

Classic snijhortensia minder bekend bij Franse en Britse bloemist

Onderzoek onder bloemisten (NL, VK, DE, FR) en consumenten (NL, VK, DE, FR, ES, IT)

Classic snijhortensia minder bekend bij Franse en Britse bloemist

Onderzoek onder bloemisten (NL, VK, DE, FR) en consumenten (NL, VK, DE, FR, ES, IT)

Productschap  Tuinbouw



Auteur **Iris van Santen**
Functie **Senior projectleider marktonderzoek**
Telefoon **079-3470642079 – 347 06 39**
e-mail **i.vansanten@tuinbouw.nl v.linszen@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

Inhoudsopgave	3
Samenvatting	5
1 Inleiding	7
1.1 Producttesten	7
1.2 Onderzoeksopzet	7
1.3 Beeldmateriaal	7
1.4 Leeswijzer	7
2 Imago snijhortensia	9
2.1 Sympathieke bloem met mooie, grote bloemen	9
2.2 Bloemist noemt snijhortensia chic, consument eerder sereen en elegant	9
2.3 Snijhortensia geen alledaagse bloem	10
2.4 Bloemist enthousiaster over snijhortensia dan consument	10
2.5 Snijhortensia past bij zomer en herfst	11
3 Bloemist	12
3.1 Vrijwel elke bloemist verkoopt snijhortensia	12
3.2 Positieve ontwikkeling aandeel snijhortensia in assortiment	13
3.3 Houdbaarheid sterk punt, prijs kan beter	13
3.4 Groene snijhortensia favoriet in Nederland en Frankrijk	14
3.5 Kleur en prijs bepalend bij inkoop snijhortensia	14
3.6 Franse en Britse bloemist minder bekend met onderscheid 'classic – vers'	15
3.7 Classic hortensia favoriet in Nederland en Duitsland	15
4 Consument	16
4.1 Snijhortensia goed herkend, naam minder bekend	16
4.2 Blauwpaars favoriete kleur	16
4.3 Zowel verse als classic hortensia scoren goed	17
4.4 Nederlandse consument kocht vaakst snijhortensia	18

Samenvatting

Franse en Britse bloemist minder bekend met onderscheid 'classic en vers'

Gemiddeld 89% van de bloemisten in Nederland, Duitsland, Frankrijk en Verenigd Koninkrijk verkocht het afgelopen jaar snijhortensia. Bij Nederlandse bloemisten was de bloem het vaakst te vinden. Toch zijn de bloemisten in de vier landen niet altijd bekend met de beschikbare soorten en kleuren. Dit blijkt uit marktonderzoek van Productschap Tuinbouw onder bloemisten (NL, DE, FR, VK) en consumenten (NL, DE, FR, VK, ES, IT). Slechts de helft van de Britse en Franse bloemisten is bekend met het onderscheid 'classic en vers'. Nederlandse en Duitse bloemisten zijn wel goed bekend met dit onderscheid. Zij prefereren duidelijk de classic snijhortensia, terwijl de meerderheid van de Britse en Franse bloemisten beide soorten even aantrekkelijk vindt. Belangrijk is dus om de classic variant in Engeland en Frankrijk beter onder de aandacht te brengen. Onder consumenten scoren beide varianten even goed.

Bloemist enthousiaster over snijhortensia dan consument

De bloemisten in de vier landen zijn enthousiast over de bloem, gemiddeld zegt 94% dat de bloem hen aanspreekt. Consumenten zijn minder positief over de snijhortensia. In het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk zegt meer dan de helft van de consumenten dat de bloem hen niet aanspreekt. Tweederde van de Franse en Britse bloemenkopers heeft geen Snijhortensia gekocht. "De bloem past niet bij mijn stijl", zo geven de meeste niet-kopers aan. Ook geeft een deel van hen in elk van de landen de voorkeur aan de hortensia als tuinplant. Consumenten bekender maken met de mogelijkheden en stijlen van snijhortensia is dan ook van belang.

Chic en luxe volgens bloemist, elegant en sereen volgens consument

Dat de snijhortensia zoals gezegd niet altijd bij de stijl van de consument past, is dus een belangrijke reden om de bloem niet te kopen. Maar wat is die stijl dan volgens de consument? Consumenten typeren de snijhortensia voornamelijk als klassiek en vinden de bloem niet trendy. Opvallend is dat bloemisten de typering 'trendy' juist wel vinden passen bij de snijhortensia. Ook over de uitstraling van de bloem verschillen de meningen: bloemisten vinden de snijhortensia vooral chic/luxe, natuurlijk en romantisch. Consumenten daarentegen zien de snijhortensia voornamelijk als sereen, elegant en warm. Bloemisten en consumenten zijn het erover eens dat de bloem niet alledaags is en zeker geen saaie of ouderwetse uitstraling heeft.

Positieve ontwikkeling snijhortensia in bloemenassortiment

Het aandeel van de snijhortensia in het snijbloemenassortiment van de bloemist heeft zich positief ontwikkeld. De helft van de bloemisten in Duitsland, Frankrijk en Verenigd Koninkrijk heeft het aandeel van snijhortensia in het assortiment zien toenemen. Bij ruim een kwart is het aandeel stabiel gebleven. In Nederland gaf zelfs 71% van de bloemisten aan dat het aandeel is gestegen. Bloemisten die een toename signaleerden, schrijven dit toe aan een gestegen populariteit/vraag. Daarnaast noemen de bloemisten het verbeterde vaasleven van de snijhortensia. Ook vindt men dat het kleuren- en soortenaanbod een positief effect heeft gehad op de verkopen.

Houdbaarheid en toepassingsmogelijkheden sterke punten snijhortensia

Als specifiek gevraagd wordt naar de sterke punten van hortensia, dan valt op dat houdbaarheid in Nederland en Duitsland zeer goed scoort, terwijl dit in het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk veel minder het geval is. Dit zou te maken kunnen hebben met het feit dat de classic hortensia, met haar goede houdbaarheid, minder bekend is in deze laatste twee landen. Naast houdbaarheid noemt men ook de vele toepassingsmogelijkheden en het imago als sterke punten van de bloem. Prijs wordt het meest als zwak punt genoemd. Ook hier geldt de aanbeveling om de classic hortensia en daarbij de goede houdbaarheid beter bekend te maken in met name Frankrijk en Verenigd Koninkrijk.

