LANDEN ANALYSE NEDERLAND

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 Nederland.
- 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 (marktaandelen afzetkanalen en aankoopdoel) hebben betrekking op snijbloemen en **kamerplanten**.

RESULTATEN ALGEMEEN

- Het resultaat betreft een inschatting en prognose van de markt**waarde** op **consumenten**niveau. De ontwikkelingen op **groothandel**sniveau 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.

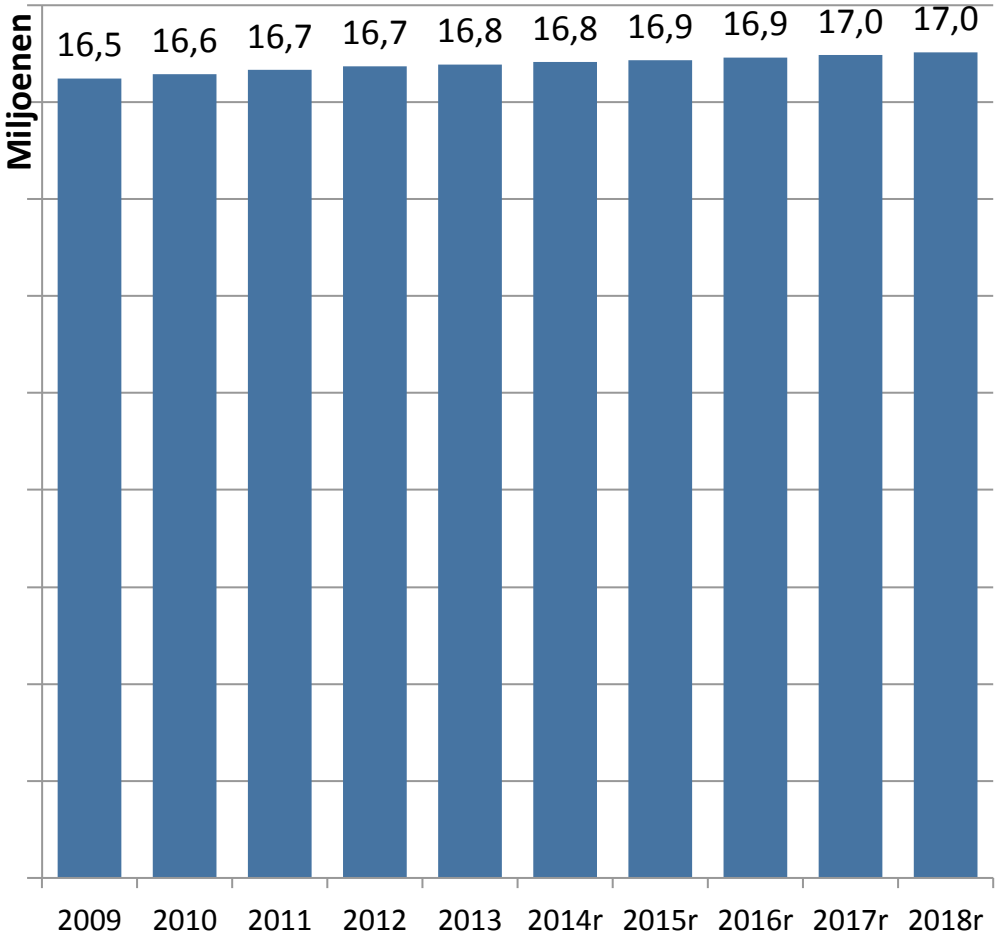
Algemeen

- 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

- Nederland telt bijna 17 miljoen inwoners.
- De komende jaren zal de bevolking slechts langzaam groeien.
- De groei is voor een belangrijk deel te danken aan immigratie. Zonder deze immigratie zou de Nederlandse bevolking na 2030 krimpen.

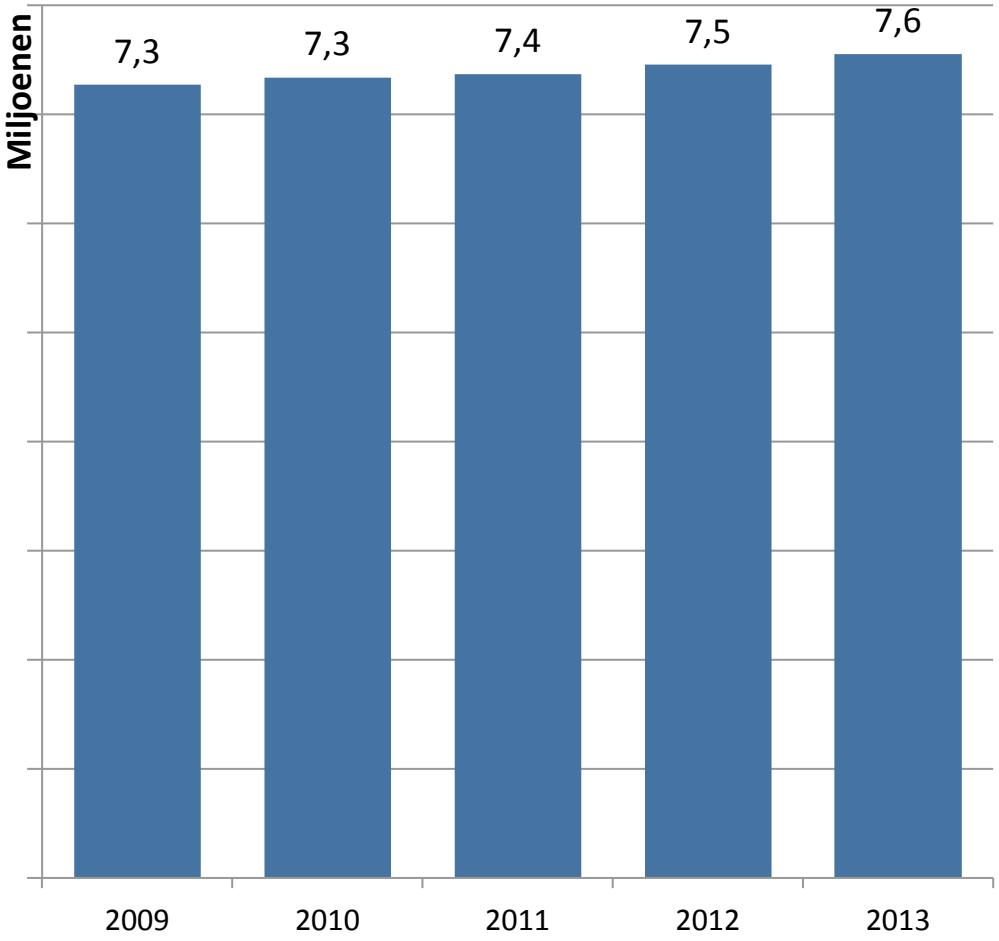


Bron: EIU

ALGEMENE KENMERKEN

Aantal huishoudens

- Er zijn 7,6 miljoen huishoudens in Nederland.
- Hiervan leefde 37% in een 1-persoonshuishouden.
- De groei van het aantal huishoudens is groter dan de groei van het aantal personen.
- De gemiddelde huishoudgrootte neemt gestaag af en bedraagt momenteel 2,2 personen per huishouden.

