



LANDEN ANALYSE DENEMARKEN

Algemeen



LANDEN ANALYSE ALGEMEEN

- De Landen Analyse geeft de sector (cijfermatig) inzicht in de huidige (2013) en toekomstige (2018) waarde van de consumptie van snijbloemen en potplanten in 10 Europese landen en de positie van Nederland op deze markten.
- De landen zijn: België, Denemarken, Duitsland, Frankrijk, Italië, Nederland, Polen, Spanje, Verenigd Koninkrijk en Zweden.
- Dit rapport bevat de resultaten van Denemarken.
- Met de Landen Analyse kan de sierteeltsector de vinger aan de pols houden ten aanzien van de strategische marktpositie van Nederland als leverancier van snijbloemen en potplanten en het belang van landen als afzetmarkt voor (Nederlandse) snijbloemen en potplanten.
- Voor handelaren in bloemen en planten biedt de Landen Analyse input voor het ontwikkelen van marketing strategieën voor specifieke afzetmarkten en afzetkanalen.
- Het onderzoek is uitgevoerd door BureauSierteelt.nl in opdracht van de Vereniging van Groothandelaren in Bloemkwekerijproducten. De resultaten zijn tot stand gekomen door financiering met middelen uit heffing die door ondernemingen uit de tuinbouwsector via het Productschap tuinbouw bijeen zijn gebracht.

ONDERZOEKSMETHODE

- De consumptiewaarde is berekend op basis van de waarde van de binnenlandse productie, import, export en een inschatting van de handelsmarges.
- Voor de bepaling van de consumptiewaarde en de prognose zijn statistieken, rapporten, artikelen en marktdeskundigen geraadpleegd. Een complicerende factor is dat voor snijbloemen en potplanten weinig specifieke en betrouwbare statistieken beschikbaar zijn. Data, berekeningen en inschattingen omtrent productiewaarden en consumptiewaarden zijn afgestemd met marktspecialisten van FloraHolland om een zo betrouwbaar mogelijk beeld te krijgen.

Algemeen



UITGANGSPUNTEN

- ‘Potplanten’ omvat zowel kamerplanten als perkplanten. Hiervoor is gekozen omdat in veel statistieken geen onderscheid hiertussen wordt gemaakt.
- Data afkomstig van het consumentenonderzoek van FloraHolland (marktaandeelen afzetkanalen en aankoopdoel) hebben betrekking op snijbloemen en **kamerplanten**.

RESULTATEN ALGEMEEN

- Het resultaat betreft een inschatting en prognose van de markt**waarde** op **consumentenniveau**. De ontwikkelingen op **groothandelniveau** en afzet**volume** kunnen hier sterk van afwijken.
- Van invloed op de uiteindelijke consumptiewaarde zijn factoren zoals het besteedbare inkomen, positie op de cadeaumarkt, trends, de emotioneel waarde van bloemen en planten, socio-demografische ontwikkelingen etc. Meer directe factoren zijn de gekochte hoeveelheid, assortiment, inflatie, marges, toegevoegde waarde en de verhouding tussen de aankoopkanalen.
- Doordat supermarkten een veel lagere marge hanteren dan bloemisten, heeft dit een drukkend effect op de consumptiewaarde in landen waar het supermarktkanaal aan belang wint ten koste van de bloemist.
- In veel landen staat de positie van bloemen en planten op de cadeaumarkt onder druk. Wanneer het aandeel voor eigen gebruik toeneemt ten koste van het cadeausegment, heeft dit een negatief effect op de consumptiewaarde. Over het algemeen zit op bloemen/planten die voor cadeau gekocht worden meer marge en hangt er een hoger prijskaartje aan dan op bloemen/planten voor eigen gebruik.

Algemeen



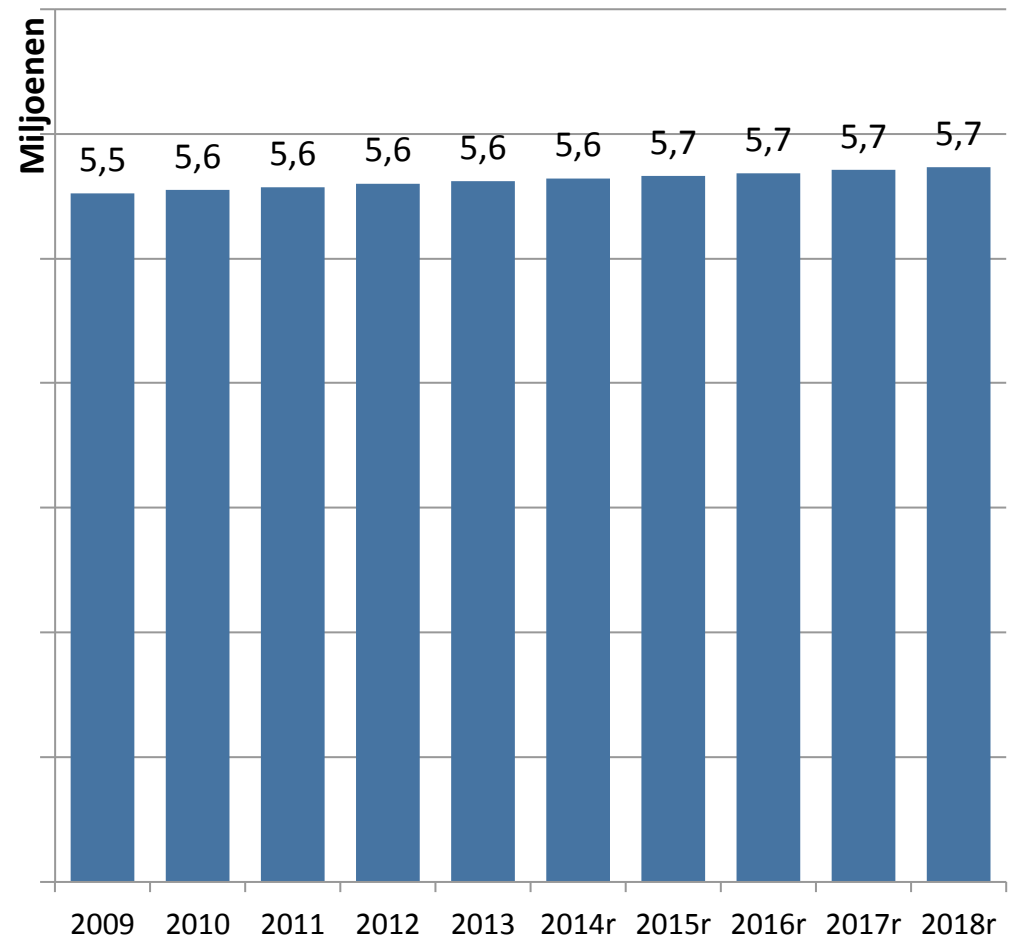
- De ontwikkelingen bij potplanten zijn over het algemeen positiever dan bij snijbloemen:
 - De bestedingen aan perkplanten reageren minder op economische problemen maar worden sterk beïnvloed door het weer.
 - Wanneer er minder te besteden is, switcht een deel van de consumenten van snijbloemen naar kamerplanten.
 - Kamerplanten en perkplanten zijn minder gevoelig voor ontwikkelingen op de cadeaumarkt dan snijbloemen.

ALGEMENE KENMERKEN



Bevolkingsomvang

- Denemarken is een bescheiden markt qua inwonersaantal. In totaal telt Denemarken 5,6 miljoen inwoners.
- De komende jaren groeit de Deense bevolking nauwelijks.

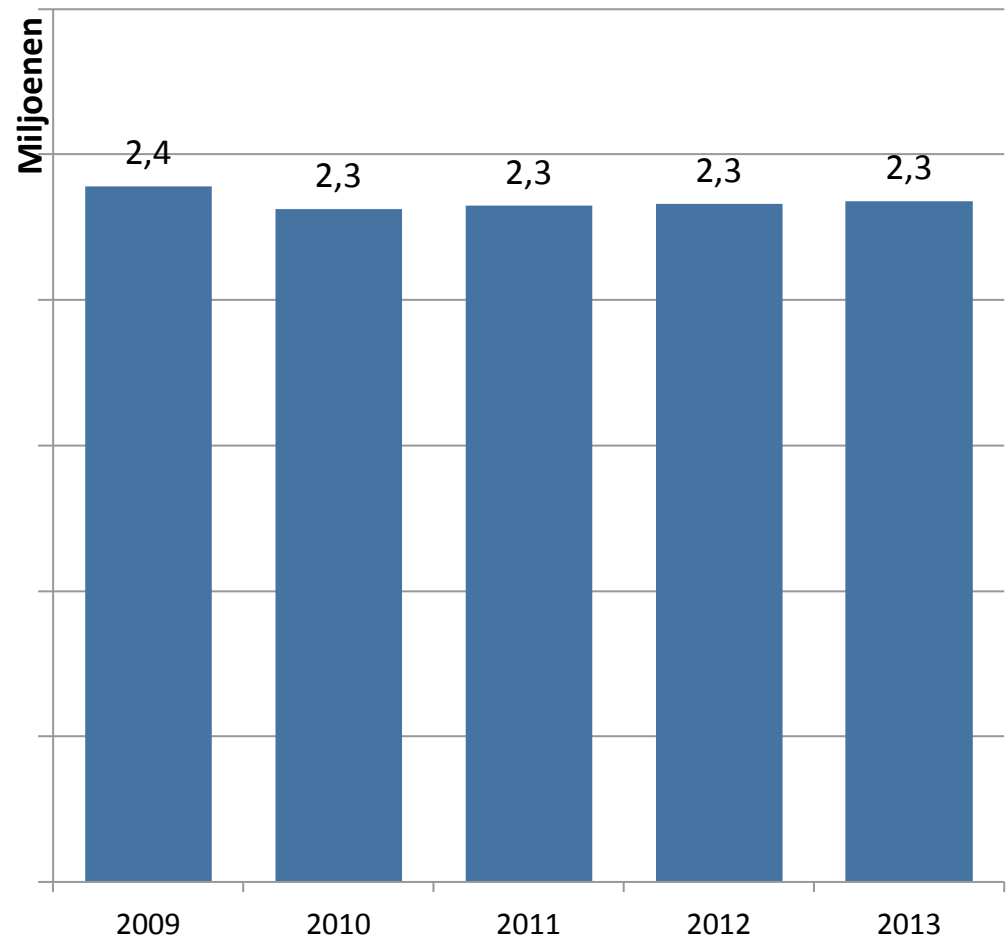


ALGEMENE KENMERKEN



Aantal huishoudens

- Denemarken telt 2,3 huishoudens.
- Niet minder dan 45% betreft 1-persoonshuishoudens.