Snijhortensia is nicheproduct voor Britse bloemist

De rol van snijhortensia in het assortiment van de bloemist verschilt per land. Nederlandse en Franse bloemisten zien de bloem als seizoensproduct. Britse bloemisten omschrijven de snijhortensia vaak als een nicheproduct, een bloem die ze vaker kopen als aanbieding of 'koopje', voor een bijzondere gelegenheid of voor een speciale bestelling. Dit 'nichekarakter' zie je ook terug in het feit dat de Britse bloemisten de bloem omschrijven als een product met lage omloopsnelheid. Ook volgens de meeste Duitse en Franse bloemisten is de omloopsnelheid laag. Alleen in Nederland heeft de bloem volgens de meerderheid een hoge omloopsnelheid. Het is belangrijk om de vele toepassingsmogelijkheden van de bloem te tonen: in verschillende boeketten, met toegevoegde waarde, in diverse stijlen (modern, trendy, klassiek, landelijk) en voor verschillende doelgroepen. Zo kan de bloemist mogelijk de omloopsnelheid van het product verhogen en ervoor zorgen dat de bloem geregeld (niet alleen bij uitzondering) in het assortiment te vinden is.

Snijhortensia past bij zomer en herfst

Bij welk seizoen past de snijhortensia? Over het algemeen past de bloem volgens de consumenten het best bij de zomer en de herfst. Opvallend is dat daarnaast een derde van de Italianen en Spanjaarden vindt dat de bloem ook goed bij de lente past. Ook bloemisten vinden de bloem bij zowel zomer als herfst passen. Wel verschilt dit tussen de landen: Duitse en Nederlandse bloemisten associëren de bloem vooral met de herfst, terwijl Franse en Britse bloemisten de bloem meer vinden passen bij de zomer. Opvallend is dat vooral Franse bloemisten de bloem daarnaast ook associëren met de lente. Het is van belang om het hele seizoen van snijhortensia onder de aandacht te brengen van de bloemist. Zo wordt de bloemist erover geïnformeerd wanneer het product beschikbaar is (al vanaf april t/m november). Bij elk seizoen passen weer andere kleuren, soorten en stijlen. De bloem kan dus steeds op een nieuwe manier gepresenteerd worden.

Bloemist kiest voor groen, consument prefereert blauw/paars

Bloemisten in Nederland en Frankrijk geven de voorkeur aan groene snijhortensia's. Britse bloemisten kiezen voor blauw/paars, Duitsers voor rood. De consument heeft echter een hele andere voorkeur. In de meeste landen is blauwpaars de favoriete kleur van de consument. De voorkeur van veel bloemisten voor groen is niet terug te zien bij de consument. Mogelijk is dit omdat groen voor de bloemist neutraler is dan de andere kleuren, minder bepalend in een boeket en daarom voor vele toepassingen en stijlen te gebruiken. De consument redeneert meer vanuit het kopen van een bos bloemen en kleur is dan vaak een belangrijk uitgangspunt. Zij kiezen minder snel voor een bos groene hortensia's en eerder voor een specifieke kleur.

Kleur en prijs bepalend bij inkoop snijhortensia

Over de landen heen zijn *kleur en prijs* de meest bepalende inkoopcriteria voor de bloemisten. Versheid en grootte van de bloem volgen op enige afstand. Versheid van de snijhortensia lijkt in Groot-Brittannië zwaarder te wegen dan in Nederland en Duitsland. Over de kleuren van de snijhortensia zijn de bloemisten over het algemeen zeer tevreden. Over de prijs is men echter minder tevreden, vooral de Franse bloemisten zijn hier ontevreden over.

Zowel bloemist als consument positief over toekomst

Bloemisten hebben goede verwachtingen van snijhortensia in het bloemenassortiment: de meeste bloemisten verwachten dat het aandeel van de bloem in het assortiment zal toenemen of gelijk zal blijven. Ook de consument is positief over de toekomst: de meerderheid van de kopers denkt zeker of misschien nog eens snijhortensia te kopen de komende tijd. De Spaanse consument is het meest geneigd om de bloem nog eens aan te schaffen.

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 erop gericht om meer inzicht te krijgen in imago, inkoopgedrag, voorkeuren en ervaringen met specifieke snijbloemen- of kamerplantensoorten.

1.2 Onderzoeksopzet

Het consumentenonderzoek is uitgevoerd in Nederland, Duitsland, Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Spanje en Italië en vond plaats in augustus 2010. Het consumentenonderzoek is per land representatief op leeftijd (18-65 jaar), geslacht, regio en huishoudgrootte. Per land zijn 300 consumenten ondervraagd. Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van consumentenpanels van onderzoeksbureau MWM2.

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 eenmaal per twee maanden uitgenodigd voor een kort onderzoek over een bepaalde bloem of plant. Voor dit onderzoek zijn in Nederland 175 bloemisten ondervraagd, in Duitsland 116, in Frankrijk 98 en in Verenigd Koninkrijk 86.

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 de snijhortensia, om zo het imago van het product nog zuiverder te meten. De hiernaast afgebeelde foto is gebruikt als 'hoofdfoto'. Bij de vragen over de voorkeuren van bloemisten en consumenten zijn foto's van verschillende kleuren en soorten snijhortensia's getoond.



1.4 Leeswijzer

Het rapport bestaat uit drie hoofdstukken. In hoofdstuk twee leest u alles over het imago dat de bloem heeft onder consumenten en detaillisten. 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 snijhortensia volgens de bloemisten? Het laatste hoofdstuk focust op de consument en gaat in op de bekendheid van de bloem, kleur- en soortvoorkeuren en redenen om de snijhortensia niet te kopen.

2 Imago snijhortensia

2.1 Sympathieke bloem met mooie, grote bloemen

Als de consumenten gevraagd wordt naar een spontane reactie over de snijhortensia, dan noemt men vooral de mooie, grote, kleurrijke en volle bloemen. Om specifieker het imago van snijhortensia te kunnen bepalen, is aan de consumenten en bloemisten gevraagd met welke emoties ze de bloem associëren en welke uitstraling en stijl het best bij de snijhortensia passen. Hierbij is een filmpje van de Snijhortensia getoond (ronddraaiende snijhortensia, zie inleiding voor foto). Als het gaat om emoties, dan roept de bloem sympathie en rust op. Voor een deel van de Franse consumenten roept de bloem, vaker dan in de andere landen, ook verdriet op.

