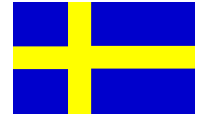




# LANDEN ANALYSE ZWEDEN

# Algemeen



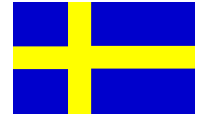
## LANDEN ANALYSE ALGEMEEN

- 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 Zweden.
- 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

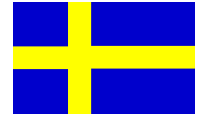
- Het resultaat betreft een inschatting en prognose van de markt**waarde** op **consumentenniveau**. De ontwikkelingen op **groothandelniveau** en afzet**volume** kunnen hier sterk van afwijken.
- Van invloed op de uiteindelijke consumptiewaarde zijn factoren zoals het besteedbare inkomen, positie op 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



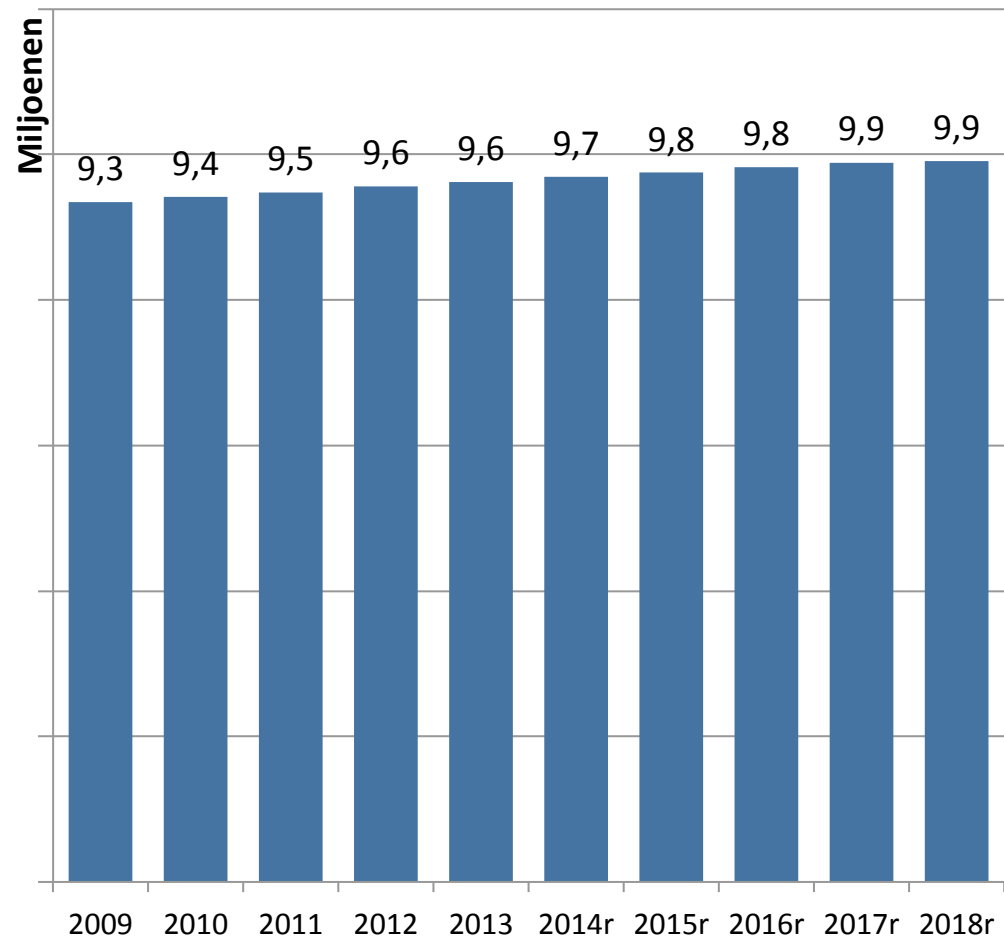
- De ontwikkelingen bij potplanten zijn over het algemeen positiever dan bij snijbloemen:
  - De bestedingen aan perkplanten reageren minder op economische problemen maar worden sterk beïnvloed door het weer.
  - Wanneer er minder te besteden is, switcht een deel van de consumenten van snijbloemen naar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

# ALGEMENE KENMERKEN

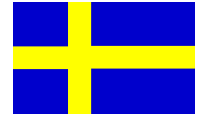


## Bevolkingsomvang

- Zweden is met nog geen 10 miljoen inwoners qua bevolkingsomvang vergelijkbaar met België.
- De komende jaren neemt het aantal inwoners langzaam toe, waarbij de grens van 10 miljoen inwoners rond 2020 wordt bereikt.