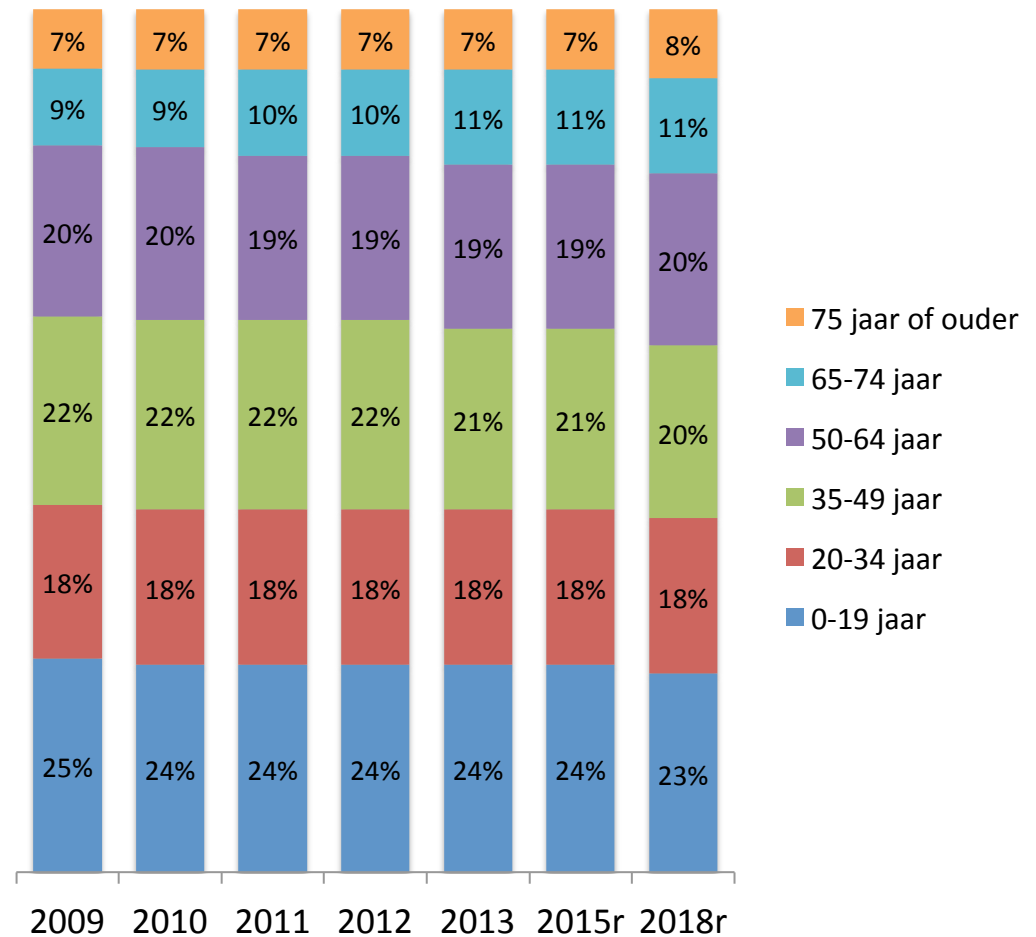
Bron: Eurostat

ALGEMENE KENMERKEN



Leeftijdsverdeling

- Van de Deense bevolking is 18% 65 jaar of ouder.
- De leeftijdsverdeling in Denemarken is vergelijkbaar met die in Nederland.

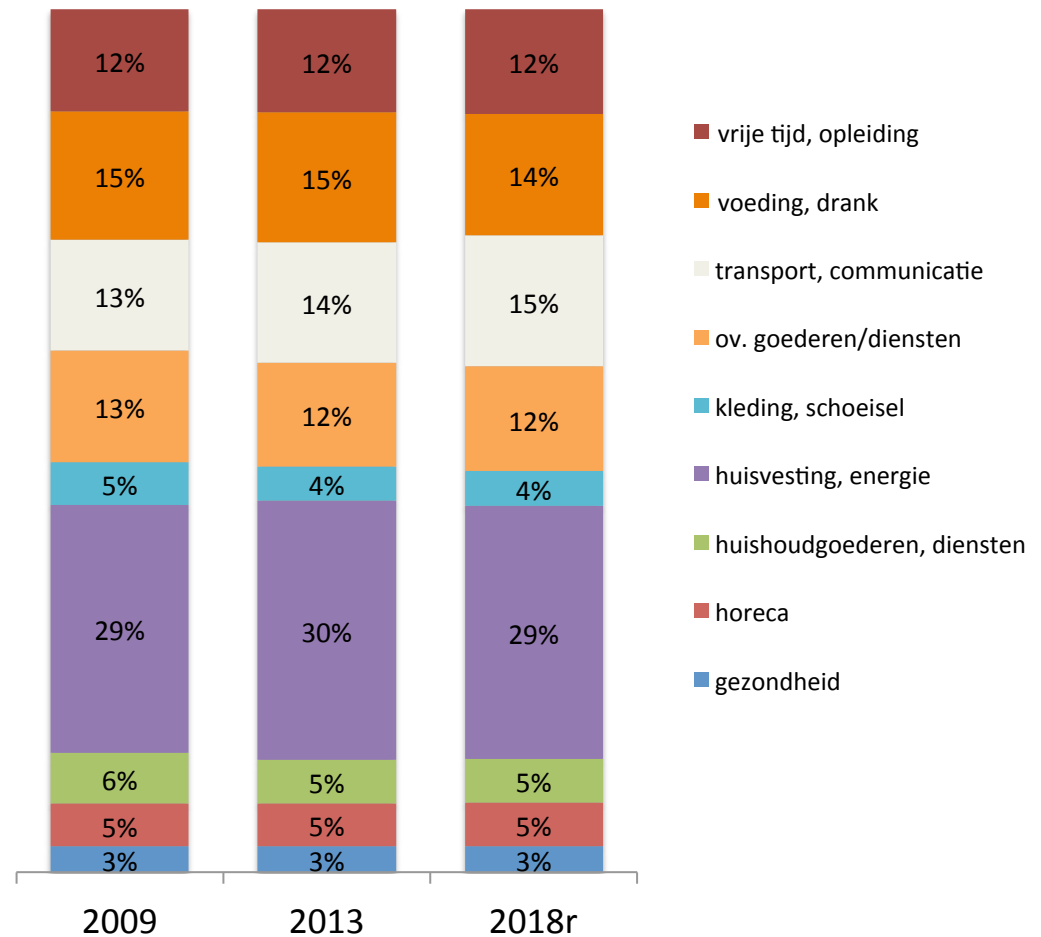


ALGEMENE KENMERKEN



Uitgavenpatroon

- Bijna 30% van de consumentenuitgaven in Denemarken gaat op aan huisvesting en energie.
- Hiermee behoort Denemarken tot de top van Europa.
- Het aandeel van voeding en horeca is lager dan in de meeste andere Europese landen.

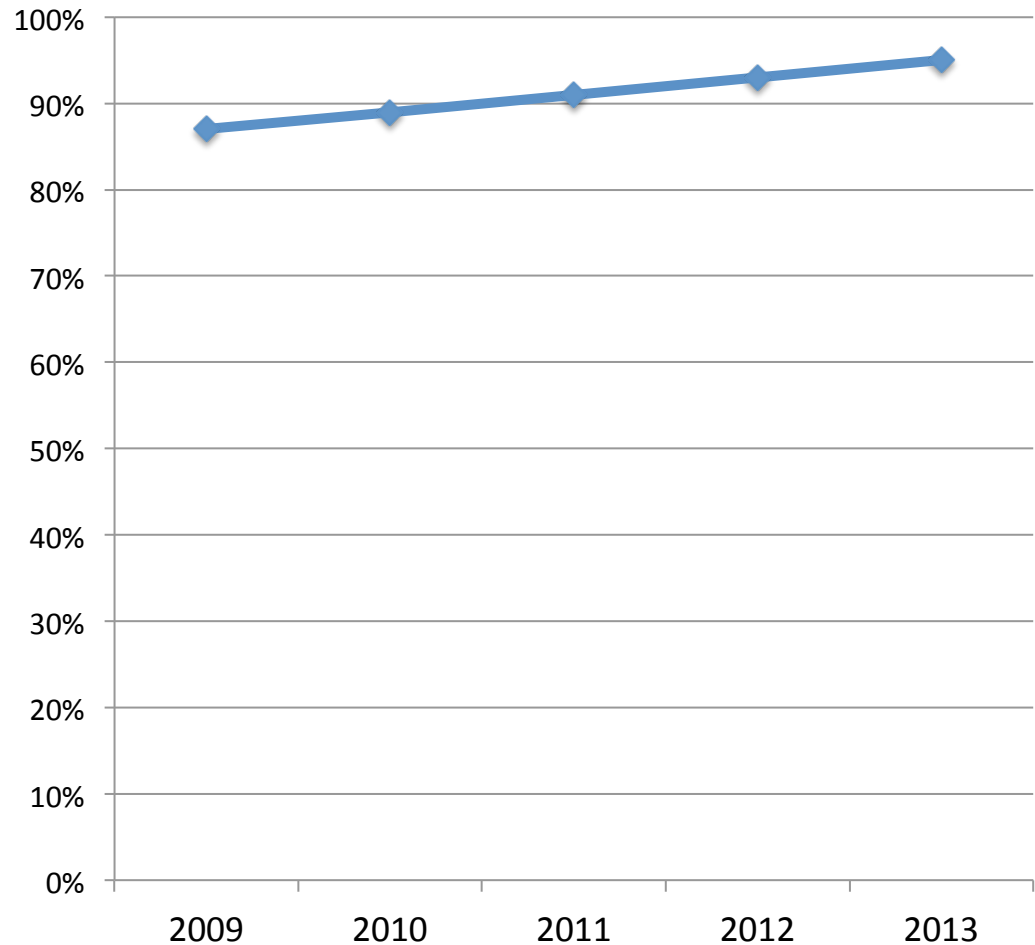


ALGEMENE KENMERKEN



Internet gebruik

- In 2013 maakte 95% van de Denen gebruik van internet.
- Hiermee behoort Denemarken tot de landen met de hoogste internetpenetratie.