2.2 Bloemist noemt snijhortensia chic, consument eerder sereen en elegant

Over de uitstraling van de snijhortensia hebben bloemisten een andere mening dan consumenten. Bloemisten vinden de snijhortensia vooral chic/luxe, natuurlijk en romantisch. Consumenten daarentegen zien de snijhortensia voornamelijk als sereen, elegant en warm. Britse consumenten zijn iets vaker dan in de andere landen van mening dat de snijhortensia een enigszins ouderwetse uitstraling heeft. Toch vindt de meerderheid van de bloemisten en consumenten de snijhortensia niet ouderwets of saai. Teer, verfijnd en exotisch zijn ook termen die men niet bij de snijhortensia vindt passen.

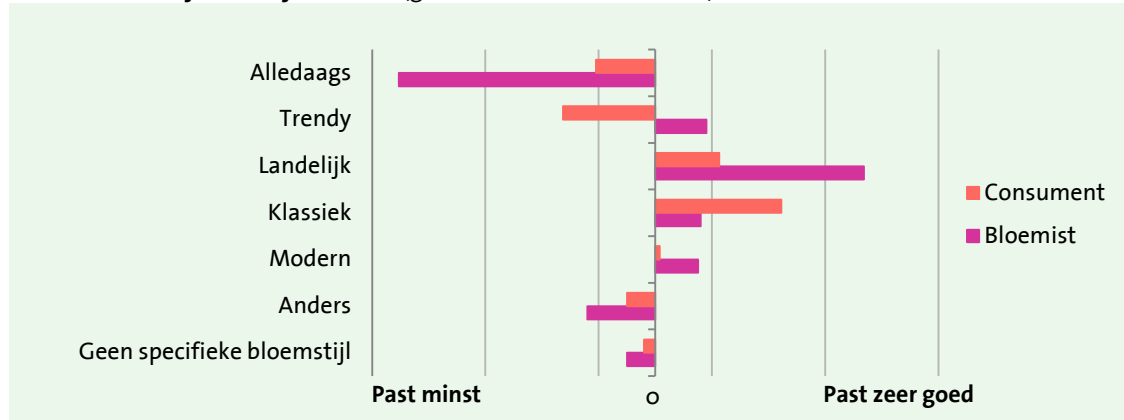
Grafiek 2.2.1 Uitstraling van snijhortensia (gemiddeld over alle landen)



2.3 Snijhortensia geen alledaagse bloem

Bloemisten kenmerken de snijhortensia vooral als een bloem met een landelijke stijl. Consumenten typeren de snijhortensia voornamelijk als klassiek. Bloemisten en consumenten zijn het erover eens dat de bloem niet alledaags is. Bloemisten noemen de bloem zelfs trendy, consumenten vinden deze typering echter juist niet passen bij de snijhortensia.

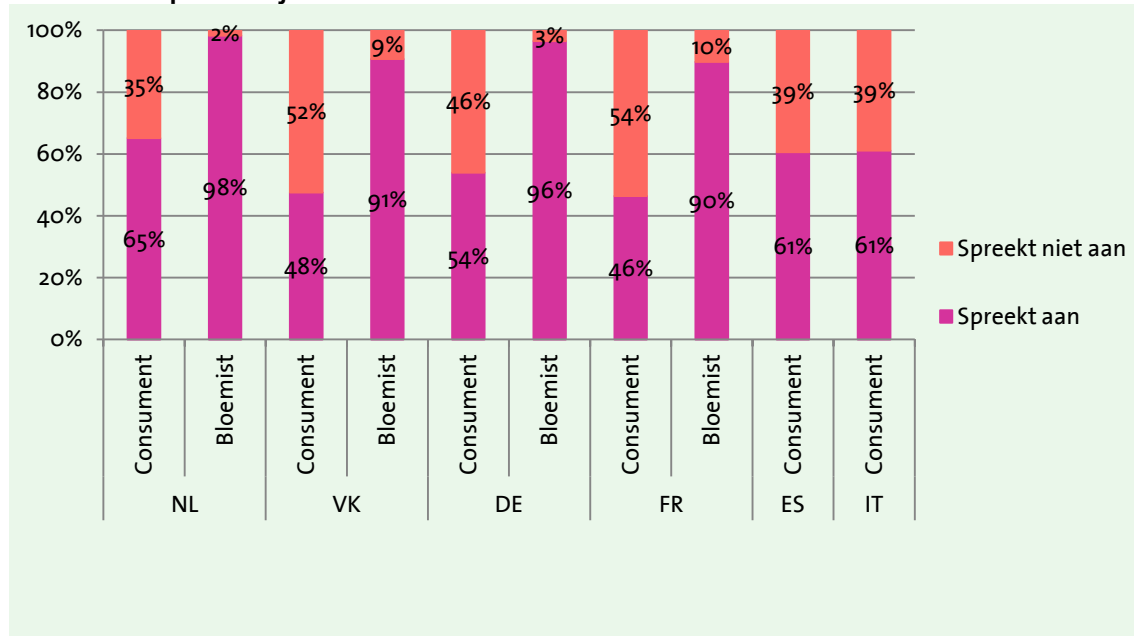
Grafiek 2.3.1 Stijl van snijhortensia (gemiddeld over alle landen)



2.4 Bloemist enthousiaster over snijhortensia dan consument

De bloemist is enthousiast over de snijhortensia, gemiddeld zegt 94% dat de bloem hen aanspreekt. Consumenten zijn echter minder positief over de snijhortensia. In het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk zegt meer dan de helft van de consumenten dat de bloem hen niet aanspreekt. Ook in de andere landen is een groot deel van de consumenten niet enthousiast over de bloem, zoals in onderstaande grafiek te lezen is.

Grafiek 2.4.1 Spreekt snijhortensia u aan?

