
Bloemisten structuuronderzoek Midden Europa

Duitsland, Oostenrijk, Zwitserland

PT 2008 - 32

Maart 2008 - Josephine van Dijk

Productschap Tuinbouw, Afdeling MIMO

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

Productschap Tuinbouw, Postbus 280, 2700 AG Zoetermeer

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

Auteur **Josephine van Dijk** Telefoon 079-3470649 E-mail j.vandijk@tuinbouw.nl

Inhoudsopgave

Management Summary	7
1 Inleiding	9
1.1 Achtergrond van het onderzoek	9
1.2 Doelstelling van het onderzoek	9
1.3 Toelichting op het onderzoek	9
1.4 Indeling rapport	10
2 Duitsland	11
2.1 Assortiment	11
2.2 Inkoopkanalen	13
2.3 Internetgebruik	13
2.4 Opslagpercentage	13
2.5 Bedrijvenmarkt	14
2.6 Consumentenmarkt	17
2.7 Omzetontwikkeling en toekomstverwachting	18
3 Oostenrijk	20
3.1 Assortiment	20
3.2 Inkoopkanalen	22
3.3 Internetgebruik	22
3.4 Opslagpercentage	22
3.5 Bedrijvenmarkt	23
3.6 Consumentenmarkt	26
3.7 Omzetontwikkeling en toekomstverwachting	27
4 Zwitserland	29
4.1 Assortiment	29
4.2 Inkoopkanalen	31
4.3 Internetgebruik	31
4.4 Opslagpercentage	31
4.5 Bedrijvenmarkt	32
4.6 Consumentenmarkt	35
4.7 Omzetontwikkeling en toekomstverwachting	35
5 Onderzoeksverantwoording	37
5.1 Methode van onderzoek	37
5.2 Veldwerk	37
5.3 Lengte vragenlijst	37
5.4 Respondent	37
5.5 Verwerking	37
5.6 Steekproefopbouw	37
5.7 Respons	40

Management Summary

De Bloemisten Activiteiten Monitor en de Bloemisten structuuronderzoeken werden altijd separaat uitgevoerd. Twee jaar geleden is gekozen voor een combinatie van de twee onderzoeken tot één onderzoek. In januari 2008 zijn bloemisten uit de Duitstalige landen Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland geïnterviewd over o.a. samenstelling assortiment, belang Nederlands product, inkoopkanalen, bedrijvenmarkt, consumentenmarkt, omzetonwikkeling en toekomstverwachting.

Duitsland: Het jaar 2007 was geen goed jaar, 2008 wellicht iets beter

De Duitse bloemisten halen de helft van hun omzet uit de verkoop van snijbloemen (exclusief decoratiegroen) en dat aandeel lijkt steeds minder te worden. Kamerplanten nemen een kwart van de omzet voor hun rekening.

Het jaar 2007 was eigenlijk een slecht jaar voor snijbloemen en voor kamerplanten volgens de bloemisten (ten opzichte van 2006 althans). De verwachting voor 2008 wat betreft de verkoop van snijbloemen is volgens de bloemisten iets positiever dan voor kamerplanten. Voor kamerplanten wordt 2008 namelijk een jaar van stabilisatie.

Negen op de tien bloemisten leveren aan de consument, maar niet alle bloemisten hebben bedrijven als klant (83% bedient de bedrijvenmarkt met snijbloemen en 66% met kamerplanten). Bedrijven hebben gemiddeld een omzetaandeel van een vijfde en dat lijkt steeds minder te worden.

Oostenrijk: Het jaar 2007 was niet bijzonder goed, 2008 hopelijk iets beter

De Oostenrijkse bloemisten halen circa de helft van hun omzet uit de verkoop van snijbloemen (inclusief decoratiegroen). Kamerplanten nemen een kwart van de omzet voor hun rekening en dat is minder dan voorheen. Het belang van balkon-, perk- en tuinplanten is relatief groot met 18%.

Het jaar 2007 was voor snijbloemen een jaar van stabilisatie volgens de bloemisten (ten opzichte van 2006 althans). De grootste klap kregen de kamerplanten te verwerken, overall gezien komt de net-balance score uit op -17.

De verwachting voor 2008 is dat de verkopen in ieder geval niet minder zullen zijn dan in 2007, maar helaas ook niet echt veel meer. En snijbloemen zullen het niet beter of slechter doen dan kamerplanten is de verwachting van de bloemisten.

Zwitserland: Het jaar 2008 alleen voor snijbloemen een goed jaar

De Zwitserse bloemisten halen circa drie vijfde van hun omzet uit de verkoop van snijbloemen (inclusief decoratiegroen) en dat aandeel blijft licht verder dalen. Kamerplanten nemen een vijfde van de omzet voor hun rekening (bloeiende planten zijn hierbij iets belangrijker in termen van omzet dan groene kamerplanten). Het belang van balkon-, perk- en tuinplanten komt uit op 11%.

De verkoop van snijbloemen in 2007 was volgens de bloemisten nog wel redelijk te noemen, die van kamerplanten was gelijk aan 2006. Voor snijbloemen wordt 2008 een goed jaar (de verwachting van de bloemisten is dat ze meer zullen omzetten dan in 2007), terwijl de omzet van kamerplanten op of rond het niveau van 2007 zal uitkomen.

Negen op de tien bloemisten leveren aan de consument (bloemen en/of planten), maar niet alle bloemisten hebben bedrijven als klant (88% bedient de bedrijvenmarkt met snijbloemen en 71% levert kamerplanten aan bedrijven). De meeste omzet (ca. 80%) komt dan ook uit het consumentensegment. Het omzetaandeel van bedrijven lijkt minder te worden.

1 Inleiding

1.1 Achtergrond van het onderzoek

Jarenlang zijn de Bloemisten Activiteiten Monitor en de Bloemisten structuuronderzoeken separaat uitgevoerd. Twee jaar geleden is gekozen voor een combinatie van de twee onderzoeken tot één onderzoek. In deze rapportage zal de bloemisten structuur van de Duitstalige landen zoals Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland besproken worden.

1.2 Doelstelling van het onderzoek

Doelen van de Bloemisten structuuronderzoeken kunnen als volgt worden omschreven:

- Inzicht verkrijgen in de samenstelling van het assortiment de omzetontwikkelingen van bloemen en planten;
- Inzicht verkrijgen in het belang van Nederland bij de bloemist en de verschillende inkoopkanalen;
- Inzicht verkrijgen in de verhouding tussen bedrijvenmarkt en consumentenmarkt.

1.3 Toelichting op het onderzoek

Het (kwantitatieve) onderzoek is uitgevoerd door middel van telefonische interviews in Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland. Hierbij is gebruik gemaakt van een computergestuurd telefonisch interviewsysteem (CATI). De gesprekken zijn gevoerd door ervaren en native speaking business to business interviewers, die veel ervaring hebben op het gebied van de tuinbouwsector.

Per land is gestreefd naar 300 gesprekken met de eigenaar cq. bedrijfsleider van de bloemenwinkel.

Het veldwerk van Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland is in de periode van 7 t/m 18 januari 2008 gehouden. De vragenlijst van voorgaande metingen heeft als basis gediend voor deze meting. Enkele zaken in de vragenlijst zijn verder geoptimaliseerd. Voor de verdere verantwoording van het onderzoek, wordt verwezen naar de onderzoeksverantwoording, dat als hoofdstuk 5 in dit rapport is opgenomen.

1.4 Indeling rapport

In deze rapportage zal Midden Europa besproken worden. Er wordt, waar mogelijk, een vergelijking met vorige metingen gemaakt. Daar waar significante verschillen tussen de metingen bestaan, zal daar expliciet melding van gemaakt worden. Bij een aantal grafieken en tabellen moeten we rekening houden met indicatieve resultaten vanwege het relatief beperkt aantal waarnemingen dat gerealiseerd is.

Er zijn ook bloemisten structuuronderzoek rapportages verschenen van andere landen of landengroepen:

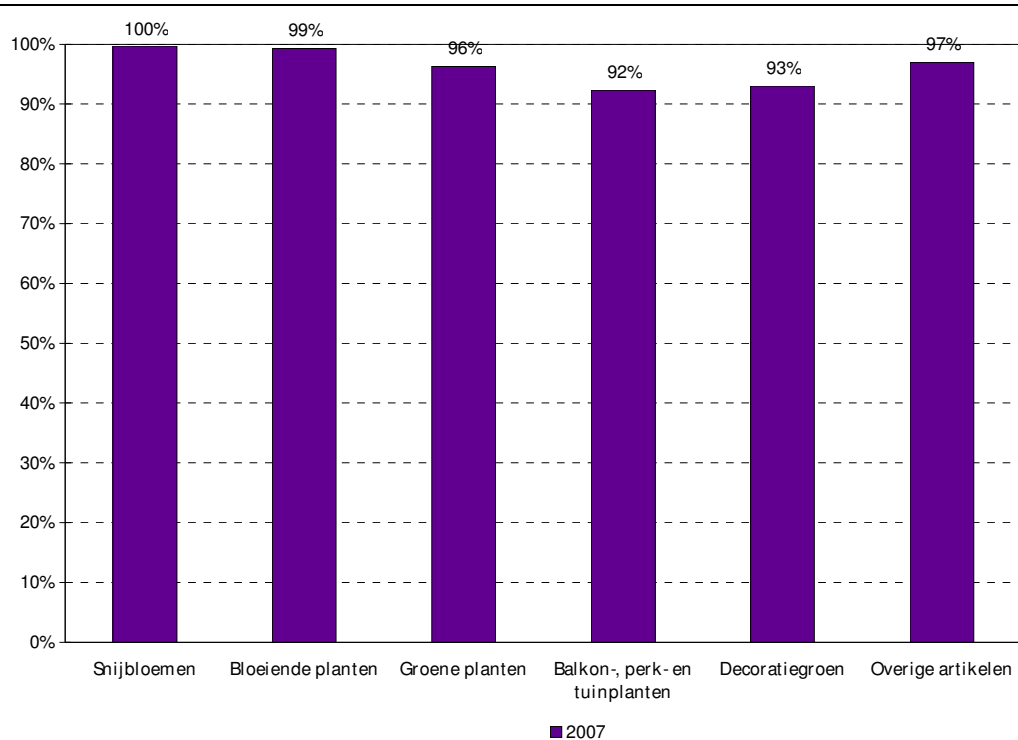
- **Oost Europa PT 2007-17** (Hongarije, Polen, Tsjechië, Slowakije, Slovenië)
- **Zuid Europa PT 2007-18** (Italië, Spanje, Portugal)
- **Noord Europa PT 2008-31** (Denemarken, Zweden)
- **Midden Europa PT 2008-32** (Duitsland, Oostenrijk, Zwitserland)
- **West Europa PT 2008-33** (Nederland, België, Frankrijk, Verenigd Koninkrijk)

2 Duitsland

De belangrijkste uitkomsten die betrekking hebben op de Duitse bloemisten worden nu behandeld. In Duitsland is een groot aantal vragen gesteld om het profiel van de bloemist te kunnen achterhalen.