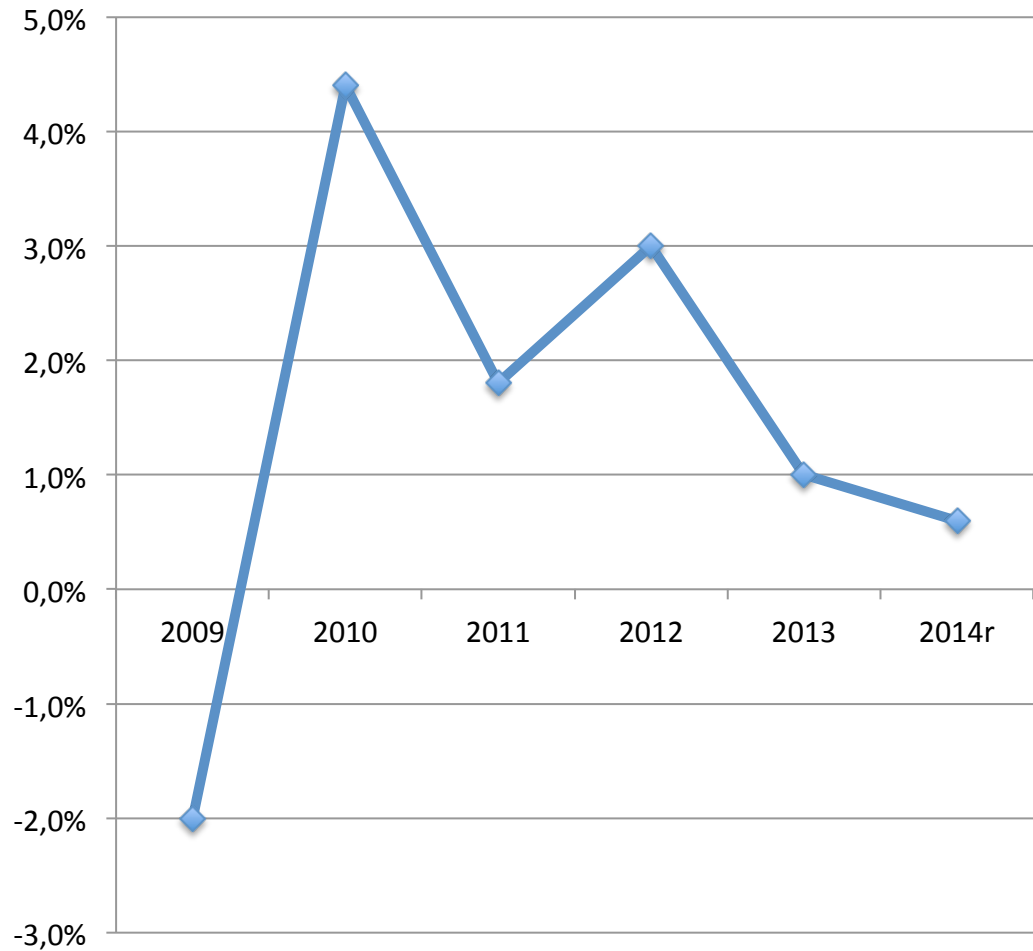
Bron: Eurostat

ECONOMISCHE KENCIJFERS



Groei reële particuliere consumptie

- De groei van particuliere consumptie neemt in Denemarken af.
- De verwachting is dat de groei in 2014 onder de 1% is uitgekomen.



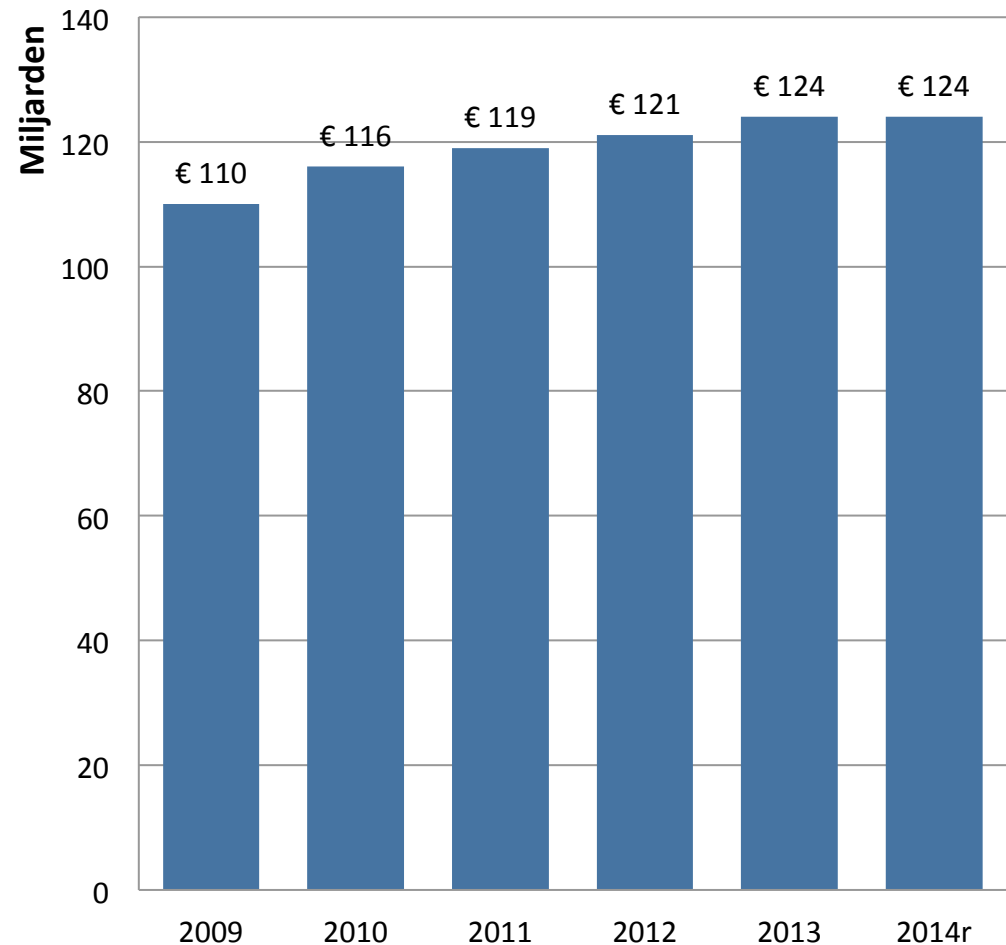
Bron: Eurostat

ECONOMISCHE KENCIJFERS



Besteedbaar inkomen

- Door het afzwakken van de Deense economie is ook het besteedbare inkomen de laatste jaren nauwelijks gegroeid.
- De verwachting is dat de komende jaren de Deense consument meer bestedingsruimte krijgt door hogere salarissen en het aantrekken van de huizenmarkt.



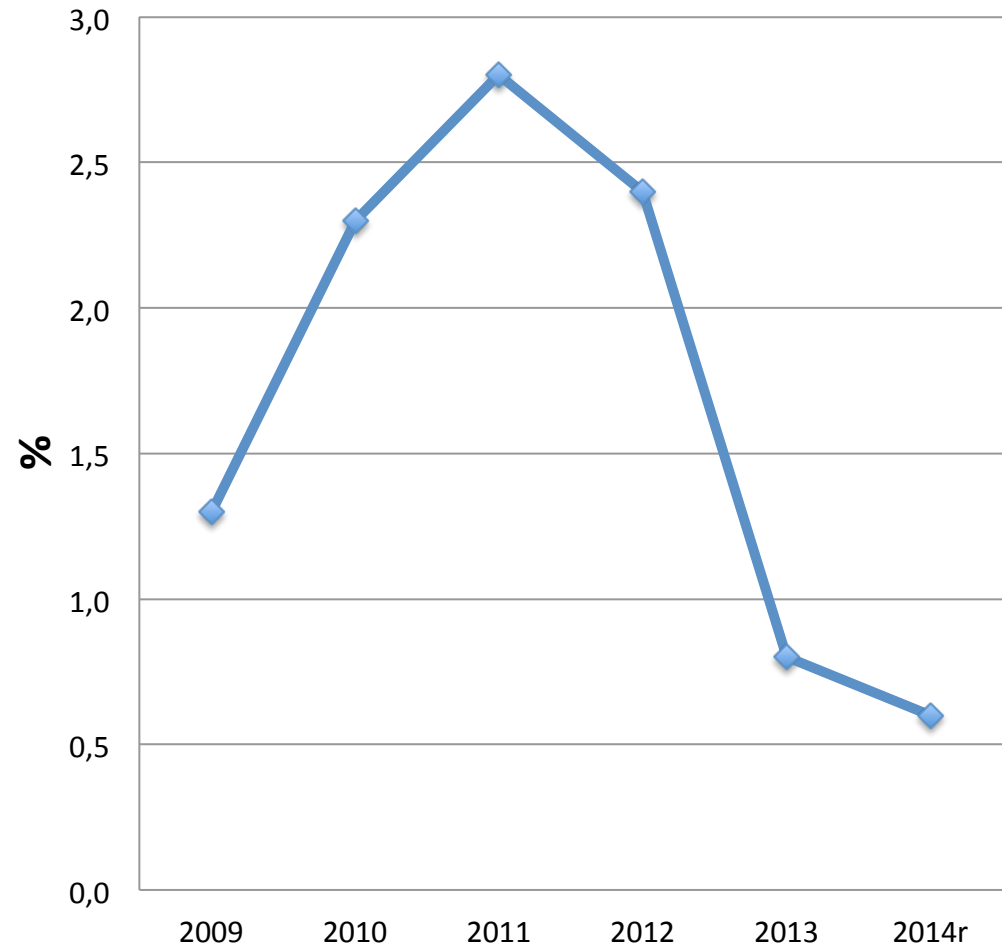
Bron: EIU

ECONOMISCHE KENCIJFERS



Inflatie

- De inflatie in Denemarken is fors gedaald.
- In 2013 kwam de inflatie uit op minder dan 1%.



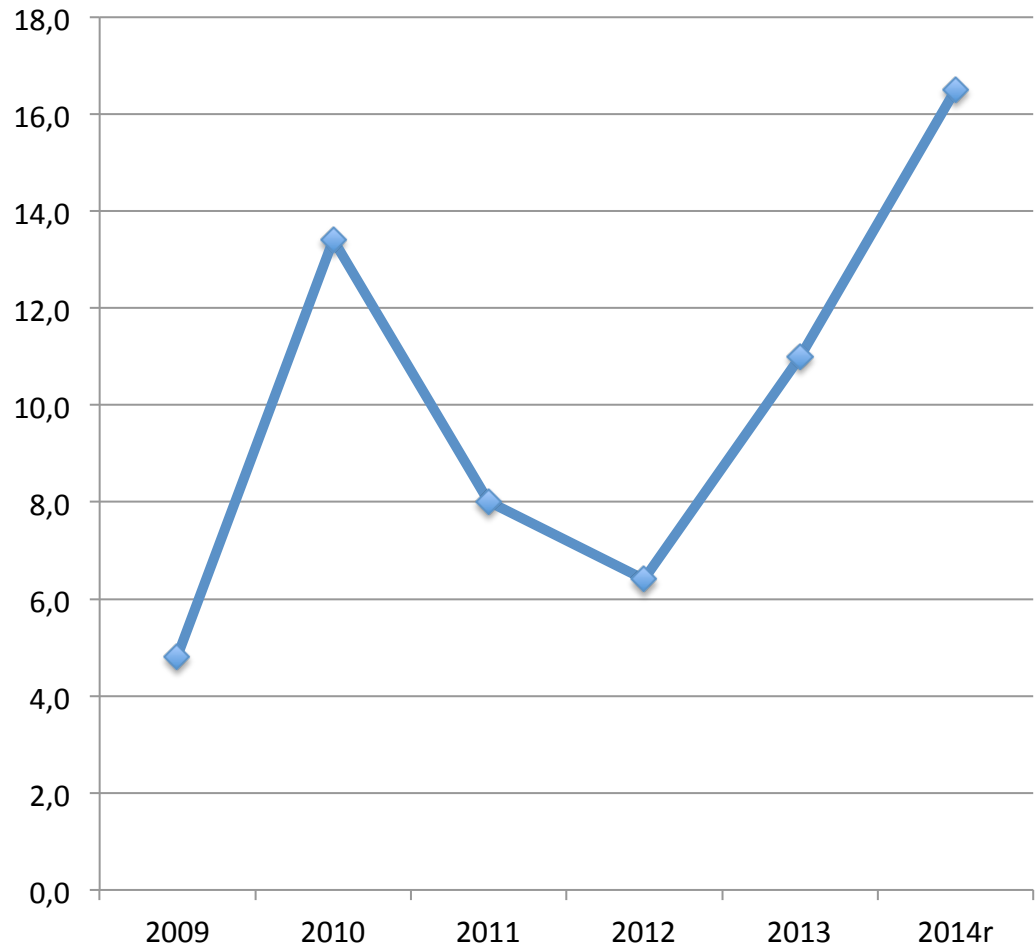
Bron: EIU

ECONOMISCHE KENCIJFERS



Consumentenvertrouwen index

- Denemarken behoort in Europa tot de landen met de hoogste consumentenvertrouwen index.
- In 2014 is dit vertrouwen verder toegenomen.



