

MARKTMONITOR 2007

SNIJBLOEMEN EN POTPLANTEN

Finland

Rapportnummer: PT 2007 - 69



Auteurs:

Productschap Tuinbouw **Bloemenbureau Holland**

Iris van Santen

Iain Thompson

Projectleider marktonderzoek

Area Manager

Augustus 2007



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.

Bloemenbureau Holland, Schipholweg 1, 2316 XB LEIDEN, tel.nr. 071-5659565,
e-mail: m.verheijen@flowercouncil.org internet site: www.flowercouncil.org

Productschap Tuinbouw, Postbus 280, 2700 AG ZOETERMEER, tel.nr. 079-3470707,
e-mail: i.wijnants@tuinbouw.nl internet site www.tuinbouw.nl

INHOUDSOPGAVE

1	INLEIDING	6
2	FINLAND ALGEMEEN	7
2.1	Demografische factoren	9
2.2	Cultureel maatschappelijke ontwikkelingen	14
2.3	Economische factoren.....	16
2.4	Politiek.....	20
3	MARKTOMVANG	22
3.1	Totale marktomvang snijbloemen en kamerplanten.....	22
3.2	Consumptie per hoofd van de bevolking	23
4	DE FINSE CONSUMENT.....	24
4.1	Betekenis van snijbloemen en kamerplanten voor de Finnen.....	24
4.2	Koopgedrag Finse consument	24
4.3	Bestedingen	25
4.4	Prijzontwikkeling.....	26
4.5	Assortiment	27
4.6	Aankoopgelegenheid.....	29
4.7	Leeftijd.....	32
4.8	Regionale verschillen	33
5	BEDRIJVENMARKT	35
6	DETAILHANDEL.....	36
6.1	Algemene marktaandelen	36
6.2	Bloemist	38
6.3	Grootwinkelbedrijf	39
6.4	Tuincentra	40
6.5	Bouwmarkten.....	40

7	GROOTHANDEL	42
8	IMPORT EN EXPORT	43
8.1	Import van Finland	43
8.2	Export vanuit Finland	44
8.3	Nederlandse export naar Finland	45
9	LOKALE PRODUCTIE	47
9.1	Areaal en assortiment	47
9.2	Milieu.....	49
	BIJLAGE 1 – ZAKELIJKE GEDRAGSCODE.....	51
	BIJLAGE 2 – FYTOSANITAIRE VOORSCHRIFTEN.....	53
	BIJLAGE 4 – BELANGRIJKE BLOEMEN- EN FEESTDAGEN 2007 EN 2008.....	55
	BIJLAGE 5 – INTERESSANTE ADRESSEN	56
	BIJLAGE 6 – MARKTONDERZOEKEN	59
	BIJLAGE 7 – GERAADPLEEGDE BRONNEN	60

SAMENVATTING

Inleiding

In de Marktmonitor Finland is geprobeerd een zo compleet mogelijk beeld te geven van ontwikkelingen binnen de productie en afzet van sierteeltproducten in Finland. Marktmonitor Finland is een gezamenlijke uitgave van Bloemenbureau Holland en het Productschap Tuinbouw.

Demografie

Finland telt 5,2 miljoen inwoners; twee keer zoveel als in 1900. Het geboortecijfer is laag en voor de komende jaren wordt dan ook een langzame bevolkingstoename voorzien. Met zeventien inwoners per vierkante kilometer is Finland, na Noorwegen en IJsland, het dunst bevolkte land van Europa. Het aantal huishoudens in Finland neemt geleidelijk toe met de omvang van de bevolking. Een gemiddeld huishouden bestaat uit 2,4 personen. De verwachting is dat de bevolking zal groeien tot zo'n 5,26 miljoen inwoners in 2011. De grootste leeftijdsgroep in Finland is 0 t/m 14 jaar. Net als in veel andere Europese landen heeft ook Finland te maken met een toenemende vergrijzing. De tweede grootste leeftijdsgroep bestaat dan ook uit Finnen ouder dan 65 jaar. De beroepsbevolking in Finland is vrij stabiel en ligt al jaren rond de 2,6 miljoen. Van de beroepsbevolking werkte in 2005 92%. Van de totale bevolking is dit 46%.

Het besteedbaar inkomen laat vanaf 2000 een stijging zien maar na 2004 zwakt de groei af met een uitschieter in 2006. De verwachting voor de komende jaren is dat het besteedbaar inkomen een stabiele groei zal laten zien van rond de 3% per jaar. Finnen geven het grootste deel van hun inkomen uit aan huisvesting. Verder zijn voedsel/non-alcoholische dranken en transport grote kostenposten.

Economie

Het consumentenvertrouwen in Finland is al jaren positief en laat een stijging zien. De economische situatie is dan ook goed evenals de vooruitzichten voor de toekomst. Het herstel van de economie binnen de EU heeft een positieve invloed op de Finse export. Binnenlandse uitgaven en investeringen, voornamelijk in de bouw, installaties en machines, zijn in 2006 sterk toegenomen in Finland en versnellen de economische groei. De verwachting is dat voor de komende jaren de consumentenuitgaven hoog zullen blijven vanwege extra verlagingen van belastingen en verbeteringen in de arbeidsmarkt, waarbij de werkloosheid in een benedenwaartse trend zal blijven.

Marktomvang

De markt voor snijbloemen en kamerplanten kwam in 2006 naar schatting uit op een waarde van 384 miljoen euro. Hiervan kwam 47%, ofwel 181 miljoen euro, voor rekening van snijbloemen en 203 miljoen euro voor rekening van kamerplanten. Opvallend is dat t/m 2004 snijbloemen het grootste percentage van de marktomvang vormden en vanaf 2005 potplanten een belangrijker aandeel hebben gekregen. De markt voor snijbloemen laat over de jaren dan ook een krimp zien terwijl die voor potplanten is gegroeid. In 2006 gaf de Finse consument per hoofd zo'n 35 euro aan snijbloemen en 39 euro aan kamerplanten uit. Bij snijbloemen stijgen de uitgaven weer sinds 2004. De uitgaven aan kamerplanten laten al jaren een stabiele stijging zien

Consument

Finnen waarderen de eenvoud en het oproepen van het voorjaarsgevoel in de donkere wintermaanden. Tulpen staan bekend als de 'brengers' van de lente. De voordelen van planten zijn volgens de Finnen de gezelligheid en het leven in huis. Planten gaan ook meer onderdeel uitmaken van een gezondere woonomgeving.

Kopende huishoudens

Van alle Finse huishoudens kocht 52% in 1998 minimaal 1 keer bloemen. In 2001 was dit nog 56%. Het aantal huishoudens dat kamerplanten kocht steeg van 64% in 1998 naar 71% in 2001. De bestedingen aan potplanten zijn in 2001 gestegen ten opzichte van 1998, ten koste van snijbloemen. De groei in bestedingen aan potplanten was vooral te danken aan de bloeiende potplanten. Bestedingen aan groene potplanten zijn slechts licht gestegen.

Assortiment

Gekeken naar gekochte aantallen heeft de tulp in 2001 het grootste aandeel, gevolgd door de roos en de narcis. Als er gekeken wordt naar de verdeling van de bestedingen, dan blijkt dat het meeste geld werd uitgegeven aan rozen. Als bij bloeiende potplanten gekeken wordt naar gekochte aantallen heeft erica het grootste aandeel behaald binnen bloeiende potplanten in 2001, gevolgd door geranium en begonia. Qua bestedingen wordt het meeste geld uitgegeven aan erica, gerbera en begonia. De palm is het belangrijkste product bij groene planten, gevolgd door de varen.

Aankoopgelegenheid

Van alle bloemenuitgaven in 2001 werd 67% besteed aan bloemen voor cadeau en 33% voor eigen gebruik (incl. grafsegment). Voor eigen gebruik werden de roos en de tulp het meest gekocht in 2001, gevolgd door gemengde boeketten. Voor cadeau was in 2001 de roos het meest populair gevolgd door een gemengd boeket en de tulp.

Detailhandel

Wat betreft de verkopen van snijbloemen had de bloemist in 2001 het grootste marktaandeel in de bestedingen, gevolgd door het warenhuis en de supermarkt. Bij potplanten heeft het tuincentrum het grootste aandeel, gevolgd door de bloemist en het warenhuis.

Bloemist

Voor de roos, anjer, chrysanthe en tulp was de bloemist/bloemenstal het belangrijkste aankooppunt in 2001. De supermarkt was qua bestedingen voor de narcis het belangrijkste aankoopkanaal. De lelie werd het meest op de markt gekocht maar wat betreft bestedingen werd bij het tuincentrum het meest aan de lelie uitgegeven. Bloemisten zullen het steeds moeilijker krijgen. Alleen de bloemisten die een keuze weten te maken voor grafwerk of bijvoorbeeld de bedrijvenmarkt, zullen zich staande weten te houden. Anderen zullen het verliezen van de opkomende hypermarkten.

Grootwinkelbedrijf

De Finse retailmarkt is erg ontwikkeld en wordt gedomineerd door twee grote spelers: Kesko en SOK. Andere retailers hebben slechts een klein marktaandeel. Elk van de drie grootste Finse retailers heeft een uitgebreid netwerk van hypermarkten. Kesko en SOK hebben beide meer dan 40 hypermarkten in Finland, Tradeka heeft er zo'n 20.

Hypermarkten zijn populair in Finland. Omdat kleinere steden verspreid liggen tussen de vele meren van Finland is er een grote behoefte aan een uitgebreide en one-stop shopping locatie. Supermarkten zijn er ook veel in Finland. Alle grote retailers hebben supermarkten van verschillende grootte en met verschillende concepten. Discounters komen steeds meer op in Finland. Marktleider Kesko heeft een aantal jaren een grote soft discounter keten (Cassa) gerund maar besloot dat het discount concept geen geschikt format is voor de Finse markt.

Discounter Lidl heeft voor verhoogde concurrentie op de Finse retailmarkt gezorgd en in de afgelopen twee jaar is prijsconcurrentie het onderwerp van gesprek geworden. Lidl is tot nu toe de enige grote speler in het hard discount segment. Alle andere Finse discount concepten (Sale

en Alepa) zijn soft discounters. De verwachting is dat Lidl nog verder uit zal breiden en de prijsconcurrentie zal groeien.

Tuincentra

De geranium en de begonia zijn een geliefde aankoop bij het tuincentrum: ruim 43% van de geraniumbestedingen en 42% van de begoniabestedingen kwam in 2001 bij het tuincentrum terecht. Opvallend is dat de consument in 2001 een cactus, st. paulia en chrysaant het meest kocht bij een warenhuis. Ook groene planten werden in 2001 in eerste instantie bij het warenhuis gekocht.

Bouwmarkten

De bouw- en doe-het-zelfketens in Noord-Europa zijn tevreden over de ontwikkelingen in Noorwegen, Finland en Zweden. In 2004 werden door bijna alle bouwmarkt ketens die actief zijn in Scandinavië positieve resultaten behaald. Marktleider in het bouwmarktsegment in Finland is Rautakesko, met 43 K-Rauta- bouwmarkten en 102 Rautia-winkels. De keten zag de omzet met 8,5 procent stijgen naar 731,1 miljoen euro. Starkki noteerde een omzetgroei van 4 procent over de eerste negen maanden van 2004.

Groothandel

In Finland zijn ongeveer 35 groothandelaren actief, voor het overgrote deel gevestigd in het zuiden van Finland (Helsinki en Espoo), het westen (Turku) en Kymenlaakso (Kotka, Valkeala). In Helsinki bevindt zich de grootste groothandelmarkt, waar een handvol groothandelaren en snijbloemenkwekers actief is. De komende jaren zal er niet alleen onder bloemisten een shake out komen, maar ook zullen er groothandelaren verdwijnen. Willen groothandelaren overleven, dan zullen ze keuzes moeten gaan maken of zich specialiseren.

Import en export Finland

Na toetreding tot de EU bereikte de Finse import van snijbloemen in 1997 een record. Daarna was tot en met 2001 een daling te zien in de snijbloemenimport. In 2002 stabiliseerde de import zich om weer te stijgen tot 18,5 miljoen euro in 2006. Het Nederlandse importaandeel is met 94% al jaren stabiel en sterk.

In de Finse import van kamerplanten heeft Nederland te maken met meer concurrentie van andere landen dan bij snijbloemen het geval is. Het marktaandeel is in 2006 37% en is daarmee de belangrijkste kamerplantenleverancier van Finland. Maar Denemarken volgt op de voet met 35%.

Na Denemarken is ook Duitsland een belangrijke leverancier. De Finse invoer van kamerplanten neemt al jaren gestaag toe.

Nederlandse export naar Finland

Tot en met 2002 leek het erop dat de groei eruit was bij de snijbloemenexport. Echter vanaf 2003 begon de snijbloemenexport naar Finland weer te stijgen en kwam in 2006 uit op 16,8 miljoen. Hetzelfde geldt voor de export van uitgangsmateriaal. De plantenexport naar Finland is de laatste jaren sterk gestegen. In 2006 kende de export een groei van 28% en kwam uit op 11,6 miljoen. De export van uitgangsmateriaal ligt al jaren op hetzelfde niveau maar steeg in 2006 met 17% naar 1,5 miljoen.

Finse sierteeltproductie

De totale productiewaarde van snijbloemen en kamerplanten schommelt rond de € 75 miljoen. Bij de snijbloemen is na 1998 een daling ingezet, de kamerplantenproductie trekt juist weer wat aan. De kamerplantenproductie schommelt al jaren rond de twaalf à dertien miljoen stuks. De meest geteelde soorten zijn Poinsettia en Begonia (herfst). Veel bloemenkwekers schakelen over op kamerplanten. De productie van groene kamerplanten daalde in 2002 met ruim 19% naar 536.000 stuks.

De Finse regering hanteert een beleid dat ontwikkeling van milieutechnologie en milieuvriendelijke producten aanmoedigt. Zo zijn Finse bedrijven verplicht te betalen voor elke schade aan het milieu die door hun bedrijfsactiviteiten ontstaat. Ook zijn er subsidies voor bedrijven die investeringen doen om het milieu te beschermen. Op deze manier is de stimulans voor Finse bedrijven om milieutechnologie te integreren in hun bedrijfsvoering erg groot.