2.1 Assortiment

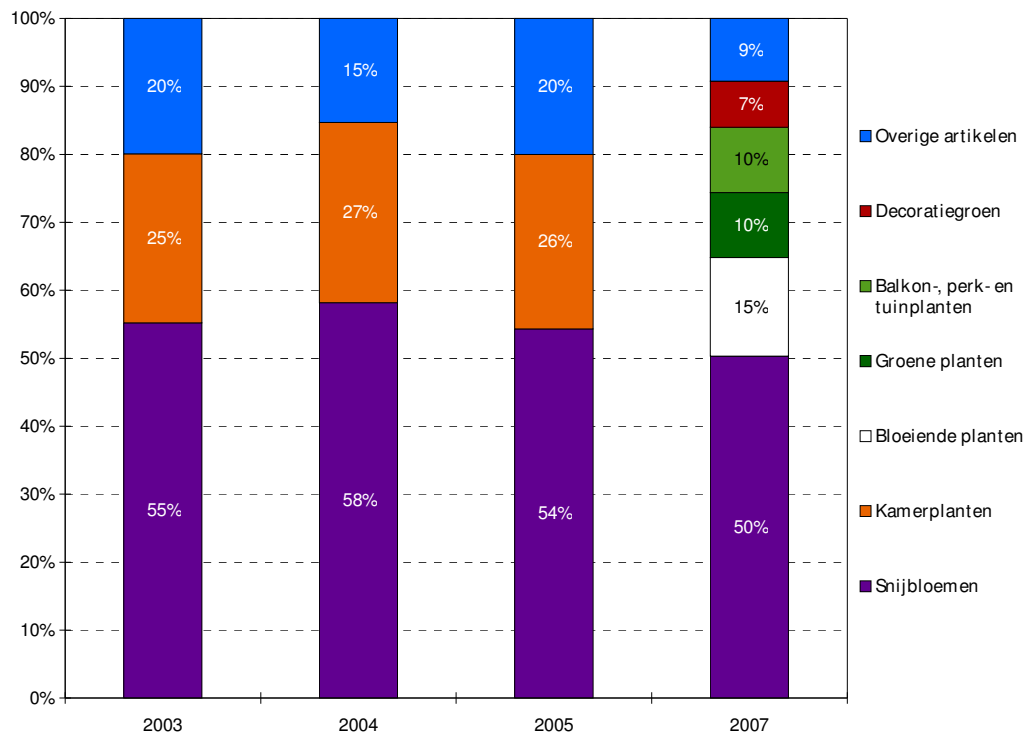
Penetratiegraad producten (2007)



Basis: alle Duitse bloemisten

- Nagenoeg alle Duitse bloemisten verkopen zowel snijbloemen als kamerplanten
- Ruim negen op de tien Duitse bloemisten voeren balkon-, perk- en tuinplanten in hun assortiment
- Het percentage bloemisten dat andere artikelen dan bloemen en planten verkoopt, ligt eveneens op een erg hoog niveau

Omzetverdeling producten (naar meting)



Basis: alle Duitse bloemisten

- De helft van de omzet van een bloemist wordt door de verkoop van snijbloemen verkregen
- Het aandeel van snijbloemen blijft verder dalen
- Een kwart van de omzet wordt door de verkoop van kamerplanten gerealiseerd (geen veranderingen ten opzichte van voorgaande metingen)
- De omzet van overige artikelen (inclusief decoratiegroen en balkon-, perk- en tuinplanten) neemt verder toe

Er is een aparte vraag gesteld of bloemisten verwachten dat het aandeel snijbloemen en kamerplanten in de totale omzet van 2008 zal afnemen, toenemen of gelijk zal blijven. Een meerderheid van 69% verwacht dat de verhoudingen gelijk blijven, 14% verwacht dat het aandeel zal toenemen en 13% verwacht een afname van het aandeel bloemen en planten op het totaal.

2.2 Inkoopkanalen

Omzetverdeling inkoopkanalen snijbloemen en kamerplanten (naar productgroep, 2007)

	Snijbloemen	Kamerplanten
Groothandelaar op groothandelsmarkt	52%	64%
Nederlandse lijnrijder	5%	2%
Lokale lijnrijder	9%	5%
Via een importeur	4%	2%
Groothandelaar buiten groothandelsmarkt	4%	4%
Direct bij producent \ kweker	2%	3%
Rechtstreeks via een Nederlandse exporteur	13%	5%
Rechtstreeks via een niet-Nederlandse exporteur	1%	1%
Lokale C&C	1%	3%
Internet	2%	2%
Bloemenveiling	4%	6%
Nog anders	2%	3%

Basis: alle Duitse bloemisten die product ook daadwerkelijk verkopen

- De meeste omzet wordt op de groothandelsmarkten in Duitsland ingekocht
- Duitse bloemisten maken eigenlijk maar van 1 (of sommige bloemisten van 2) verschillende inkoopkanalen gebruik
- De Nederlandse exporteur en/of lijnrijder is relatief belangrijk in Duitsland voor de inkoop van snijbloemen
- De aankoop van kamerplanten loopt meer dan bij snijbloemen via een groothandelsmarkt
- Een lokale lijnrijder is relatief belangrijk wat betreft de verkoop van snijbloemen

2.3 Internetgebruik

11% van alle bloemisten in Duitsland zegt wel eens snijbloemen en/of kamerplanten in te kopen via een elektronisch bestelsysteem via Internet.

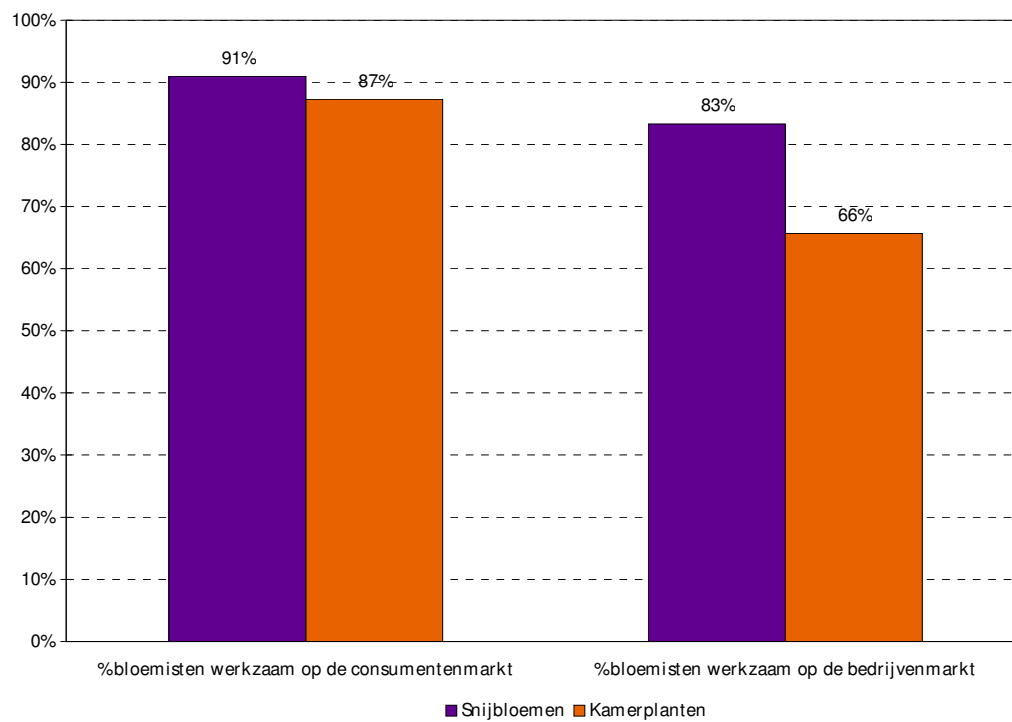
Deze 34 bloemisten schatten vervolgens in dat 43% (gemiddeld genomen) van hun snijbloemen en kamerplanten op deze manier ingekocht wordt.

2.4 Opslagpercentage

Tevens is gevraagd naar het opslagpercentage voor snijbloemen en kamerplanten. Het gemiddelde opslagpercentage voor snijbloemen komt uit op 120% (dus iets van 2 euro inkoop kost in de winkel € 4,40). Voor kamerplanten ligt het opslagpercentage iets lager: 110%.

2.5 Bedrijvenmarkt

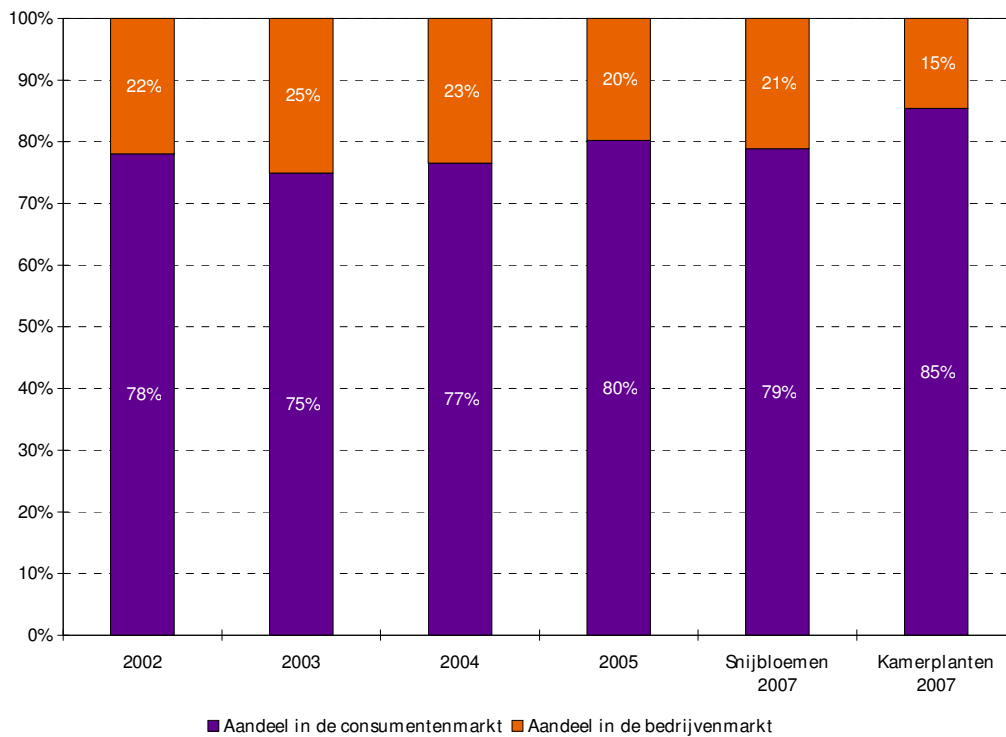
Penetratiegraad bloemisten werkzaam op een bepaalde markt (2007)