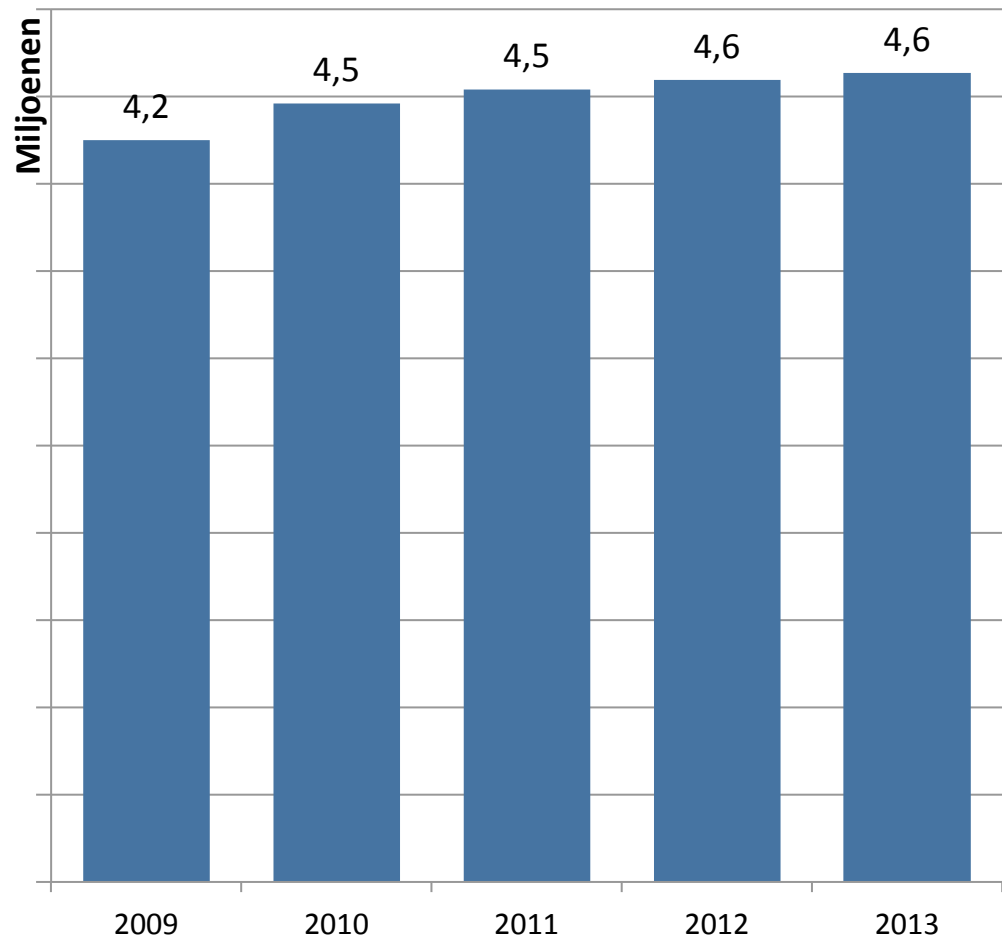


# ALGEMENE KENMERKEN



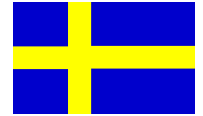
## Aantal huishoudens

- Het aantal huishoudens in Zweden groeit harder dan de totale bevolking.
- De gemiddelde huishoudgrootte is in Zweden slechts 2 personen.
- Bijna 40% van de huishoudens betreft een 1-persoonshuishouden.