1 INLEIDING

Actuele informatie over afzetmarkten is van groot belang bij het bepalen van een afzetvisie en een strategie voor de toekomst. In de Marktmonitor Finland is geprobeerd een zo compleet mogelijk beeld te geven van ontwikkelingen binnen de productie en afzet van sierteeltproducten in dit land. Voorheen was deze informatie versnipperd te vinden in marktonderzoekrapporten van het Productschap Tuinbouw en de landennota van het Bloemenbureau Holland. De Marktmonitor Finland is een gezamenlijke uitgave van Productschap Tuinbouw en het Bloemenbureau Holland.

Voor het in kaart brengen van de ontwikkelingen op de Finse markt is gebruik gemaakt van verschillende bronnen. Helaas leiden verschillende bronnen vaak tot verschillende gegevens. In de Marktmonitor zijn hierin keuzes gemaakt op basis van de expertise en kennis van de Finse markt bij het Bloemenbureau Holland en het Productschap Tuinbouw. Als u vragen of opmerkingen heeft over de Marktmonitor kunt u contact opnemen met de areamanager Finland bij het Bloemenbureau Holland of de afdeling Marktinformatie en Marktonderzoek van het Productschap Tuinbouw.

Bloemenbureau Holland

t.a.v. Dhr. Iain Thompson

Schipholweg 1

2316 XB Leiden

T +31 (0) 71 - 565 95 65

F +31 (0) 71 - 565 95 55

i.thompson@flowercouncil.org

www.flowercouncil.org

Productschap Tuinbouw

t.a.v. Mw. I. van Santen

Postbus 280

2700 AG Zoetermeer

T +31 (0) 79 – 34 707 07

F +31 (0) 79 – 34 704 04

i.vansanten@tuinbouw.nl

www.tuinbouw.nl

Op de website van het Productschap Tuinbouw of op het extranet van Bloemenbureau Holland kunt u de belangrijkste informatie uit deze en andere marktmonitoren nog eens nalezen.

2 FINLAND ALGEMEEN

Figuur 2.0: Landkaart Finland



Bron: CIA

Finland ligt het meest oostelijk van alle West-Europese landen. In doorsnee is het maximaal 542 km breed en 1.157 km lang. Bijna 70 procent van het land is bedekt met bos, 8 procent is in cultuur gebracht en 10 procent bestaat uit water. Finland telt meer dan 60.000 meren, terwijl langs de kust meer dan 20.000 eilanden liggen. Een derde van het land ligt ten noorden van de poolcirkel. De relatief open grens in het oosten met Rusland is 1.269 kilometer lang. De andere buurlanden zijn Zweden in het westen en Noorwegen in het noorden. Aan een deel van de westkant vormt de Botnische Golf de natuurlijke begrenzing en in het zuiden de Finse Golf. Finland is het enige land van Scandinavië dat de euro als nationaal betaalmiddel heeft ingevoerd.

Juli is doorgaans de warmste maand, met maxima van ongeveer 22°C in het zuiden en 19°C in het noorden. De winters zijn koud, vooral in het noordelijke Lapland, waar vaak temperaturen van -20°C worden gemeten. Dankzij de invloed van zee blijft Helsinki aan de zuidkust veel milder, met temperaturen van gemiddeld -6°C in februari. De neerslag per jaar bedraagt in het zuiden meer dan 700 mm; het noorden is wat droger.

Vanwege de noordelijke ligging doet in Finland zich de middernachtzon voor. In het hoge noorden gaat de zon 's zomers 73 dagen achtereen niet onder. Ook in het zuiden zijn de zomernachten niet meer dan een korte schemering. 's Winters daarentegen duren de nachten lang en zelfs overdag blijft het dan halfduister.

2.1 Demografische factoren

2.1.1 Prognose en ontwikkeling aantal inwoners

Finland telt 5,2 miljoen inwoners; twee keer zoveel als in 1900. Het geboortecijfer is laag en voor de komende jaren wordt dan ook een langzame bevolkingstoename voorzien. Er zijn iets meer vrouwen dan mannen. De meeste buitenlanders die in Finland wonen zijn Russen (24.621), Esten (15.459), Zweden (8.196) en Somaliërs (4.704).

Met zeventien inwoners per vierkante kilometer is Finland, na Noorwegen en IJsland, het dunst bevolkte land van Europa. Dit lage gemiddelde steekt schril af bij de grote bevolkingsconcentraties aan de kust, vooral in de provincie rondom de hoofdstad Helsinki. Na de Tweede Wereldoorlog nam de verstedelijking snel toe. Woonde in 1940 slechts 27 procent van de bevolking in een stedelijk gebied, in 2000 was dat 82 procent. Bovendien is er een gestage trek van kleine naar grotere steden.

Het aantal huishoudens in Finland neemt geleidelijk toe met de omvang van de bevolking. Een gemiddeld huishouden bestond in 2005 uit 2,4 personen.

Tabel 2.1.1.1 Prognose(*) en ontwikkeling van het aantal inwoners Finland (mln.)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006*	2007*	2008*	2009*	2010*	2011*
Aantal inwoners	5,18	5,19	5,20	5,21	5,22	5,23	5,24	5,24	5,25	5,26	5,26

Bron: Euromonitor * prognose

Tabel 2.1.1.2 Aantal huishoudens (x 1000)

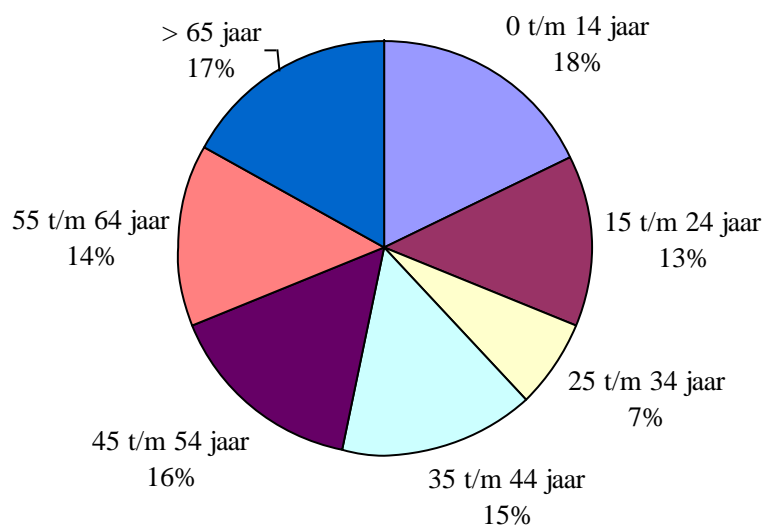
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Aantal huishoudens	2,37	2,38	2,38	2,40	2,40	2,41	2,42

Bron: Euromonitor

2.1.2 Leeftijdsopbouw

De grootste leeftijdsgroep in Finland is 0 t/m 14 jaar. Net als in veel andere Europese landen heeft ook Finland te maken met een toenemende vergrijzing. De tweede grootste leeftijdsgroep bestaat dan ook uit Finnen ouder dan 65 jaar.

Figuur 2.1.2.1 Leeftijdsopbouw in Finland op 1 januari 2006



Bron: Euromonitor

2.1.3 Belangrijkste steden

De voornaamste steden en aantal inwoners in 2005 zijn in onderstaande tabel weergegeven. Verder telde Finland begin 2006 431 gemeenten, waarvan 66 stedelijke gemeenten, 75 semi-stedelijke gemeenten en 290 plattelandsgemeenten.

Tabel 2.1.3.1 Aantal inwoners belangrijkste steden 2005

Stad	2005
Helsinki	560.905
Espoo	231.704
Tampere	204.337
Vantaa	187.281
Turku	174.868
Oulu	128.962
Lahti	98.413
Kuopio	90.726
Jyvaskyla	82.110

Bron: Euromonitor

Helsinki is de hoofdstad van Finland en van de provincie Uudenmaa. De stad is in vrijwel alle opzichten de belangrijkste stad van het land. Ze is zetel van het parlement en de presidentiële residentie. De haven is voornamelijk van belang voor de import (bijna de helft van de totale import) en het passagiersverkeer.

2.1.4 Beroepsbevolking

De beroepsbevolking in Finland is vrij stabiel en ligt al jaren rond de 2,6 miljoen. Van de beroepsbevolking werkte in 2005 92%. Van de totale bevolking is dit 46%.

Tabel 2.1.4.1 Beroepsbevolking 1999 - 2005

	Beroepsbevolking x 1.000	Aantal werkende mensen	% van beroepsbevolking	% werkenden van totale bevolking
2001	2.626	2.388	90,9	46,1
2002	2.630	2.393	91,0	46,1
2003	2.620	2.365	90,3	45,5
2004	2615	2387	91,3	45,8
2005	2611	2401	92,0	46,0

Bron: World in Figures

Ruim 48% van de beroepsbevolking bestaat in 2005 uit vrouwen (circa 1,3 miljoen vrouwen). Dit percentage is sinds 1999 geleidelijk gestegen.

Tabel 2.1.4.2 Vrouwelijke beroepsbevolking

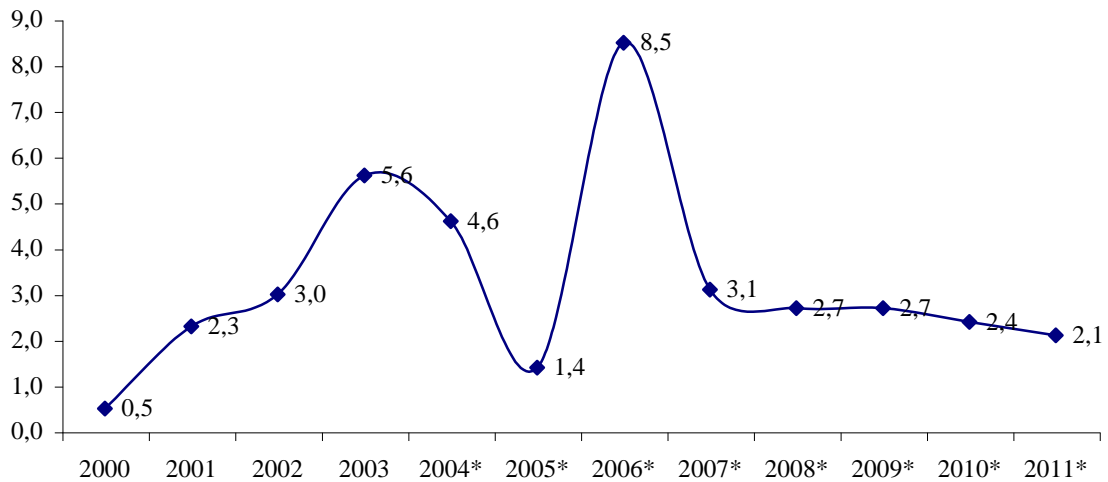
	Vrouwelijke beroepsbevolking (x 1000)	% van beroepsbevolking	% van totale bevolking
2001	1.248	47,5	24,1
2002	1.258	47,8	24,2
2003	1.249	47,7	24,0
2004	1248	47,7	24,0
2005	1267	48,5	24,2

Bron: World in Figures

2.1.5 Besteedbaar inkomen

Het besteedbaar inkomen laat vanaf 2000 een stijging zien maar na 2004 zwakt de groei af met een uitschieter in 2006. De verwachting voor de komende jaren is dat het besteedbaar inkomen een stabiele groei zal laten zien van rond de 3% per jaar.

Figuur 2.1.5.1 Groei besteedbaar inkomen (%)



Bron: EIU * = voorspelling

2.1.6 Uitgavenpatroon

Het uitgavenpatroon van de Finse consument staat in onderstaande tabel weergegeven. Finnen geven het grootste deel van hun inkomen uit aan huisvesting. Verder zijn voedsel/non-alcoholische dranken en transport grote kostenposten.

Tabel 2.1.6.1 Uitgaven 2005 per huishouden in mln. dollar

	x mln. dollar	%
Voedingsmiddelen & dranken	11.685	13%
Alcoholische dranken & tabak	5.343	6%
Kleding & schoeisel	4.358	5%
Huisvesting	23.498	25%
Woninginrichting en huish. app.	4710	5%
Gezondheidszorg	3767	4%
Transport	12.167	13%
Communicatie	3.048	3%
Vrije tijd, amusement en cultuur	10.415	11%
Onderwijs / studie	423.7	0%
Hotels & cafés	6.166	7%
Overige	7.110	8%
Totaal	92.691	100%

Bron: Euromonitor 2007

2.2 Cultureel maatschappelijke ontwikkelingen

2.2.1 Cultuur

De wortels van de Finse cultuur liggen ver terug in de voorgeschiedenis van Finland namelijk de gewoontes en voorstellingen van de Oud Finse voorouders. Het eeuwenlange contact van Finland met Zweden en de Katholieke kerk, de oude handelsverbindingen met Duitsland en het Balticum alsmede de invloeden van het Orthodoxe geloof van de Kareliërs, hebben op de ontwikkeling van de Finse cultuur hun stempel gedrukt. Veel van de hedendaagse cultuur is een uiting van het verlangen naar een geheel eigen nationale cultuur. Dit als afzetting tegen de Zweedse en Russische overheersing. Tussen 1880 en 1890 vonden de kunstenaars hun eigen vorm bij de toepassing van hout, keramiek, glas, stoffen en metaal, als materiaal voor de vervaardiging van meubelen, stoffen en alledaagse gebruiksvoorwerpen.

Volkstradities en gewoontes hebben in het Finse culturele leven een belangrijke functie. Finnen houden ervan om zich daaraan vast te houden. Waarschijnlijk bieden deze festiviteiten hun een houvast voor datgene zij in het verleden hebben moeten afstaan. De Finnen vieren ongeveer dezelfde feestdagen als de Nederlanders. Alleen viert Finland rond half juni het midzomerfeest. Kerstmis wordt in alle Scandinavische landen uitbundig gevierd met veel eten en veel sterke drank. (bron: www.helsinki.nl)

2.2.2 Taal

Finland kent twee officiële talen. De overgrote meerderheid van de bevolking (92 procent) spreekt Fins als moedertaal; 6 procent spreekt Zweeds. Een heel klein deel van de bevolking in het noorden spreekt Laps. Ook wordt er, zij het heel weinig, Russisch gesproken.