Basis: alle Duitse bloemisten

- Negen op de tien Duitse bloemisten zijn werkzaam op de consumentenmarkt
- Het percentage bloemisten dat werkzaam is op de Duitse bedrijvenmarkt ligt duidelijk lager dan de consumentenmarkt
- Opvallend dat relatief weinig bloemisten werkzaam zijn met kamerplanten op de bedrijvenmarkt

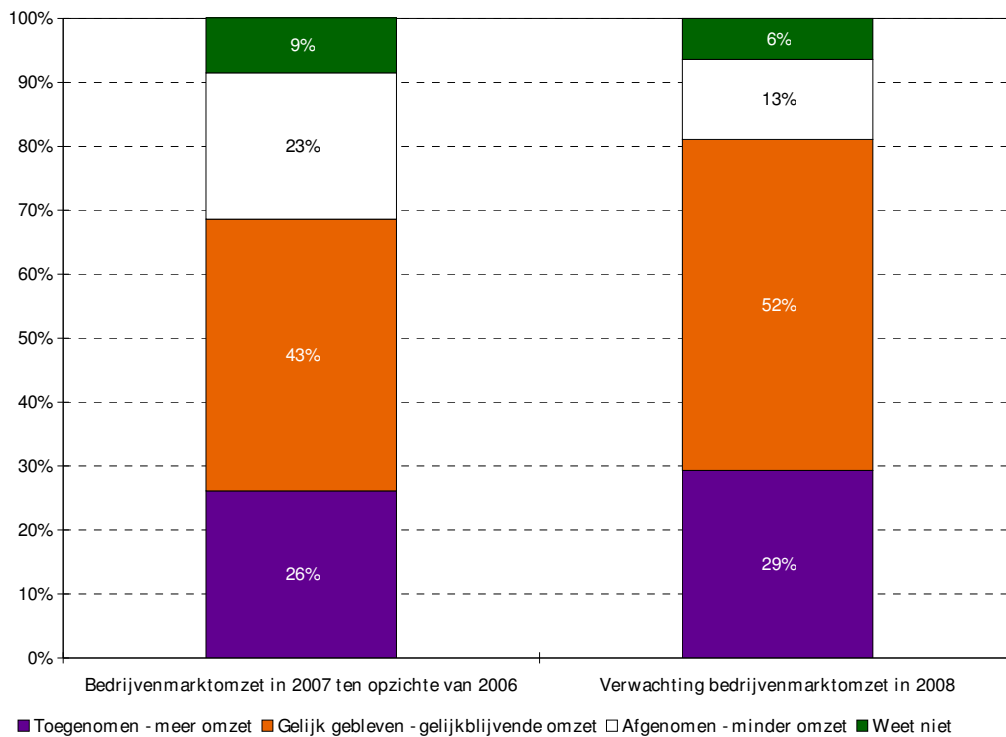
Omzetverdeling naar markt (naar meting)



Basis: alle Duitse bloemisten

- De verkoop aan consumenten is voor de bloemisten veruit het belangrijkste en blijft stabiel (*in 2007 is de vraag iets anders en scherper gesteld*)
- De omzet die bedrijven bij de bloemisten genereren blijft rond de 20% steken. Bij kamerplanten ligt dat aandeel iets lager

Bedrijvenmarkt omzet 2007 ten opzichte van 2006 en verwachting voor 2008



Basis: Duitse bloemisten werkzaam op bedrijvenmarkt)

- Een kwart van de bloemisten schat in dat de bedrijvenmarkt omzet in 2007 is toegenomen ten opzichte van 2006. Echter een even zo groot deel meent dat de omzet in 2007 juist lager lag dan die van 2006. De helft denkt dat die omzetten vergelijkbaar zijn. De net-balance score (% bloemisten dat zegt 'toename' minus het % bloemisten dat zegt 'afname') komt relatief laag uit: 3
- Drie tiende van de Duitse bloemisten verwacht dat de bedrijvenmarkt omzet in 2008 zal toenemen, 13% verwacht echter een daling. De net-balance score komt hiermee uit op 16. De helft van de bloemisten verwacht echter een stabilisatie

2.6 Consumentenmarkt

Heeft u in de laatste 12 maanden bij uw klanten een verandering geconstateerd? (spontaan)

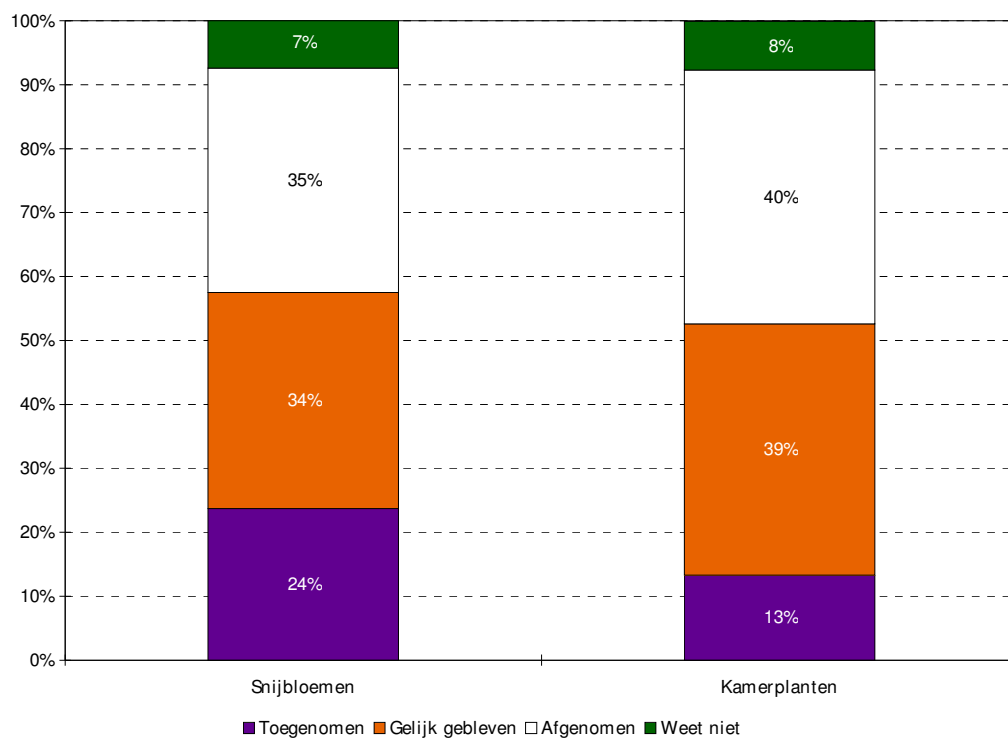
	2002	2003	2004	2005
Geen veranderingen	20%	9%	8%	26%
Koopt vaker goedkopere producten	22%	35%	20%	29%
Koopt minder vaak producten	13%	18%	32%	26%
Koopt vaker producten van hogere kwaliteit	18%	10%	7%	12%
Koopt duurdere \ luxere producten	9%	4%	7%	11%
Koopt minder voor zichzelf	-	-	-	9%
Bezoekt minder vaak mijn winkel	6%	13%	14%	7%
Koopt alleen voor cadeau \ gelegenheid	9%	6%	9%	7%
Meer verkoop van losse bloemen en takken	4%	6%	17%	6%
Consument is kritischer \ mode bewuster	10%	5%	8%	6%
Weet niet \ geen antwoord	0%	3%	2%	3%

Basis: alle Duitse bloemisten

- Zeven van de tien Duitse bloemisten zegt één of meerdere veranderingen te hebben opgemerkt in het koopgedrag van hun klanten in de winkel
- Bloemisten hebben het idee dat Duitse consumenten nu vaker goedkopere producten kopen en daarnaast minder vaak zijn gaan kopen
- Een deel van de Duitse bloemisten meent dat de consument juist vaker producten van een hogere kwaliteit aanschaft of juist alleen maar duurdere en luxere producten

2.7 Omzetontwikkeling en toekomstverwachting

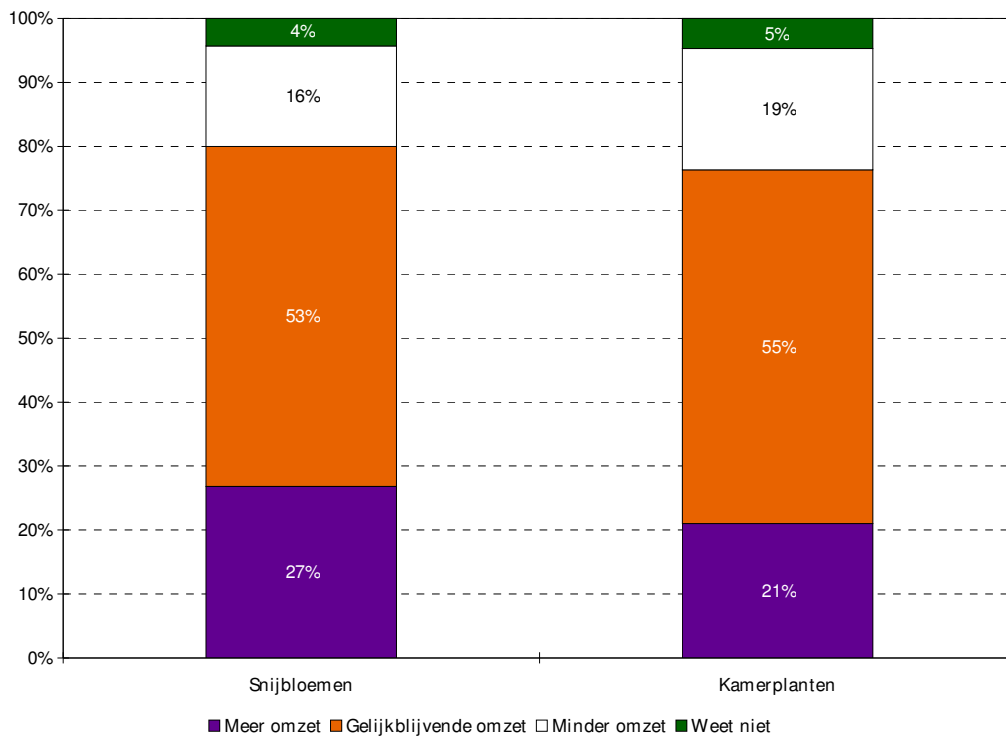
Verkopen 2007 ten opzichte van 2006 (naar product)