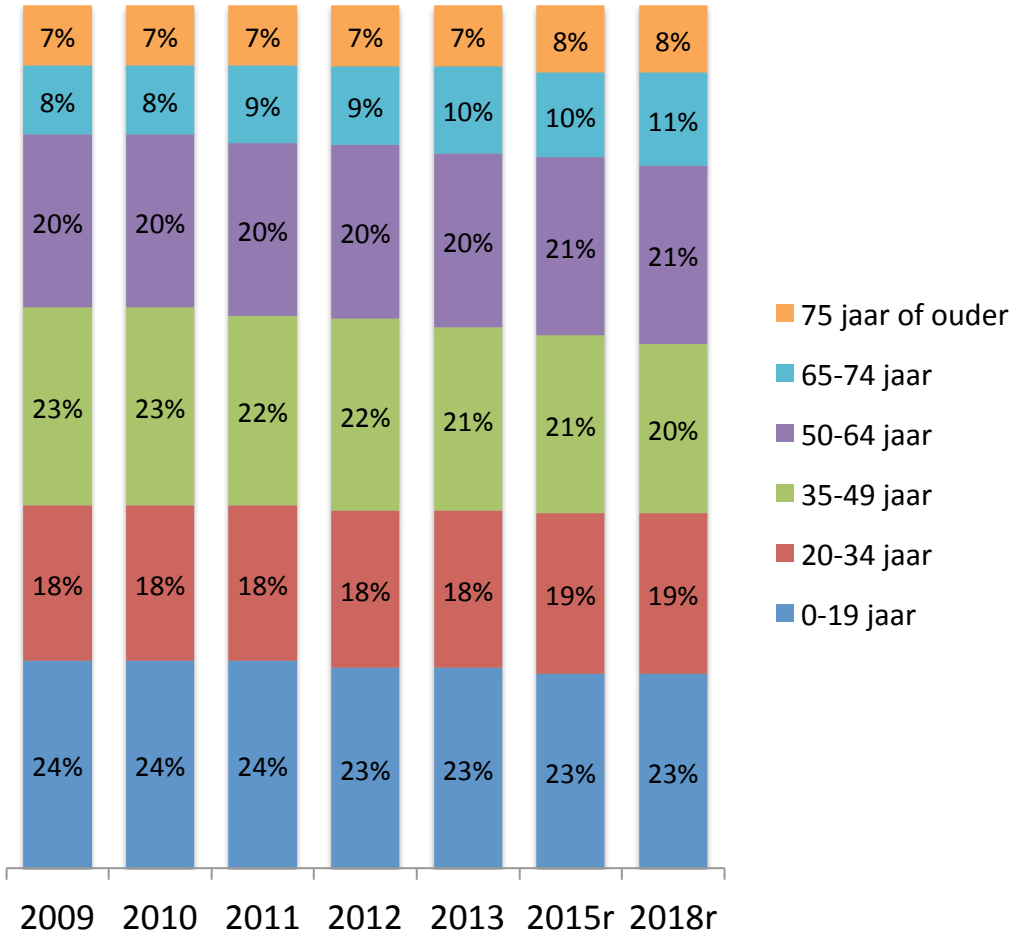


Bron: Eurostat

ALGEMENE KENMERKEN

Leeftijdsverdeling

- Van de Nederlandse bevolking is 17% 65 jaar of ouder.
- Dit aandeel zal de komende jaren stijgen. In 2020 is 21% van de Nederlandse bevolking 65 jaar of ouder en in 2030 bijna een kwart.

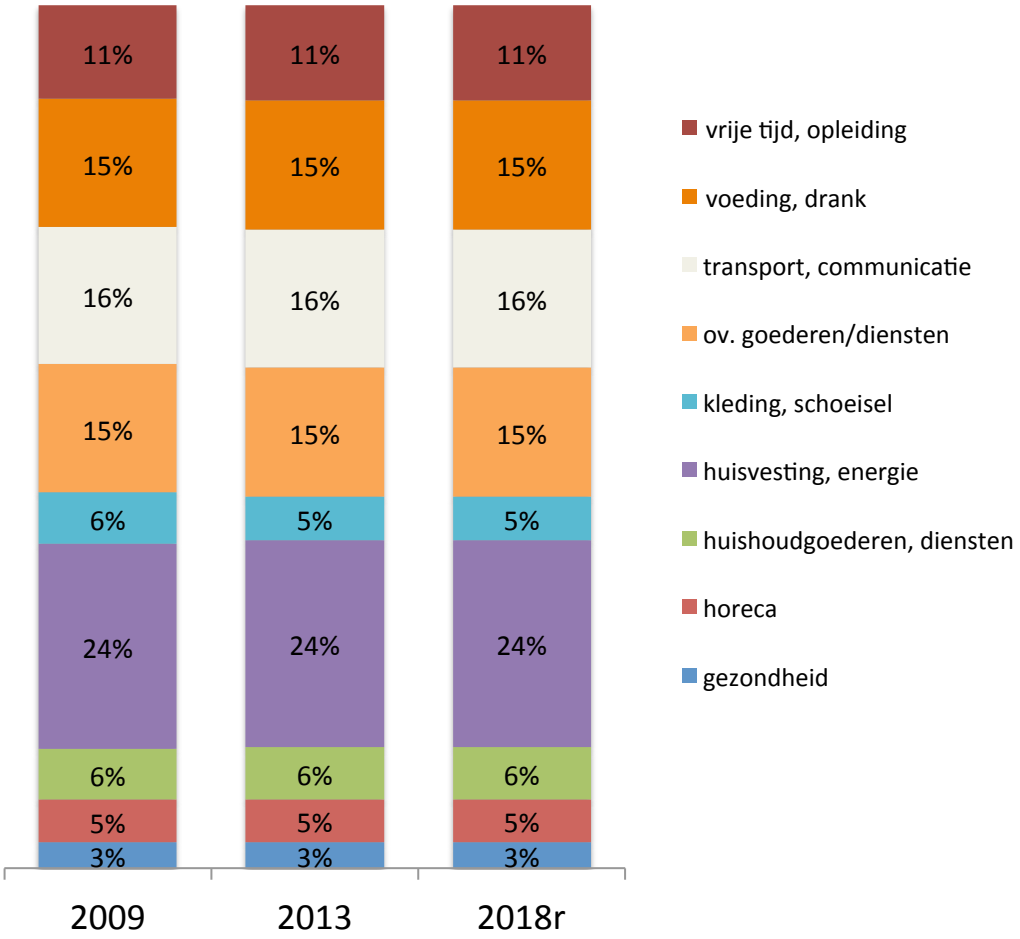


Bron: Eurostat

ALGEMENE KENMERKEN

Uitgavenpatroon

- Bijna een kwart van de consumentenuitgaven in Nederland gaat op aan huisvesting en energie.
- Over het algemeen zijn er geen grote veranderingen in het uitgavenpatroon van de Nederlandse consument.

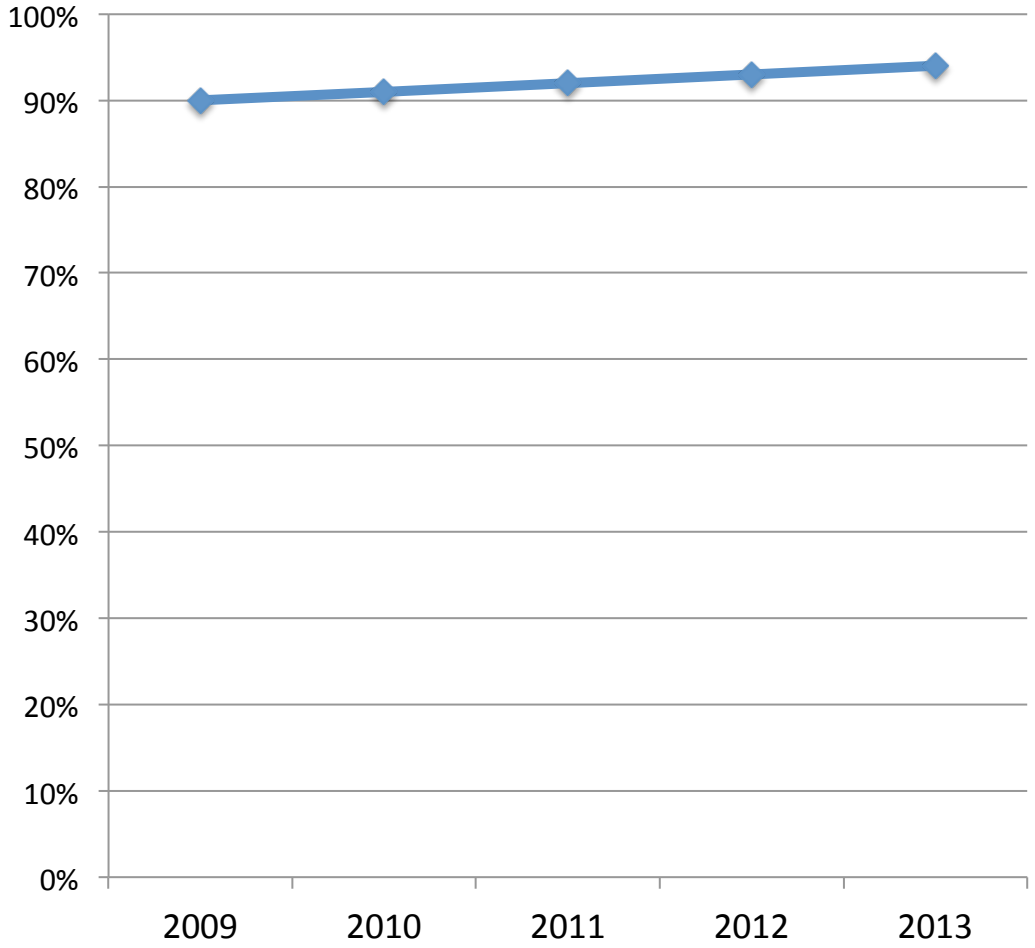


Bron: EIU

ALGEMENE KENMERKEN

Internet gebruik

- In 2013 maakte 94% van de Nederlanders gebruik van internet.
- Hiermee behoort Nederland tot de landen met de hoogste internetpenetratie.