Het Fins is niet verwant aan talen die in de buurlanden worden gesproken, zoals Zweeds of Russisch. Het maakt deel uit van de kleine familie Fins-Oegrische talen, waartoe ook het Ests en het Hongaars behoren. Het Fins wordt gekenmerkt door een complexe grammatica. Er wordt vaak één lang woord samengesteld om een concept weer te geven waar in het Nederlands veel meer woorden of zelfs hele zinnen voor nodig zouden zijn. Er worden veel leenwoorden uit het Zweeds en de laatste tijd ook uit het Engels in de Finse taal opgenomen, maar daardoor verandert de structuur van de taal niet. Het verschil met andere talen wordt dan ook in feite niet veel kleiner.

2.2.3 Religie

Van de Finse bevolking is 85 procent evangelisch-luthers, 1 procent Grieks-orthodox en 1 procent heeft een andere godsdienst. Bijna 13 procent heeft geen godsdienst.

2.2.4 Onderwijs

In Finland heeft de staat de controle over het onderwijs, dat in de jaren 1970-1990 werd uitgebreid en hervormd. Het land besteedt meer van zijn bruto binnenlands product aan onderwijs dan het OESO-gemiddelde. Het onderwijsniveau van de bevolking is de laatste twintig jaar aanmerkelijk gestegen. Zo is het aantal Finnen met een diploma van het hoger onderwijs tussen 1975 en 2000 gestegen van 10,6 procent naar ruim 23 procent.

Er zijn Fins- en Zweedstalige scholen. Dit heeft tot gevolg dat naast de moedertaal ook de tweede landstaal onderwezen wordt. Vanaf klas drie begint het onderwijs in een vreemde taal, meestal Engels. Vanaf klas acht is het mogelijk om Russisch te kiezen. Het basisonderwijs is gratis en dat geldt ook voor de boeken, schoolmaaltijden en vervoer. In Lapland wordt het Samisch op school naast het Fins onderwezen.

2.2.5 Vrijtijdsbesteding

De Finnen houden van muziek en vooral van opera. Elk jaar worden er honderden festivals georganiseerd, meestal in de zomer. Daar komen dan tienduizenden liefhebbers op af. Ze hebben zo'n goed reputatie dat Finnen uit het hele land toestromen. Mensen uit de hele wereld komen er naar toe.

Tijdens de zomer verlaten velen de stad en gaan naar het platteland om te vissen, zwemmen en gewoon te ontspannen. Populaire zomersporten zijn fietsen, joggen, watersporten en natuurlijk de nationale sport "pesäpallo", dat lijkt op baseball. Na de training volgt vaak een bezoekje aan de sauna. De winter vormt het hoogseizoen voor vele sporten. Je kunt bijna overal in het land zowel skiën als langlaufen. Het allerpopulairst is echter ijshockey.

2.3 Economische factoren

2.3.1 Consumentenvertrouwen

Het consumentenvertrouwen is de mate waarin de consument denkt dat het in de nabije toekomst goed zal gaan met de economie. Als dit cijfer nul is, wil dat zeggen dat de consument niet weet of er een goede of minder goede tijd aan zal breken. Bij een negatief getal, zal de economie volgens de consument neerwaarts gaan, en bij een positief getal zal het juist goed gaan.

Het consumentenvertrouwen in Finland is al jaren positief en laat een stijging zien. De economische situatie is dan ook goed, evenals de vooruitzichten voor de toekomst.

Tabel 2.3.1.1 Consumentenvertrouwen indicatoren (- negatief, 0 stabiel, + toename)

2001	2002	2003	2004	2005	2006
12	13	11	14	15	16

Bron: Rabobank

2.3.2 Bruto Nationaal Product

Het totale bnp voor 2006 was bijna 173 miljard euro. De verwachting is echter dat de groei van het bnp in 2007 en 2008 minder sterk zal zijn. Het herstel van de economie binnen de EU heeft een positieve invloed op de Finse export. Binnenlandse uitgaven en investeringen, voornamelijk in de bouw, installaties en machines, zijn in 2006 sterk toegenomen in Finland en versnellen de economische groei.

Toekomstige zorgen voor de Finse economie zijn oververhitting van de huizenmarkt en de onevenwichtigheid in vraag naar en aanbod van arbeid in Finland. Huishoudens steken zich in grotere schulden als gevolg van de oververhitte huizenmarkt. Echter een onmiddellijke zorg is dat het aantal vacatures stijgt, terwijl het werkloosheidscijfer bijna 8 procent bedraagt en bedrijven moeite hebben met het vinden van personeel. Deze ontwikkelingen zorgen ervoor dat de economische groei vertraagt. Op de lange termijn is de ouder wordende bevolking van Finland een zorg voor de economie. Finland bereidt zich echter goed voor op de verandering in de structuur van de bevolking.

De regering heeft hervorming van de arbeidsmarkt als belangrijkste economische doel gesteld. De begroting voor 2005 ondersteunt het bevorderen van economische groei en stabiliteit.

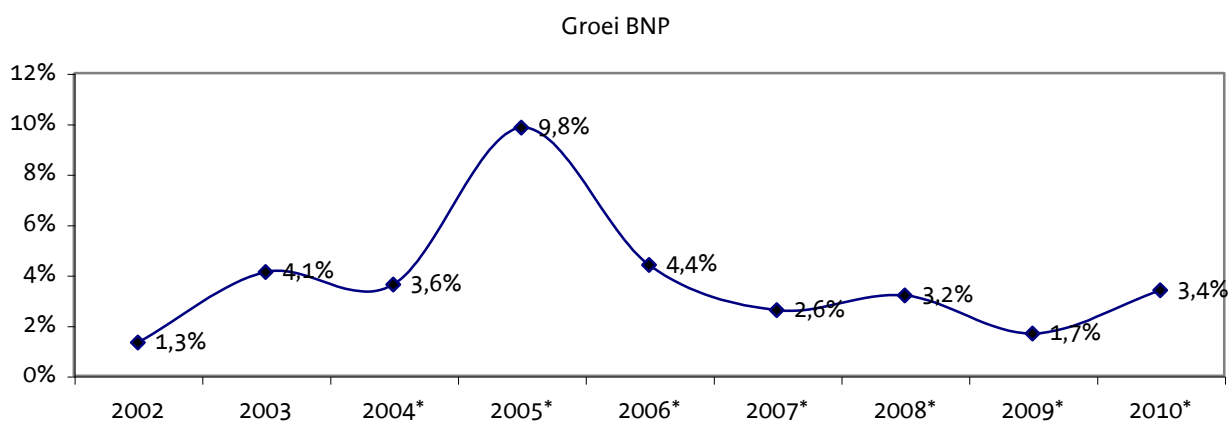
Tabel 2.3.2.1 BNP in mrd. €.

	2002	2003	2004	2005	2006*	2007*	2008*	2009*	2010*	2011*
BNP	144	146	152	157	173	181	185	191	194	201

Bron: Economist Intelligence Unit Forecasts Januari 2004

*prognose

Figuur 2.3.2.1 Groei BNP (in %, op basis van €.)

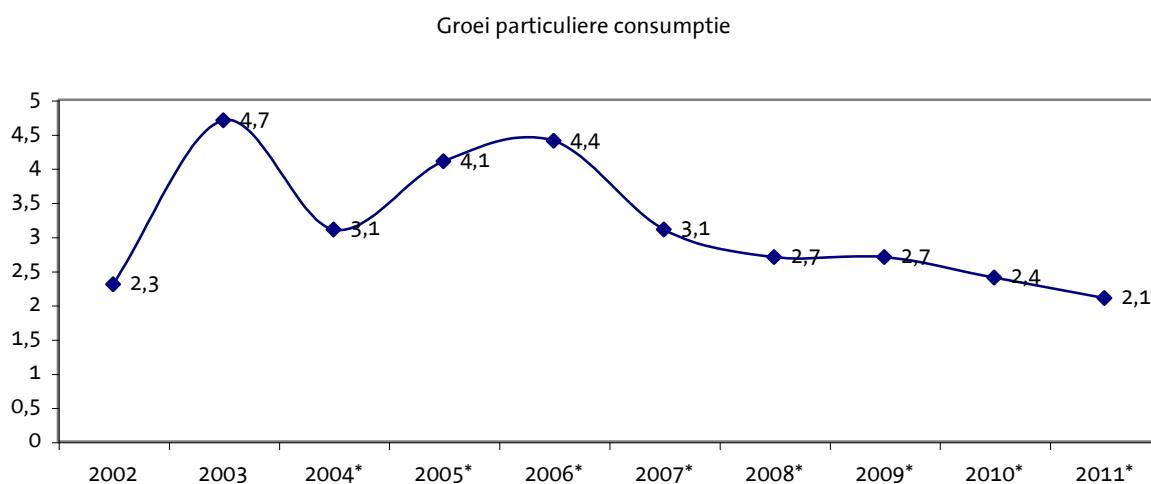


Bron: EIU * schatting van EIU

2.3.3 Particuliere consumptie

In 2004 en 2005 is de groei van het reële inkomen gestegen, terwijl de arbeidsparticipatie groeide door de gunstige arbeidsmarkt en de lagere inkomstenbelasting. De verwachting is dat voor de komende jaren de consumentenuitgaven hoog zullen blijven vanwege extra verlagingen van belastingen en verbeteringen in de arbeidsmarkt, waarbij de werkloosheid in een benedenwaartse trend zal blijven. De particuliere consumptie nam in 2005 toe met 4,1 procent en in 2006 groeide deze verder met 4,4 procent. De overheidsconsumptie nam in 2005 toe met 1,6 procent en in 2006 met 1,5 procent.

Figuur 2.3.3.1 *Groei particuliere consumptie (in %)*



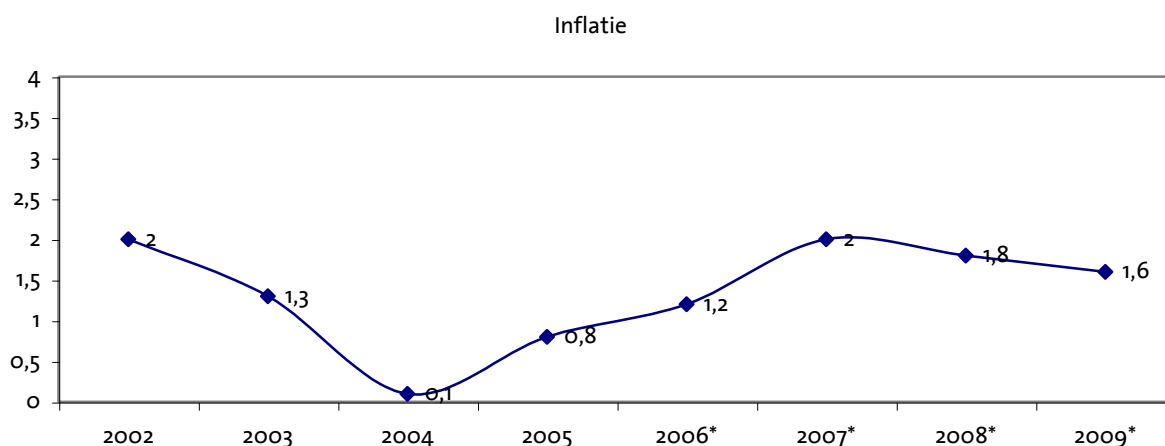
Bron: EIU * schatting van EIU

Net als in de andere Scandinavische landen is het belastingniveau in Finland altijd hoger geweest dan in de meeste OESO-landen. De internationale concurrentie stelt het belastingbeleid echter voor een grote uitdaging. De afgelopen jaren heeft Finland zijn hoge inkomstenbelasting al iets verlaagd. In de periode 2005-2007 zal belasting op verdiend inkomen dalen met 1,7 miljard euro bruto, dat is meer dan 1 procent van het BBP.

2.3.4 Inflatie

De inflatie in Finland was in 2005 0,8 procent en groeide naar 1,2 procent in 2006. Ondanks deze stijging is de inflatie lager dan in de rest van de Europese Unie. De verwachting is dat de stijging in lonen in combinatie met een toename van (particuliere) consumptie en de stijging van de huizenprijzen de inflatie iets verder zal doen stijgen.

Figuur 2.3.4.1 *Inflatie (in %)*

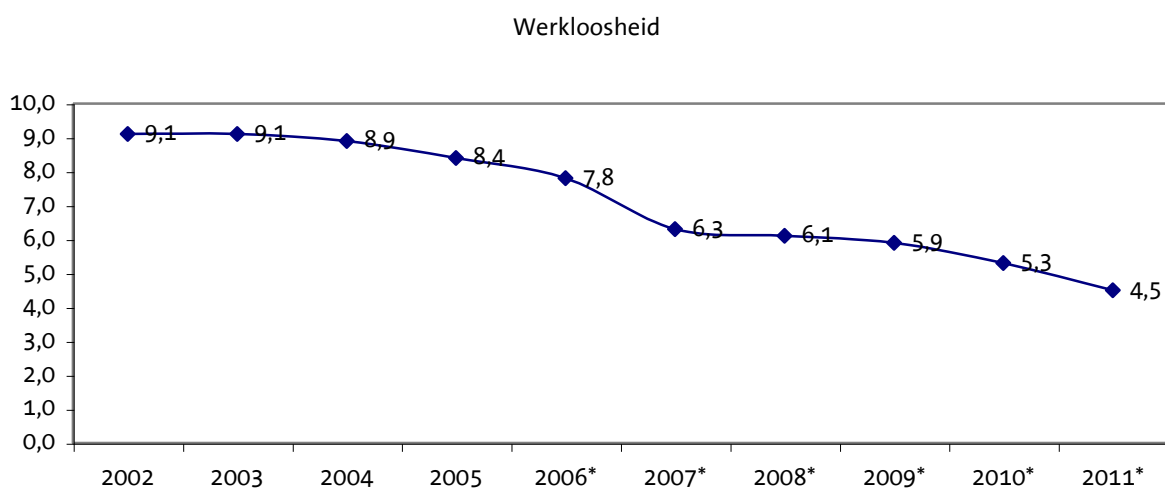


Bron: EIU * schatting van EIU

2.3.5 Werkloosheid

De werkloosheid in Finland daalde in 2005 naar 8,4 procent. In 2004 was deze nog 8,9 procent. Voor de komende jaren wordt een verdere daling verwacht, dankzij de tweeledige inspanningen van de overheid om de werkloosheid te verminderen en de werkgelegenheid te stimuleren. De verwachting is dat voor 2006 het werkloosheidspercentage op 7,8 procent zal uitkomen.

