

## Management Summary

Titel	Rapportnummer
Consumentenonderzoek Hongarije snijbloemen	2007-67
Auteur	Projectnummer
Annette Meeder	10646-03
Onderzoeksmethode	Telefoonnummer
kwantitatief	079-3470650
Trefwoorden	E-mail
Snijbloemen, Hongarije, consumenten	a.meeder@tuinbouw.nl

### Doel:

Doel van het onderzoek is inzicht te verkrijgen in het consumentengedrag in Hongarije ten opzichte van snijbloemen en kamerplanten.

De bekendste bloemen zijn ongetwijfeld de roos, anjer, gerbera en tulp, alhoewel deze snijbloemen spontaan door aanzienlijk minder Hongaarse respondenten worden genoemd dan zeven jaar geleden het geval was. De bovenstaande soorten zijn ook juist die soorten die regelmatig gekocht worden. Daarnaast noemen de Hongaarse respondenten ook nog de chrysantheem en de lelie als bloem die men vaak koopt.

Ondanks dat de getoonde bloemen vaak mooi werden gevonden, wordt dit niet direct terug vertaald in het koopgedrag van de consumenten. Er zijn een aantal factoren die daarmee te maken kunnen hebben. Ten eerste kan het zijn dat de getoonde bloem niet bij het aankoopkanaal van de consument aanwezig is. De consument kan de bloem dan wel mooi vinden, maar kan hem niet kopen. Ten tweede is de naamsbekendheid van de verschillende bloemsoorten belangrijk. Zolang de consument de naam van een bloem die hij/zij mooi vindt niet weet, kan hij er ook niet om vragen bij het aankoopkanaal en zal dit afhangen van het initiatief van de verkoper om zijn assortiment uit te breiden. De Hongaarse consument meer bekend laten worden met de verschillende soorten bloemen en daarbij ook de juiste naam kunnen noemen, is essentieel.

De gelegenheden en de ontvanger zijn belangrijke items waarop snijbloemen gekocht worden. De gelegenheid en de relatie die de snijbloemenkoper heeft met de ontvanger zijn van doorslaggevend belang voor wat er gekocht wordt. Bloemen die ter gelegenheid van een droevige gebeurtenis worden gegeven, zullen veelal witte bloemen zijn.

Wat betreft het koopgedrag van de Hongaarse respondenten is er weinig veranderd in de afgelopen jaren. Meer dan de helft geeft aan dezelfde hoeveelheid te besteden aan bloemen in vergelijking met 3 jaar geleden. Het percentage respondenten dat daarentegen aangeeft meer snijbloemen te kopen dan 3 jaar geleden is wel gestegen. De reden waarom heeft niet zo zeer te maken met een frequentieverhoging, maar meer dat de respondenten aangeven dat de snijbloemen in Hongarije duurder zijn geworden. Dit doet het imago van dit vergankelijke product geen goed. Bloemen kopen, krijgen en geven moet met emotie te maken hebben en prijs, die altijd wel een rol speelt, lijkt nu steeds meer doorslaggevend te zijn.

Vergeleken met 2000 heeft de aankoopfrequentie van bloemen zich naar een lagere frequentie verschoven. Gaf in 2000 nog ruim de helft van de respondenten, die wel eens bloemen koopt, aan dit eens per maand of eens per twee maanden te doen, in 2007 lag dit percentage op nog geen 40%. Nu geeft bijna 30% van de kopers aan één keer per kwartaal bloemen te kopen, dit lag in 2000 met 22% aanzienlijk lager.

Het volledige rapport is te downloaden via [www.tuinbouw.nl](http://www.tuinbouw.nl) onder inloggen, of aan te vragen via [info@tuinbouw.nl](mailto:info@tuinbouw.nl), of 079 347 0633.