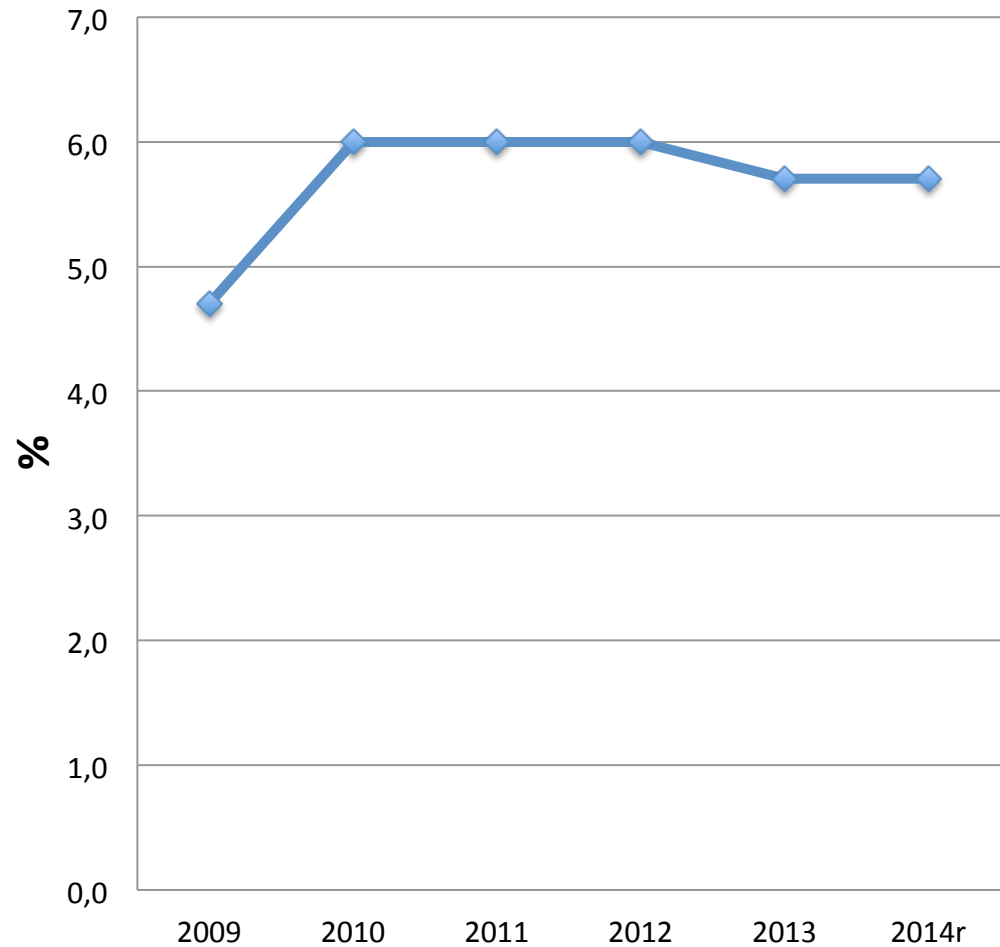
Bron: Eurostat

ECONOMISCHE KENCIJFERS



Werkloosheidspercentage

- Het percentage werklozen in Denemarken is vrij stabiel.
- In vergelijking met andere landen in Europa kent Denemarken een laag werkloosheidspercentage.

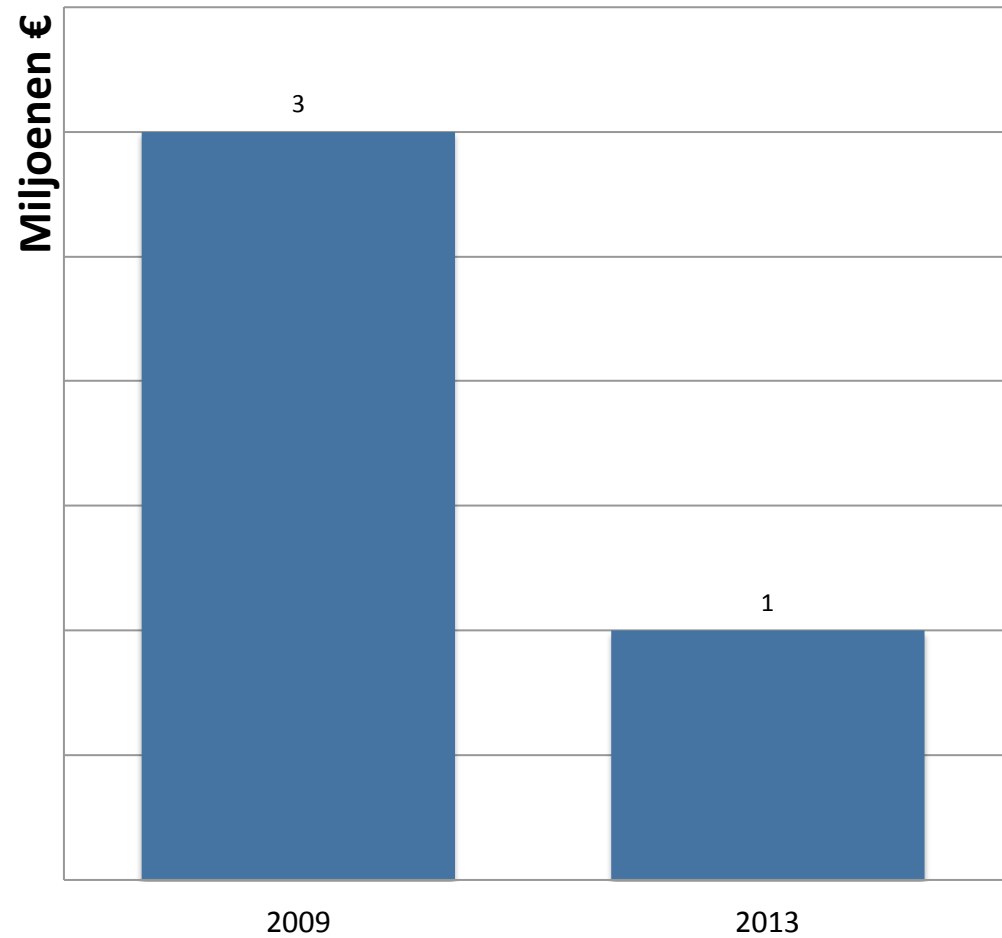


SNIJBLOEMEN

Productiewaarde



- De binnenlandse productie aan snijbloemen in Denemarken is van geen betekenis.

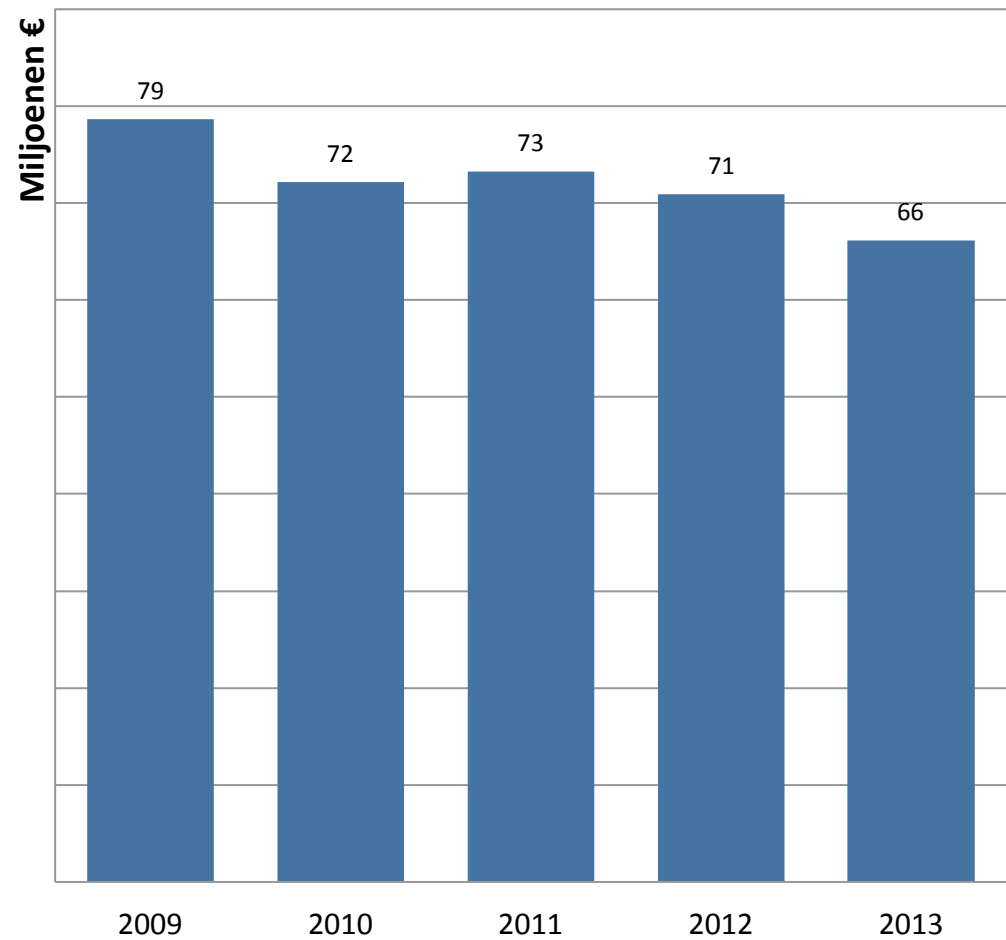


SNIJBLOEMEN

Nederlandse afzet



- De export van snijbloemen naar Denemarken vertoont een licht dalende trend.