Figuur 2.3.5.1 *Werkloosheid (in %)*



Bron: EIU * schatting van EIU

2.4 Politiek

2.4.1 Geschiedenis

Finland is een parlementaire democratie met een republikeinse grondwet. Van de twaalfde eeuw tot 1809 maakte het deel uit van het Zweedse koninkrijk. In dat jaar werd het door Rusland geannexeerd als een autonoom groothertogdom, met de tsaar als groothertog. Op 6 december 1917 werd Finland onafhankelijk verklaard. De republikeinse grondwet, die in 1919 werd aangenomen, is tot nu toe nauwelijks veranderd. Het is opmerkelijk dat Finland het tweede land ter wereld is (na Nieuw-Zeeland) waar sinds 1906 zowel vrouwen als mannen stemrecht hebben. In 1995 werd het land lid van de Europese Unie en in januari 1999 nam het deel aan de Europese Monetaire Unie.

2.4.2 Binnenlandse politiek

President

De wetgevende macht is in handen van het parlement en de president van de republiek. De hoogste uitvoerende macht wordt vertegenwoordigd door de president, die voor een termijn van zes jaar wordt gekozen. Om te voorkomen dat dezelfde president een kwart eeuw aanblijft (Urho Kekkonen was president van 1956 tot 1982), is de maximale ambtsperiode nu beperkt tot twee termijnen.

De vorige president Martti Ahtisaari was de eerste president die rechtstreeks door het volk gekozen werd. Sinds 2000 bekleedt Tarja Kaarina Halonen deze hoogste uitvoerende functie. Zij is de eerste vrouwelijke president van Finland. Daarvoor was zij sinds 1995 onder andere minister van Buitenlandse Zaken.

Regering en parlement

De belangrijkste politieke partijen zijn de Sociaal Democratische Partij (SDP; opgericht in 1899 als Arbeiderspartij Finland, sinds 1903 werkzaam onder de huidige naam, gematigd sociaal-democratisch programma), de Nationale Coalitie Partij (KOK; opgericht in 1918; conservatief), de Centruumpartij (KESK; in 1906 ontstaan als Agrarische Unie, politieke middenpartij), de Linkse Alliantie (VAS; in 1990 opgericht als de opvolger van de Finse Volksdemocratische Unie [SKDL] en de Finse Communistische Partijeenschap [SKP-y; in 1986 van de SKP afgesplitst]) en de Zweedse Volkspartij (SFP; opgericht in 1906; vertegenwoordigt de belangen van het Zweedstalige bevolkingsdeel). In de vakbeweging werken de sociaal-democraten en de volksdemocraten (communisten) sinds 1966 samen, wat geleid heeft tot een krachtige

vakbeweging (SAK) die meer dan 1,5 miljoen leden telt. Behalve de SAK zijn er o.a. een verbond van academici (AKAVA; ca. 280.000 leden) en een verbond van technici (STKK; ca. 160.000 leden).

Regionaal bestuur

Finland is onderverdeeld in twaalf provincies. Elke provincie heeft een bestuur onder voorzitterschap van een gouverneur, die door de president wordt aangesteld. De functie van dit intermediaire bestuursniveau, tussen de nationale en lokale overheden, is het plannen van en toezicht houden op onderwijs en sociale zekerheid. Het bestuur is samengesteld uit ambtenaren. Er zijn geen gekozen vertegenwoordigers. Daar staat tegenover dat autonomie en democratie van de lokale overheden in de grondwet zijn vastgelegd. Er zijn 446 gemeenten in stedelijke en regionale gebieden, elk met een gekozen bestuur. De leden worden met algemeen stemrecht gekozen voor een periode van vier jaar.

3 MARKTOMVANG

3.1 Totale marktomvang snijbloemen en kamerplanten

De marktomvang (consumptie in euro) in de periode 2000-2006 is weergegeven in tabel 3.1.1. In de figuur daaronder is ook de procentuele verandering van deze marktomvang weergegeven.

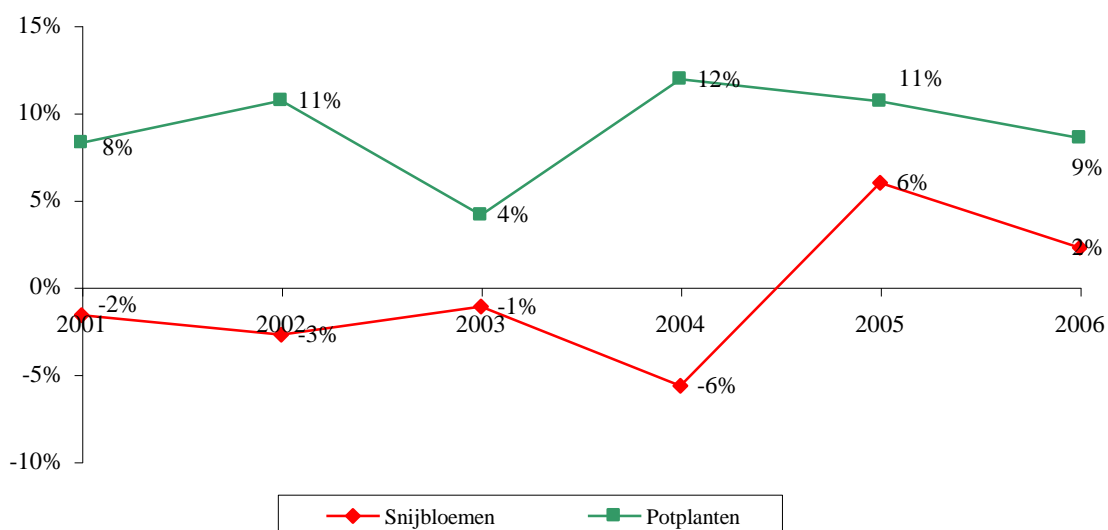
De markt voor snijbloemen en kamerplanten kwam in 2006 naar schatting uit op een waarde van 384 miljoen euro. Hiervan kwam 47%, ofwel 181 miljoen euro, voor rekening van snijbloemen en 203 miljoen euro voor rekening van kamerplanten. Opvallend is dat t/m 2004 snijbloemen het grootste percentage van de marktomvang vormden en vanaf 2005 potplanten een belangrijker aandeel hebben gekregen. De markt voor snijbloemen laat over de jaren dan ook een krimp zien terwijl die voor potplanten is gegroeid

Tabel 3.1.1 Marktomvang consumptiewaarde 1997 – 2006 (mln. €)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Snijbloemen	187	184	179	177	167	177	181
Kamerplanten	121	131	145	151	169	187	203
Totaal	308	315	324	328	336	364	384

Bron: Bloemenbureau Holland

Figuur 3.1.1 Marktontwikkeling snijbloemen en kamerplanten (procentuele groei)



Bron:

berekening Productschap Tuinbouw/ Bloemenbureau Holland

3.1.1 Visie

Planten zijn, zoals in de meeste Scandinavische landen, een belangrijker omzetmaker dan bloemen. Dit zie je ook terug in de aandacht voor beide producten. Er wordt op dit moment meer aandacht geschonken aan planten.

De Finse retail is steeds serieuzer bezig met de bloemen- en plantenafdeling en bekijkt de mogelijkheden tot uitbreiding. Dit zal de aankopen voor eigen gebruik stimuleren in de Finse markt.

De groothandel, die op dit moment zeer machtig is, zoekt duidelijk naar manieren om deze positie te behouden ten opzichte van de opkomende retail. Hierbij gebruiken ze trends en consumenteninzichten, waardoor het Nederlandse innovatieve product meer wordt gebruikt.

3.2 Consumptie per hoofd van de bevolking

In 2006 gaf de Finse consument per hoofd zo'n 35 euro aan snijbloemen en 39 euro aan kamerplanten uit. Bij snijbloemen stijgen de uitgaven weer sinds 2004. De uitgaven aan kamerplanten laten al jaren een stabiele stijging zien en in 2005 en 2006 gaf men per hoofd meer uit aan kamerplanten dan aan snijbloemen. In andere Scandinavische landen liggen de bestedingen per hoofd van de bevolking hoger. In Denemarken gaf men in 2003 gemiddeld 44 euro uit aan zowel snijbloemen als aan kamerplanten, in Zweden was dit respectievelijk 39 en 46 euro en in Noorwegen 59 en 56 euro (2005).

Tabel 3.2.1 Consumptie snijbloemen en kamerplanten per hoofd van de bevolking (in euro)

	Snijbloemen	Kamerplanten	Totaal
1997	39	22	61
1998	38	22	60
1999	38	23	61
2000	36	23	59
2001	35	25	60
2002	34	28	62
2003	34	29	63
2004	32	32	64
2005	34	36	70
2006	35	39	74

Bron: Bloemenbureau Holland

4 DE FINSE CONSUMENT

4.1 Betekenis van snijbloemen en kamerplanten voor de Finnen

Finnen waarderen de eenvoud en het oproepen van het voorjaarsgevoel in de donkere wintermaanden. Tulpen staan bekend als de 'brengers' van de lente. Toch geldt het bovenstaande nog het meest voor planten, en worden bloemen ook nog wel eens om kunstzinnige redenen gekocht (past bij het interieur). Vooral bloeiende kamerplanten zijn populair, maar gaan volgens de Scandinaviërs wel snel dood. De voordelen van planten zijn volgens de Finnen de gezelligheid en het leven in huis. Planten gaan ook meer onderdeel uitmaken van een gezondere woonomgeving. Tuinieren wordt ook steeds populairder en sluit hiermee aan bij de kooktrend. Bloemen hangen nog erg aan de speciale dagen en gelegenheden. Veel bloemisten zijn vaak ook begrafenisondernemer.

4.2 Koopgedrag Finse consument

De ontwikkeling van de consumentenmarkt is grotendeels gebaseerd op de ontwikkelingen die worden weergegeven door het huishoudpanel van A.C. Nielsen Finland. Het panel Finland werd gevormd door ruim 1600 Finse huishoudens (2001).

4.2.1 Percentage kopende huishoudens

In tabel 4.2.1.1 staat het percentage kopende huishoudens van snijbloemen en kamerplanten weergegeven. In Finland kopen meer mensen potplanten dan snijbloemen. In 2001 is dit verschil nog groter geworden. Vooral bloeiende potplanten zijn populair in Finland.

Tabel 4.2.1.1 Kopende huishoudens (%) snijbloemen en kamerplanten

	1994	1995	1998	2001
snijbloemen	51	57	52	56
potplanten	57	67	64	71
tuinplanten	34	37	41	n.b.

Bron: PT

4.2.1.1 Snijbloemen

Van alle Finse huishoudens kocht 52% in 1998 minimaal 1 keer bloemen (monobos of gemengd boeket). Dit is een daling ten opzichte van 1995 toen nog 57% van de Finse huishoudens bloemen kocht. In 2001 steeg dit percentage weer naar 56%.

4.2.1.2 Kamerplanten

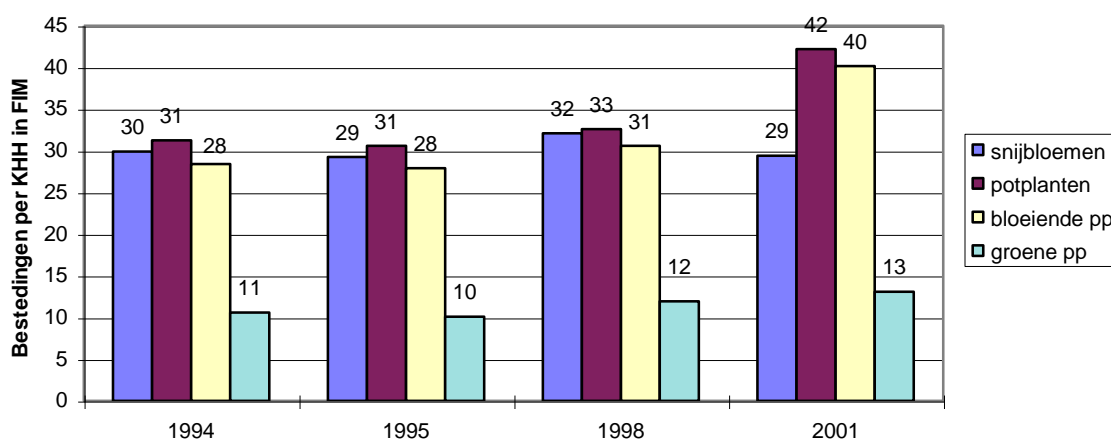
Het aantal huishoudens dat kamerplanten kocht daalde in 1998 van 67% naar 64% ten opzichte van 1995. In 2001 steeg het aantal kopers weer naar 71%.

In 1998 werd door 62% van de Finse huishoudens minstens één bloeiende kamerplant gekocht. Dit is een (lichte) daling ten opzichte van drie jaar ervoor. In 1995 kocht namelijk nog 64% van de huishoudens bloeiende potplanten. In 2001 lag het aantal kopende huishoudens van bloeiende potplanten op 69%. Het aantal kopende huishoudens van groene potplanten is ook gestegen in 2001. In 1998 en 1995 werd door 17% van de Finse huishoudens minstens één groene kamerplant gekocht. In 2001 was dit percentage 20%.