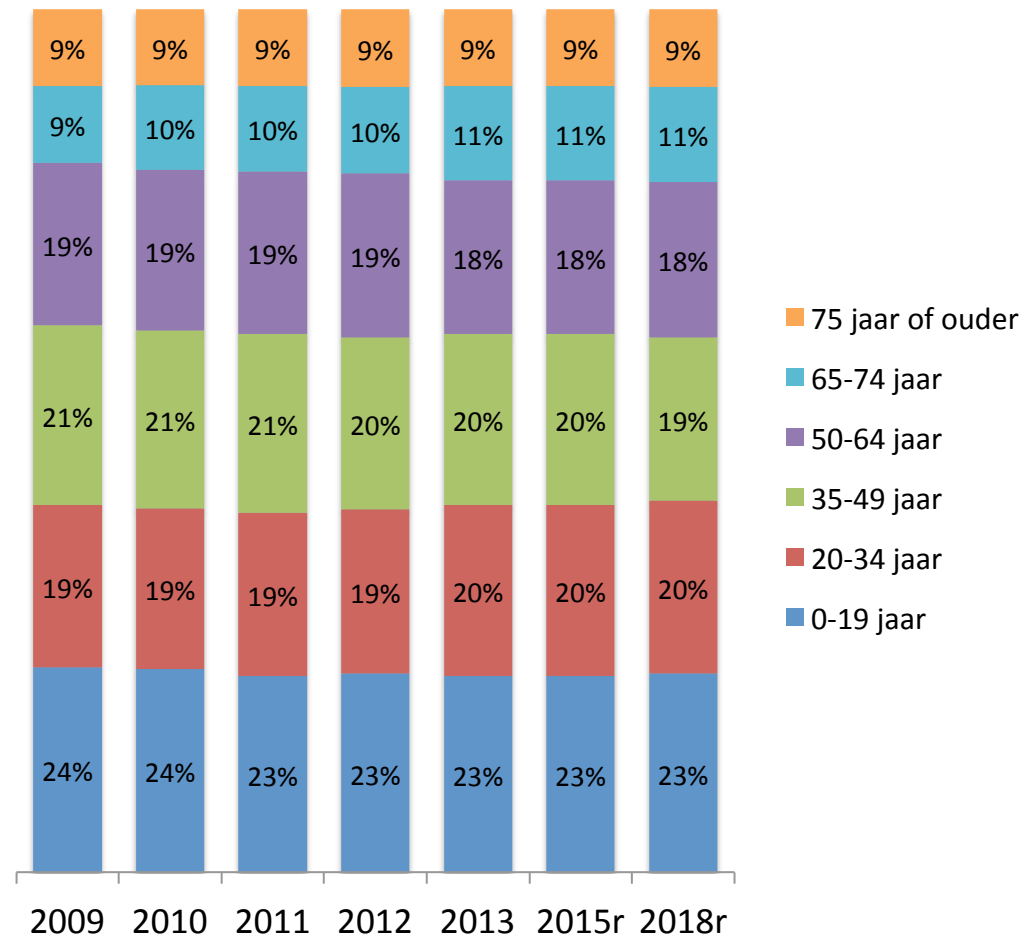
Bron: Eurostat

# ALGEMENE KENMERKEN

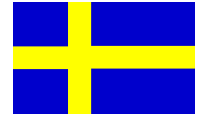


## Leeftijdsverdeling

- Van de Zweedse bevolking is 19% 65 jaar of ouder.
- Dit aandeel zal de komende jaren stijgen. In 2020 is het aandeel van 65-plussers in de bevolking 21% en in 2030 22%.