Basis: alle Duitse bloemisten die het product verkopen

- Het jaar 2007 was in Duitsland voor snijbloemen EN voor kamerplanten geen goed jaar (de net-balance score voor snijbloemen is -11 en voor kamerplanten zelfs -27)
- De overall inschatting van de Duitse bloemisten is dat de snijbloemenomzet en met name de kamerplantenomzet in 2007 gedaald is

Verkoopverwachting voor 2008 (naar product)



Basis: alle Duitse bloemisten die het product verkopen

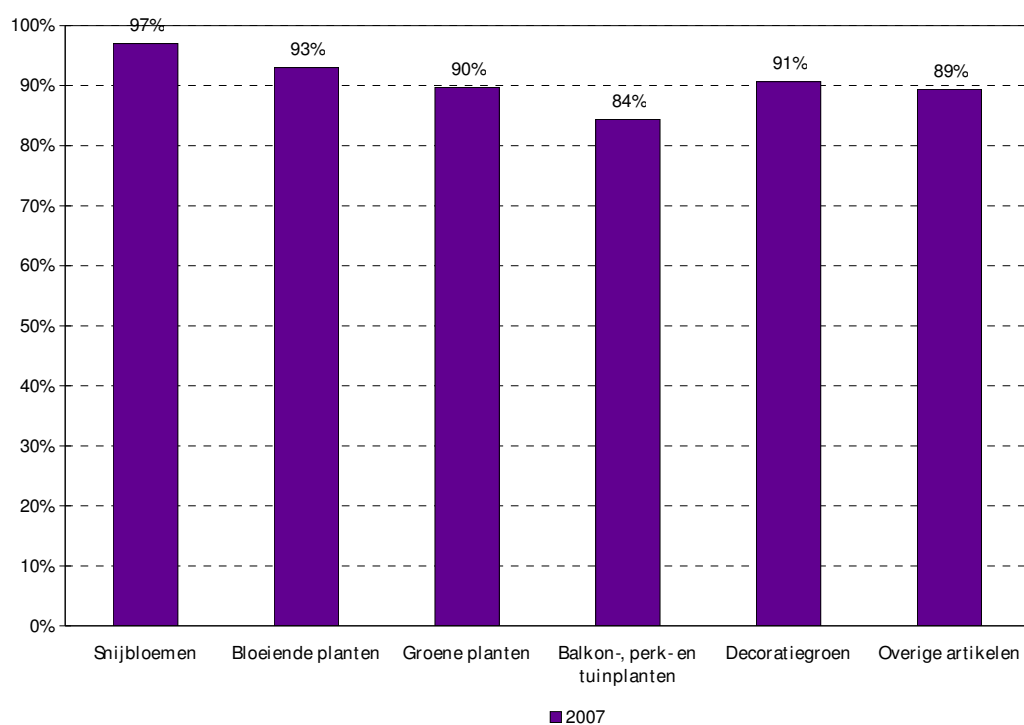
- De verwachting voor 2008 is licht positief voor snijbloemen (net-balance score is 11), hoewel meer dan de helft van de bloemisten een stabilisatie verwacht of het niet weet
- Voor kamerplanten wordt 2008 waarschijnlijk een jaar van stabilisatie, de net-balance score is slechts 2 en drie vijfde van de bloemisten verwacht een stabilisatie of weet het niet

3 Oostenrijk

In Oostenrijk is een groot aantal vragen gesteld om het profiel van de bloemist te kunnen achterhalen.

3.1 Assortiment

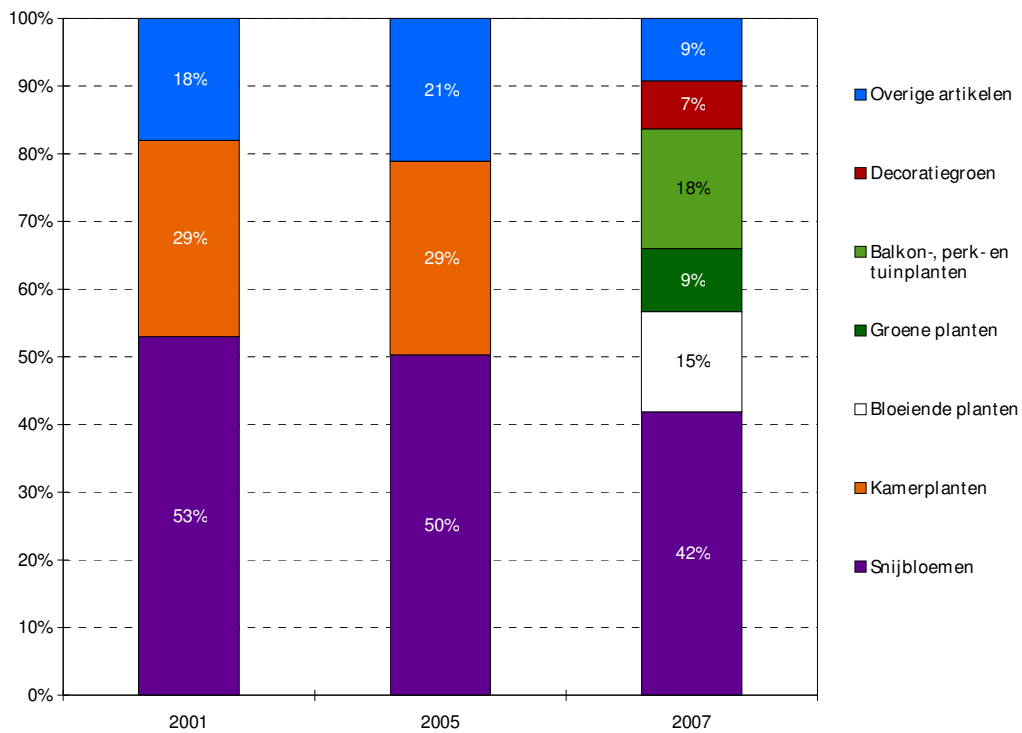
Penetratiegraad producten (2007)



Basis: alle Oostenrijkse bloemisten

- Nagenoeg alle Oostenrijkse bloemisten verkopen snijbloemen
- Negen op de tien bloemisten in Oostenrijk verkopen kamerplanten (zowel groen als bloeiend)
- Het aandeel bloemisten dat balkon-, perk- en tuinplanten verkoopt, ligt op een relatief hoog niveau

Omzetverdeling producten (naar meting)



Basis: alle Oostenrijkse bloemisten

- Ongeveer de helft van de omzet van een bloemist wordt door de verkoop van snijbloemen inclusief decoratiegroen verkregen (stabiel)
- Een kwart van de omzet wordt door de verkoop van kamerplanten gerealiseerd (dit aandeel is duidelijk afgenomen)
- Een vijfde van de omzet komt voor rekening van de verkoop van balkon-, tuin- en perkplanten en dat is een aanzienlijk omzetaandeel

3.2 Inkoopkanalen

Omzetverdeling inkoopkanalen snijbloemen en kamerplanten (naar productgroep, 2007)

	Snijbloemen	Kamerplanten
Groothandelaar op groothandelsmarkt	40%	45%
Nederlandse lijnrijder	10%	6%
Lokale lijnrijder	3%	4%
Via een importeur	6%	6%
Groothandelaar buiten groothandelsmarkt	7%	7%
Direct bij producent \ kweker	2%	3%
Rechtstreeks via een Nederlandse exporteur	15%	11%
Rechtstreeks via een niet-Nederlandse exporteur	6%	7%
Internet	1%	1%
Via een bloemenvailing	0%	1%
Eigen productie	3%	3%
Nog anders	6%	6%

Basis: alle Oostenrijkse bloemisten die product ook daadwerkelijk verkopen

- De meeste omzet wordt op de groothandelsmarkten in Oostenrijk ingekocht
- Oostenrijkse bloemisten maken hoofdzakelijk maar van 1 inkoopkanaal gebruik
- Nederlandse exporteurs en lijnrijders zijn relatief belangrijk in Oostenrijk voor de inkoop van snijbloemen

3.3 Internetgebruik

10% van alle bloemisten in Oostenrijk zegt wel eens snijbloemen en/of kamerplanten in te kopen via een elektronisch bestelsysteem via Internet.

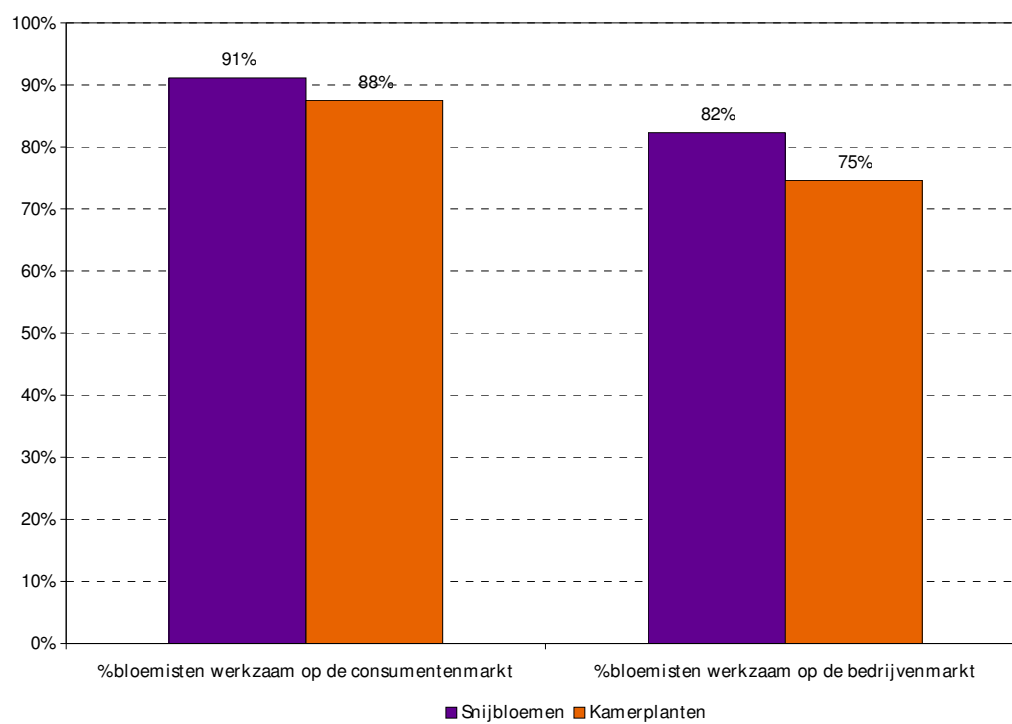
Deze 31 bloemisten schatten vervolgens in dat 46% (gemiddeld genomen) van hun snijbloemen en kamerplanten op deze manier ingekocht wordt.