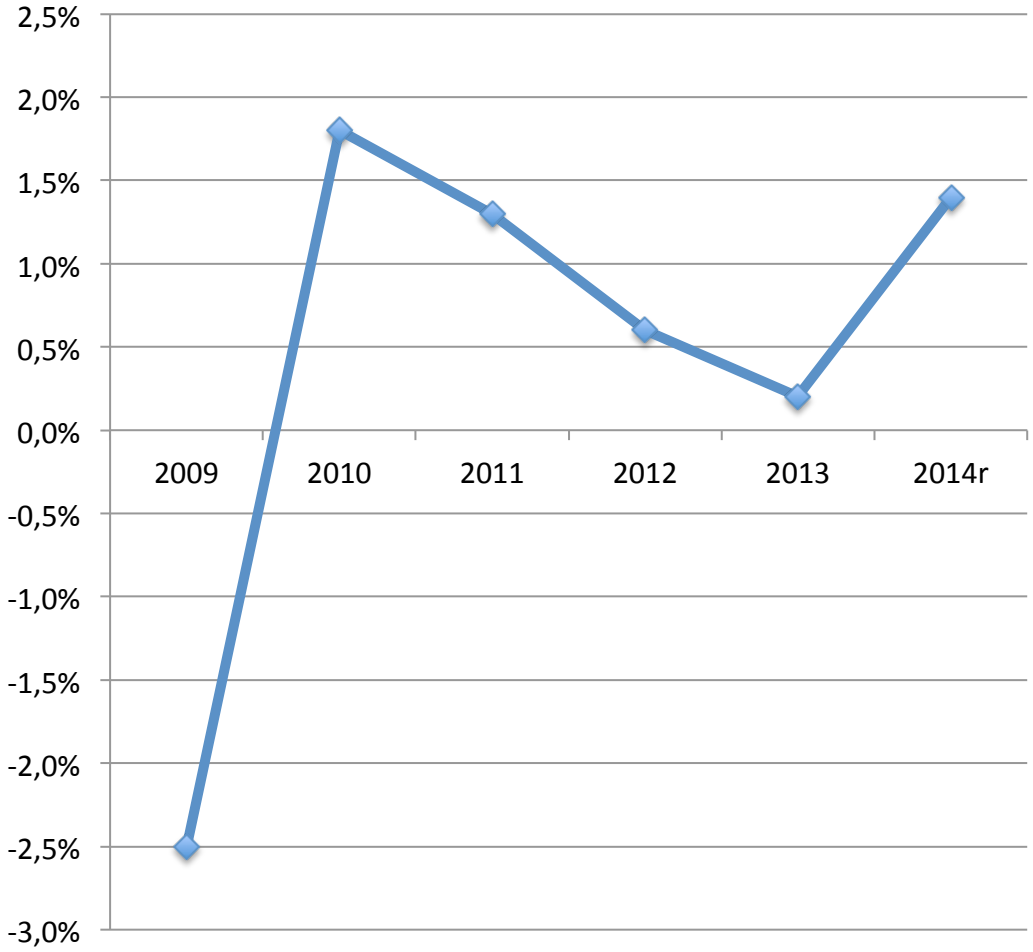


Bron: Eurostat

ECONOMISCHE KENCIJFERS

Groei reële particuliere consumptie

- De Nederlandse economie is uit de recessie en groeit weer.
- Dit zorgde voor een opleving van de groei van de particuliere consumptie in 2014.
- De vooruitzichten voor 2015 zijn voorzichtig positief.

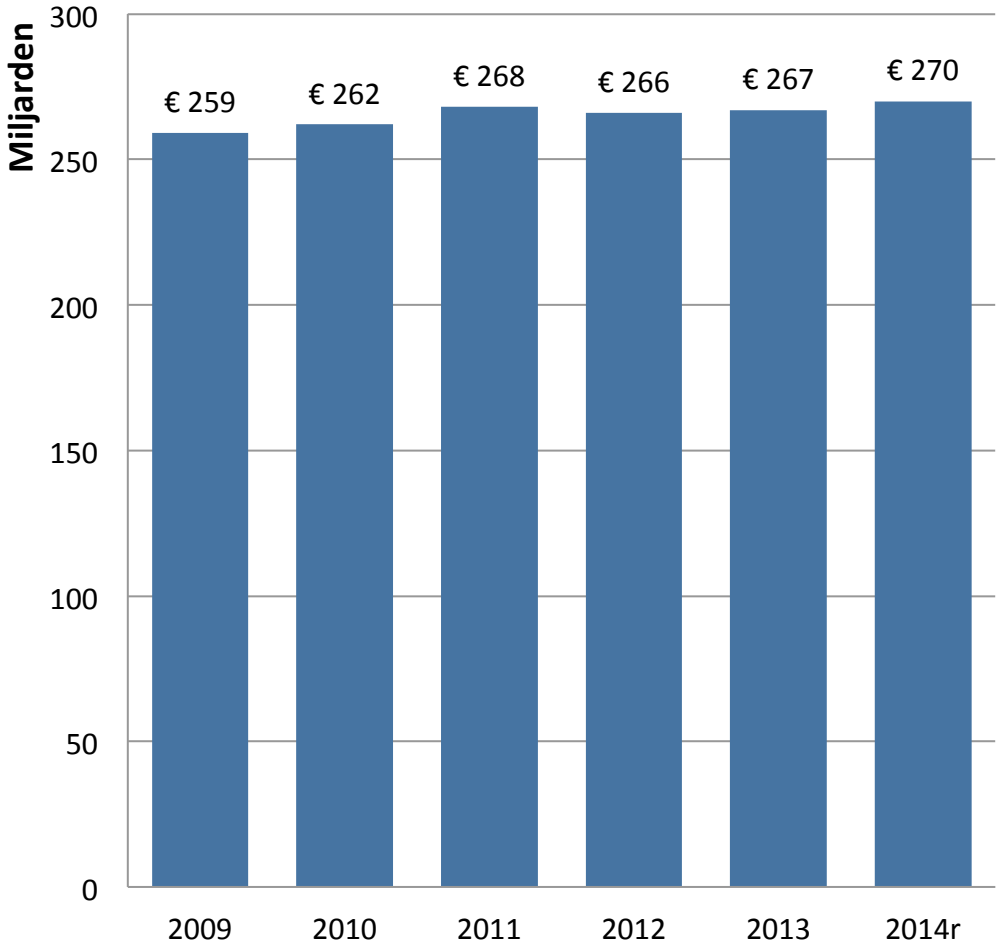


Bron: Eurostat

ECONOMISCHE KENCIJFERS

Besteedbaar inkomen

- In 2014 kwam een einde aan een periode dat het besteedbare inkomen in Nederland niet groeide.
- Mede door het aantrekken van de salarissen heeft de consument weer meer te besteden.