4.3 Bestedingen

De bestedingen aan potplanten per kopend huishouden zijn ten opzichte van 1998 gestegen in 2001, ten koste van snijbloemen. De groei in bestedingen was vooral te danken aan de bloeiende potplanten. Bestedingen aan groene potplanten zijn slechts licht gestegen terwijl aan bloeiende potplanten in 2001 per kopend huishouden € 9,- meer werd uitgegeven dan in 1998.

Figuur 4.3.1 Bestedingen per kopend huishouden in euro



Bron: PT

4.4 Prijsontwikkeling

4.4.1 Gemiddelde prijs snijbloemen

De gemiddelde prijs die Finse huishoudens hebben betaald voor een monobos is ten opzichte van 1998 gedaald met 12%. De prijs van gemengde boeketten is daarentegen gestegen met 20%.

Tabel 4.4.1.1 Gemiddelde prijs per steel/boeket in euro

	1994	1995	1998	2001	% verschil 1998-2001
Monobos	0,96	0,88	1,03	0,91	-12%
Gemengde boeketten	1,60	1,81	5,60	6,73	+20%

Bron: PT

In tabel 4.4.1.2 staan de prijzen van de belangrijkste bloemsoorten op een rijtje. In het algemeen zijn veel prijzen van snijbloemen gedaald ten opzichte van 1998: roos (-15%), anjer (-16%), chrysanth (-17%), lelie (-33%) en narcis (-12%). In 1998 behoorden de lelie, de gerbera en de chrysanth juist tot de grote stijgers in vergelijking met 1995. De prijs van de tulp in 2001 was daarentegen bijna 4% hoger per steel dan in 1998.

Tabel 4.4.1.2 Gemiddelde prijs per bloemsoort per steel in euro

	1995	1998	2001	Vershil 1998- 2001
Roos	1,12	1,45	1,23	-15%
Anjer	1,19	1,51	1,27	-16%
Chrysanth	1,61	2,33	1,95	-17%
Lelie	1,05	1,70	1,14	-33%
Tulp	0,51	0,53	0,54	+3,5%
Narcis	0,54	0,50	0,44	-12%
Gerbera	1,92	2,84	2,59	-8%

Bron: PT

4.4.2 Gemiddelde prijs kamerplanten

De gemiddelde prijs die Finse huishoudens hebben betaald voor een bloeiende plant is 7% gestegen ten opzichte van 1998, de prijs voor een groene potplant is licht gedaald. Voor een groene plant werd in 2001 ruim € 1,00 meer betaald dan voor een bloeiende plant. In 1998 was dit verschil € 1,34.

Tabel 4.4.2.1 Gemiddelde prijs per potplant in euro

	1994	1995	1998	2001	% verschil 2001-1998
Bloeiende potplant	3,62	3,65	3,53	3,78	+7,2 %
Groene potplant	4,57	4,39	4,87	4,82	- 0,9 %
Totaal potplant	3,69	3,70	3,61	3,85	+ 6,4 %

Bron: PT

4.5 Assortiment

4.5.1 Snijbloemen

Het assortiment snijbloemen kan worden onderverdeeld in monobossen en gemengde boeketten. Monobossen bestaan uit één bloemsoort terwijl in gemengde boeketten verschillende soorten bloemen worden verwerkt. In Finland worden veel bloemen per stuk verkocht. Een monobos kan dus ook bestaan uit slechts 1 bloem. Van alle bestedingen aan snijbloemen werd in 2001 een vijfde besteed aan (kant-en-klare) gemengde boeketten en 80% aan monobossen.

4.5.1.1 Productaandelen

Tabel 4.5.1.1.1 laat zien wat de verschillende aandelen zijn van snijbloemen. Binnen de totale bloemenaankopen en –bestedingen. De cijfers zijn uitgedrukt in gekochte aantallen (stelen) en in bestedingen.

Gekeken naar gekochte aantallen heeft de tulp in 2001 het grootste aandeel (45%), gevolgd door de roos (36%) en de narcis (6%). Vergeleken met 1998 is er niet veel gewijzigd. Het gemengde boeket daalde in aantal gekochte boeketten van 6% in 1998 naar 3% in 2001. Als er gekeken wordt naar de verdeling van de bestedingen, dan blijkt dat het meeste geld werd uitgegeven aan rozen (40% van de snijbloemenbestedingen). De tulp is verschoven van de derde naar de tweede plaats en steeg van 18% naar 22%. Het gemengde boeket daalde van 26% in 1998 naar 20% in 2001 en komt daardoor op plaats drie.

Tabel 4.5.1.1.1 Assortiment snijbloemen naar aantal gekochte bloemen en bestedingen

Bloemsoort	Hoeveelheden		Bestedingen	
	1998	2001	1998	2001
Roos	36%	36%	41%	40%
Anjer	3%	3%	3%	3%
Chrysan	2%	2%	4%	4%
Freesia	0%	0%	0%	0%
Lelie	1%	1%	2%	1%
Tulp	44%	45%	18%	22%
Narcis	6%	6%	2%	2%
Gerbera	1%	1%	1%	2%
Gemengde boeketten	6%	3%	26%	20%
Overig	2%	2%	4%	4%
Totaal	100	100	100	100

Bron: PT

4.5.2 Potplanten

Het assortiment potplanten kan worden onderverdeeld in bloeiende en groene potplanten. Van alle bestedingen aan potplanten werd ruim 92% aan bloeiende potplanten uitgegeven. Dit is iets meer dan in 1998 toen dit percentage op 90% lag. Een kleine 8% werd besteed aan groene potplanten. In 1998 was dit 10%. Er is dus in 2001 in verhouding meer uitgegeven aan bloeiende potplanten. Bloeiende potplanten zijn in Finland populairder dan in Nederland, waar tweederde wordt besteed aan bloeiende potplanten en ruim eenderde aan groene potplanten. De populariteit van bloeiende potplanten kan niet als kenmerkend voor Scandinavië worden genoemd, omdat Denemarken ongeveer dezelfde verdeling als Nederland kent.

4.5.2.1 Productaandelen

Als bij bloeiende potplanten gekeken wordt naar gekochte aantallen heeft erica het grootste aandeel (18%) behaald binnen bloeiende potplanten in 2001, gevolgd door geranium (12%) en begonia (8%). Vergeleken met 1998 is de hiërarchie ongewijzigd.

Als we kijken naar de verdeling van de bestedingen, dan blijkt dat het meeste geld wordt uitgegeven aan erica (ruim 11% van de bestedingen), gevolgd door gerbera (9%) en begonia (7%). Dit beeld verschilt iets met 1998 toen namelijk de begonia op de eerste plaats stond (11%), gevolgd door erica (10%) en geranium (10%).

Tabel 4.5.2.1.1 *Productaandelen o.b.v. hoeveelheden en bestedingen*

Plant	Hoeveelheden		Bestedingen	
	1998	2001	1998	2001
Begonia	10%	8%	11%	7%
Geranium	11%	12%	10%	9%
St. Paulia	6%	5%	4%	3%
Hyacint	8%	5%	6%	4%
Poinsettia	6%	5%	9%	7%
Roos	6%	3%	9%	5%
Kalanchoë	4%	4%	4%	4%
Chrysant	4%	5%	4%	6%
Erica	17%	18%	10%	11%
Marketta	3%	5%	3%	4%
Overig	25%	30%	30%	40%
Totaal	100	100	100	100

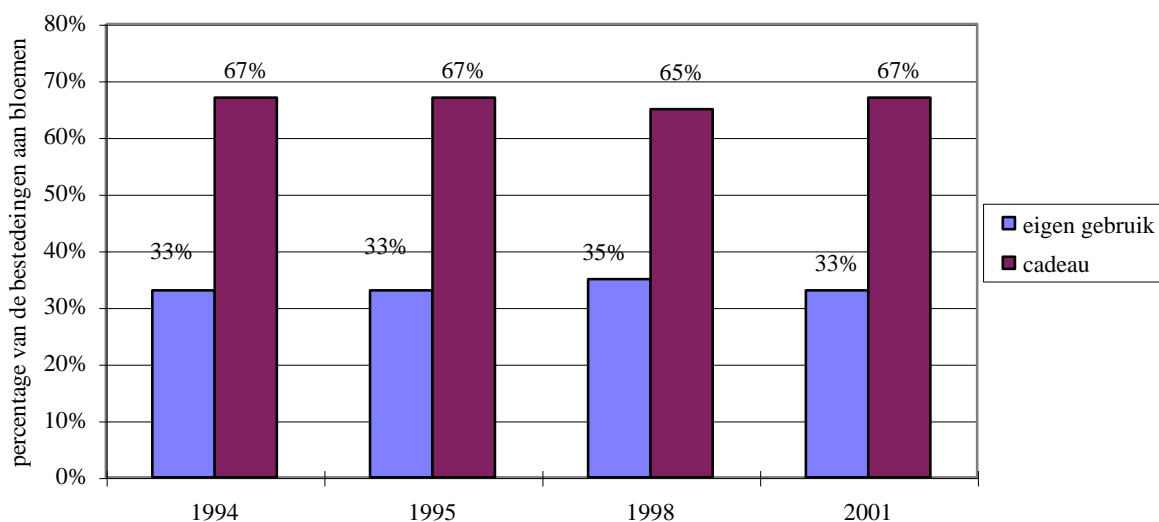
Bron: PT

Bij groene potplanten was in 1995 en 1998 het aandeel van de varen op basis van bestedingen steeds net iets groter dan die van de palm. In 2001 was dit andersom en had de palm een iets groter aandeel dan de varen. De verschillen waren echter minimaal. Het aandeel van de cipres was het grootst in 2001.

4.6 Aankoopgelegenheid

In de onderstaande figuur wordt weergegeven voor welke doeleinden Finse huishoudens bloemen kopen. Van alle uitgaven aan bloemen in 2001 werd 67% besteed aan bloemen die cadeau worden gedaan. Dit percentage is sinds 1994 stabiel. Zo'n 33% van de bloemenbestedingen was voor eigen gebruik. Dit is inclusief het grafsegment. In 1998 was 6% van de bestedingen bestemd voor het graf. Voor 2001 zijn hierover geen gegevens.

Figuur 4.6.1 Verdeling van de bloemenbestedingen naar doel van aankoop



Bron: PT

Tabel 4.6.1 laat de gemiddelde bestedingen voor bloemen zien, uitgesplitst naar doel van aankoop.

Tabel 4.6.1 Gemiddelde bestedingen naar doel van aankoop

Doel	Bloemen (EUR)			
	1994	1995	1998	2001
Eigen gebruik	0,81	0,76	0,91	0,76
Cadeau	1,23	1,23	1,66	1,41

Bron: PT monobos en gemengd boeket, exclusief bloemstukken

In vergelijking met 1998 werd aan bloemencadeaus in 2001 € 0,15 minder besteed en aan eigen gebruik € 0,25 meer.

Tabel 4.6.2 Assortiment snijbloemen

Bloemsoort	Eigen gebruik		Cadeau	
	1998	2001	1998	2001
Roos	34%	25%	44%	47%
Anjer	3%	3%	3%	3%
Chrysant	6%	5%	3%	3%
Lelie	2%	2%	2%	1%
Tulp	27%	40 %	13%	14%
Narcis	4%	5%	1%	1%
Gerbera	1%	2%	1%	2%
Overig	4%	5%	5%	4%
Gemengde boeketten	20%	13%	29%	24%
Totaal	100	100	100	100

Bron: PT

In tabel 4.6.2 is te zien dat voor eigen gebruik de roos en de tulp het meest gekocht werden. De tulp is aanzienlijk populairder geworden voor eigen gebruik. Daarna volgden de gemengde boeketten. Na de roos was het gemengde boeket het populairst om cadeau te doen. Als derde volgde de tulp. De roos werd in 2001 relatief minder voor eigen gebruik gekocht en meer als cadeau.

Voor potplanten is het niet mogelijk om voor 2001 een uitsplitsing te maken naar eigen gebruik en cadeau. In 1998 behoorden tot de groep potplanten zowel de kamerplanten als de buitenplanten. In het onderzoek van 2001 werden voor dit onderwerp alleen de kamerplanten onderzocht. Een vergelijking met voorgaande jaren is hierdoor niet mogelijk. Uit gegevens van voorgaande jaren kan wel geconstateerd worden dat vanaf 1994 een stijgende lijn te zien is in de bestedingen aan potplanten voor eigen gebruik.

4.7 Leeftijd

De koperspenetratie van potplanten was voor alle leeftijdsgroepen hoger dan die voor bloemen. In Finland geldt dat de koperspenetratie in de jongere leeftijdsgroep (<35 jaar) lager is dan in de oudere leeftijdsgroepen. In 2001 steeg de penetratie in alle leeftijdsgroepen, terwijl de penetratie in 1998 juist bij bijna alle leeftijdsgroepen gedaald was ten opzichte van 1995. De penetratie steeg het meest bij de leeftijdsgroep 35 – 49 jaar.

Tabel 4.7.1 Percentage kopers bloemen en potplanten naar leeftijd

	Bloemen			Potplanten		
	1995	1998	2001	1995	1998	2001
< 35 jaar	47%	31%	35%	55%	46%	47%
35 - 49 jaar	58%	53%	57%	65%	66%	74%
50+ jaar	64%	61%	64%	75%	72%	80%

Bron: PT

4.7.1 Bestedingen

De bloemenbestedingen zijn in alle categorieën gedaald ten opzichte van 1998. De grootste daling deed zich voor in de leeftijdsgroep 50+ jaar (-28%). Ondanks deze daling werd door deze groep evenals in voorgaande jaren nog steeds het meest aan bloemen besteed en de 50 plussers kochten ook het meest. Bij de bestedingen aan potplanten werd bij de jongste leeftijdsgroep de enige daling geconstateerd (-4%). Van de andere twee leeftijdscategorieën kende de groep 35 – 49 jaar de grootste stijging in zowel bestedingen (+42%) als gekochte hoeveelheden (+13%).