3.4 Opslagpercentage

Tevens is gevraagd naar het opslagpercentage voor snijbloemen en kamerplanten. Het gemiddelde opslagpercentage voor snijbloemen komt uit op 109% (dus iets van 2 euro inkoop kost in de winkel € 4,18). Voor kamerplanten ligt het opslagpercentage op bijna hetzelfde niveau: 107%.

3.5 Bedrijvenmarkt

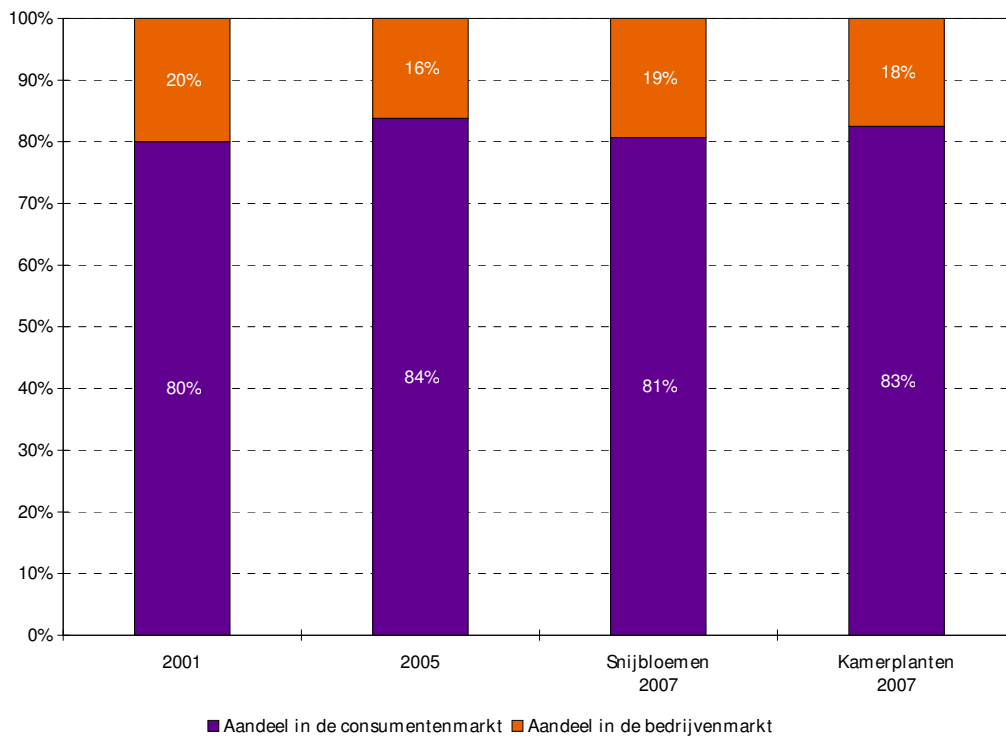
Penetratiegraad bloemisten werkzaam op een bepaalde markt (naar product, 2007)



Basis: alle Oostenrijkse bloemisten

- Niet alle Oostenrijkse bloemisten zijn werkzaam op de consumentenmarkt met snijbloemen
- Het percentage bloemisten dat werkzaam is met snijbloemen op de Oostenrijkse bedrijvenmarkt komt uit op 82% en dat ligt hoger dan het aandeel bloemisten dat met kamerplanten werkzaam is op de bedrijvenmarkt

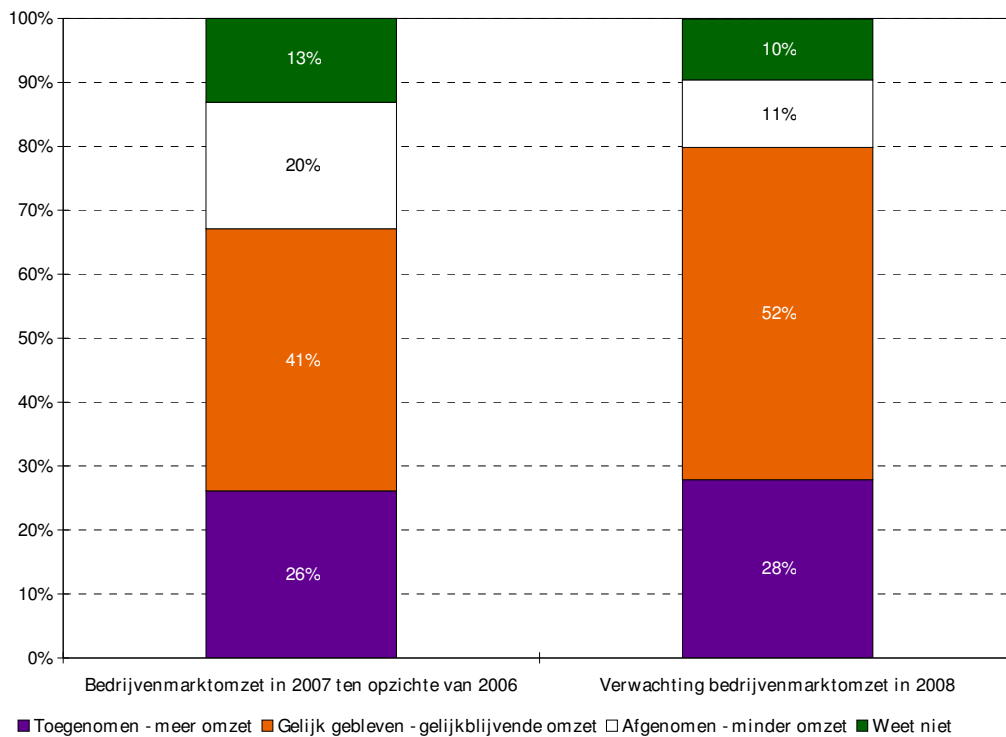
Omzetverdeling naar markt (naar meting)



Basis: alle Oostenrijkse bloemisten

- De bloemisten behalen voor het overgrote deel van de omzet uit de verkoop aan consumenten en dat is redelijk stabiel over de jaren (*deze vraag is in 2007 scherper gesteld*)
- Er is niet veel verschil tussen wat bedrijven besteden en bloemen en planten
- De omzet die bedrijven bij de bloemisten genereren lijkt iets te stijgen en komt op het niveau van 2001 te liggen

Bedrijvenmarkt omzet 2007 ten opzichte van 2006 en verwachting voor 2008



Basis: Oostenrijkse bloemisten werkzaam op bedrijvenmarkt

- Een kwart van de Oostenrijkse bloemisten heeft de bedrijvenmarkt omzet in 2007 zien toenemen ten opzichte van 2006. Twee vijfde van de bloemisten geeft aan dat de omzet gelijk gebleven is, terwijl een vijfde de omzet heeft zien dalen in een jaar tijd. Hiermee komt de net-balance score (% bloemisten dat zegt 'toename' minus het % bloemisten dat zegt 'afname') op 6 uit
- De verwachting voor 2008 is redelijk positief (net-balance score is 17), maar ruim de helft van de bloemisten verwacht een stabilisatie

3.6 Consumentenmarkt

Heeft u in de laatste 12 maanden bij uw klanten een verandering geconstateerd? (spontaan)

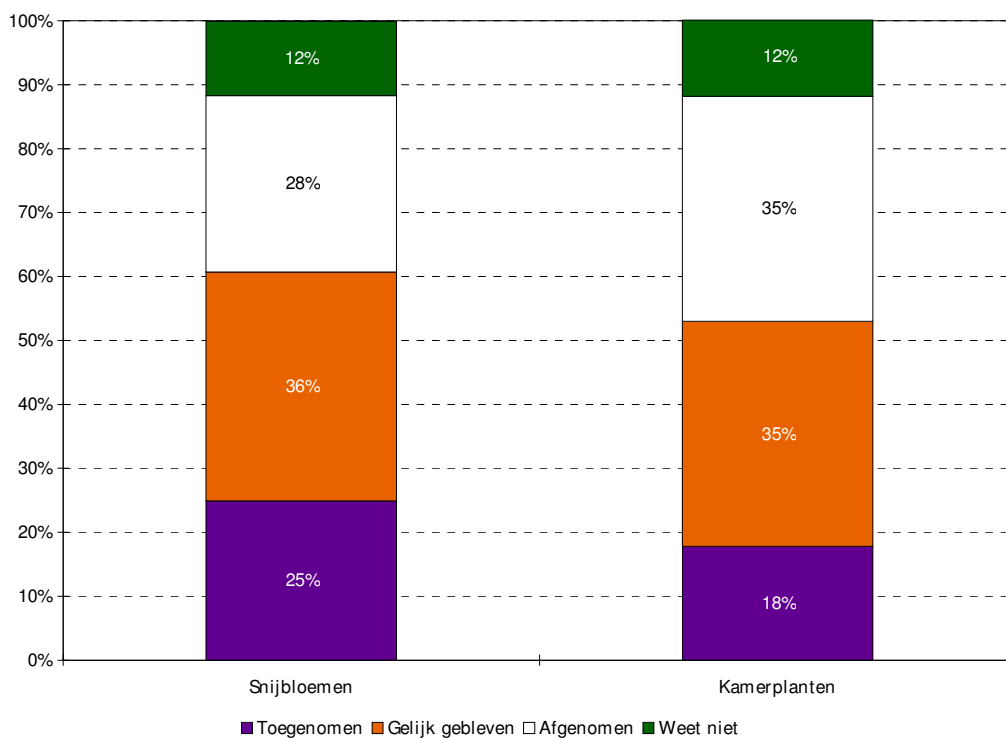
	2001	2005
Geen veranderingen	30%	33%
Koopt minder vaak producten	5%	24%
Koopt vaker goedkopere producten	10%	23%
Koopt vaker producten van hogere kwaliteit	15%	9%
Koopt vaker duurdere\luxere producten	10%	6%
Consument is kritischer \ mode bewuster	7%	6%
Bezoekt minder vaak mijn winkel	3%	6%
Koopt alleen voor cadeau	-	5%
Weet niet \ geen antwoord	3%	2%

Basis: alle Oostenrijkse bloemisten

- Twee derde van de Oostenrijkse bloemisten zegt één of meerdere veranderingen te hebben opgemerkt in het koopgedrag van hun klanten in de winkel
- Bloemisten hebben het idee dat Oostenrijkse consumenten nu minder vaak dan vroeger producten kopen (lage koopfrequentie)
- Daarnaast speelt prijs ook mee: klanten kopen vaker goedkopere producten