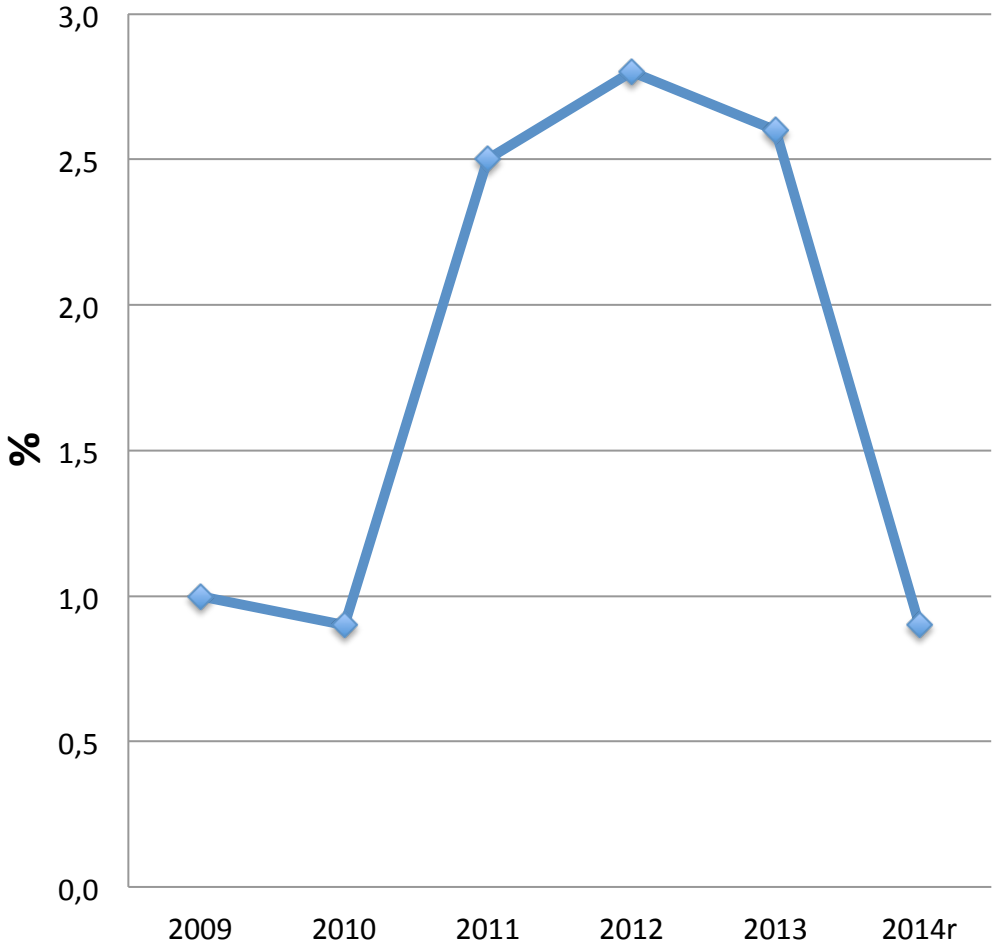


Bron: EIU

ECONOMISCHE KENCIJFERS

Inflatie

- De inflatie is in Nederland tot onder de 1% gedaald.

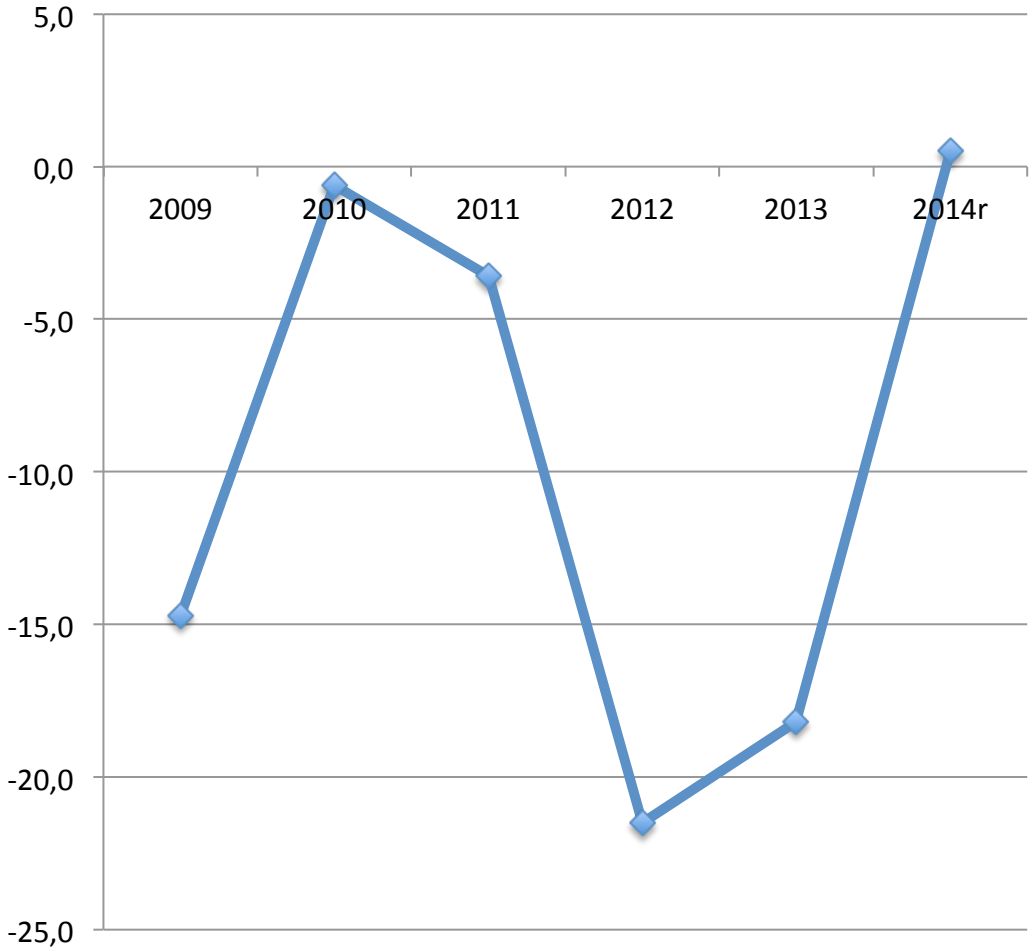


Bron: EIU

ECONOMISCHE KENCIJFERS

Consumentenvertrouwen index

- De Nederlandse consument heeft in 2014 aanmerkelijk meer vertrouwen gekregen in de (eigen) financiële situatie.

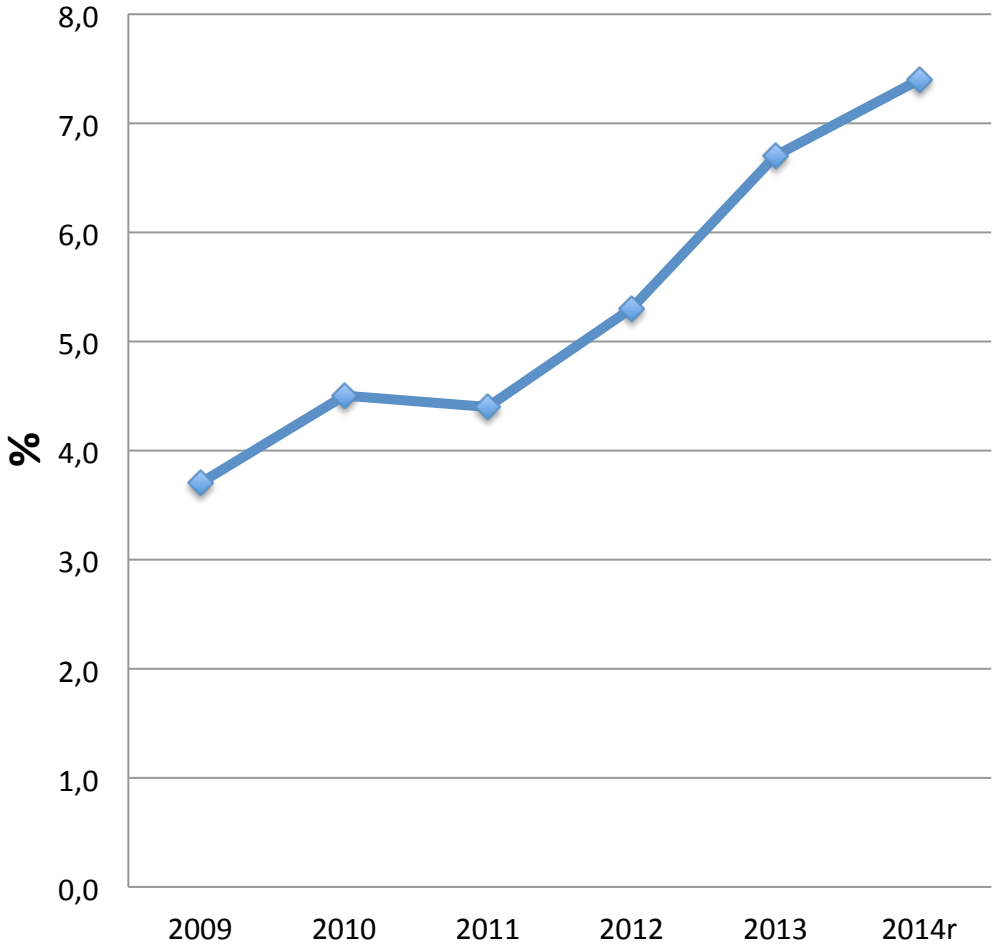


Bron: Eurostat

ECONOMISCHE KENCIJFERS

Werkloosheidspercentage

- Het percentage werklozen In Nederland is de afgelopen jaren fors toegenomen.
- Dit percentage zal, naar verwachting, langzaam afnemen.