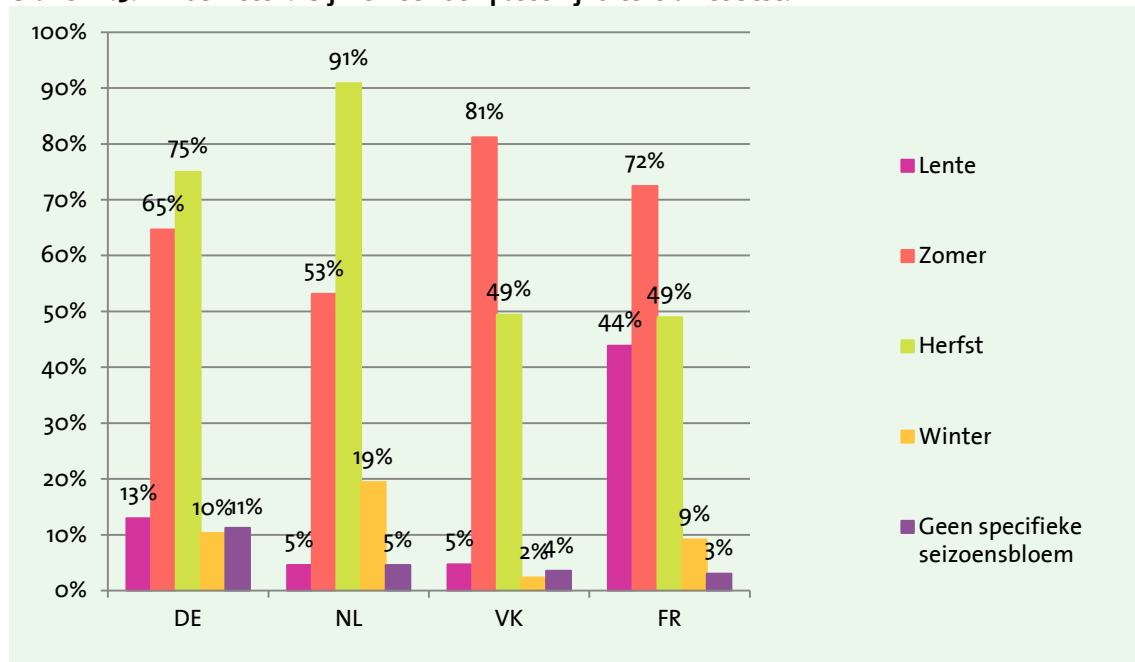


2.5 Snijhortensia past bij zomer en herfst

Bij welk seizoen past de snijhortensia? Over het algemeen past de bloem volgens de consumenten het best bij de zomer en de herfst. Opvallend is dat daarnaast een derde van de Italianen en Spanjaarden vindt dat de bloem ook goed bij de lente past.

Bloemisten vinden de bloem eveneens bij zowel de zomer als de herfst passen. Wel verschilt dit per land: Duitse en Nederlandse bloemisten vinden de bloem vooral bij de herfst passen, terwijl Franse en Britse bloemisten de bloem vaker associëren met de zomer. Opvallend is dat relatief meer Franse bloemisten de bloem daarnaast ook associëren met de lente.

Grafiek 2.5.1 Bloemisten: ‘bij welk seizoen past snijhortensia het best?’



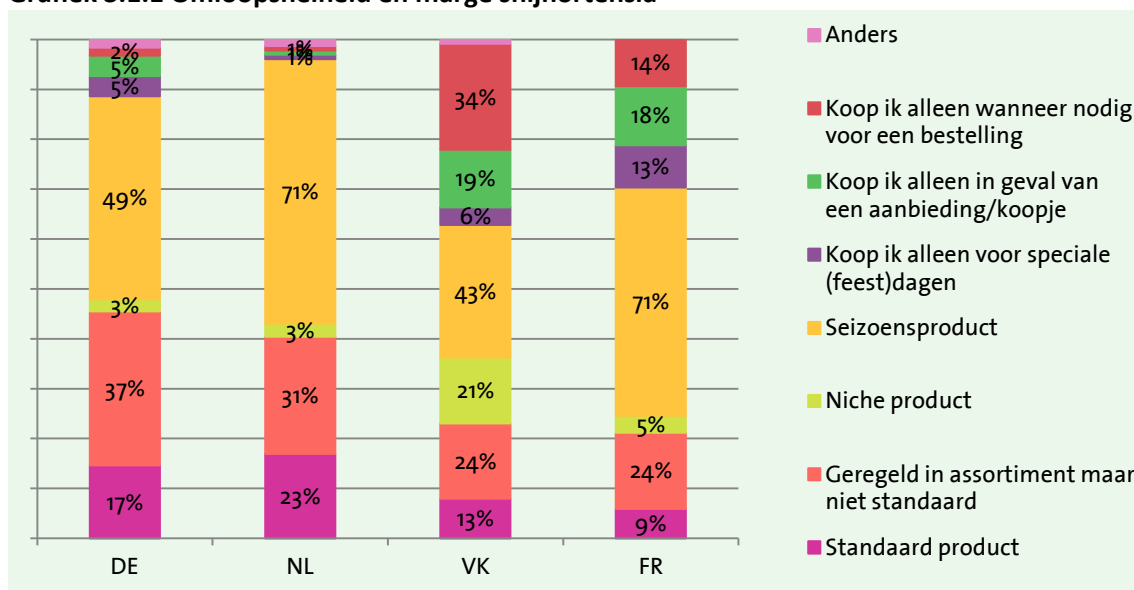
3 Bloemist

3.1 Vrijwel elke bloemist verkoopt snijhortensia

Gemiddeld 89% van de bloemisten heeft snijhortensia verkocht het afgelopen jaar. Bij Nederlandse bloemisten was de bloem het vaakst te vinden, 98% van hen verkocht de bloem het afgelopen jaar.

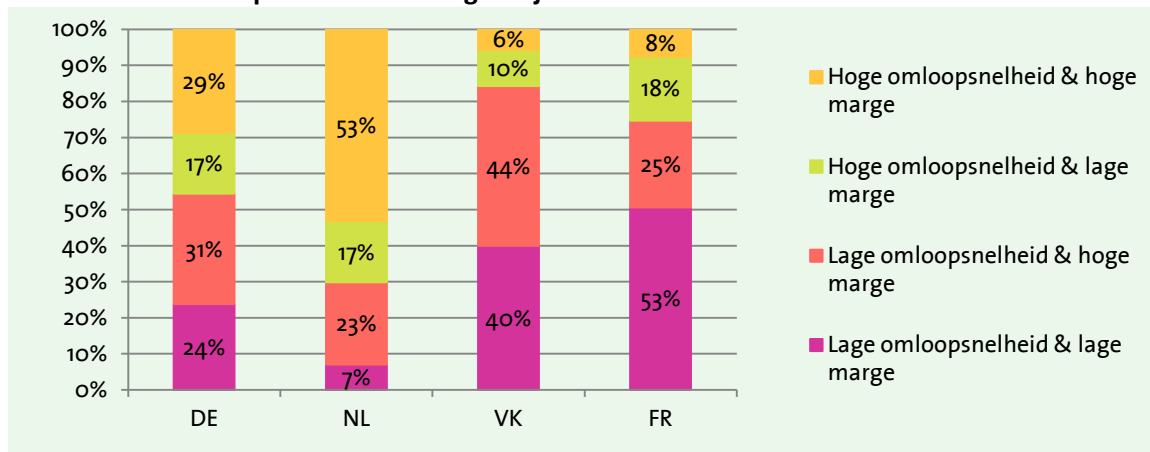
De rol die de snijhortensia speelt in het assortiment verschilt per land. De bloemisten, met name Nederlandse en Franse, zien de bloem als een echt seizoensproduct. Bij Britse bloemisten valt op dat zij de snijhortensia vaak omschrijven als een nicheproduct en een bloem die ze vaker kopen als aanbieding of 'koopje', voor een bijzondere gelegenheid of voor een speciale bestelling.

