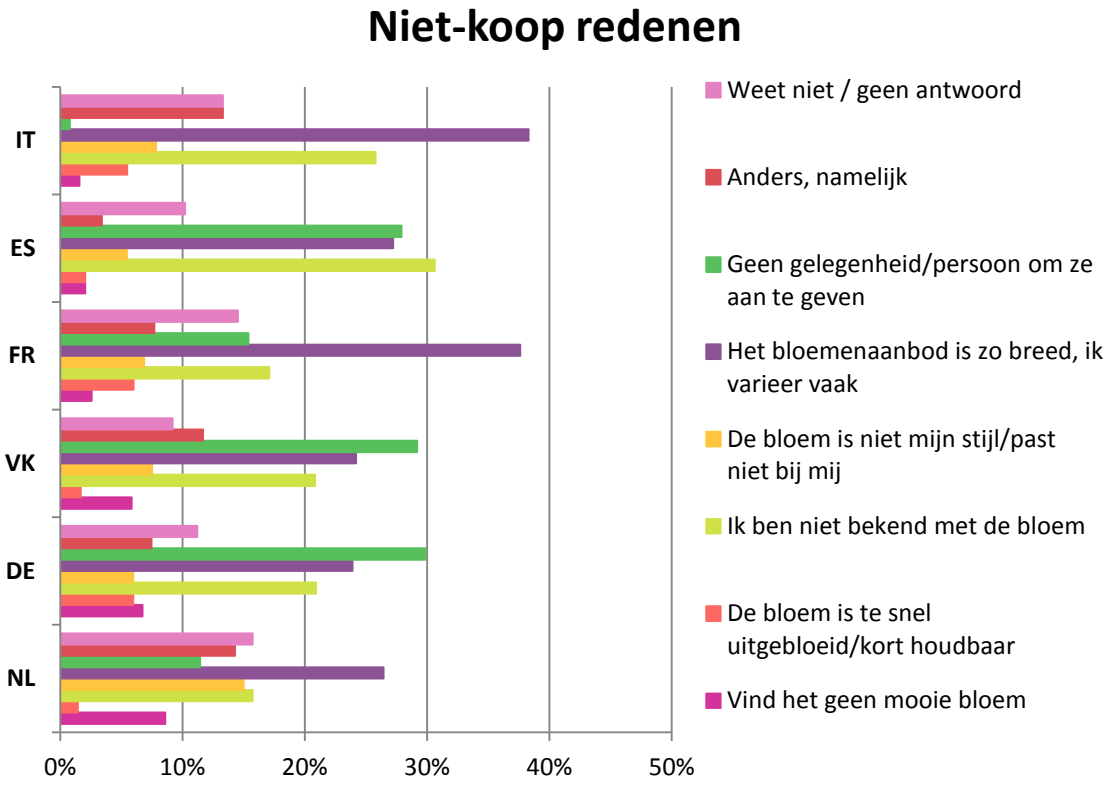


4.4 Zo'n 10% heeft afgelopen maand alstroemeria gekocht

Van de ondervraagde consumenten heeft zo'n 10% de afgelopen maand nog alstroemeria's gekocht. Circa 20% geeft aan dat in de afgelopen 2 tot 3 maanden te hebben gedaan. Een groot gedeelte heeft echter geen alstroemeria's gekocht.