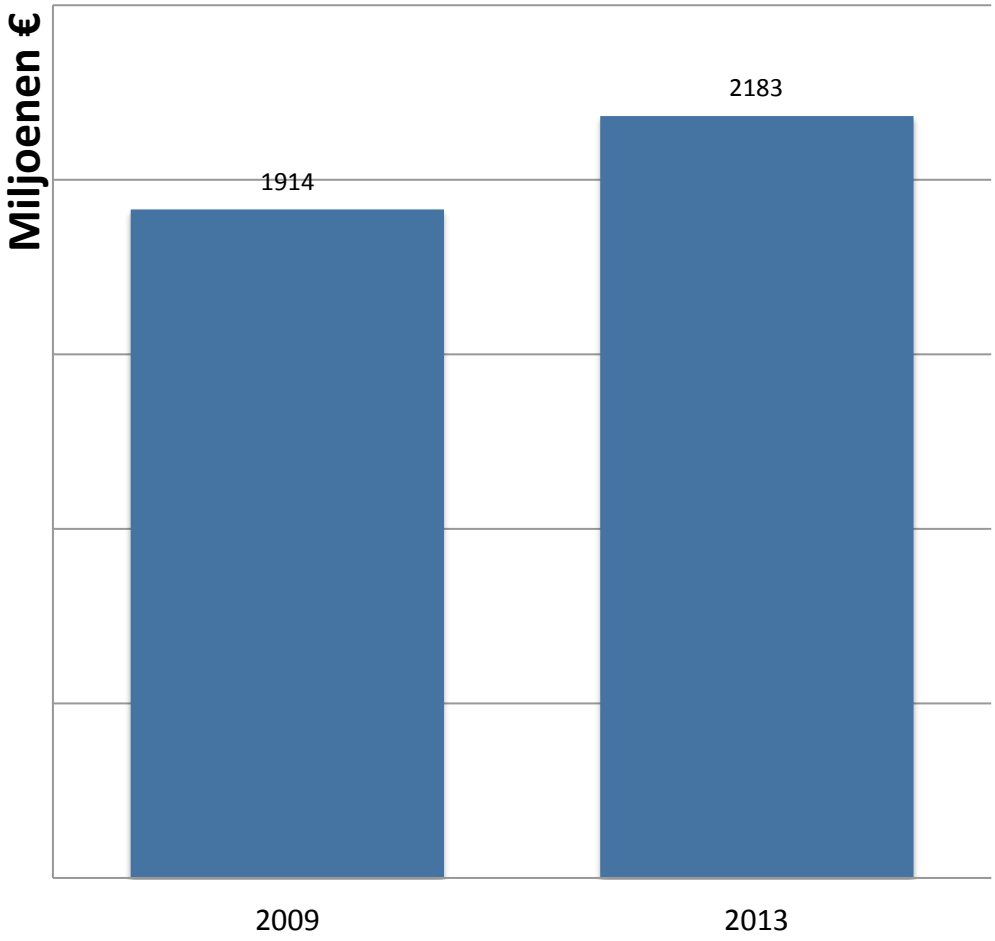


Bron: EIU

SNIJBLOEMEN

Productiewaarde

- De waarde van de Nederlandse snijbloemenproductie bedroeg in 2013 bijna 2,2 miljard €.
- Dit was 14% meer dan in 2009.

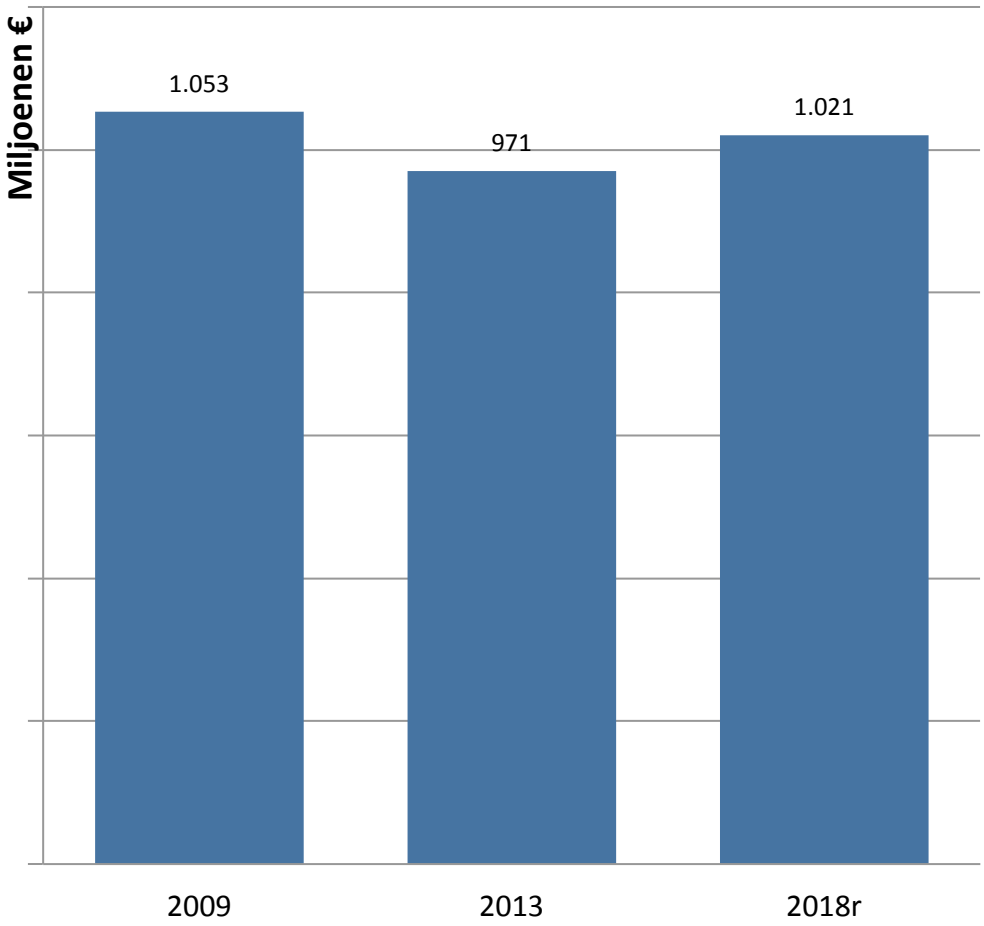


Bron: LEI

SNIJBLOEMEN

Marktomvang consumptiewaarde

- De waarde van de Nederlandse markt van snijbloemen is sinds 2009 met circa 8% gedaald.
- Zowel de aankoopfrequentie als het gemiddeld bestede bedrag is afgenomen.
- De komende jaren zal de markt zich licht herstellen.