Tabel 4.7.1.1 Bestedingen in EUR per kopend huishouden naar leeftijdsgroep

	Bloemen			Potplanten		
	1995	1998	2001	1995	1998	2001
< 35 jaar	22,47	26,40	22,27	23,45	29,88	28,66
35 - 49 jaar	28,39	25,19	24,52	29,85	30,22	43,18
50+ jaar	32,47	36,87	26,71	32,34	34,77	44,64

Bron: PT

Het aandeel van de jongste leeftijdsgroep binnen de totale bestedingen was 10% in 2001, de categorie 35-49 jaar maakte 23% uit van de totale bestedingen en de oudste leeftijdsgroep had het grootste aandeel binnen de totale bestedingen (67%). Binnen de potplantenbestedingen was

het aandeel van de jongste leeftijdsgroep 10%, de categorie 35-49 jaar maakte 29% uit van de totale bestedingen en de oudste leeftijdsgroep had een aandeel van 61%.

4.8 Regionale verschillen

4.8.1 Penetratie

Voor marketingdoeleinden wordt Finland verdeeld in drie regio's. Onderstaande tabel geeft een overzicht van het aantal kopende huishoudens van bloemen en potplanten naar regio. Voor potplanten was het percentage kopende huishoudens het laagst in de Helsinki-regio, voor bloemen was het percentage kopers in Helsinki gelijk aan het platteland.

Tabel 4.8.1.1 Percentage kopers bloemen en potplanten naar regio

	Bloemen			Potplanten		
	1995	1998	2001	1995	1998	2001
Helsinki	58%	48%	55%	65%	57%	63%
Andere steden	59%	52%	58%	68%	68%	73%
Platteland	54%	53%	55%	65%	64%	74%

Bron: PT

Uit tabel 4.8.1.1 blijkt dat het percentage kopers van zowel bloemen als potplanten in alle regio's is gestegen ten opzichte van 1998. De stijging van het percentage kopers van bloemen was het sterkst in de regio Helsinki, voor potplanten was dit het platteland.

4.8.2 Bestedingen

Huishoudens uit Helsinki besteedden relatief het meest aan zowel bloemen als potplanten. Uit een vergelijking blijkt dat vanaf 1995 zowel de bloemen- en potplantenbestedingen per kopend huishouden voor bijna elke regio zijn gestegen. Helsinki kende de grootste stijging in potplantenbestedingen (+59%). Evenals in Helsinki was op het platteland de stijging bij potplanten erg groot (+33%). In de regio 'andere steden' was een stijging te constateren bij potplanten maar de bestedingen aan snijbloemen in deze regio daalden aanzienlijk met 23%.

Tabel 4.8.2.1 Bestedingen in EUR per kopend huishouden naar regio

	Bloemen			Potplanten		
	1995	1998	2001	1995	1998	2001
Helsinki	28,25	30,52	34,45	27,71	36,97	58,69
Andere steden	30,37	34,08	26,34	29,51	33,24	39,21
Platteland	28,44	29,70	31,39	31,38	29,50	39,31

Het aandeel van de bestedingen in Helsinki binnen de totale bloemenbestedingen is 22%, voor de regio andere steden is dit percentage 45% en voor het platteland 33%. Helsinki had binnen de totale potplantenbestedingen een aandeel van 24%, de regio andere steden was goed voor 46% en 31%. De verhouding is dus nagenoeg hetzelfde als bij bloemen.

5 BEDRIJVENMARKT

Momenteel is er geen informatie over de Finse bedrijvenmarkt bekend.

6 DETAILHANDEL

6.1 Algemene marktaandelen

6.1.1 Marktaandelen verkoopkanalen snijbloemen

Als de marktaandelen op basis van *volume* bekeken worden stond in 2001 op de eerste plaats de bloemist/bloemenstal met bijna 42%. Als tweede kocht men de meeste bloemen bij het warenhuis met een aandeel van ruim 19% uitgedrukt in stuks, gevolgd door de supermarkt met 17%.

Tabel 6.1.1.1 Verdeling aankoop bloemen over de aankoopplaatsen o.b.v. hoeveelheden¹

	1994	1995	1998	2001
Bloemist/ Bloemenstalletje	49	43	46	42
Markt	13	13	12	7
Tuincentrum	10	11	9	9
Supermarkt	20	23	24	17**
Warenhuis	6	6	7	19**
Overig	2	3	2	6
Totaal	100	100	100	100

Bron: PT (inschatting BBH?)

Wat betreft het marktaandeel in *bestedingen* is dezelfde rangorde te zien. De bloemist/bloemenstal stond in 2001 op de eerste plaats met 55%, gevolgd door warenhuis en de supermarkt.

Tabel 6.1.1.2 Verdeling aankoop bloemen* over de aankoopplaatsen o.b.v. bestedingen

	1994	1995	1998	2001
Bloemist/bloemenstalletje	61	58	59	55
Markt	11	9	8	5
Tuincentrum	10	12	8	11
Supermarkt	12	14	17	11**
Warenhuis	4	4	5	12**
Overig	2	3	3	6
Totaal	100	100	100	100

Bron: PT

¹ * Monobossen en gemengde boeketten, **exclusief** bloemstukken ** De marktaandelen van de supermarkt en het warenhuis van 2001 zijn niet met voorgaande jaren te vergelijken vanwege veranderingen in het onderzoek

6.1.2 Marktaandelen verkoopkanalen potplanten

De marktaandelen van de diverse aankoopkanalen voor potplanten laten op bestedingsniveau een andere rangorde zien dan wanneer de marktaandelen berekend worden op basis van hoeveelheden (volume). Als gekeken wordt naar de gekochte *hoeveelheden* stond in 2001 het tuincentrum op de eerste plaats met 27%. Het warenhuis volgde met 16%. Op de derde plaats stond de supermarkt met een aandeel van 15%. De categorie ‘overig’ heeft een hoog aandeel. Dit heeft voornamelijk te maken met het feit dat men minder bij traditionele aankoopkanalen potplanten koopt en meer bij bijvoorbeeld een discount-warenhuis of bouwmarkt.

Op basis van *bestedingen* stond het tuincentrum in 2001 op de eerste plaats met 27%. Op de tweede plaats kwam de bloemist met een marktaandeel van 21%. Het warenhuis nam de derde plaats in met een bestedingsaandeel van 15%.

Tabel 6.1.2.1 *Verdeling aankoop potplanten over de aankoopplaatsen o.b.v hoeveelheden*

	2001 % (volume)	2001 % (bestedingen)
Bloemist/bloemenstalletje	15	21
Markt	7	6
Tuincentrum	27	27
Supermarkt	15	13
Warenhuis	16	15
Overig	20	18
Totaal	100	100

*Bron: PT *De marktaandelen zijn niet met voorgaande jaren te vergelijken vanwege veranderingen in het onderzoek*

6.1.3 Visie

Met de groeiende aandacht van de supermarkten voor bloemen en planten is de verwachting dat hun marktaandeel zal groeien. Dit marktaandeel ligt nog relatief laag op 24%, de verwachte groei in marktaandeel ligt op 7% over de komende 10 jaar. Het tuincentrum heeft in Finland een hoog marktaandeel in bloemen van 10%. De verwachting is dat dit iets af zal nemen.

Supermarktketens zullen in kamerplanten een steeds groter marktaandeel verwerven, door het toenemende belang van deze categorie. Op dit moment ligt het marktaandeel rond 33%, de verwachting is dat dit naar 36% zal groeien in 2016. Ook de tuincentra en bouwmarkten snoepen marktaandeel af van de bloemist en straathandel.

6.2 Bloemist

De meeste gemengde boeketten werden in 2001 in de eerste plaats bij de bloemenwinkel gekocht (in volume) en op de tweede plaats in het warenhuis. Voor rozen was de bloemist wat betreft hoeveelheden het belangrijkste verkooppunt: ruim 46% van de rozen werd hier verkocht. In 2001 was het warenhuis de tweede aankoopplaats, daarna volgde de supermarkt en de markt. Ook voor de anjer, chrysant en tulp was de bloemist het belangrijkste aankoopkanaal. Voor de lelie was de markt het belangrijkste aankoopkanaal, voor de narcis was dit de supermarkt.

Wat betreft *bestedingen* is het beeld niet veel anders. Voor de roos, anjer, chrysant en tulp was de bloemist/bloemenstal het belangrijkste aankooppunt in 2001. De supermarkt was qua bestedingen voor de narcis het belangrijkste aankoopkanaal, zoals ook het geval was bij hoeveelheden. Alleen de lelie wijkt af wanneer hoeveelheden en bestedingen vergeleken worden. De lelie werd het meest op de markt gekocht maar wat betreft bestedingen werd bij het tuincentrum het meest aan de lelie uitgegeven.

Bloemisten zullen het steeds moeilijker krijgen om te overleven. De gemiddelde omzet per bloemist wordt geschat op ongeveer 120.000 tot 130.000 euro. Alleen de bloemisten die een keuze weten te maken voor grafwerk of bijvoorbeeld de bedrijvenmarkt, zullen zich staande weten te houden. Anderen zullen het verliezen van de opkomende hypermarkten.

6.3 Grootwinkelbedrijf

6.3.1 Structuur Finse markt

De Finse retailmarkt is erg ontwikkeld en wordt gedomineerd door twee grote spelers: Kesko en SOK. Andere retailers hebben slechts een klein marktaandeel. In onderstaande tabel staat een overzicht van de belangrijkste supermarktformules.

Tabel 6.3.1.1 Marktaandelen grootwinkelbedrijven in Finland, 2006

Organisatie	Totale omzet x mln. Euro	Marktaandeel totaal (%)	Omzet Grocery x mln. Euro	Marktaandeel Grocery
SOK	10.095	39,2	5.569	41,0
Kesko	10.105	39,3	4.721	34,8
Tradeka	2.023	7,9	1.648	12,1
Rautakirja	996	3,9	338	2,5
Schwarz Groep	210	0,8	180	1,3
Subtotaal	23.429	91,1	12.456	91,7
Overig	2.294	8,9	1.129	8,3
Totaal	25.723	100	13.585	100

Bron: Planet retail

Elk van de drie grootste Finse retailers heeft een uitgebreid netwerk van hypermarkten. Kesko en SOK hebben beide meer dan 40 hypermarkten in Finland, Tradeka heeft er zo'n 20. Hypermarkten zijn populair in Finland. Omdat kleinere steden verspreid liggen tussen de vele meren van Finland is er een grote behoefte aan een uitgebreide en one-stop shopping locatie.

Supermarkten zijn er ook veel in Finland. Alle grote retailers hebben supermarkten van verschillende grootte en met verschillende concepten. Discounters komen steeds meer op in Finland. Marktleider Kesko heeft een aantal jaren een grote soft discounter keten (Cassa) gerund maar besloot dat het discount concept geen geschikt format is voor de Finse markt. Door de ervaringen met Cassa vond Kesko dat de Finse consument eerder kiest voor kwaliteit dan prijs en heeft vervolgens de Cassa winkels omgezet in winkels van de K-market supermarktketen.

Discounter Lidl heeft voor verhoogde concurrentie op de Finse retailmarkt gezorgd en in de afgelopen twee jaar is prijsconcurrentie het onderwerp van gesprek geworden. Lidl is tot nu toe de enige grote speler in het hard discount segment. Alle andere Finse discount concepten (Sale

en Alepa) zijn soft discounters. De verwachting is dat Lidl nog verder uit zal breiden en de prijsconcurrentie zal groeien.

6.3.2 Buitenlandse ketens

Axfood (Axel Johnson) verkocht de Spar formule in september 2005 aan SOK. Sindsdien is de Duitse discounter Lidl de enige buitenlandse supermarktorganisatie in Finland. De Finse markt is cultureel gezien erg anders dan de andere Scandinavische en met name andere Europese landen. Deze cultuurverschillen en daarbij de lage bevolkingsdichtheid hebben ervoor gezorgd dat buitenlandse ketens wegblijven.

De Finse retailers zijn zelf wel actief in met name Estland, maar ook Letland en Litouwen staan hoog op het lijstje. Finse ondernemingen bereiden zich ook voor om de Russische markt te betreden, waarbij Tradeka de eerste stap al heeft gezet.

6.4 Tuincentra

De geranium en de begonia zijn een geliefde aankoop bij het tuincentrum: ruim 43% van de geraniumbestedingen en 42% van de begoniabestedingen kwam bij het tuincentrum terecht. De cycloam, hyacint, poinsettia, roos en de azalea werden het meest bij de bloemist/bloemenstal gekocht. Opvallend is dat de consument in 2001 een cactus, st. paulia en chrysant het meest kocht bij een warenhuis.

Groene potplanten werden in 2001 in eerste instantie bij het warenhuis gekocht, zowel het marktaandeel in hoeveelheden (23%) als bestedingen (24%) was bij het warenhuis het hoogst. Wat betreft het marktaandeel in hoeveelheden kwam de supermarkt op de tweede plaats, gevolgd door de bloemist. Op basis van bestedingen kwam de bloemist op de tweede plaats en werd gevolgd door het tuincentrum. Varen werden in 2001 echter in eerste instantie bij de supermarkt gekocht en voor een palm en een cipres ging men naar het warenhuis.

6.5 Bouwmarkten

De bouw- en doe-het-zelfketens in Noord-Europa zijn tevreden over de ontwikkelingen in Noorwegen, Finland en Zweden. In 2004 werden door bijna alle bouwmarkt ketens die actief zijn in Scandinavië positieve resultaten behaald. De economie in Noorwegen, Zweden en Finland groeit aanzienlijk sterker dan in de meeste Europese landen, en verwacht wordt dat deze

positieve trend ook dit jaar doorzet. De oorzaken van de groei verschillen van land tot land. Noorwegen profiteert van de hogere olieprijsen, die leiden tot meer werkgelegenheid en hogere inkomensniveaus. In Finland hebben belastingverlagingen een stijging van het beschikbare inkomen gegenereerd. En dankzij gematigde belastingverlagingen en lage rentetarieven, geven de consumenten in Zweden meer geld uit aan hun huis en worden er meer nieuwe huizen gebouwd.