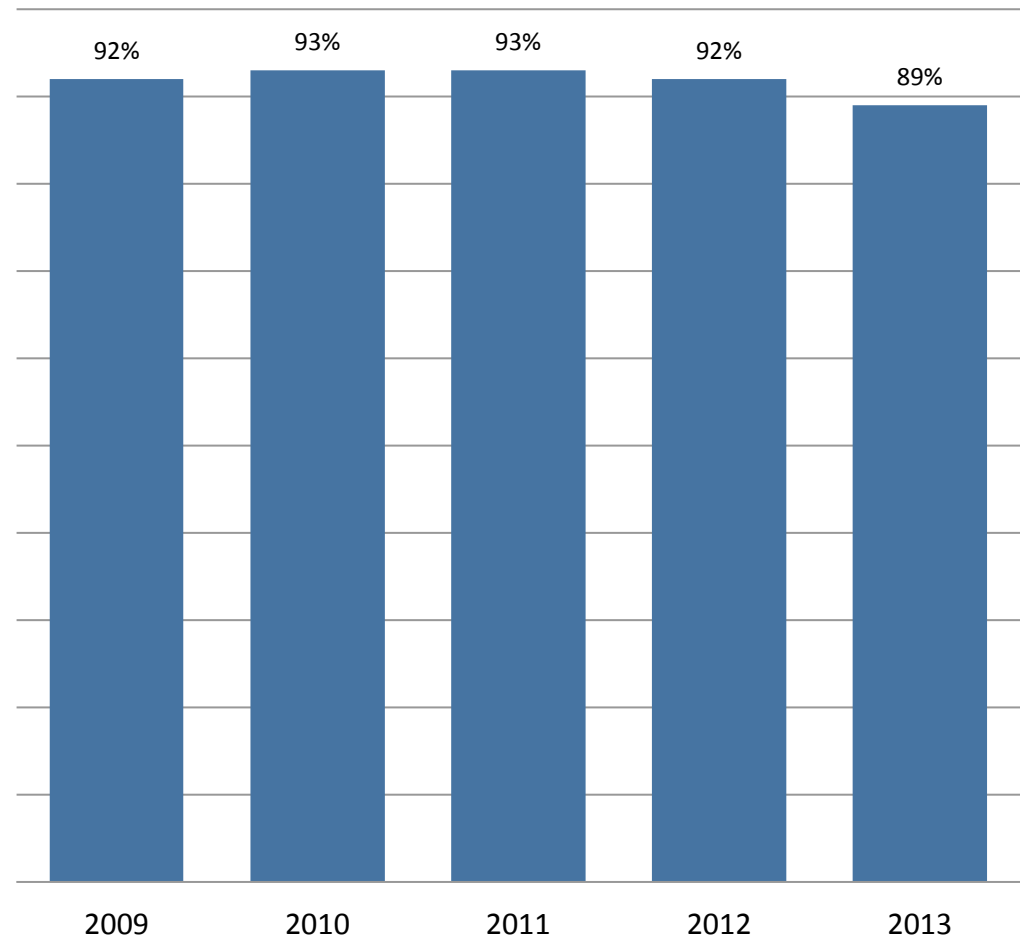
Bron: HBAG

SNIJBLOEMEN

Importaandeel Nederland



- Binnen de Deense import aan snijbloemen (inclusief snijgroen) heeft Nederland een aandeel van circa 90%.
- Dit aandeel is de laatste jaren nauwelijks veranderd.
- Duitsland heeft een importaandeel van 5%.



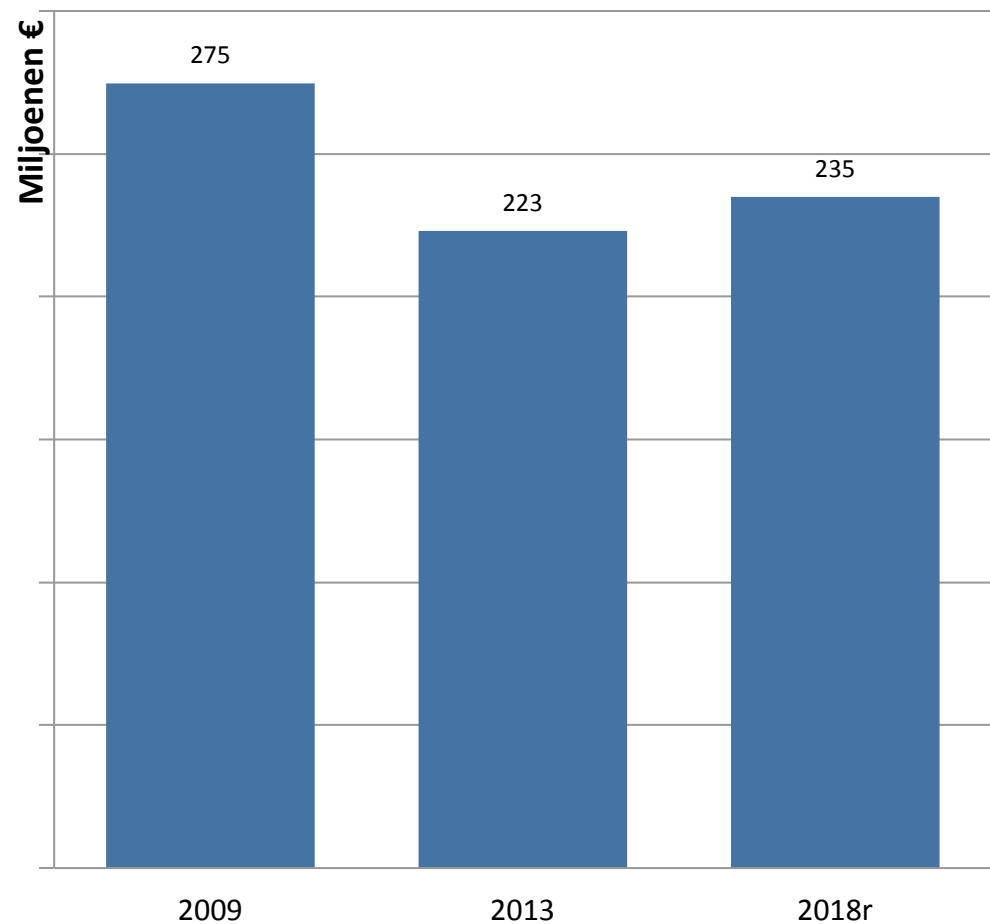
Bron: Eurostat

SNIJBLOEMEN



Marktomvang consumptiewaarde

- De consumptiewaarde van snijbloemen lag in 2013 in Denemarken 9% onder het niveau van 2009.
- De Deense consument krijgt naar verwachting de komende jaren weer meer te besteden. Dit vertaalt zich in een bescheiden groei verwachting voor de snijbloemenmarkt van gemiddeld 1% per jaar.

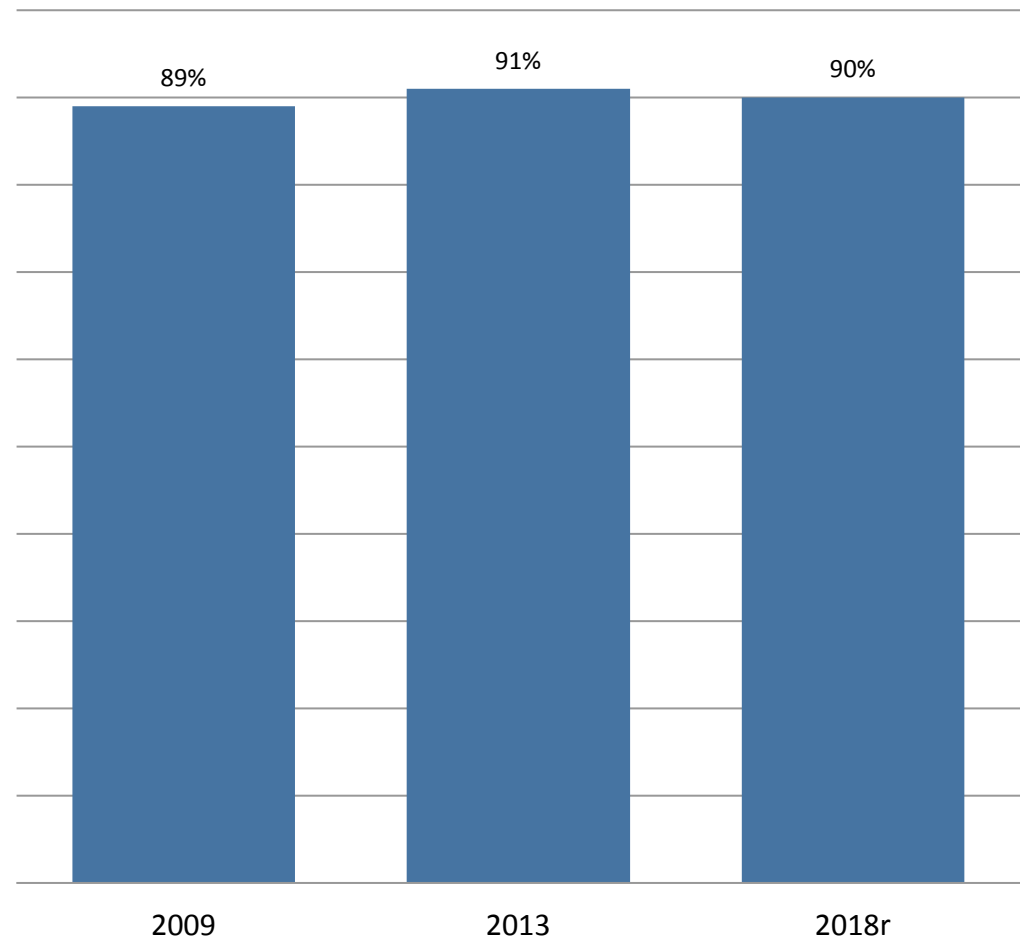


SNIJBLOEMEN

Marktaandeel Nederland



- Met 90% heeft Nederland bij snijbloemen een dominante marktpositie.
- Hierin verandert weinig.