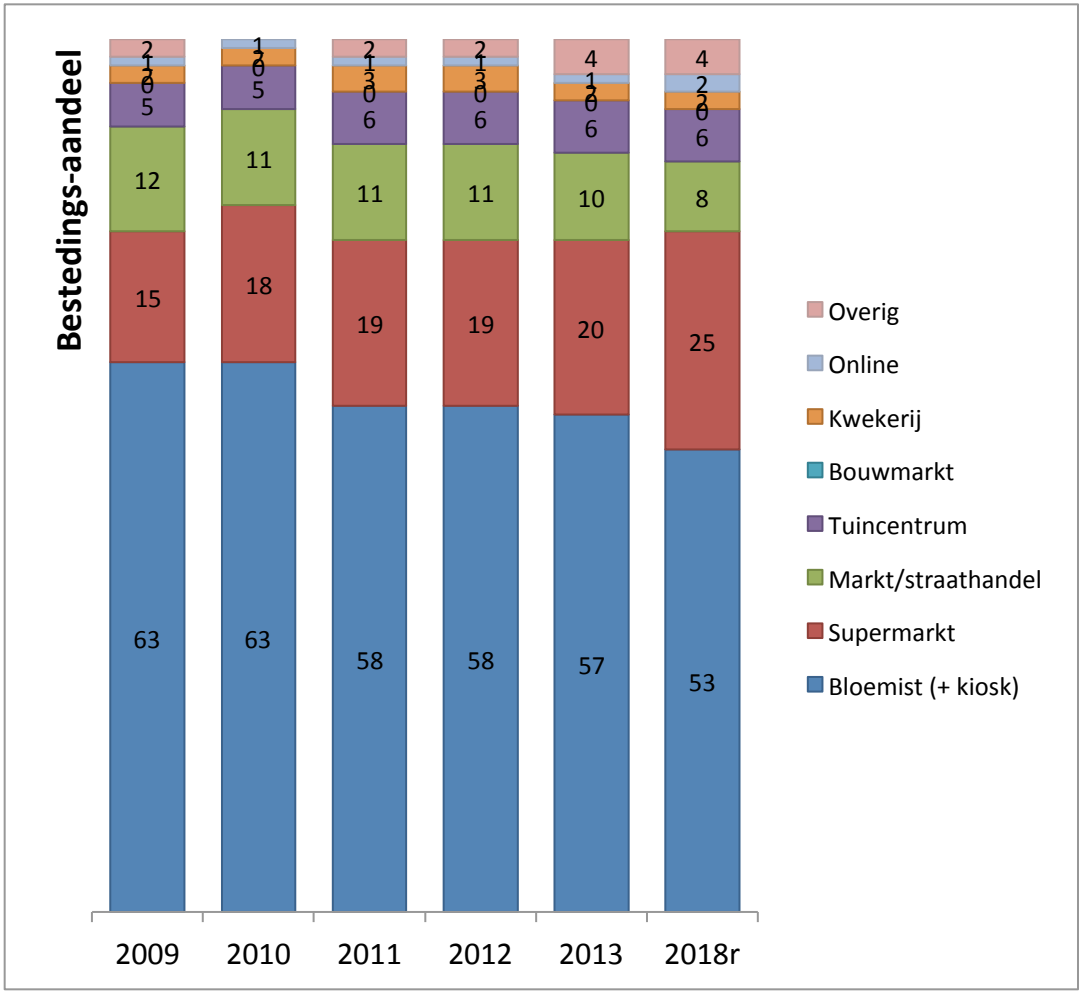


Bron: BureauSierteelt.nl

SNIJBLOEMEN

Aankoopkanalen

- De positie van de bloemist staat in Nederland onder druk. Het aantal bloemenwinkels neemt ook af.
- Binnen de bestedingen aan snijbloemen zal in 2018 de bloemenwinkel nog maar een marktaandeel hebben van 53%. Dit is 10%-punten lager dan in 2009.
- De Nederlander besteedt naar verhouding steeds meer in de supermarkt.

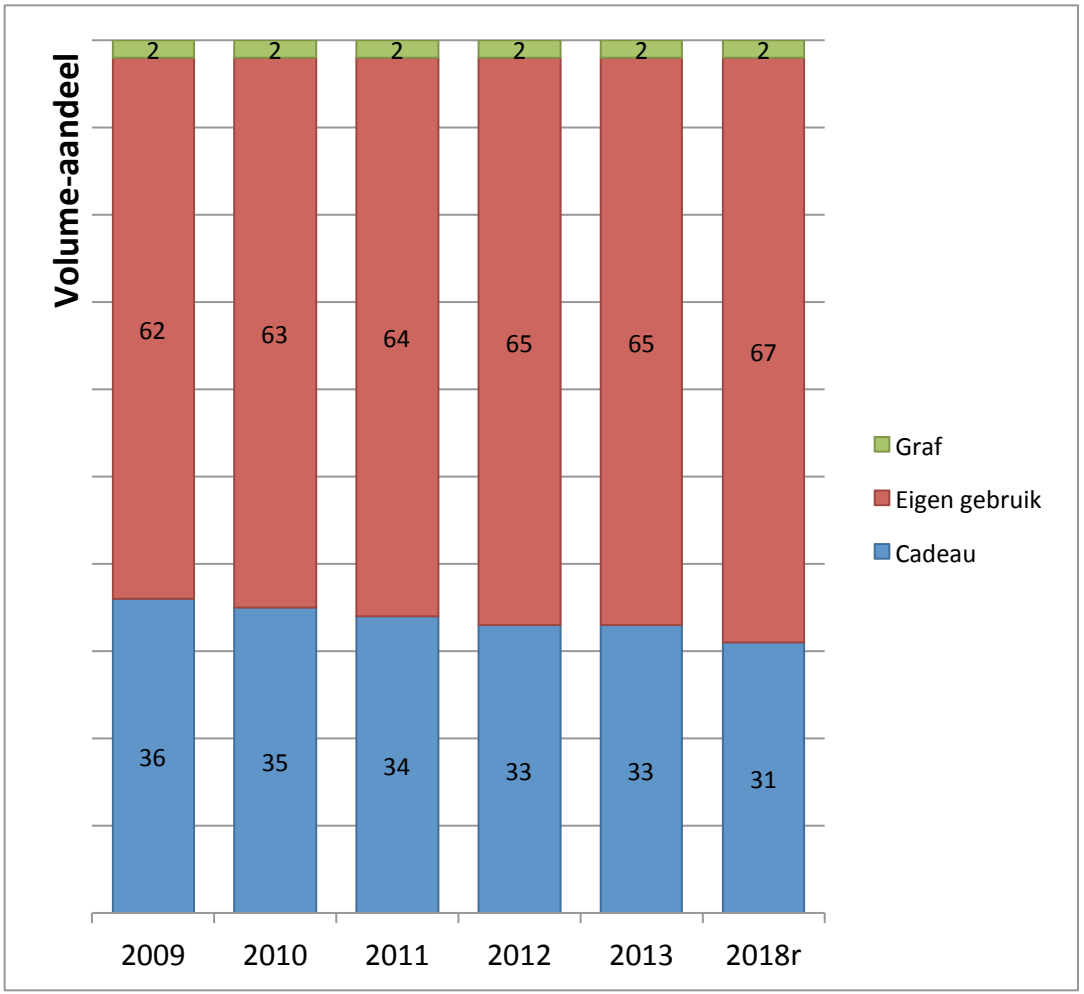


Bron: FloraHolland / raming Bureausierteelt.nl

SNIJBLOEMEN

Aankoopdoel

- Binnen de consumentenbestedingen van snijbloemen komt 65% voor rekening van het eigen gebruik.
- Dit is in Europa het hoogste percentage.
- Het belang van het cadeausegment neemt af.