3.7 Omzetontwikkeling en toekomstverwachting

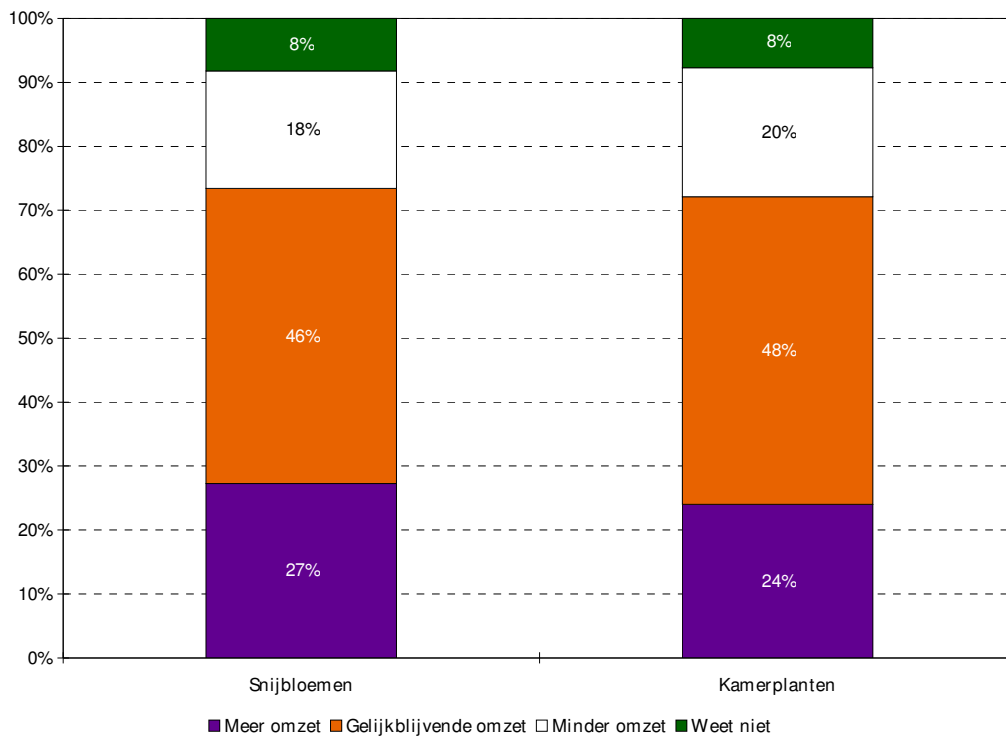
Verkopen 2007 ten opzichte van 2006 (naar product)



Basis: alle Oostenrijkse bloemisten die het product verkopen

- Het jaar 2007 was in Oostenrijk voor snijbloemen een jaar van stabilisatie, maar was zeker voor kamerplanten een erg slecht jaar (de net-balance score voor snijbloemen is -3 en voor kamerplanten zelfs -17)
- De overall inschatting van de bloemisten is dat de snijbloemenomzet min of meer stabiel gebleven is, maar de kamerplantenomzet in 2007 in Oostenrijk gedaald is

Verkoopverwachting voor 2008 (naar product)



Basis: alle Oostenrijkse bloemisten die het product verkopen

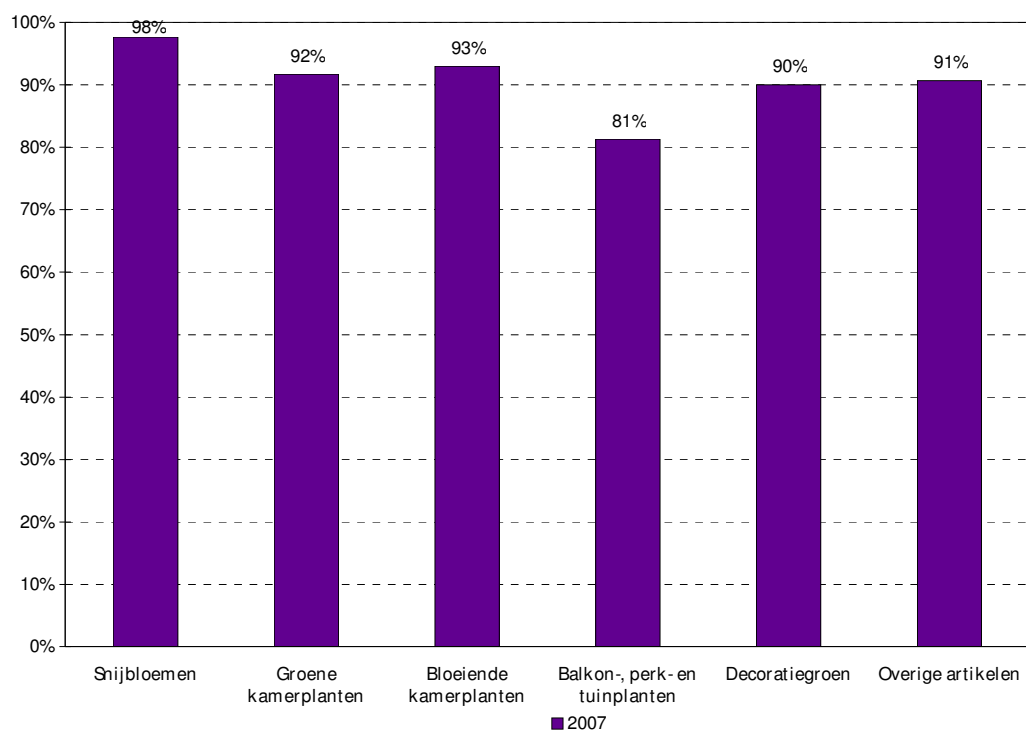
- De verwachting voor 2008 is licht positief voor snijbloemen (net-balance score is 9), hoewel 54% van de bloemisten een stabilisatie verwacht of het niet weet
- Voor kamerplanten wordt 2008 waarschijnlijk een jaar van stabilisatie (de net-balance score is 4), aangezien 56% van de bloemisten een stabilisatie verwacht of het niet weet

4 Zwitserland

In Zwitserland is een groot aantal vragen gesteld om het profiel van de bloemist te kunnen achterhalen.

4.1 Assortiment

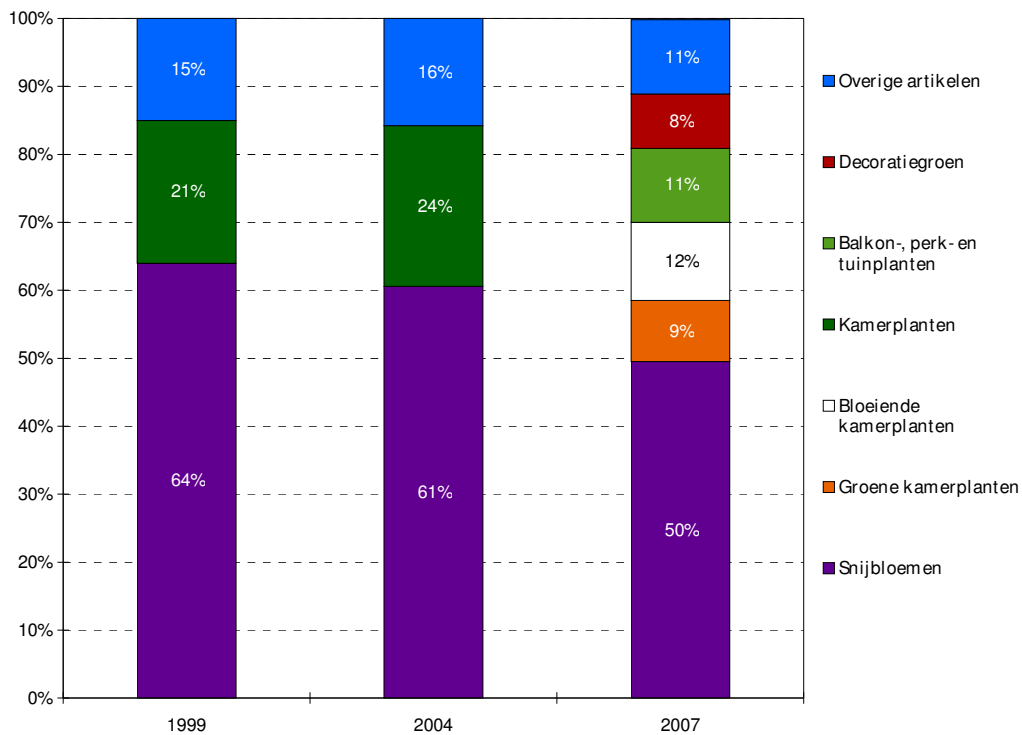
Penetratiegraad producten (2007)



Basis: alle Zwitserse bloemisten

- Nagenoeg alle Zwitserse bloemisten hebben snijbloemen in hun assortiment
- Het percentage bloemisten dat bloeiende en/of groene kamerplanten verkoopt, ligt iets lager dan het percentage bloemisten dat snijbloemen verkoopt
- Vier vijfde van de Zwitserse bloemisten verkoopt balkon-, perk- en tuinplanten

Omzetverdeling producten (naar meting)



Basis: alle Zwitserse bloemisten

- Circa drie vijfde van de omzet van een bloemist wordt door de verkoop van snijbloemen (inclusief decoratiegroen) verkregen
- Het omzetaandeel van snijbloemen blijft verder licht dalen
- Een vijfde van de omzet wordt door de verkoop van kamerplanten gerealiseerd (redelijk stabiel over de jaren)
- Bloeiende planten zijn in termen van omzet iets belangrijker dan groene planten
- Balkon-, perk- en tuinplanten zijn goed voor 11% van de omzet

Op de vraag of de bloemist in 2007 meer vraag naar Max Havelaar of bio-bloemen heeft gekregen (ten opzichte van 2006), zegt een kwart (24%) van de bloemisten dat zij inderdaad meer vraag gekregen hebben. Overigens zegt een meerderheid van 71% geen extra vraag gekregen te hebben en 6% van de bloemisten geeft aan geen (Max Havelaar of bio)bloemen te verkopen.

4.2 Inkoopkanalen

Omzetverdeling inkoopkanalen snijbloemen en kamerplanten (naar productgroep, 2007)

	Snijbloemen	Kamerplanten
Groothandelaar op groothandelsmarkt	51%	72%
Rechtstreeks via een Nederlandse exporteur	13%	7%
Groothandelaar buiten groothandelsmarkt	8%	5%
Nederlandse lijnrijder	8%	4%
Rechtstreeks via een niet-Nederlandse exporteur	7%	3%
Direct bij producent \ kweker	4%	5%
Lokale lijnrijder	3%	0%
Via een importeur	2%	1%
Internet	1%	0%
Nog anders	3%	5%

Basis: alle Zwitserse bloemisten die product ook daadwerkelijk verkopen

- De meeste omzet loopt via een groothandelaar (al dan niet op een groothandelsmarkt)
- Zwitserse bloemisten maken voor de inkoop van snijbloemen van 2 verschillende inkoopkanalen gebruik. Voor kamerplanten is dat 1,6
- De groothandelaar op een groothandelsmarkt is relatief belangrijk in Zwitserland voor de inkoop van kamerplanten

4.3 Internetgebruik

13% van alle bloemisten in Zwitserland zegt wel eens snijbloemen en/of kamerplanten in te kopen via een elektronisch bestelsysteem via Internet.