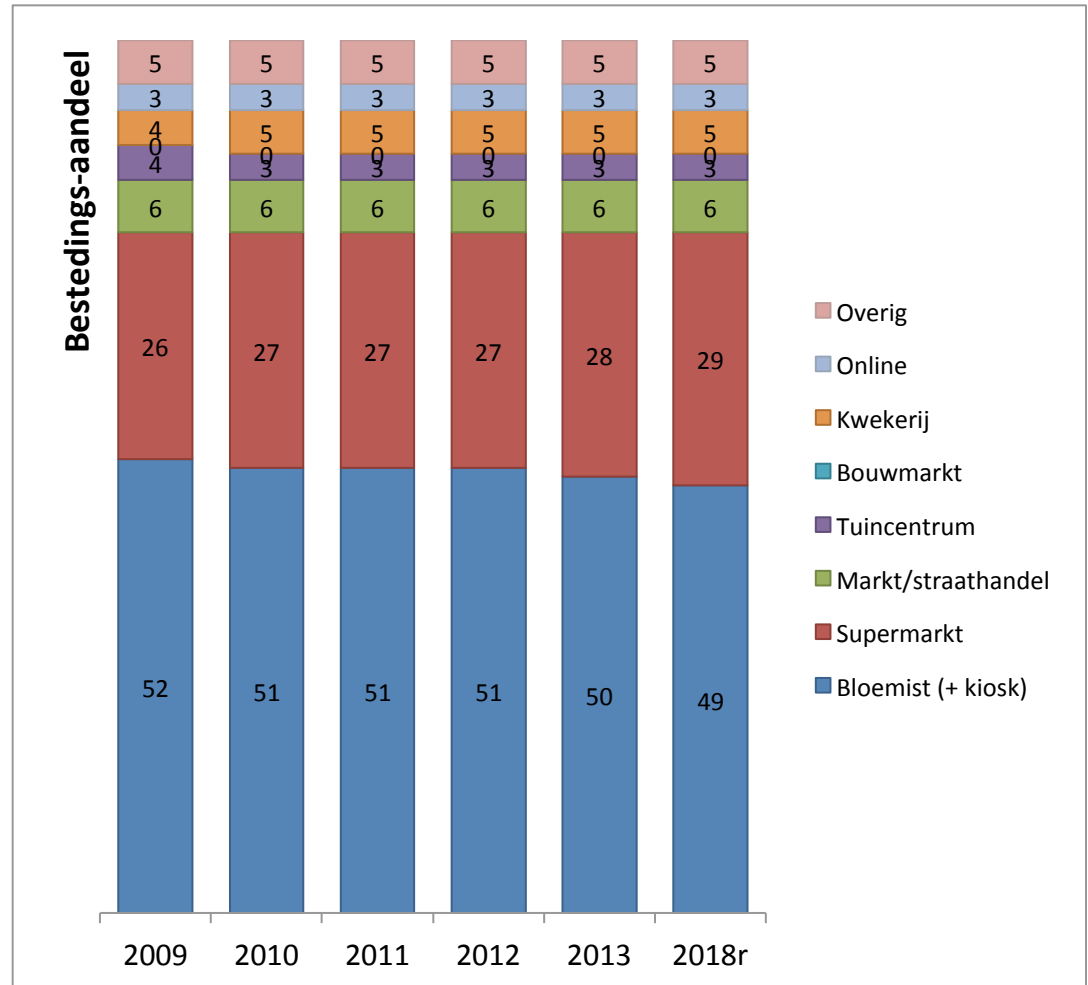


SNIJBLOEMEN



Aankoopkanalen

- De Deense consument koopt relatief veel snijbloemen in de supermarkt.
- Het marktaandeel van de supermarkt zal de komende jaren nog iets verder toenemen.
- Dit gaat ten koste van de marktpositie van de bloemist.



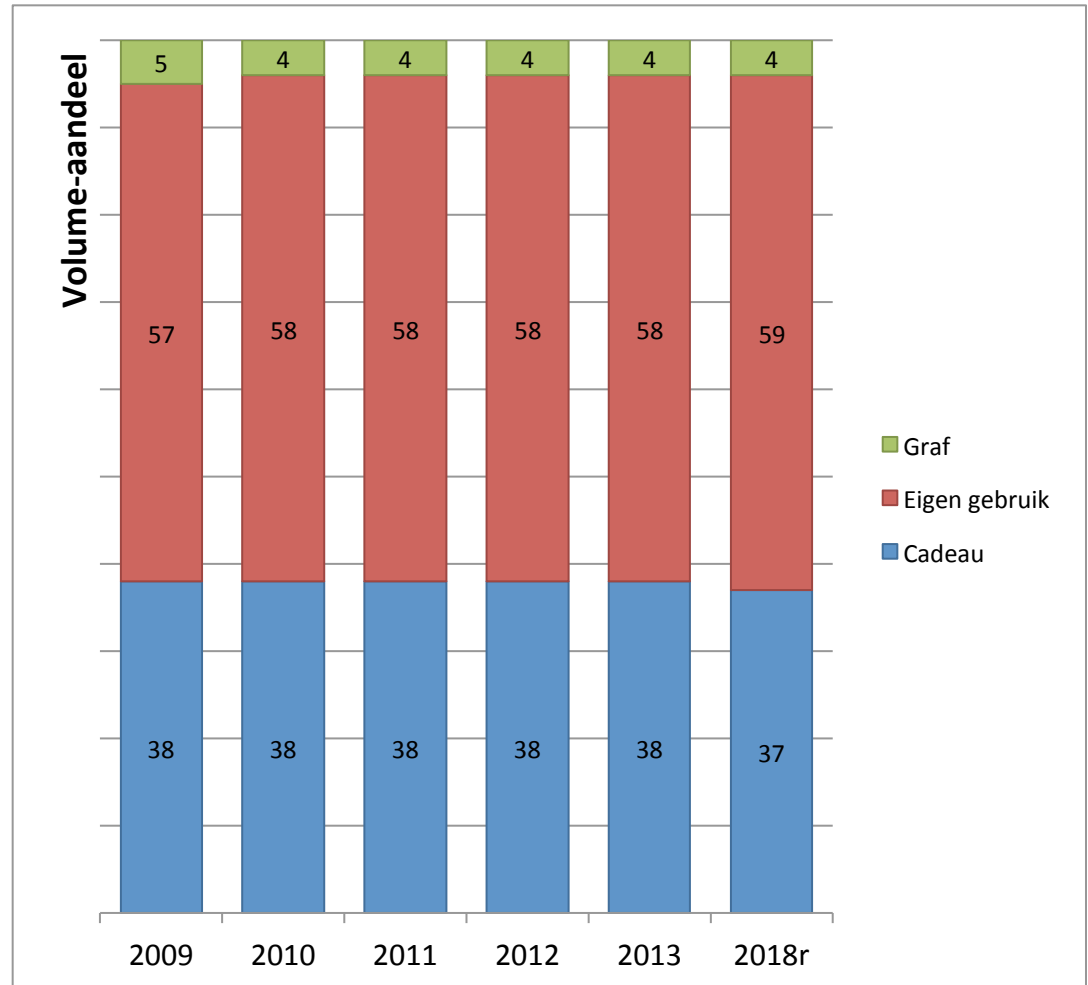
Bron: FloraHolland / raming Bureauiserteelt.nl

SNIJBLOEMEN



Aankoopdoel

- Binnen de consumentenbestedingen van snijbloemen komt 58% voor rekening van het eigen gebruik.
- Dit aandeel is redelijk stabiel.



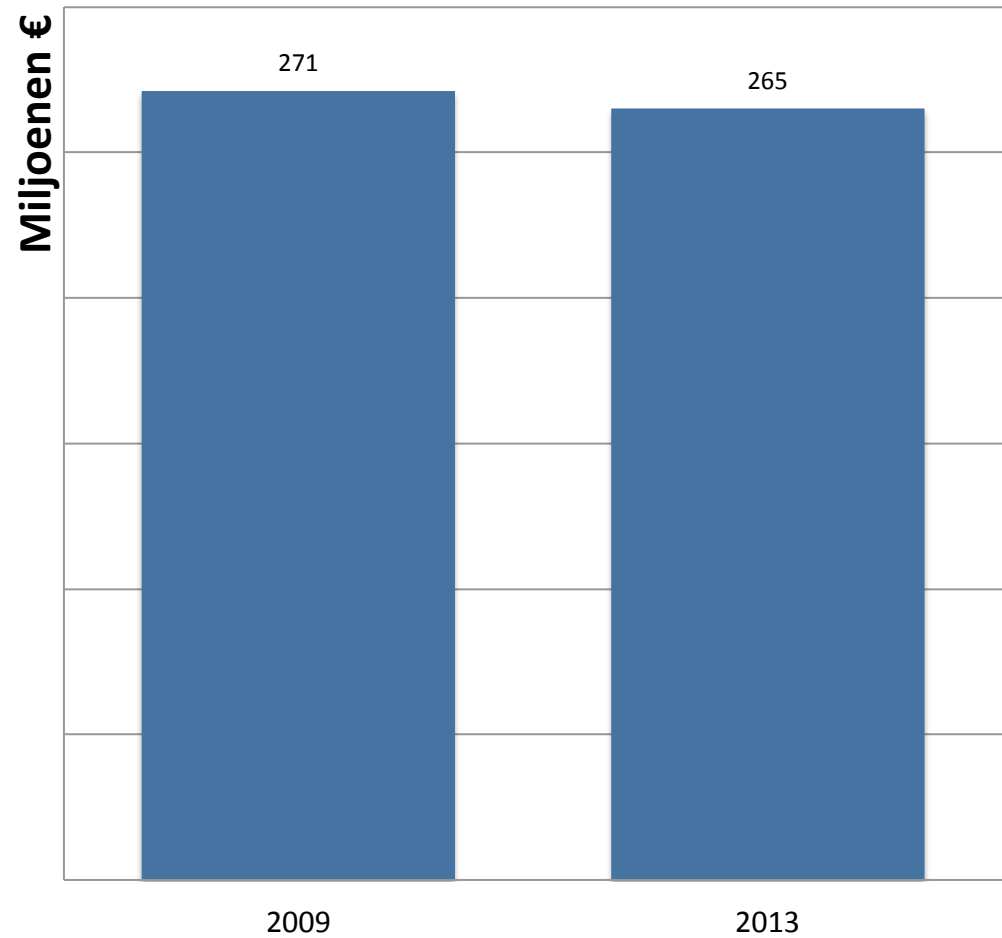
Bron: FloraHolland / raming BureauSierteelt.nl

POTPLANTEN

Productiewaarde



- Denemarken is een vrij grote producent van potplanten.
- De productiewaarde vertoont een lichte daling.



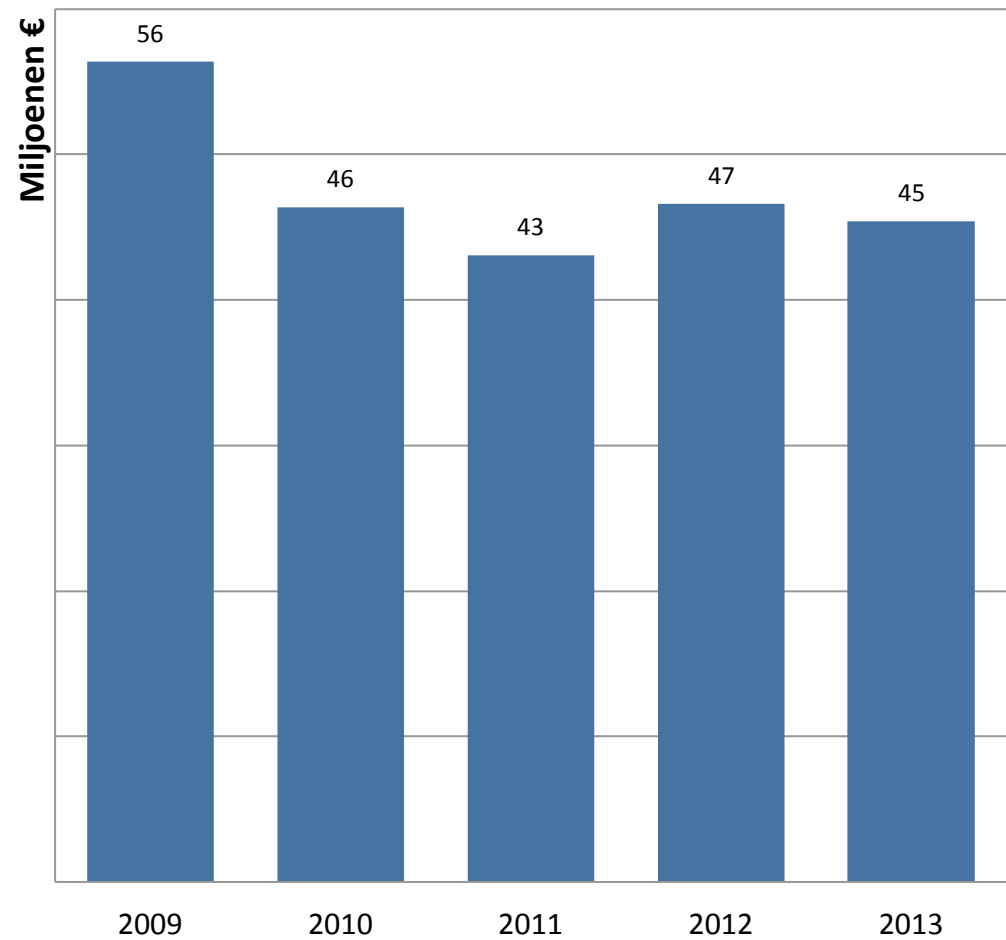
Bron: Danmark Statistics

POTPLANTEN

Nederlandse afzet



- Nederland exporteerde in 2013 voor 45 mln € aan potplanten naar Denemarken
- De export van potplanten naar Denemarken is redelijk stabiel.