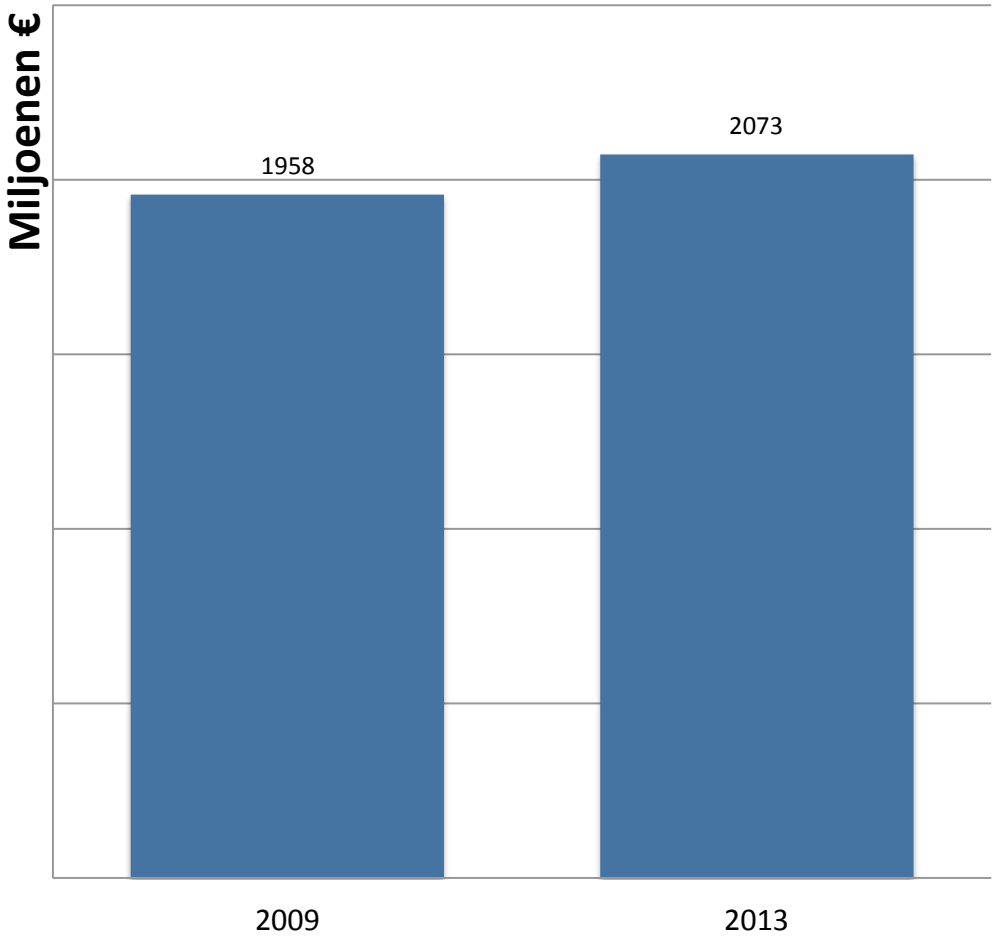


Bron: FloraHolland / raming BureauSierteelt.nl

POTPLANTEN

Productiewaarde

- De waarde van de Nederlandse potplantenproductie bedroeg in meer dan 2 miljard €.
- Dit was 6% meer dan in 2009.

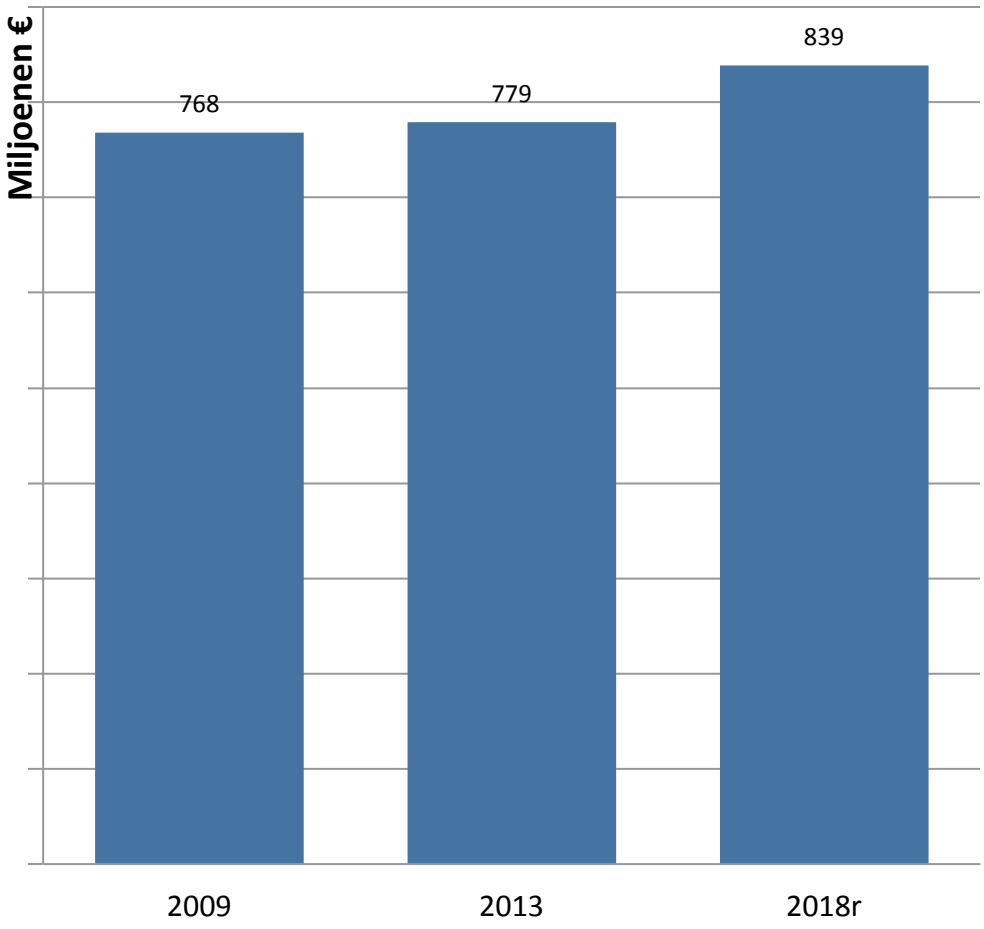


Bron: LEI

Potplanten

Marktomvang consumptiewaarde

- De waarde van de Nederlandse potplantenmarkt was in 2013 vrijwel gelijk aan die in 2009.
- De prognose voor 2018 gaat uit dat de Nederlandse markt met 8% groeit in vijf jaar tijd.

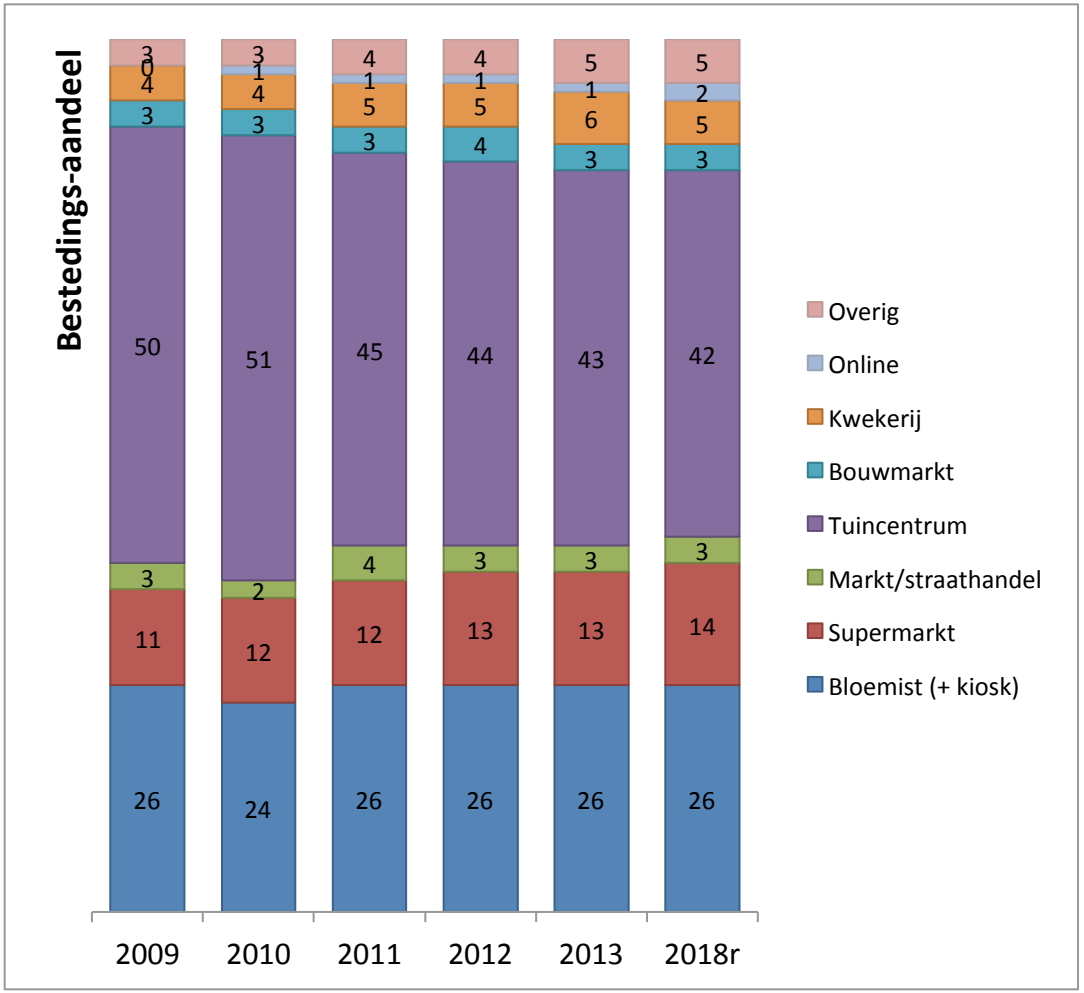


Bron: BureauSierteelt.nl

KAMERPLANTEN

Aankoopkanalen

- In Nederland heeft het tuincentrum een groot aandeel in de bestedingen aan kamerplanten.
- Sinds 2009 is het marktaandeel van het tuincentrum gedaald van 50% naar 43%.
- Winst was er voor de supermarkt en kwekerij.