Grafiek 3.1.1 Omloopsnelheid en marge snijhortensia



Dit 'nichekarakter' zie je ook terug in het feit dat men de snijhortensia in het Verenigd Koninkrijk omschrijft als een product met lage omloopsnelheid, een product dat meer bij uitzondering wordt aangeschaft. Ook volgens de meerderheid van de Duitse en Franse bloemisten heeft de bloem een redelijk lage omloopsnelheid. Alleen in Nederland heeft de bloem volgens de meerderheid van de bloemisten een hoge omloopsnelheid.

Grafiek 3.1.2 Omloopsnelheid en marge snijhortensia

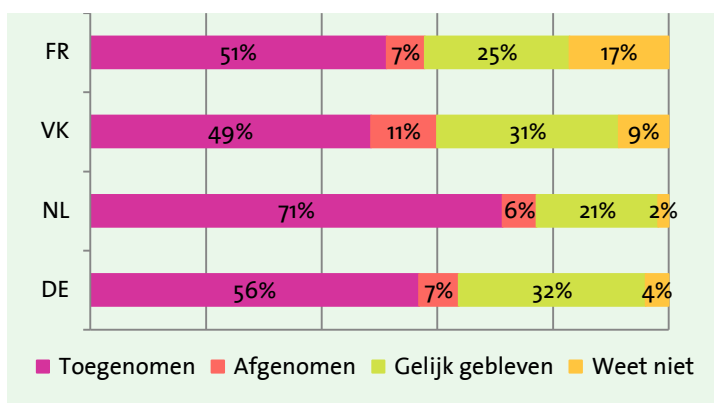


3.2 Positieve ontwikkeling aandeel snijhortensia in assortiment

Het aandeel van de snijhortensia in

het bloemenassortiment heeft zich positief ontwikkeld. De helft van de bloemisten in Duitsland, Frankrijk en Verenigd Koninkrijk heeft het aandeel van snijhortensia in het snijbloemenassortiment zien toenemen. Bij ruim een kwart is het aandeel stabiel gebleven. In Nederland gaf zelfs 71% van de bloemisten aan dat het aandeel van de bloem is gestegen.

Grafiek 3.2.1 Aandeel snijhortensia in assortiment afgelopen 3 jaar



Bloemisten die een toename signaleerden, schrijven dit toe aan een gestegen populariteit/vraag. Daarnaast noemen de bloemisten ook het verbeterde vaasleven van de snijhortensia. Ook vindt men dat het kleuren- en sortenaanbod een positief effect heeft gehad op de verkopen.

Ook wat betreft de toekomstige ontwikkelingen zijn de bloemisten positief. Het merendeel van de bloemisten verwacht dat het aandeel van snijhortensia zal toenemen of gelijk zal blijven.

3.3 Houdbaarheid sterk punt, prijs kan beter

Duitse en Nederlandse bloemisten noemen de goede houdbaarheid als sterk punt van de snijhortensia. Britse bloemisten zijn vooral te spreken over het imago van de bloem. Franse bloemisten vinden de toepassingsmogelijkheden van de snijhortensia een sterk punt.

De prijs is het meest genoemde zwakke punt van de snijhortensia. Hoewel houdbaarheid vooral scoort als sterk punt, wordt het door een kleinere groep bloemisten ook genoemd als zwak punt.

Tabel 3.3.1 Meest genoemde sterke en zwakke punten

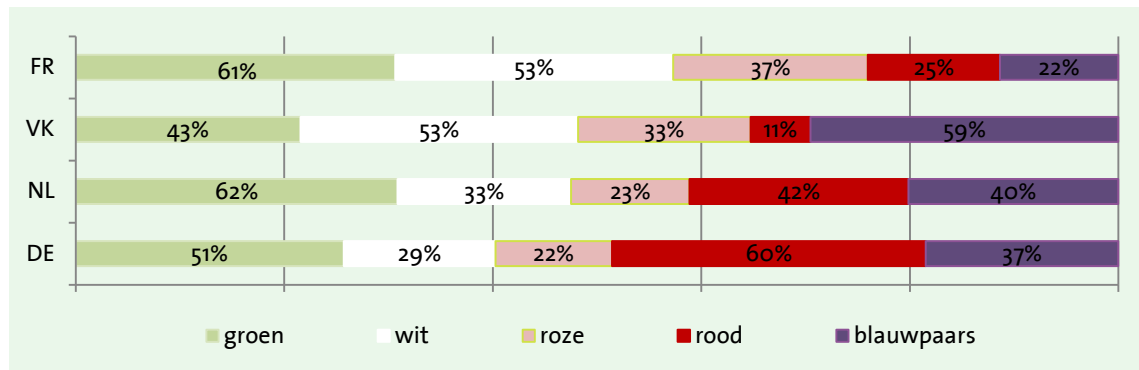
	D	NL	VK	F
Houdbaarheid	75%	64%	41%	37%
Toepassingsmogelijkheden	59%	61%	47%	61%
Imago	38%	49%	54%	38%
Prijs	77%	64%	80%	79%
Houdbaarheid	23%	22%	34%	25%

3.4 Groene snijhortensia favoriet in Nederland en Frankrijk

Aan de bloemist zijn foto's getoond van de snijhortensia in diverse kleuren. Welke voorkeur heeft de bloemist? De kleurvoorkeuren lopen erg uiteen. In Nederland en Frankrijk heeft de bloemist de voorkeur voor de groene snijhortensia. Ook in Duitsland scoort de groene variant hoog, maar de rode snijhortensia is favoriet. Britse bloemisten geven vaker de voorkeur aan blauw/paars. In Frankrijk en Verenigd Koninkrijk is de witte snijhortensia populairder dan in Nederland en Duitsland.