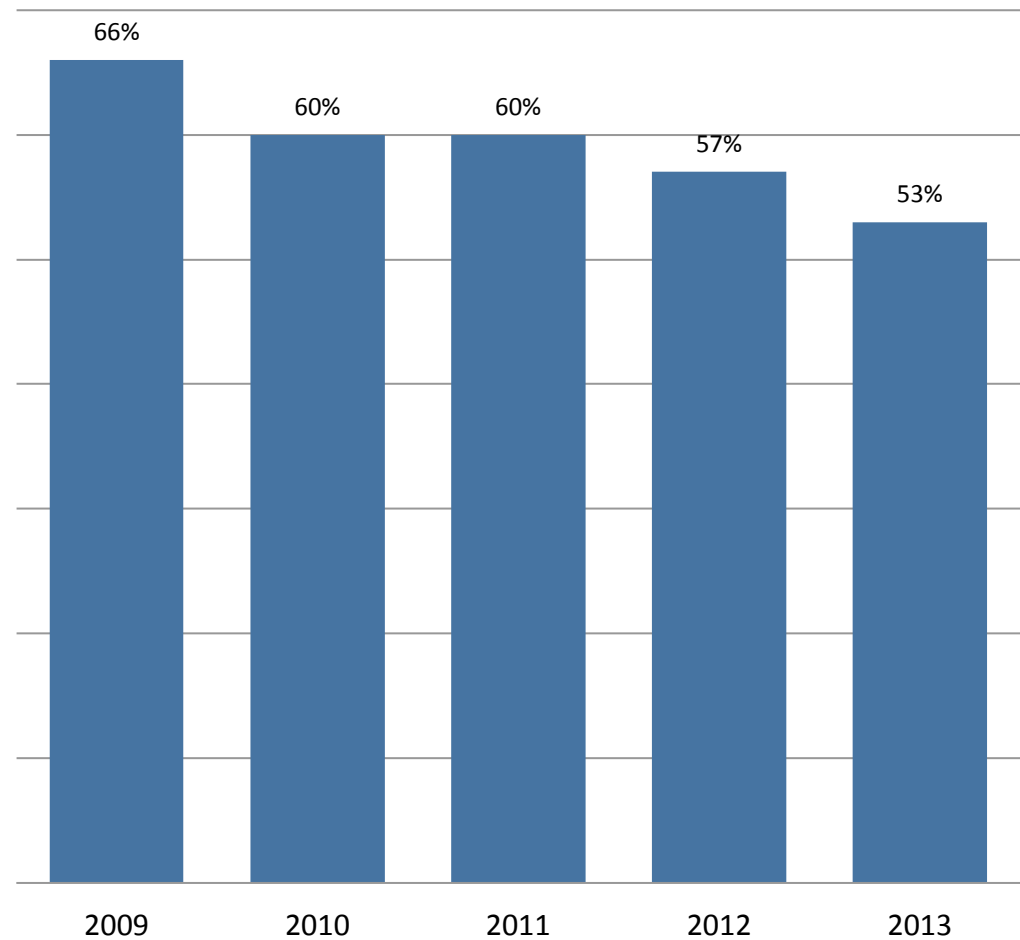


POTPLANTEN

Importaandeel Nederland



- Binnen de Deense import aan potplanten staat het importaandeel van Nederland onder druk.
- Dit komt door een groter belang van Duitsland binnen de Deense import. In 2013 kwam ruim 20% van de Deense import aan potplanten uit Duitsland. Dit betreft vooral perkplanten.



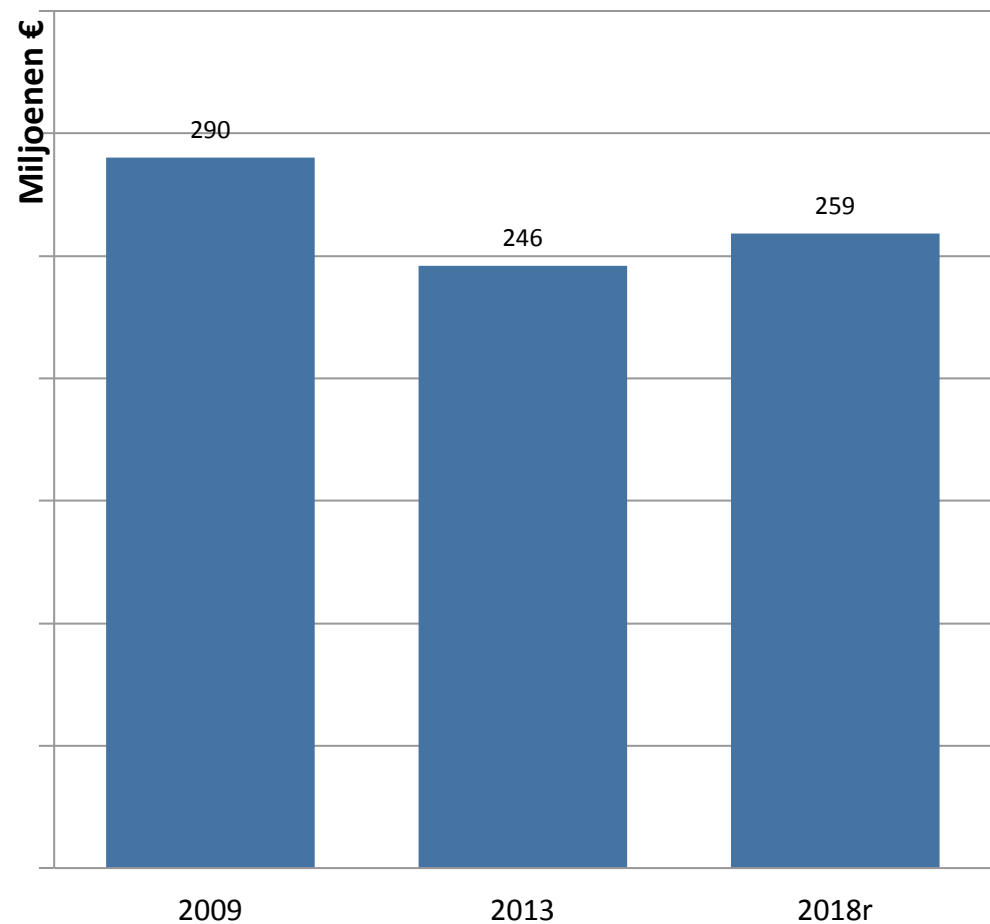
Bron: Eurostat

Potplanten

Marktomvang consumptiewaarde



- De waarde van de Deense markt van potplanten is in de periode 2009-2013 met 15% gedaald.
- De komende jaren zal de markt weer groeien. Verwacht wordt een bescheiden groei van de consumptiewaarde van gemiddeld 1% per jaar.

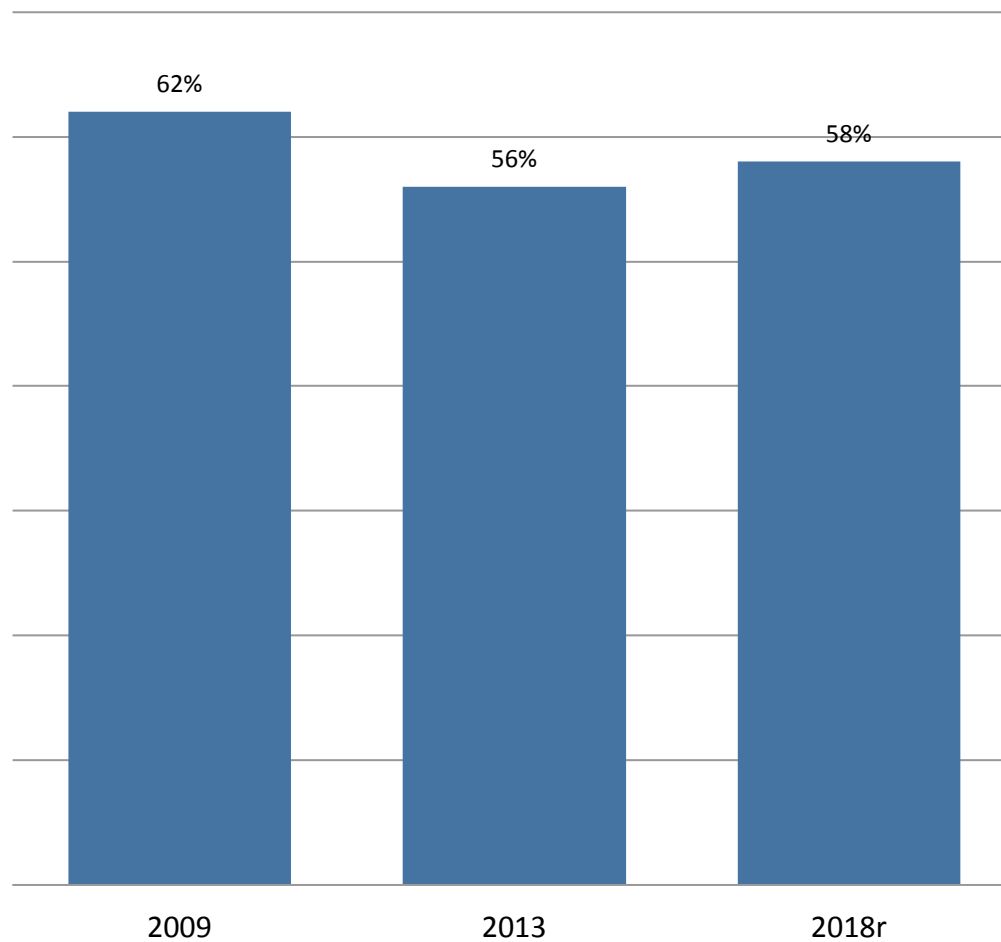


POTPLANTEN

Marktaandeel Nederland



- Het marktaandeel van Nederland binnen de afzet van potplanten was met 56% in 2013 kleiner dan in 2009. Dit komt door de grotere import uit Duitsland.