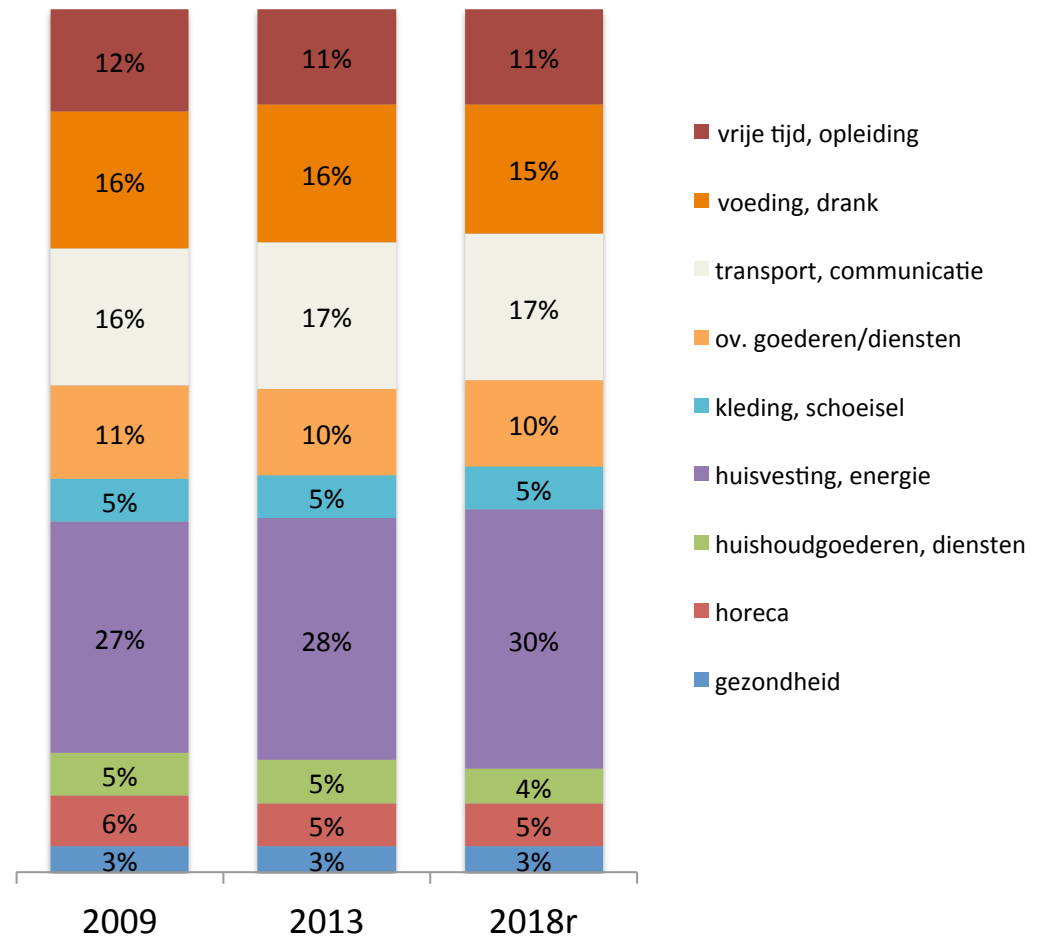


# ALGEMENE KENMERKEN



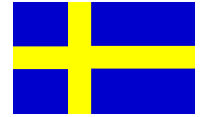
## Uitgavenpatroon

- Niet minder dan 28% van de consumentenuitgaven in Zweden gaat op aan huisvesting en energie. Dit hoger dan in de meeste andere landen.