Grafiek 3.4.1 Kleurvoorkeuren bloemist



De bloemisten is gevraagd naar hun voorkeur voor een bepaald bloeistadium bij de inkoop van de snijhortensia. In de meeste landen hebben bloemisten een voorkeur voor bloeistadium 4. Daarnaast valt op dat ook relatief veel Nederlandse en Duitse bloemisten kiezen voor het rijpere bloeistadium 5, terwijl men in Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk juist eerder kiest voor het rauwere bloeistadium 3.



3.5 Kleur en prijs bepalend bij inkoop snijhortensia

Over de landen heen zijn kleur en prijs de meest bepalende inkoopcriteria voor de bloemisten. Versheid en grootte van de bloem volgen op enige afstand. Versheid van de snijhortensia lijkt in het Verenigd Koninkrijk zwaarder te wegen dan in Nederland en Duitsland.

Over de kleuren van de snijhortensia zijn de bloemisten over het algemeen zeer tevreden. Het aspect prijs scoort echter minder goed. Vooral de Fransen zijn kritisch: maar liefst 65% van de bloemisten, die prijs een bepalend inkoopcriterium vinden, is niet tevreden over de prijs.

3.6 Franse en Britse bloemist minder bekend met onderscheid 'classic – vers'

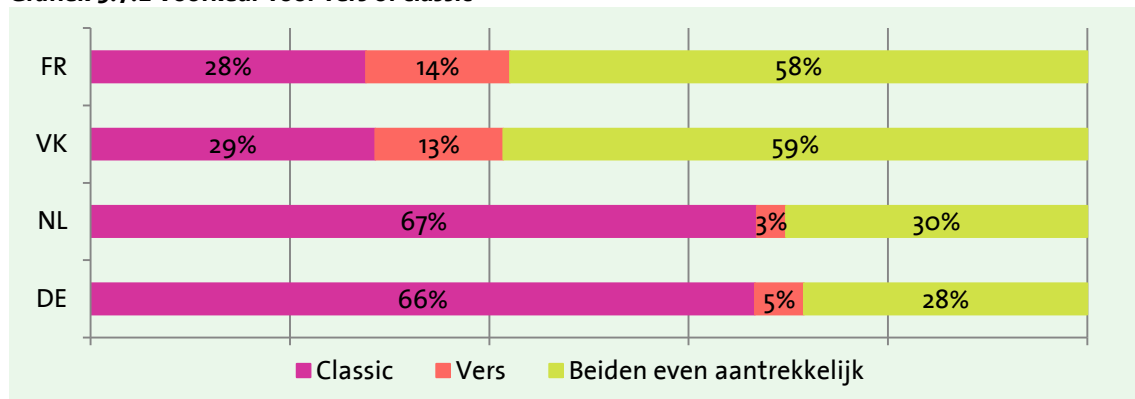
Er zijn twee varianten van de hortensia. Richting het najaar veranderen de bloemen van de hortensia van kleur. Ze krijgen een groenachtige tint en worden steviger/harder. Deze bloemen krijgen de benaming 'classic' (doorgekleurd). De bloemen uit het voorjaar, die nog niet doorgekleurd zijn, worden 'vers' genoemd. Zijn de bloemisten op de hoogte van dit verschil tussen beide varianten? Naast bovenstaande toelichting werden ook foto's getoond van beide soorten (voor beeldmateriaal, zie paragraaf 4.3).

Nederlandse bloemisten zijn met 93% het best op de hoogte van dit onderscheid, gevolgd door Duitse bloemisten met 70%. Britse en Franse bloemisten zijn aanzienlijk minder op de hoogte, slechts de helft van de bloemisten in deze landen is bekend met het verschil tussen beide varianten.

3.7 Classic hortensia favoriet in Nederland en Duitsland

Naar welke variant gaat de voorkeur uit? Hier is een opvallend verschil te zien. Nederlandse en Duitse bloemisten prefereren duidelijk de classic snijhortensia, terwijl de meerderheid van de Britse en Franse bloemisten beide soorten even aantrekkelijk vindt.

Grafiek 3.7.1 Voorkeur voor vers of classic

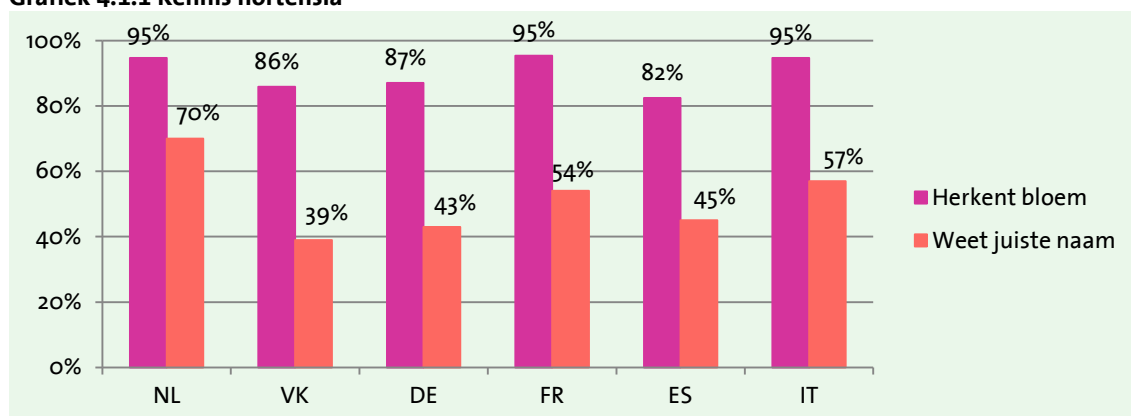


4 Consument

4.1 Snihortensia goed herkend, naam minder bekend

Om te achterhalen hoe bekend de snihortensia is onder de consumenten, kregen zij een foto van de plant te zien met daarbij de vraag of zij deze wel eens hebben gezien.