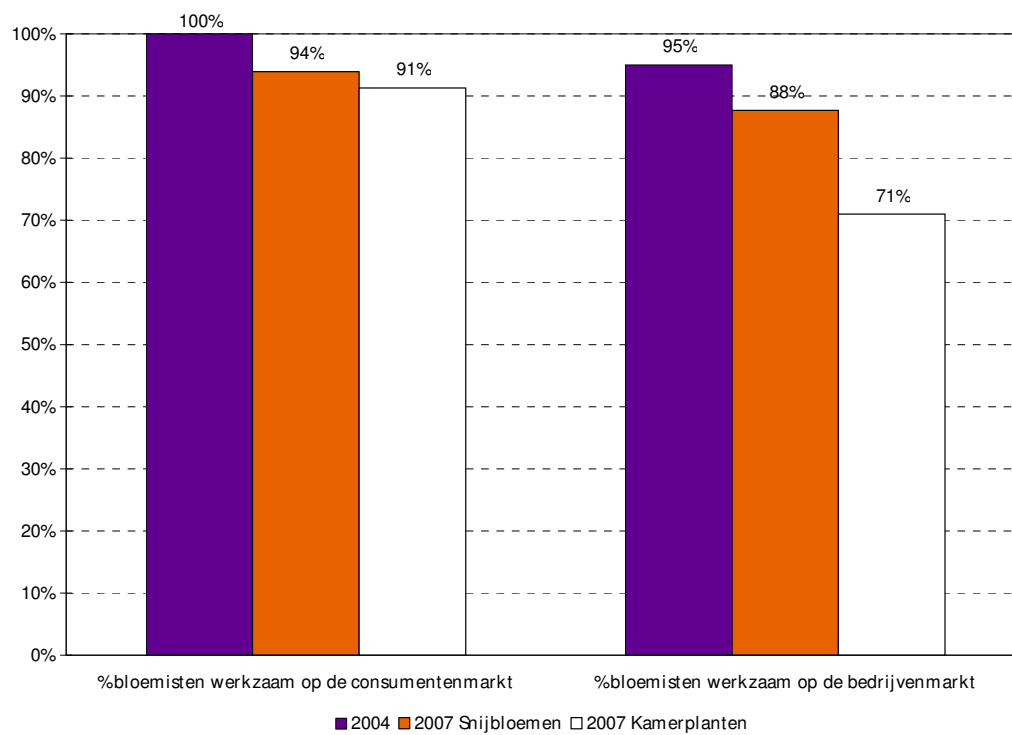
Deze 38 bloemisten schatten vervolgens in dat 33% (gemiddeld genomen) van hun snijbloemen en kamerplanten op deze manier ingekocht wordt.

4.4 Opslagpercentage

Tevens is gevraagd naar het opslagpercentage voor snijbloemen en kamerplanten. Het gemiddelde opslagpercentage voor snijbloemen komt uit op 162% (dus iets van 2 euro inkoop kost in de winkel € 5,24). Voor kamerplanten ligt het opslagpercentage op een lager niveau: 138%.

4.5 Bedrijvenmarkt

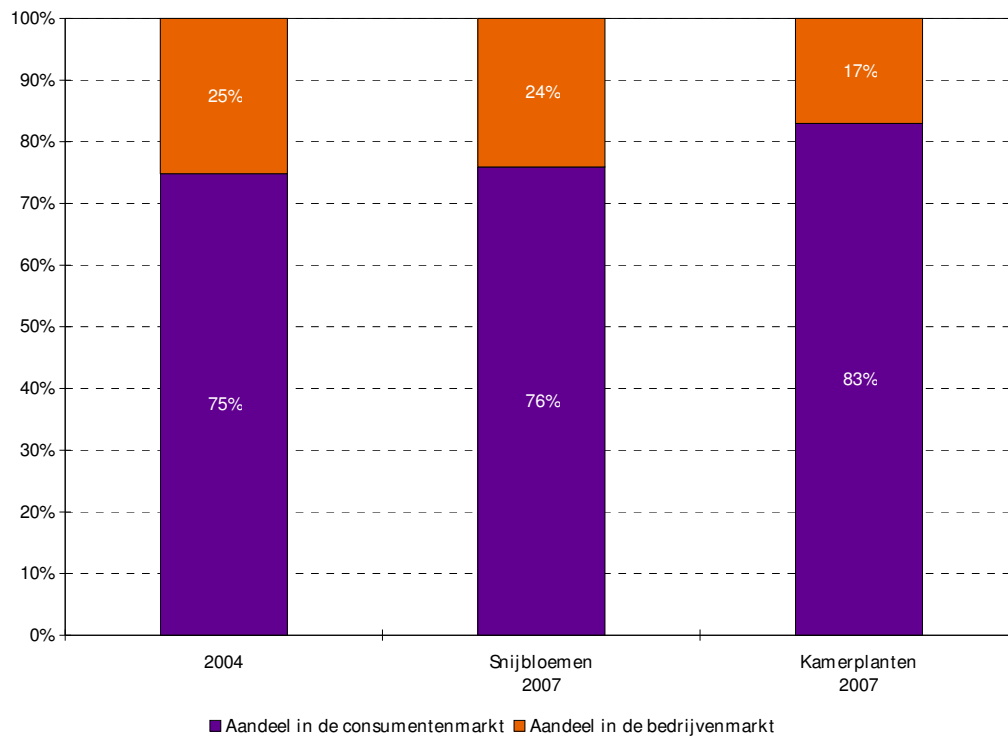
Penetratiegraad bloemisten werkzaam op een bepaalde markt (naar meting)



Basis: alle Zwitserse bloemisten

- Negen op de tien Zwitserse bloemisten bedienen de consumentenmarkt met zowel bloemen als met planten
- Beduidend meer Zwitserse bloemisten zijn werkzaam op de bedrijvenmarkt met snijbloemen dan met kamerplanten

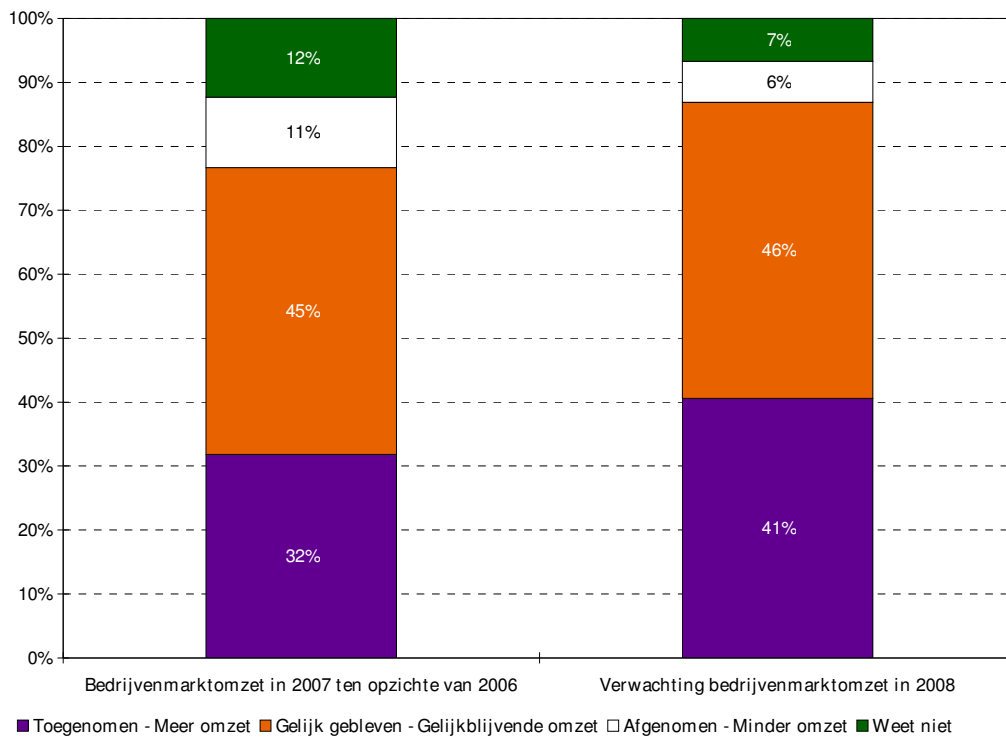
Omzetverdeling naar markt (naar meting)



Basis: alle Zwitserse bloemisten

- Het overgrote deel van de omzet van een bloemist wordt door de verkoop aan de consument verkregen
- Snijbloemen maken meer omzet dan kamerplanten
- Het aandeel in de omzet via de bedrijvenmarkt lijkt af te nemen (in 2007 is de vraag scherper gesteld)

Bedrijvenmarkt omzet 2007 ten opzichte van 2006 en verwachting voor 2008



Basis: Zwitserse bloemisten werkzaam op bedrijvenmarkt

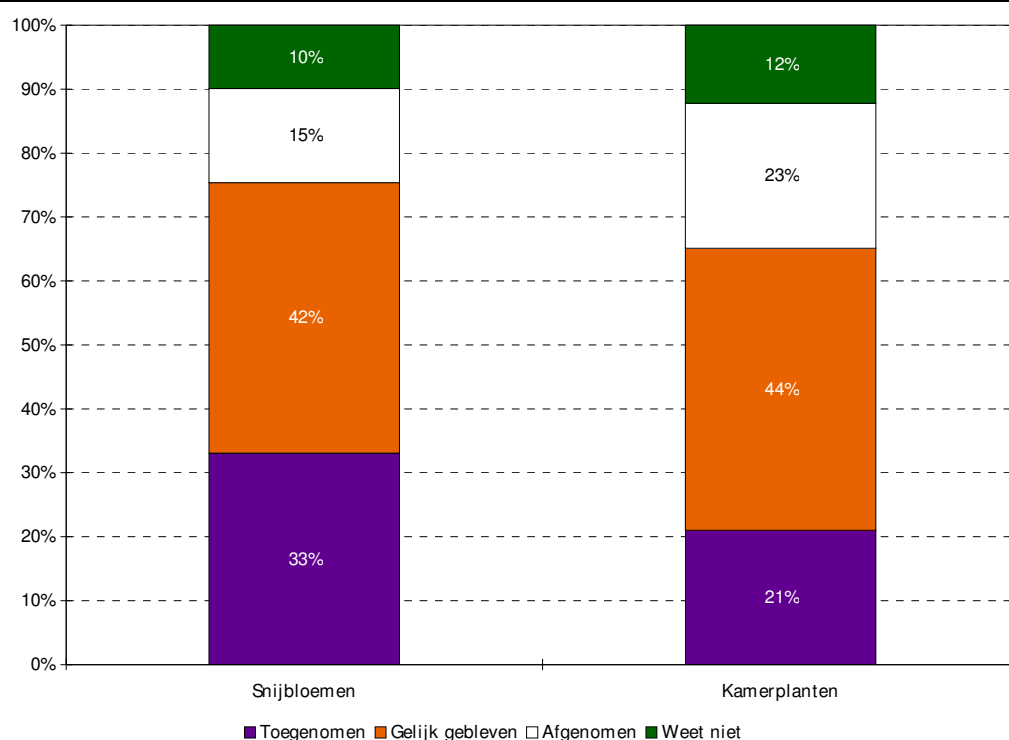
- Een derde van de bloemisten heeft de bedrijvenmarkt omzet in 2007 zien toenemen ten opzichte van 2006. Ruim twee vijfde van de bloemisten geeft aan dat de omzet gelijk gebleven is, terwijl 11% de omzet heeft zien dalen in een jaar tijd. Hiermee komt de net-balance score (% bloemisten dat zegt 'toename' minus het % bloemisten dat zegt 'afname') op 21 uit. Overall lijkt er dus sprake van een lichte toename
- De verwachting voor 2008 is uitermate positief (net-balance score is 35), maar ook hier geldt dat een aanzienlijke groep van 46% van de bloemisten een stabilisatie verwacht