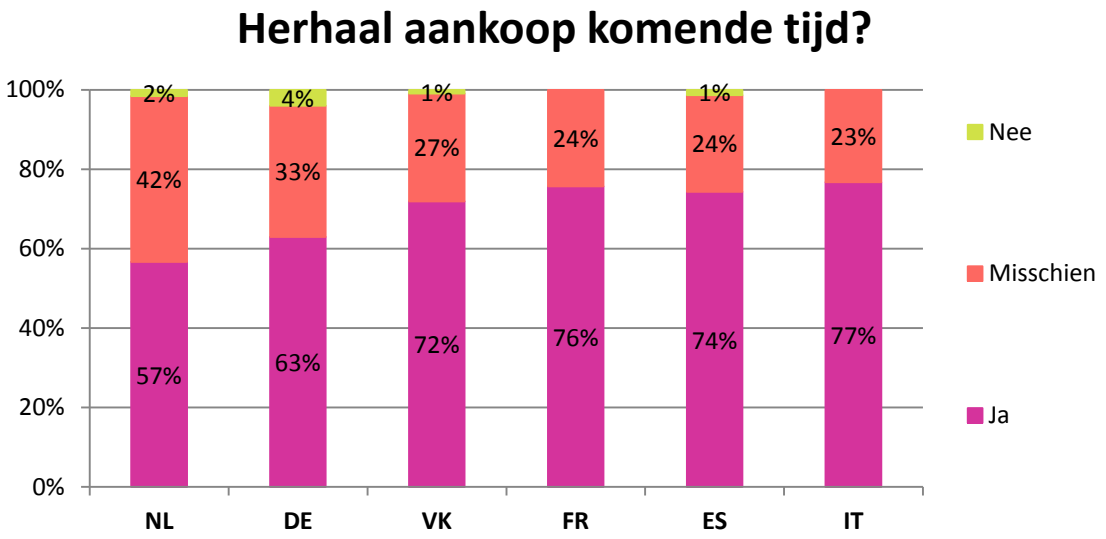


Belangrijkste redenen om geen alstroemeria's te kopen zijn: "het bloemenaanbod is zo breed, ik varieer vaak", "geen gelegenheid/persoon om aan te geven" en "het niet bekend zijn met de bloem".

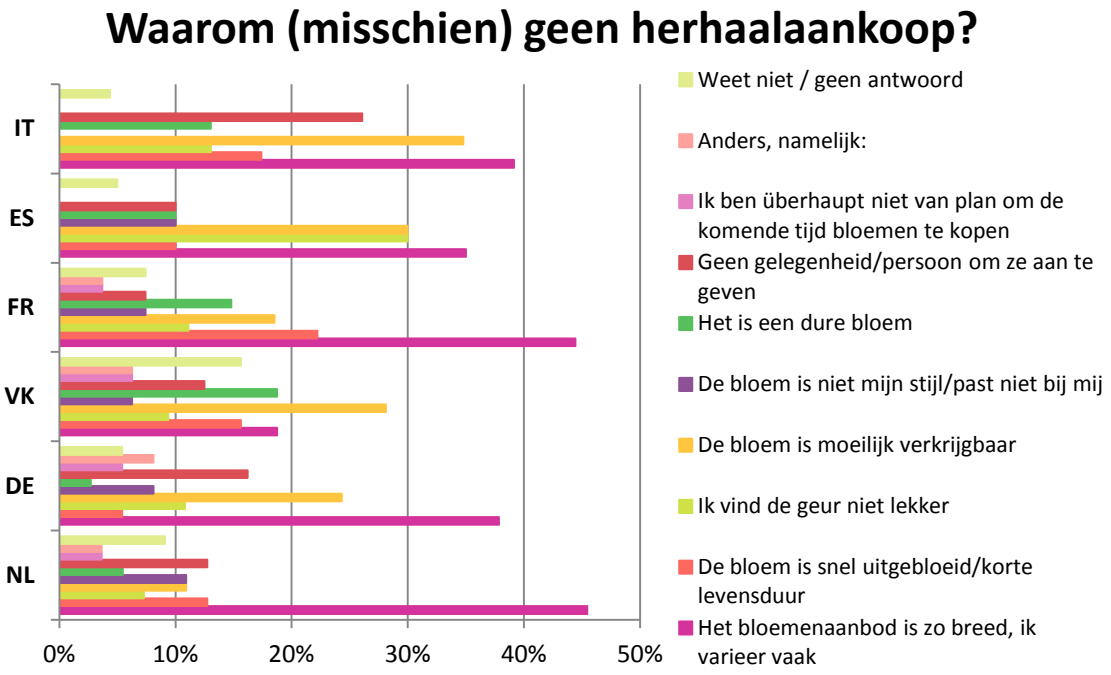


4.5 Consumenten kopen alstroemeria

Positief zijn de consumenten in de verschillende landen over hun herhaalaankopen van de alstroemeria. Van de consumenten die binnen het afgelopen half jaar alstroemeria's gekocht hebben, zegt bijna iedereen dit in de komende tijd zeker of misschien weer te doen.



Belangrijkste reden onder de kleine groep consumenten die (waarschijnlijk) geen herhaalaankoop de komende periode gaat doen, is dat het bloemenaanbod breed is en men daarom ook vaak varieert.



rapport

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