Grafiek 4.1.1 Kennis hortensia

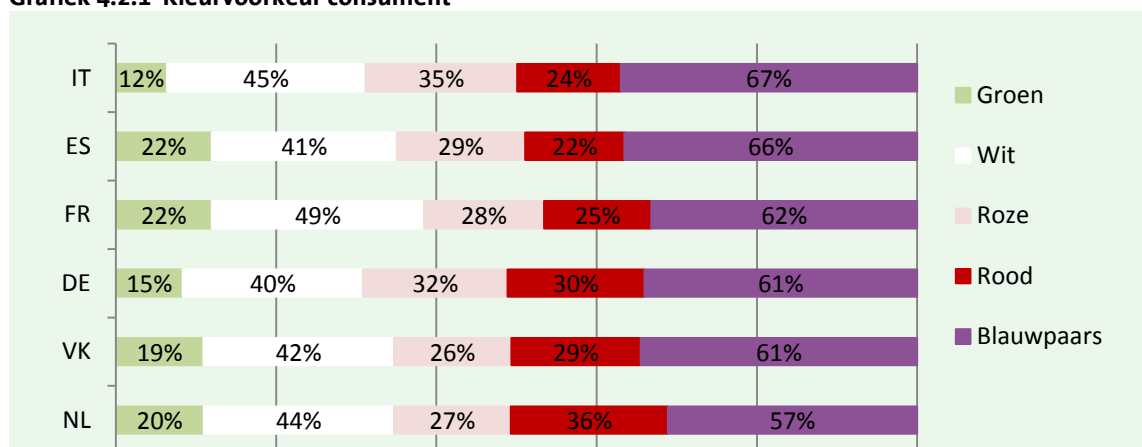


De snihortensia wordt het meest herkend onder Nederlandse, Franse en Italiaanse plantenkopers. De naam is aanzienlijk minder goed bekend. Opvallend is de lage naamsbekendheid in Verenigd Koninkrijk. Van alle onderzochte landen is dit het enige land waar de naam Hydrangea gevoerd wordt (i.p.v. hortensia). Misschien is deze naam te lastig, want hij wordt ook opvallend vaak fout gespeld. De consumenten in de zes landen verwarden de hortensia soms met chrysant, dahlia, begonia en rododendron.

4.2 Blauwpaars favoriete kleur

Aan de consument zijn foto's getoond van de snihortensia in diverse kleuren (voor beeldmateriaal, zie par. 3.4). In de meeste landen is blauwpaars de favoriete kleur. Verder lijkt de voorkeur voor rood in Nederland iets sterker te zijn dan in de andere landen.

Grafiek 4.2.1 Kleurvoorkeur consument



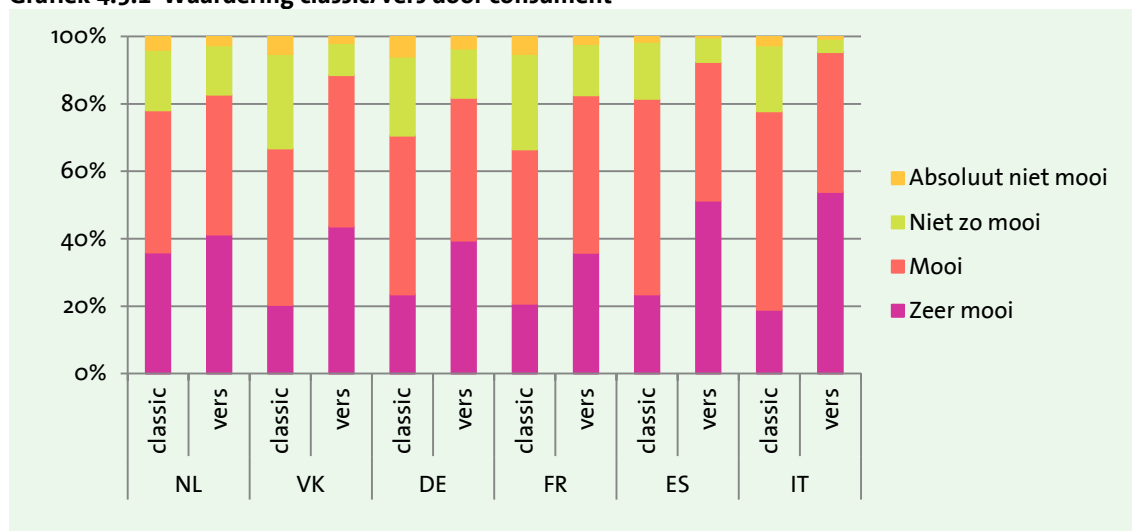
De kleurvoorkeur van de consument wijkt af van die van de bloemist. De sterke voorkeur van de bloemist voor groen is niet terug te zien bij consument. Mogelijk is dit omdat groen een neutralere kleur is dan de andere kleuren, minder bepalend in een boeket en daarom voor meerdere toepassingen en stijlen te gebruiken. De consument redeneert meer vanuit het kopen van een bos bloemen en kleur is dan vaak een belangrijk uitgangspunt. Zij zullen dan misschien minder snel kiezen voor een bos groene hortensia's en eerder voor een specifieke kleur.

4.3 Zowel verse als classic hortensia scoren goed

Aan de bloemenkopers is ook gevraagd wat zij vinden van de twee getoonde soorten snijhortensia: de verse en de classic hortensia. De meerderheid vindt zowel de classic als de verse variant (zeer) mooi. Vers wordt gemiddeld iets beter beoordeeld.



Grafiek 4.3.1 Waardering classic/vers door consument

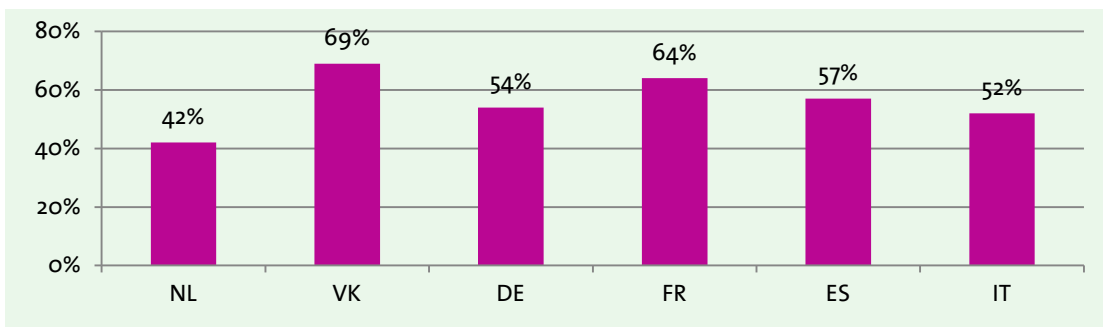


4.4 Nederlandse consument kocht vaakst snijhortensia

Aan de bloemenkopers die de snijhortensia herkenden, is gevraagd of ze het afgelopen halfjaar (eerste helft van 2010) wel eens een monobos of losse snijhortensia hebben gekocht. Gemiddeld gaf 29% van hen aan wel eens een snijhortensia te hebben gekocht in die periode. In Nederland lag het percentage kopers met 43% opvallend hoger.