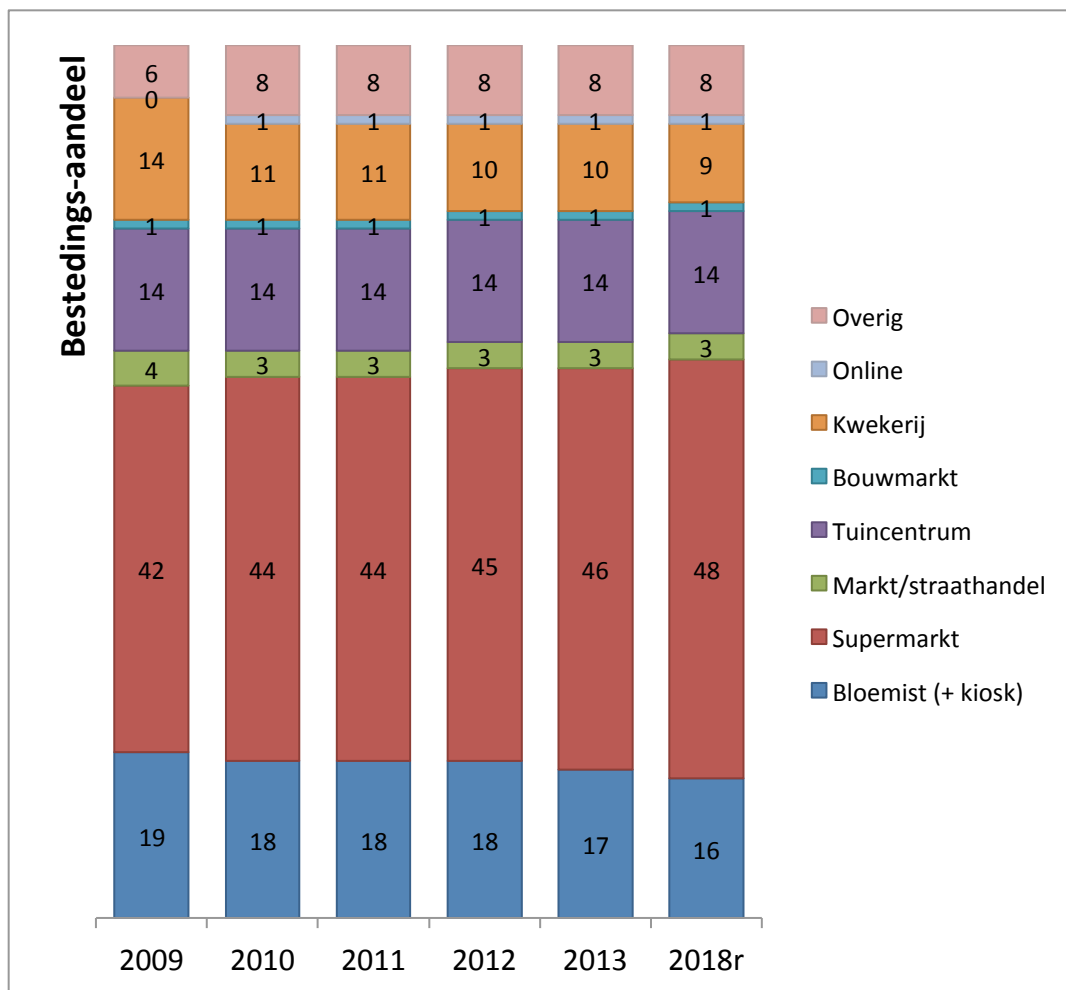


KAMERPLANTEN

Aankoopkanalen



- Het marktaandeel van de supermarkt binnen de Deense consumentenbestedingen van kamerplanten neemt toe.
- Dit gaat ten koste van de marktpositie van de bloemist en de kwekerij.



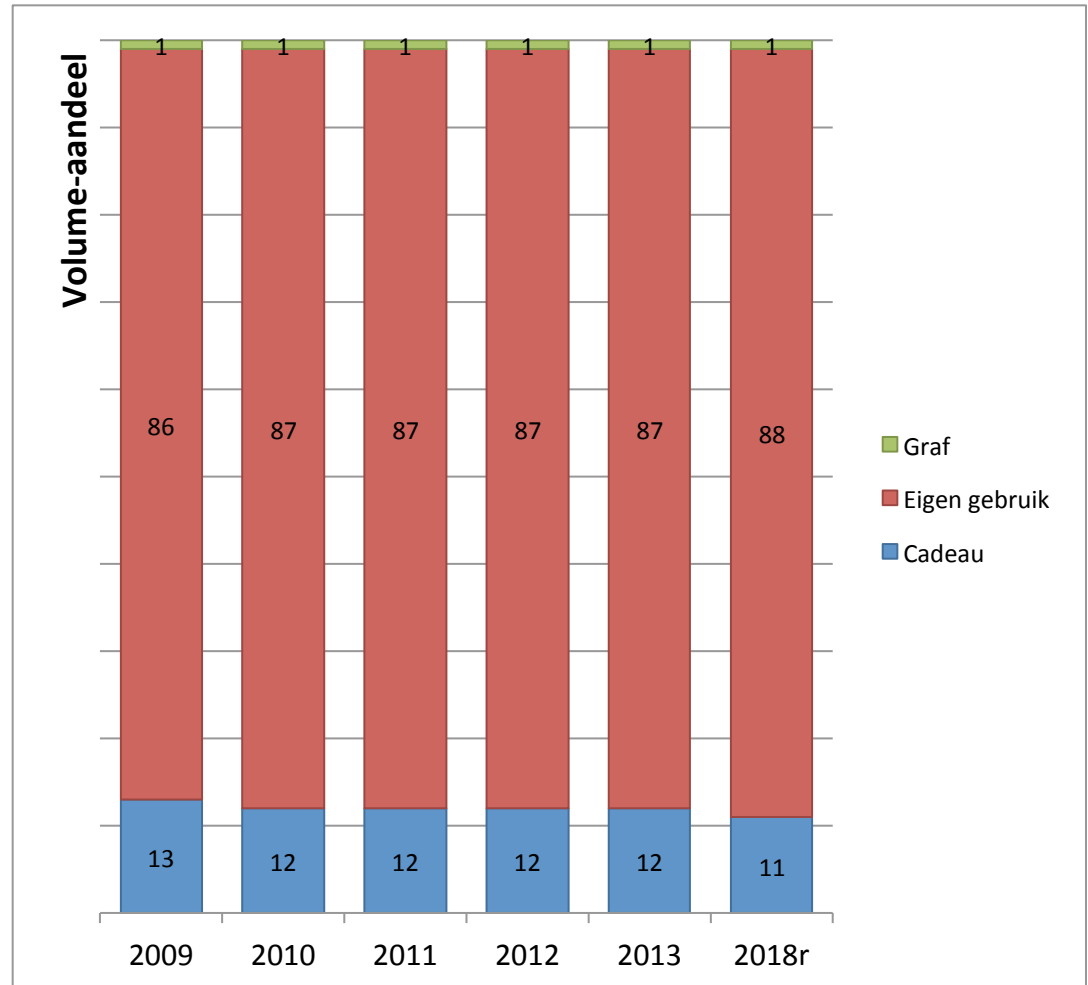
Bron: FloraHolland / raming BureauSierteelt.nl

KAMERPLANTEN



Aankoopdoel

- In 2013 was 87% van de consumentenbestedingen aan kamerplanten bestemd voor eigen gebruik.
- Dit aandeel is stabiel.



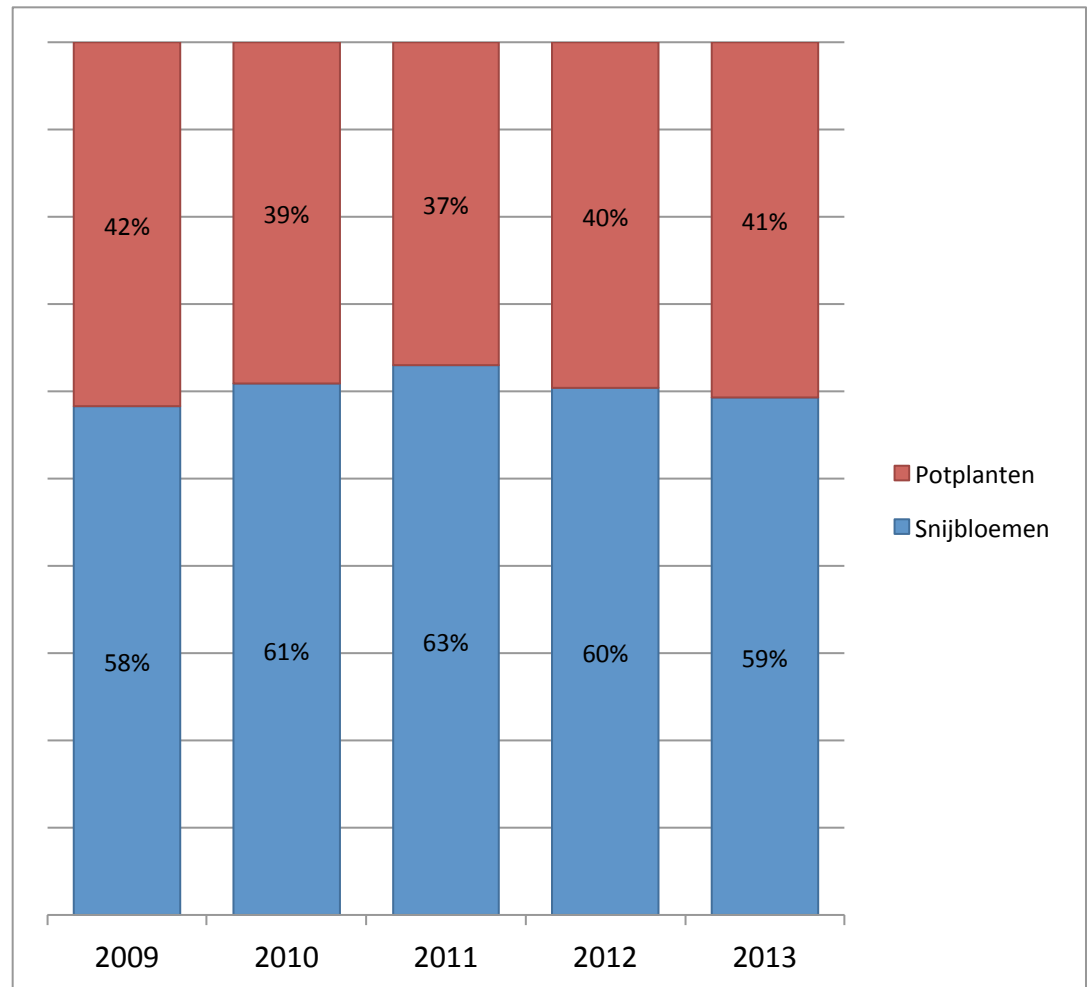
Bron: FloraHolland / raming BureauSierteelt.nl

TOTAAL SNIJBLOEMEN EN POTPLANTEN



Verhouding binnen export

- Binnen de Nederlandse export naar Denemarken komt 59% voor rekening van snijbloemen.
- Het aandeel van potplanten neemt toe.



Bron: HBAG

TOTAAL SNIJBLOEMEN EN POTPLANTEN



Verhouding binnen consumptiewaarde

- Het aandeel van potplanten binnen de Deense consumptiewaarde is groter dan die van snijbloemen.