Marktleider in het bouwmarktsegment in Finland is Rautakesko, met 43 K-Rauta- bouwmarkten en 102 Rautia-winkels. De keten zag de omzet met 8,5 procent stijgen naar 731,1 miljoen euro. Starkki noteerde een omzetgroei van 4 procent over de eerste negen maanden van 2004. De Zweedse keten Clas Ohlson opende twee winkels in Finland en heeft er daar nu 16. De groei werd vooral behaald op de consumentenmarkt (bron: DIY in EuropeMarkt / EVD).

7 GROOTHANDEL

In Finland zijn ongeveer 35 groothandelaren actief (2005), voor het overgrote deel gevestigd in het zuiden van Finland (Helsinki en Espoo), het westen (Turku) en Kymanlaakso (Kotka, Valkeala). In Helsinki bevindt zich de grootste groothandelsmarkt, waar een handvol groothandelaren en snijbloemenkwekers actief is.

Op dit moment heerst er een sterke prijsdruk in de markt. Groothandelaren zoeken naar uitbreiding in de niet traditionele kanalen. Aan de bloemist valt steeds minder te verdienen. Een bloemist met een gemiddelde jaarinkoop van € 50.000,- koopt soms wel bij zeven verschillende lokale groothandelaren of lijnrijders.

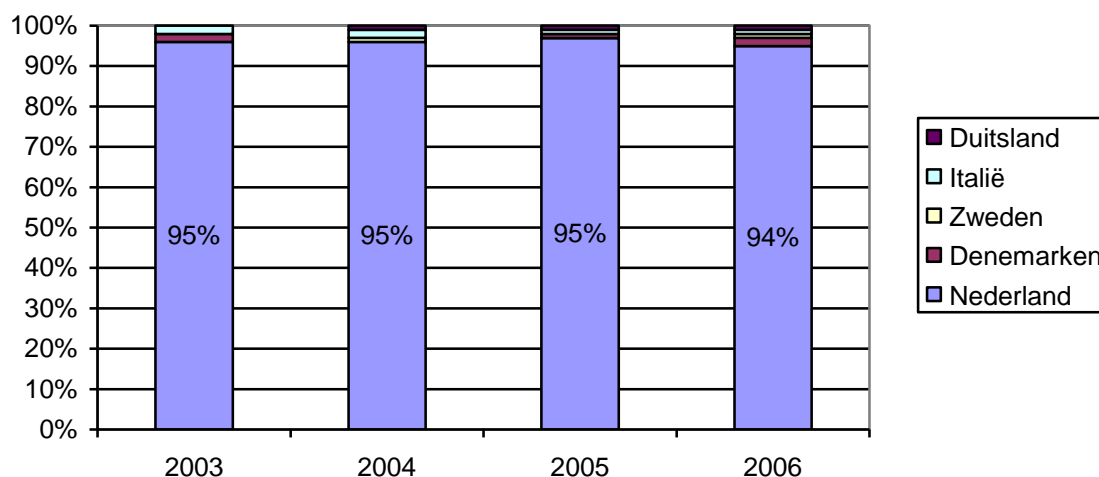
De komende jaren zal er niet alleen onder bloemisten een shake out komen, maar ook zullen er groothandelaren verdwijnen. Willen groothandelaren overleven, dan zullen ze keuzes moeten gaan maken of zich specialiseren.

8 IMPORT EN EXPORT

8.1 Import van Finland

Na toetreding tot de EU bereikte de Finse import van snijbloemen in 1997 een record. Daarna was tot en met 2001 een daling te zien in de snijbloemenimport. In 2002 stabiliseerde de import zich om weer te stijgen tot 18,5 miljoen euro in 2006. Het Nederlandse importaandeel is met 94% al jaren stabiel en sterk.

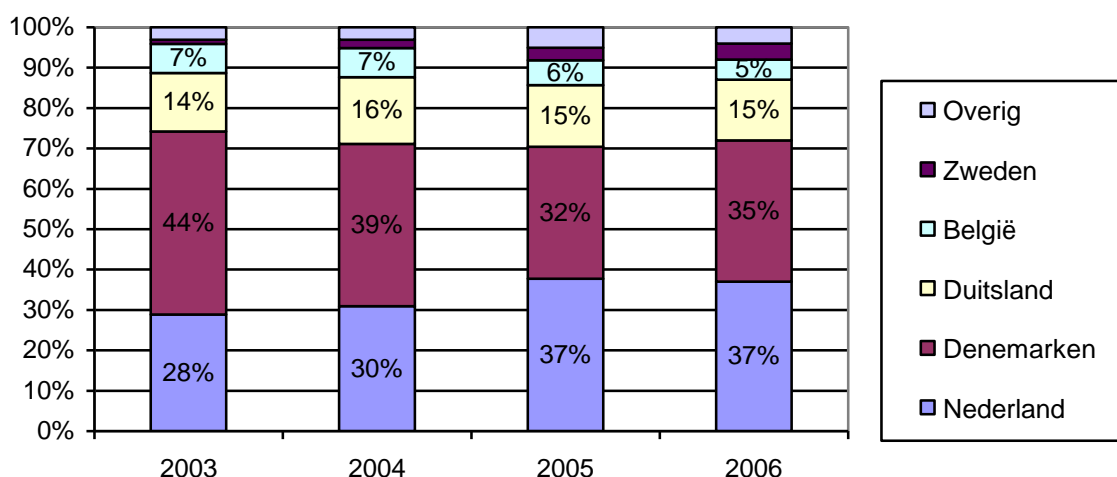
Figuur 8.1.1 *Herkomst Finse snijbloemenimport naar land van herkomst (x mln €)*



Bron: Eurostat

In de Finse import van kamerplanten heeft Nederland te maken met meer concurrentie van andere landen dan bij snijbloemen het geval is. Het marktaandeel is in 2006 37% en is daarmee de belangrijkste kamerplantenleverancier van Finland. Maar Denemarken volgt op de voet met 35%. Na Denemarken is ook Duitsland een belangrijke leverancier. De Finse invoer van kamerplanten neemt al jaren gestaag toe.

Figuur 8.1.2 *Herkomst Finse import kamerplanten naar land van herkomst (x mln €)*



Bron: Eurostat

8.2 Export vanuit Finland

Van 1997 tot 2000 daalde de Finse export van bloemen erg snel. In 2001 groeide de export weer iets. Deze stijging was niet van blijvende aard en de export is verder gedaald tot een waarde van 83.000 euro in 2006. Bijna alle export is bestemd voor Rusland. De re-export functie van Finland lijkt tegenwoordig geheel verdwenen te zijn.

Tabel 8.2.1 *Finse export snijbloemen naar land van herkomst (x € 1000)*

	2001		2002		2003		2004		2005		2006	
	Euro	in %	Euro	in %	Euro	in %	Euro	in %	Euro	in %	Euro	in %
Anjer	49	10	39	11	23	9	6	3	9	5	7	8
Roos	322	65	228	64	127	50	78	36	40	21	23	28
Chrysant	29	6	34	10	32	13	14	6	13	7	11	13
Overig	98	20	56	16	70	28	120	55	130	68	42	51
Totaal snijbloemen	498	100	357	100	252	100	218	100	192	100	83	100

Bron: Eurostat

De export van kamerplanten laat echter een stijgende lijn zien. Dit komt vooral vanwege de stijgende export van zomerbloeiende planten.

Tabel 8.2.1 Finse export Kamerplanten naar land van herkomst (x € 1000)

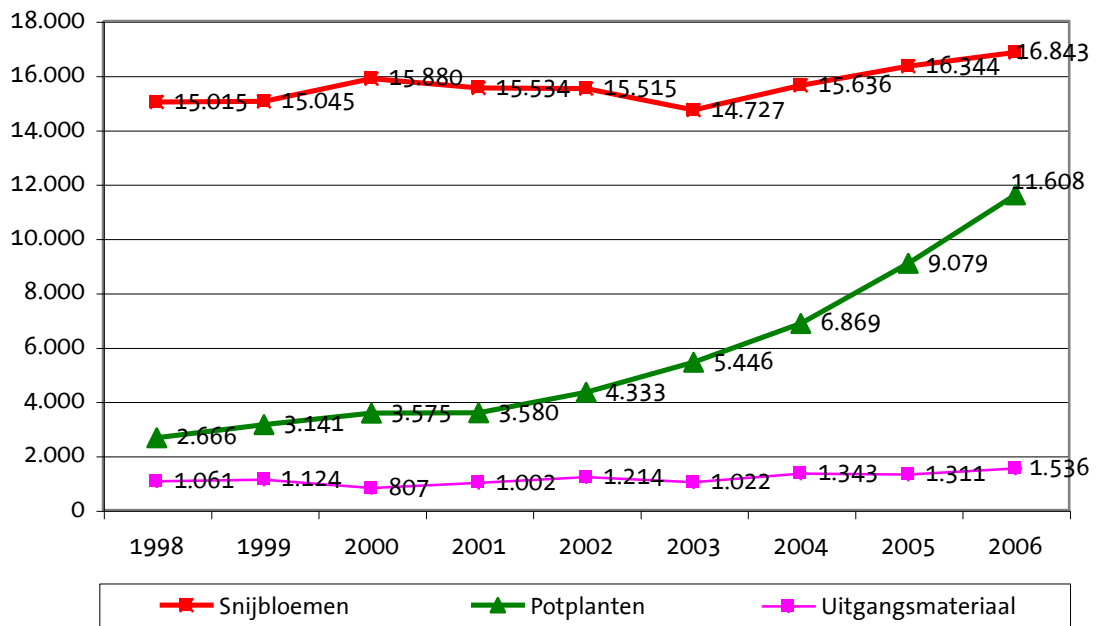
	2001		2002		2003		2004		2005		2006	
	Euro	in %	Euro	in %	Euro	in %	Euro	in %	Euro	in %	Euro	in %
Stekken	34	52	51	59	56	49	27	9	35	17	43	16
Bloembollen in bloei	1	2	13	15	3	3	1	0	3	1	2	1
Bloeiende planten	1	2	3	3	14	12	12	4	1	0	20	7
Groene planten	13	20	20	23	38	33	16	5	3	1	1	0
Zomerbloeiers	-	-	-	-	4	3	247	82	152	74	211	76
Overig	16	24	0	0	0	0	0	0	11	7	0	0
Totaal planten	65	100	87	100	115	100	303	100	205	100	277	100

Bron: Eurostat

8.3 Nederlandse export naar Finland

Tot en met 2002 leek het erop dat de groei eruit was bij de snijbloemenexport. Echter vanaf 2003 begon de snijbloemenexport naar Finland weer te stijgen en kwam in 2006 uit op 16,8 miljoen. Hetzelfde geldt voor de export van uitgangsmateriaal. De plantenexport naar Finland is de laatste jaren sterk gestegen. In 2006 kende de export een groei van 28% en kwam uit op 11,6 miljoen. De export van uitgangsmateriaal ligt al jaren op hetzelfde niveau maar steeg in 2006 met 17% naar 1,5 miljoen.

Figuur 8.3.1: Nederlandse uitvoer van bloemkwekerijgewassen naar Finland (x 1000 euro)



Bron: HBAG

8.3.1 Visie

Het Nederlands marktaandeel is relatief laag in Finland, maar met de toenemende invloed van trends en een vernieuwend assortiment is de verwachting dat dit toe zal nemen. Dit geldt voor zowel bloemen als planten. De ontwikkeling van het grootwinkelbedrijf zorgt mede voor het vergroten van de Nederlands marktaandeel door de logistieke en kennisinbreng van de Nederlandse leverancier.

9 LOKALE PRODUCTIE

Tabel 9.0 Ontwikkeling sierteeltproductie Finland (mln. €)

	1998	1999	2000	2001	2002
Snijbloemen	49,0	48,1	45,4	43,0	41,0
Kamerplanten	27,7	27,7	28,6	32,0	35,0
Totaal	76,7	75,8	74,0	75,0	76,0

Bron: PT

De totale productiewaarde van snijbloemen en kamerplanten schommelt inmiddels rond de € 80 miljoen. Bij de snijbloemen is na 1998 een daling ingezet, de kamerplantenproductie trekt juist weer wat aan. De productiewaarde van bloemen zal naar verwachting nog verder zakken. Er is geen subsidie meer op verlichting, waardoor in de donkere winterperiode de productie vertraagd gaat worden en er dus minder rozen geproduceerd zullen worden.

9.1 Areaal en assortiment

De lokale telers zijn als reactie op het wegvallen van de importtarieven goedkoper gaan produceren. In de snijbloemen konden ze niet goed opboksen tegen de import, wat blijkt uit de daling van 27% in areaal tussen 1995 en 2000. In 2002 was het areaal 46 hectare, waarvan 34 hectare bestond uit de roos met een opbrengst van ongeveer 80 miljoen stelen. De productie van chrysanten, alstroemeria en anjers is door de goedkope import bijna verdwenen. In opkomst is de Gerbera.

Tabel 9.1.1 Areaal snijbloemen onder glas in hectare

	1998	1999	2000	2002	2003
Roos	38,4	38,1	36,9	34,4	32
Chrysant	4,7	0,7	0,2	2,1	2
Anjer	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.
Overige	13,7	11,6	12,8	9,6	9
Totaal	56,8	50,4	49,9	46,1	43

Bron: Ministry of Agriculture and Forestry

Tabel 9.1.2 Lokale productie bolbloemen (x 1.000 stuks)

	1998	1999	2000	2002
Tulp	42.386	43.738	40.319	39.840
Iris	845	836	710	n.b.
Hyacint	3.164	3.259	2.761	2.899
Narcis	4.685	5.050	4.590	5.423
Overig	3.948	3.748	2.891	3.250
Totaal	55.125	56.631	51.271	51.412

Bron: Ministry of Agriculture and Forestry

De kamerplantenproductie schommelt al jaren rond de twaalf à dertien miljoen stuks. De meest geteelde soorten zijn Poinsettia en Begonia (herfst). Veel bloemenkwekers schakelen over op kamerplanten. De productie van groene kamerplanten daalde in 2002 met ruim 19% naar 536.000 stuks.