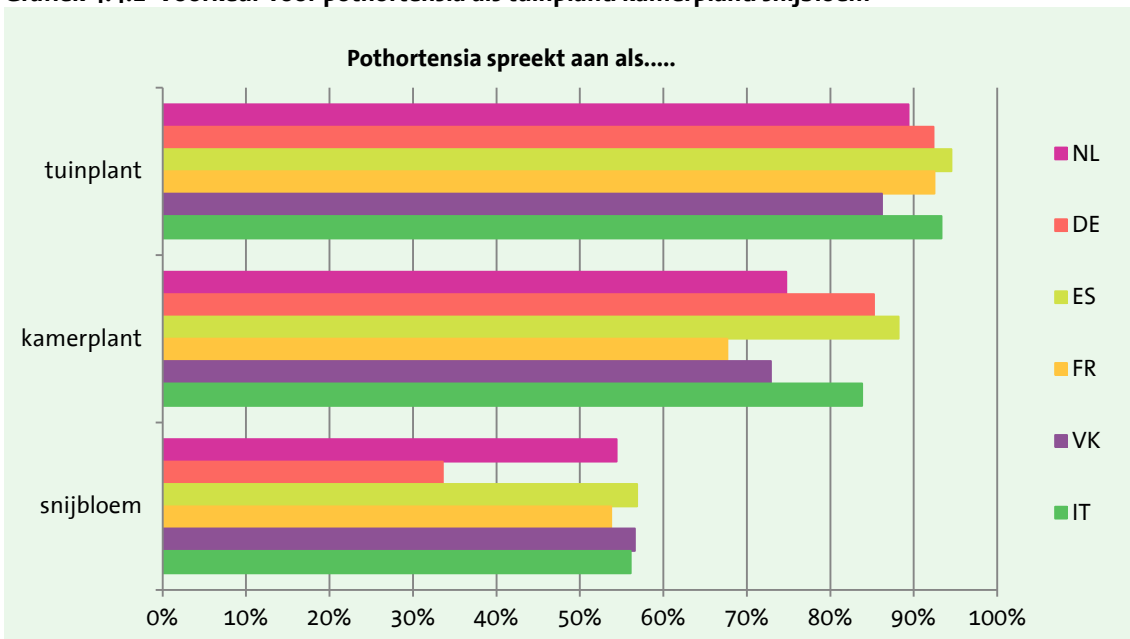
Het percentage niet-kopers lag in het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk het hoogst met resp. 69% en 64%. Als reden om geen snijhortensia te kopen, noemen de niet-kopers dat het niet bij hun stijl past of dat zij de bloem niet mooi vinden. In Duitsland en Italië wordt ook vaak genoemd dat zij geen persoon of gelegenheid hadden om de bloemen cadeau te doen.

Grafiek 4.4.1 Percentage niet-kopers snijhortensia



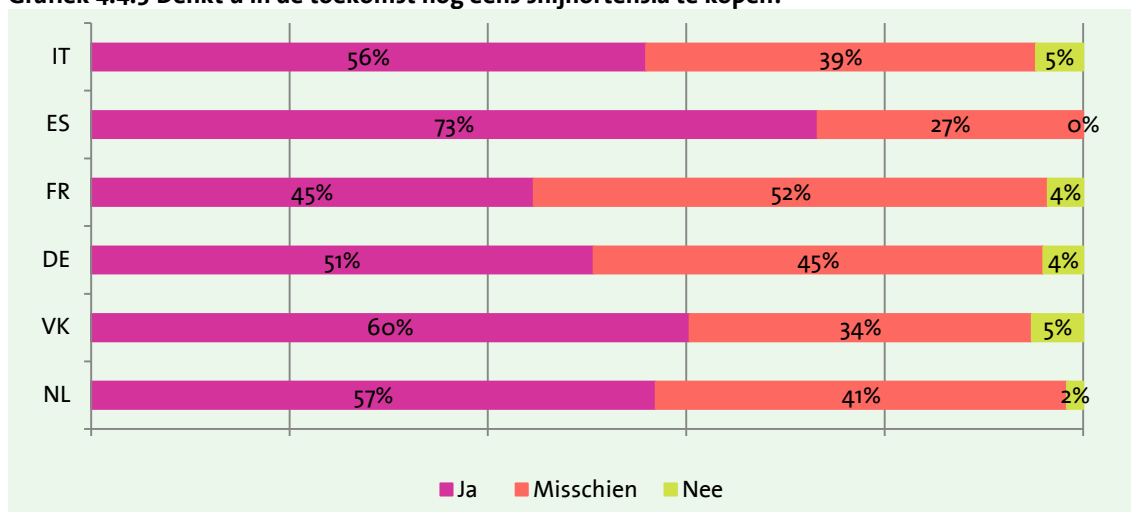
Ook geeft een deel van de niet-kopers de voorkeur aan de hortensia als tuinplant. Dit sluit aan bij een vergelijkbaar onderzoek naar pothortensia, dat Productschap Tuinbouw in juni/juli 2010 heeft uitgevoerd. Hierin is te lezen dat de hortensia als tuinplant het meest aanspreekt. De hortensia als snijbloem spreekt minder aan. Dit geldt met name voor de Duitse plantenkopers: tweederde van hen vindt dat de snijhortensia als snijbloem minder aanspreekt. Onderstaande grafiek uit het pothortensia onderzoek geeft dit weer.

Grafiek 4.4.2 Voorkeur voor pothortensia als tuinplant/kamerplant/snijbloem



De meerderheid van de kopers denkt zeker of misschien nog eens snijhortensia te kopen in de toekomst. De Spaanse consument is het meest geneigd om de bloem nog eens aan te schaffen in de toekomst.

Grafiek 4.4.3 Denkt u in de toekomst nog eens snijhortensia te kopen?



tuinbouw
zoetermeer

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