4.6 Consumentenmarkt

Bijna driekwart van de Zwitserse bloemisten heeft één of meer veranderingen opgemerkt in het koopgedrag van hun klanten (72%). De verandering die men het meest opmerkt, is dat men voor een kleiner bedrag koopt (34%). Daarnaast merken de bloemisten dat de klant minder vaak en/of goedkope producten aanschaft (respectievelijk 11% en 8%).

4.7 Omzetontwikkeling en toekomstverwachting

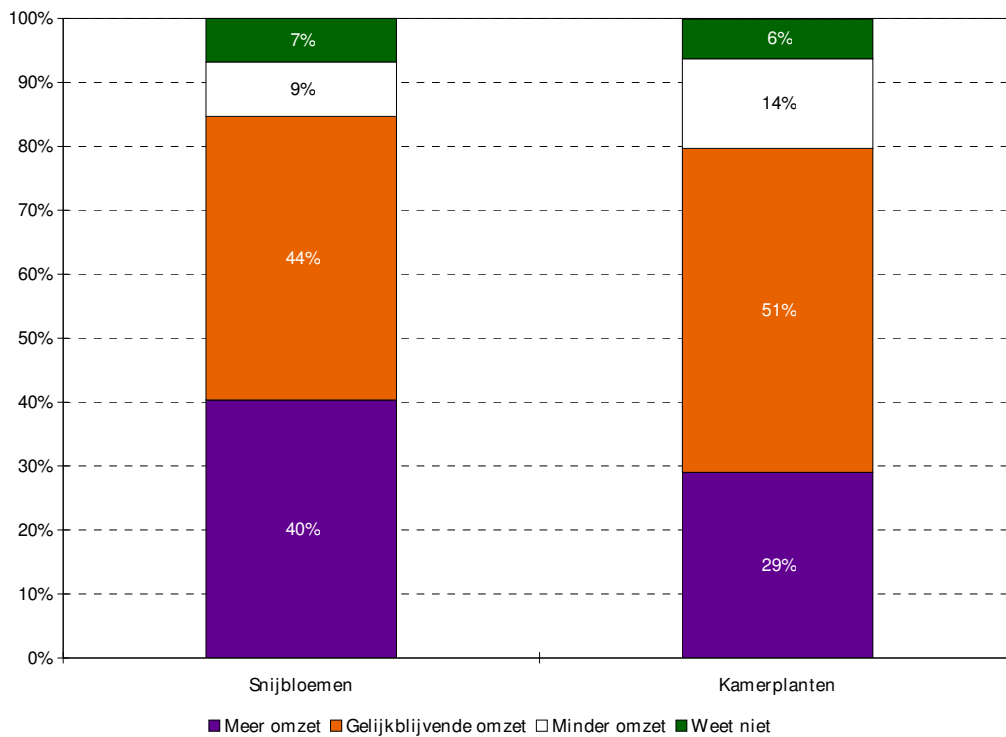
Verkopen 2007 ten opzichte van 2006 (naar product)



Basis: alle Zwitserse bloemisten die het product verkopen

- Het jaar 2007 was voor snijbloemen in Zwitserland een beter jaar dan voor kamerplanten (de net-balance score voor snijbloemen is 18 en voor kamerplanten -2)
- De overall inschatting van de bloemisten is dat de snijbloemenomzet in 2007 in Zwitserland ten opzichte van 2006 licht gestegen is, terwijl de omzet van kamerplanten gestabiliseerd is

Verkoopverwachting voor 2008 (naar product)



Basis: alle Zwitserse bloemisten die het product verkopen

- De verwachting is dat 2008 voor snijbloemen een positief jaar wordt (net-balance score is 31), hoewel ruim twee vijfde van de Zwitserse bloemisten een stabilisatie verwacht
- Voor kamerplanten wordt 2008 wederom een jaar van stabilisatie volgens de inschatting van de bloemisten

5 Onderzoeksverantwoording

In dit rapport staan Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland centraal. In totaal zijn 300 gesprekken per land gevoerd met bloemist/winkeliers.

5.1 Methode van onderzoek

Het onderzoek is uitgevoerd door middel van telefonische interviews. Hierbij is gebruik gemaakt van een computergestuurd telefonisch interviewsysteem (CATI).

5.2 Veldwerk

Het onderzoek is in de periode van 4 januari tot en met 7 februari gehouden.

5.3 Lengte vragenlijst

Duitsland: de gemiddelde interviewtijd bedroeg bijna 18 minuten

Oostenrijk: De gemiddelde interviewtijd bedroeg bijna 17 minuten.

Zwitserland: De gemiddelde interviewtijd bedroeg bijna 16 minuten.

Er is gebruik gemaakt van een mastervragenlijst, waardoor een groot aantal vragen over de landen heen vergelijkbaar zijn. Tevens is rekening gehouden met voorgaande metingen. Indien afgeweken is van “oude” antwoordcategorieën, is daar bij de betreffende grafieken en tabellen melding van gemaakt.

5.4 Respondent

Alle gesprekken zijn gevoerd met bloemistwinkeliers (eigenaar danwel de bedrijfsleider).

5.5 Verwerking

De verwerking van de half open vragen is gedaan door middel van hercoderen. Daarnaast is het geheel van de antwoorden op de open vragen integraal opgenomen in de bijlage van het tabellenrapport.

Er heeft geen herweging plaatsgevonden. Dit betekent dat elke respondent even zwaar meetelt in het totaaloordeel.

5.6 Steekproefopbouw

De steekproef van alle landen is ad random getrokken uit de door SMT aangeleverde adresbestanden. Dit heeft tot het volgende profiel geleverd:

	Duitsland	Oostenrijk	Zwitserland
AANTAL WINKELS			
• 1	88%	76%	85%
• 2	9%	18%	8%
• 3 of meer	4%	7%	7%
Gemiddeld aantal winkels	1,3	1,4	1,3
GROOTTE WINKEL			
• 0 – 40 m ²	17%	18%	27%
• 41 – 60 m ²	23%	19%	19%
• 61 – 80 m ²	20%	17%	14%
• 81 – 100 m ²	15%	14%	12%
• meer dan 100m ²	23%	30%	21%
Gemiddeld	72 m ²	76 m ²	67 m ²
AANTAL MEDEWERKERS			
• 1	20%	12%	15%
• 2	26%	22%	25%
• 3	18%	24%	19%
• 4	13%	15%	13%
• 5 of meer	22%	27%	28%
Gemiddeld aantal mensen	3,5	4,2	4,0
LID BLOEMISTENORGANISATIE			
• Interflora \ Fleurop	16%	16%	10%
• FDF	32%	-	-
• ÖBW	-	8%	-
• SFV	-	-	46%
• SGV	-	-	4%
• Euroflorist	1%	8%	-
• Innungen	-	16%	-
• Geen lid	57%	50%	47%
LEEFTIJD BLOEMIST			
• 29 jaar en jonger	3%	4%	12%
• 30 – 39 jaar	21%	20%	19%
• 40 – 49 jaar	39%	37%	30%
• 50 jaar en ouder	36%	36%	37%
Gemiddelde leeftijd bloemist	46 jaar	47 jaar	45 jaar
GESLACHT BLOEMIST			
• Man	25%	36%	29%
• Vrouw	75%	64%	71%

INKOOP SNIJBLOEMEN

• Kweker	8%	10%	10%
• Groothandel op groothandelsmarkt	77%	55%	82%
• Groothandel buiten groothandelsmarkt	7%	11%	17%
• Lokale C&C	3%	2%	10%
• Nederlandse exporteur	22%	24%	31%
• Lokale exporteur	4%	15%	27%
• Nederlandse lijnrijder	9%	17%	22%
• Lokale lijnrijder	14%	6%	7%
• Internet	4%	2%	4%
• Klok bloemenveiling	5%	1%	1%
• Via een importeur	6%	13%	6%
• Eigen productie	-	7%	-

INKOOP KAMERPLANTEN

• Kweker	10%	11%	10%
• Groothandel op groothandelsmarkt	76%	59%	86%
• Groothandel buiten groothandelsmarkt	7%	10%	7%
• Lokale C&C	4%	2%	5%
• Nederlandse exporteur	9%	18%	14%
• Lokale exporteur	2%	12%	8%
• Nederlandse lijnrijder	5%	12%	8%
• Lokale lijnrijder	8%	5%	1%
• Internet	3%	1%	1%
• Klok bloemenveiling	7%	2%	1%
• Via een importeur	3%	8%	2%
• Eigen productie	-	7%	-

WINKEL BEVINDT ZICH

• Centrum van de stad	31%	28%	22%
• Buitenwijk stad	44%	34%	23%
• Dorp \ platteland	24%	38%	54%

5.7 Respons

De **netto** respons voor Duitsland komt uit op 85%. De **netto** respons voor Oostenrijk komt uit op 66%. De **netto** respons voor Zwitserland komt uit op 73%. De onderstaande tabel geeft een volledig beeld:

Statusregister	Duitsland	Oostenrijk	Zwitserland
STEEKPROEFGROOTTE	2.000	2.710	1.516
Niet gebruikte adressen	1.068	565	194
BRUTO STEEKPROEF	932	2.145	1.322
Openstaande afspraken	80	24	7
Verkeerd nummer	218	504	178
Niet bruikbaar	272	1.128	643
Weigering	54	156	111
Geen contact	8	31	83
Geslaagd gesprek	300	302	300
NETTO RESPONS	85%	66%	73%