Tabel 9.1.3 Lokale productie bloeiende kamerplanten (x 1.000 stuks)

	1998	1999	2000	2002
Totaal groene planten	661	725	664	536
Totaal bloeiende planten	11.887	12.345	11.566	12.865
▪ Poinsettia	2.266	2.296	2.212	2.333
▪ Begonia (herfst)	2.366	2.325	2.165	2.203
▪ Potchrysan	778	821	847	1.157
▪ Roos	1.000	1.131	1.220	832
▪ Azalea	447	501	411	406
▪ Saintpaulia	1.156	1.360	1.104	1.277
▪ Overig	3.757	3.791	3.607	4.657
Totaal kamerplanten	12.548	13.070	12.230	13.401

Bron: Ministry of Agriculture and Forestry

9.2 Milieu

De zorg voor het milieu neemt een belangrijke plaats in. De Finse regering hanteert een beleid dat ontwikkeling van milieutechnologie en milieuvriendelijke producten aanmoedigt. Zo zijn Finse bedrijven verplicht te betalen voor elke schade aan het milieu die door hun bedrijfsactiviteiten ontstaat. Ook zijn er subsidies voor bedrijven die investeringen doen om het milieu te beschermen. Op deze manier is de stimulans voor Finse bedrijven om milieutechnologie te integreren in hun bedrijfsvoering erg groot. Het grootste probleem op het gebied van luchtverontreiniging is de zure regen. Een van de doelstellingen van het milieubeleid is dan ook het terugdringen van de uitstoot van zwaveldioxide en nitrogeen, niet alleen in Finland zelf, maar ook in de buurlanden en elders in Europa. In Finland zelf is daarmee reeds succes geboekt; met Rusland en de Baltische landen wordt op dit terrein samengewerkt. Opvallend is dat Finland voorop loopt in Europa waar het economische prikkels voor milieuvriendelijker gedrag betreft. De hervormingen op dit gebied gaan langzaam, omdat de regering bevreesd is de concurrentiepositie van Finse ondernemingen te schaden ten opzichte van ondernemingen uit landen waar dergelijke belastingen niet bestaan.

BIJLAGEN

Bijlage 1 – Zakelijke gedragscode

Bijlage 2 – Fytosanitaire voorschriften

Bijlage 3 – Invoerrechten en BTW

Bijlage 4 – Belangrijke bloemen- en feestdagen 2006 en 2008

Bijlage 5 – Interessante adressen

Bijlage 6 – Marktonderzoeken

Bijlage 7 – Geraadpleegde bronnen

BIJLAGE 1 – ZAKELIJKE GEDRAGSCODE

Algemeen

De praktijk van het zakendoen in Finland is vergelijkbaar met die in andere Noord-Europese landen. De Finnen zijn over het algemeen erg vriendelijk en zeer bescheiden, maar ook wel gereserveerd en minder spraakzaam dan bijvoorbeeld de Zweden of Denen. De talenkennis van de Finnen lijkt soms wat beperkt. De landstalen zijn Fins en Zweeds en bij zakelijke contacten is Engels over het algemeen de voertaal, hoewel de oudere generatie soms de voorkeur geeft aan Duits. Er zijn maar weinig Finnen die Russisch spreken, ondanks de nauwe culturele en zakelijke betrekkingen.

Begroeting

Finnen stellen er prijs op om correct en zeker niet al te persoonlijk te worden aangesproken, al wordt 'mevrouw' of 'meneer' zelden gebruikt. Zowel de begroeting als het eind van de bespreking of ontmoeting (zelfs met vrienden) gaat gepaard met een handdruk. Daarbij kijkt men elkaar recht in de ogen.

Zakelijke afspraken

Finnen gaan ervan uit dat een bespreking precies op het aangekondigde tijdstip begint. Stiptheid geldt ook voor levertijden. Annuleringen of wijzigingen in het tijdschema moeten onmiddellijk worden doorgegeven.

Men converseert over het algemeen niet over koetjes en kalfjes, maar geeft de voorkeur aan een strikt zakelijk gesprek. Het is een goed idee snel na het gesprek een brief te sturen met een samenvatting van wat besproken is. Finnen hechten veel belang aan mondelinge afspraken en verwachten dat men zich daaraan houdt. Over het algemeen nemen Finnen snel beslissingen en gaan zij direct tot actie over.

Uitnodigingen

Bij een uitnodiging voor een diner is het aan te raden te wachten tot de gastheer u een plaats aanbiedt. Begin ook niet met de maaltijd (evenmin met het aperitief) voor de gastheer is begonnen. Finnen zijn over het algemeen erg gastvrij. Als men een Fin beter heeft leren kennen, is het mogelijk dat men in zijn of haar huis of weekendhuis wordt uitgenodigd. Bij een eerste bezoek is het gebruikelijk bloemen voor de gastvrouw mee te nemen.

Kleding

Bij zakelijke afspraken is het gebruikelijk een net pak in een gedekte kleur met das te dragen. Vrouwen kunnen iets minder formeel gekleed gaan, maar nog altijd netjes en geen te korte rokken. In de winter is het belangrijk om te zorgen voor warme kleding. Een dikke overjas, een hoed of muts, handschoenen en warme laarzen of schoenen met rubberen zolen zijn onontbeerlijk.

Openingstijden

In Finland zijn de toegestane openingstijden van winkels door de weeks van 7:00 uur t/m 21:00 uur en op zaterdag van 7:00 uur t/m 18:00 uur. De openingstijden voor shops, kiosken, straatstalletjes en benzinestations in landelijk gebied worden niet voorgeschreven. Kruidenierswinkels met een verkoopoppervlak tot en met 400 m² mogen ook op zondag de deuren openen tussen 12:00 uur en 21:00 uur.

Bron: EVD

BIJLAGE 2 – FYTOSANITAIRE VOORSCHRIFTEN

Algemene eisen

Geen

Invoervergunning

Niet van toepassing

Export certificaat

Niet van toepassing

Re-export certificaat

Niet van toepassing

Plantenpaspoort vereist voor

Planten, plantaardige producten en ander materiaal, bij vervoer binnen de Unie, ongeacht de herkomst en inclusief materiaal bestemd voor de eindverbruiker.

Bijschrijving

Geen

Voor nadere informatie kunt u zich wenden tot:

Plantenziektenkundige Dienst

Geertjesweg 15

Postbus 9102

6700 HC Wageningen

Tel: 0317 - 496911

Fax: 0317 - 421701

Bron: PD

BIJLAGE 3 – INVOERRECHTEN EN BTW

BTW

Het algemene BTW-percentage is 22%, berekend over de waarde na inklaring. Daarnaast bestaan er nog twee lagere tarieven, 17% voor (dier)voedingsmiddelen en 8% voor onder andere bioscopen, boeken, apothekers en transportdiensten voor passagiers. Verkopen waarvoor het nultarief geldt, zijn niet BTW-plichtig zoals abonnementen van kranten, vaartuigen (exclusief sport- en pleziervaartuigen) en internationale handel.

Factuur

Sinds de oprichting van de interne markt op 1 januari 1993 zijn leveringen van communautaire goederen aan afnemers in Finland niet meer onderworpen aan grenscontroles. Het zenden van een factuur aan de afnemer is voldoende. Op de factuur moet het BTW-identificatienummer van leverancier en afnemers worden vermeld. Als tijdens het vervoer van goederen vanuit een EU-land naar Finland een derde land (land buiten de EU) wordt aangedaan, moet men gebruikmaken van het Enig Document (EDE) of een ander vervoersdocument met daarin de aantekening T2L. Hiermee wordt de communautaire oorsprong van de goederen aangeduid. In Nederland kan het Enig Document (T2) worden aangevraagd bij de douane 0800-0143 of: BV Beurtvaartadres, internet: www.bvabv.nl of: Weus Nederland BV, internet: www.douaneformulieren.weus.nl

Vrachtbrief

Afhankelijk van het gekozen vervoermiddel worden de volgende soorten vrachtbrieven gebruikt:

- internationale vrachtbrief CMR
- internationale spoorwegvrachtbrief CIM
- luchtvrachtbrief/Airway-bill (A/B);
- connossement (zeevrachtbrief)
- T-2, een aantekening op het Enig Document (als de goederen in het vrije verkeer van de EU zijn én ze worden via een derde, niet EU-land vervoerd)

Sanitair certificaat

Voor een aantal gebruiks-/consumptiegoederen moet bij inklaring in Finland vanuit derde landen een sanitair certificaat worden overlegd. Meer informatie over de vereiste documenten en procedure bij invoer is te vinden op de site van Market Access Database (<http://mkacddb.eu.int>). Op laatstgenoemde site zijn ook voorbeelden weergegeven van de verlangde documenten. Om deze informatie te vinden dient u wel te beschikken over een HS-code (op te vragen bij het CBS in Heerlen, telefoon (045) 570 79 31). *Bron: EVD*

BIJLAGE 4 – BELANGRIJKE BLOEMEN- EN FEESTDAGEN 2007 EN 2008

De belangrijke feest- en bloemendagen die hieronder staan vermeld zijn voor het jaar 2007 en 2008.

	2007	2008
Nieuwjaarsdag	1 januari	1 januari
Driekoningen	6 januari	6 januari
Valentijnsdag	14 februari	14 februari
Vrouwendag	8 maart	8 maart
Goede Vrijdag	6 april	21 maart
Pasen	8 – 9 april	23 – 24 maart
Walpurgisnacht	30 april	30 april
Dag van de arbeid	1 mei	1 mei
Moederdag	13 mei	11 mei
Hemelvaartsdag	17 mei	1 mei
Pinksteren	27 mei	11 mei
Midzomeravond	22 juni	20 juni
Midzomerdag	23 juni	21 juni
Allerheiligen	3 november	1 november
Vaderdag	11 november	9 november
Onafhankelijkheidsdag	6 december	6 december
Kerstavond	24 december	24 december
Kerstmis	25-26 december	25-26 december
Oudjaar	31 december	31 december

BIJLAGE 5 – INTERESSANTE ADRESSEN

Instanties die u behulpzaam kunnen zijn bij het exporteren naar Slowakije

- **Hoofdbedrijfsschap Agrarische Groothandel**

Postbus 1012

1430 BA Aalsmeer

Tel. 0297-380090

Fax 0297-380099

Website: www.hbag.nl

Email: info@hbagbloemen.nl

Bezoekadres: Turfstekerstraat 63

1431 GD Aalsmeer

- **Economische Voorlichtings Dienst (EVD)**

Juliana van Stolberglaan 148

2595 CL Den Haag

Tel. 070-778 88 88

Fax 070-778 88 89

Website: www.evd.nl

Email: evd@evd.nl of eic@evd.nl

- **Federatie voor de Nederlandse Export (FENEDEX)**

Postbus 90409

2509 LK Den Haag

Tel. 070-3305600

Fax 070-3305656

Website: www.fenedex.nl

Email: info@fenedex.nl

Bezoekadres: Raamweg 14

2594 HL Den Haag

- **Ministerie van Economische Zaken**

Directoraat Generaal voor Buitenlandse Economische Betrekkingen

Postbus 20101

2500 EC Den Haag

Tel. 070-3798911

Fax 070-3474081

Bezoekadres: Bezuidenhoutseweg 30

2594 AV Den Haag

Website: www.minez.nl

Email: ezinfo@postbus51.nl

- **Nederlands Centrum voor Handelsbevordering (NCH)**

Postbus 10

2501 CA Den Haag

Tel. 070-3441544

Fax 070-3853531

Website: www.handelsbevordering.nl

Bezoekadres: Juliana van Stolberglaan 148

2595 CL Den Haag

- **Plantenziektenkundige Dienst**

Postbus 9102

6700 HC Wageningen

Tel. 0317-496911

Fax 0317-421701

Bezoekadres: Geertjesweg 15

6706 AE Wageningen

- **Productschap Tuinbouw**

Postbus 280

2700 AG Zoetermeer

Tel. 079-3470707

Fax 079-3470404

Website: www.tuinbouw.nl

Email: pt@tuinbouw.nl

Bezoekadres: Louis Pasteurlaan 6

2700 AG Zoetermeer

- **Bloemenbureau Holland**

Schipholweg 1

2316 XB Leiden

Tel. 071 - 565 95 65

Fax. 071 - 565 95 55

Website: www.flowercouncil.org

Email: info@flowercouncil.org

Keskuskauppakamari (Kamer van Koophandel Finland)

World Trade Center Helsinki

Aleksanterinkatu 17, PL 1000

00101 Helsinki

Tel. 00-358-(09) 69 69 69

fax: 00-358-(09) 65 03 03

Website: http://www.keskuskauppakamari.fi/en_GB/

Maa-ja metsätalous ministeriö (Ministerie van land- en bosbouw)

Hallituskatu 3a

00023 Valtioneuvosto

Tel. 00-358-9-1601

Fax 00-358-9-1604202

Website: www.mmm.fi

Ambassade van Finland

Groot Hertoginnelaan 16

2517 EG Den Haag

Tel. 070-3469754

Fax 070-3107174

Website: <http://www.finlande.nl>

Ambassade van het Koninkrijk der Nederlanden

Erottajankatu 19 B

00130 Helsinki

Tel. 00-358-9 228920

Fax 00-358-9 228 922 228

Email: nlgovhel@kolumbus.fi

<http://www.netherlands.fi/>

BIJLAGE 6 – MARKTONDERZOEKEN

- Gezinsverbruik van snijbloemen en potplanten in Finland 1994-2001 (rapportnr. 2002-79).
- Overzicht supermarktstructuren in Europa 2001 (rapportnr. 2002-31).

BIJLAGE 7 – GERAADPLEEGDE BRONNEN

- Hoofdbedrijfschap Agrarische Groothandel
- Economische Voorlichtings Dienst (EVD), Algemene informatie Finland
- Economist Intelligence Unit (EIU)
- Eurostat
- Euromonitor
- M&M data / planetretail
- Ministry of Agriculture and Forestry Finland
- World in Figures (www.worldinfigures.nl)
- Statistics Finland
- Plantenziektkundige Dienst
- Rabobank
- De Nederlandse webgids voor Helsinki (www.helsinki.nl)
- DIY in Europe (www.diyonline.de)
- Het Financieele Dagblad