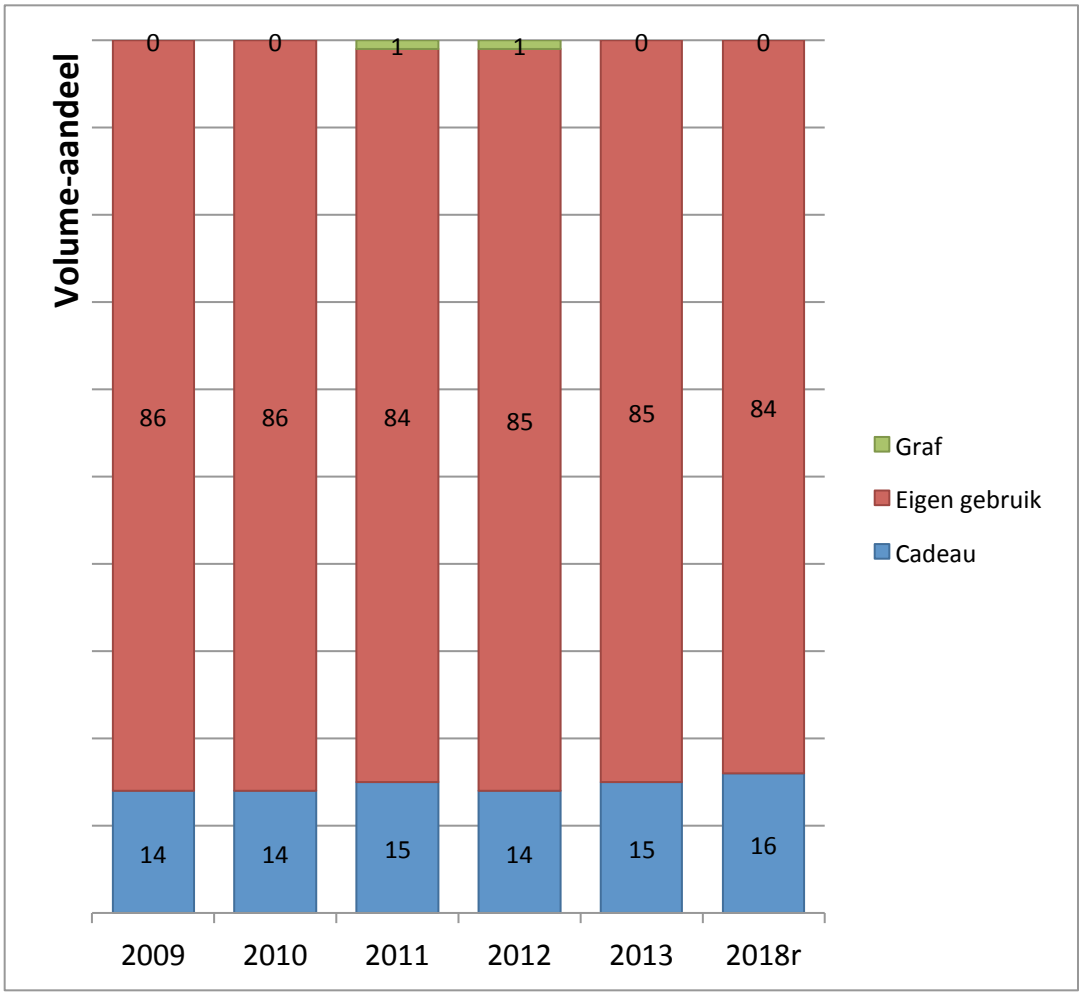


Bron: FloraHolland / raming BureauSierteelt.nl

KAMERPLANTEN

Aankoopdoel

- In 2013 was 85% van de consumentenbestedingen aan kamerplanten bestemd voor eigen gebruik.
- Dit aandeel is redelijk stabiel.

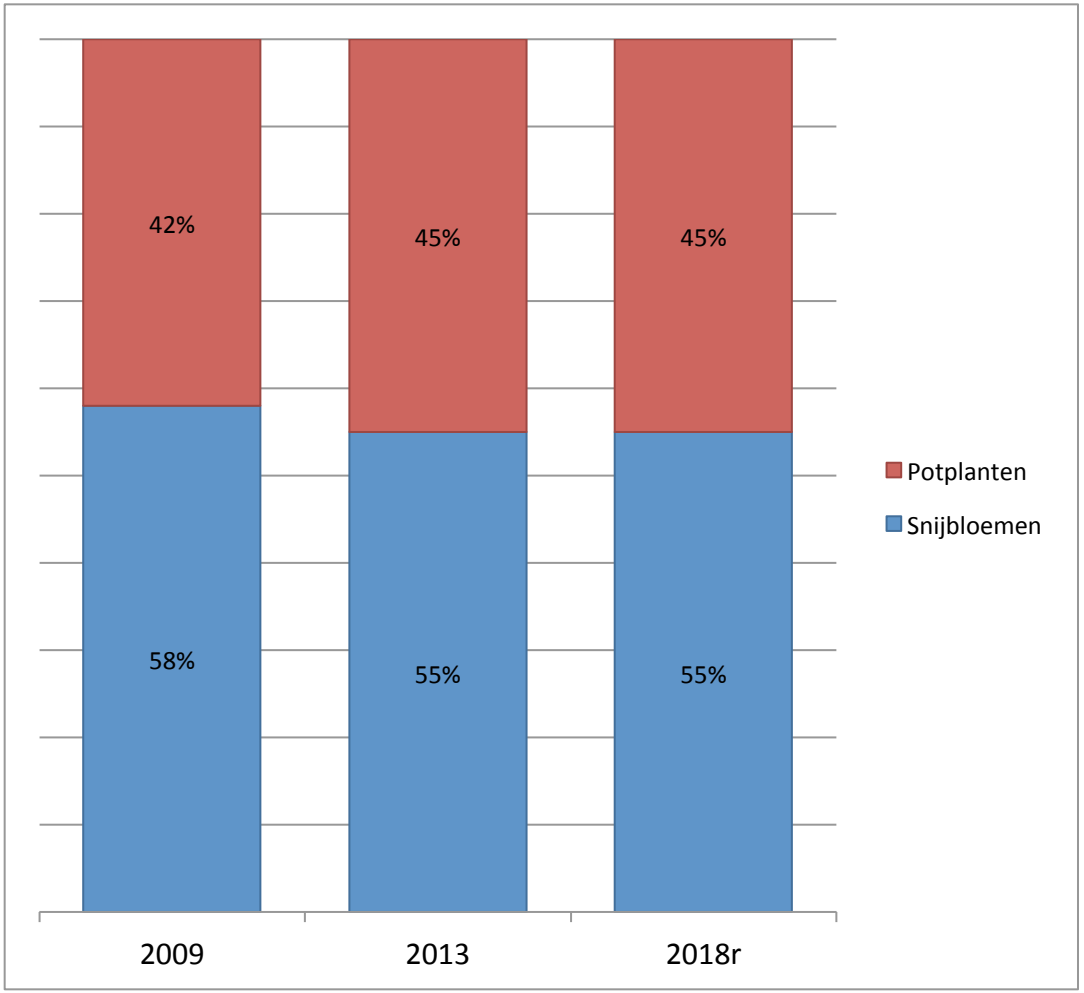


Bron: FloraHolland / raming BureauSierteelt.nl

TOTAAL SNIJBLOEMEN EN POTPLANTEN

Verhouding binnen consumptiewaarde

- Binnen de Nederlandse consumptie hebben snijbloemen de overhand.
- Sinds 2009 is het aandeel van potplanten toegenomen.



Bron: BureauSierteelt.nl