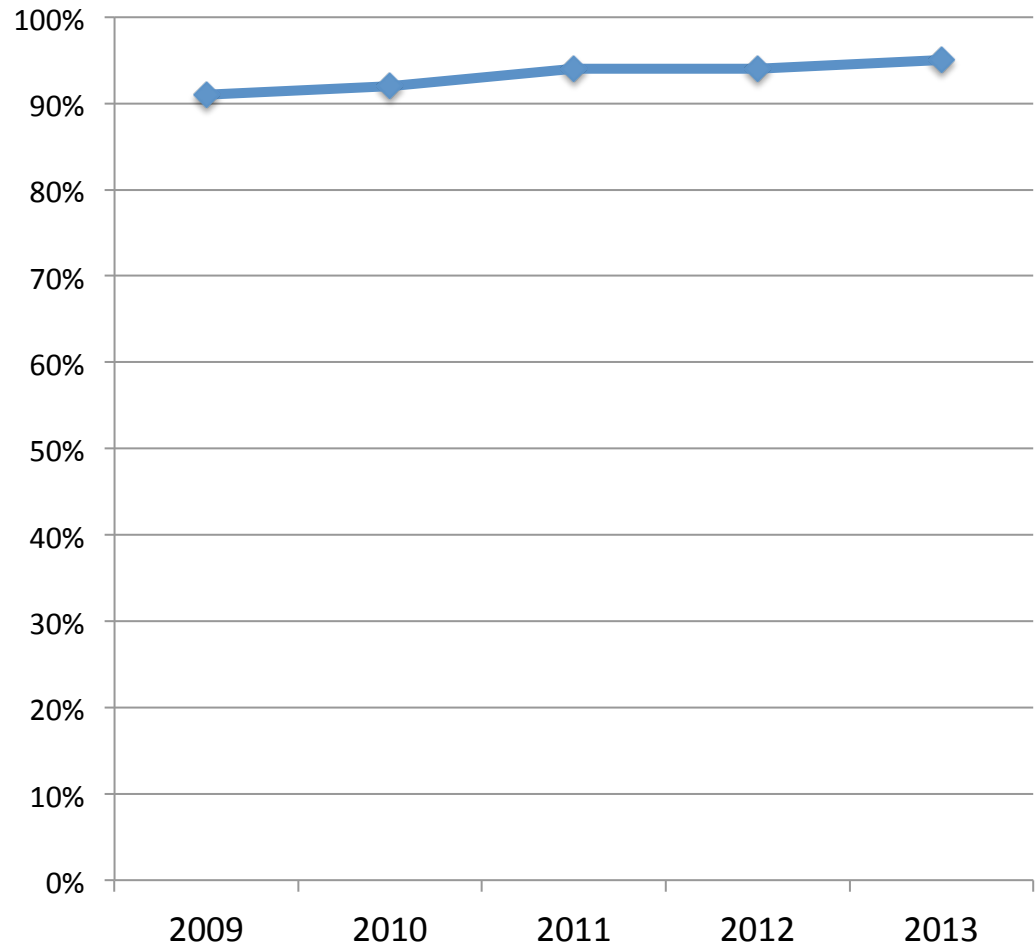


# ALGEMENE KENMERKEN



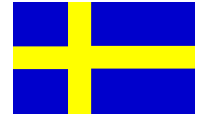
## Internet gebruik

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



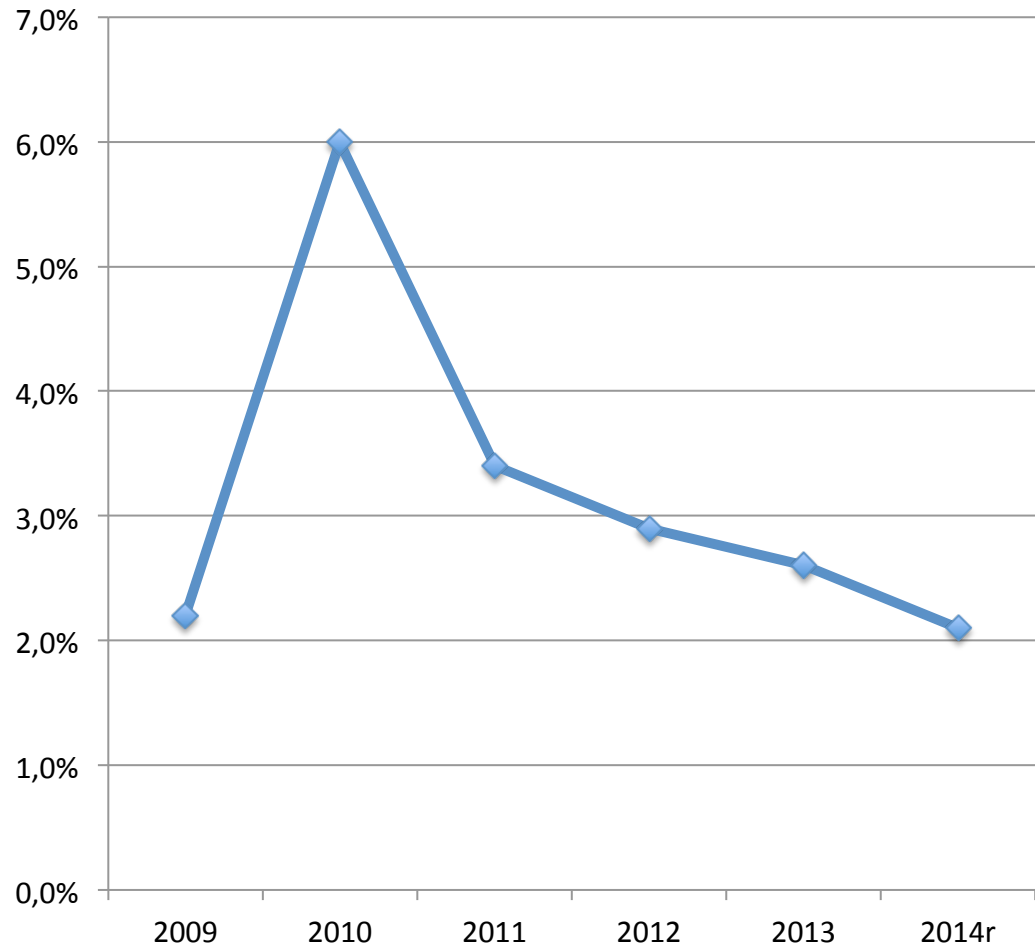
Bron: Eurostat

# ECONOMISCHE KENCIJFERS

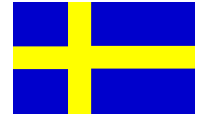


## Groei reële particuliere consumptie

- Zweden kent een relatief hoog groeipercentage van de particuliere consumptie.
- De groei is de laatste jaren wel afgezwakt.

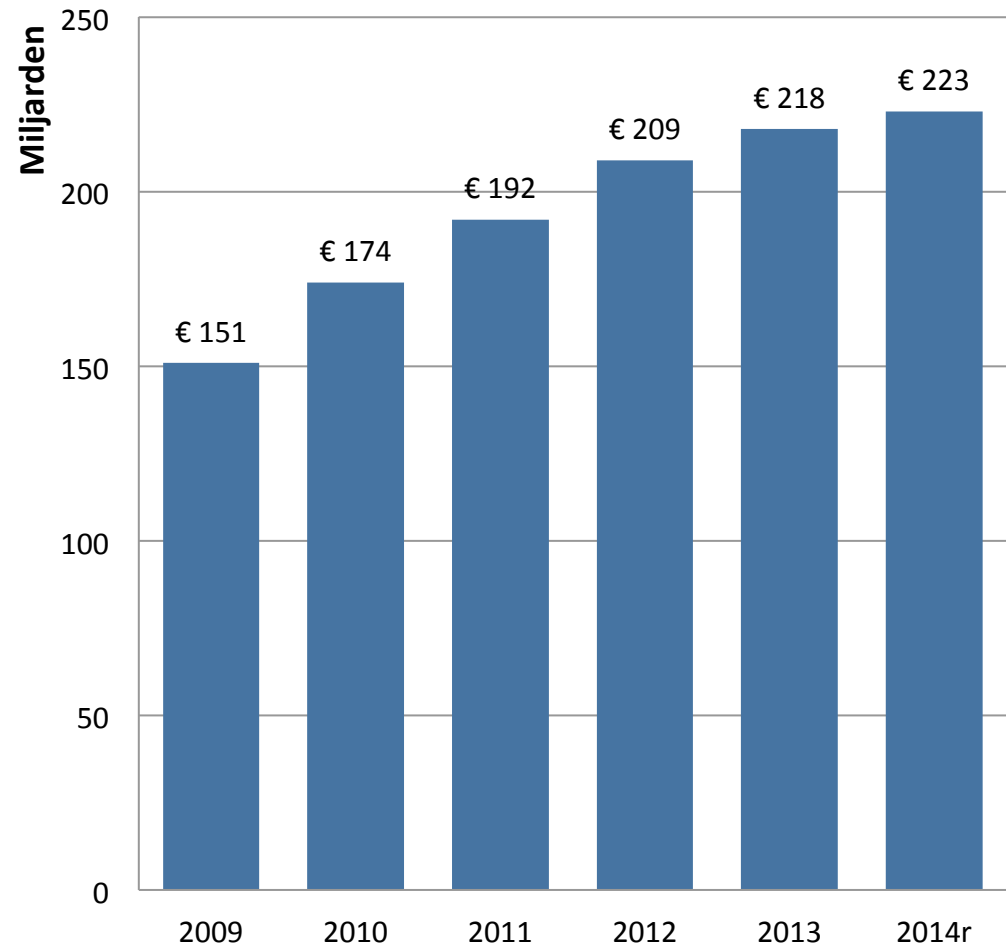


# ECONOMISCHE KENCIJFERS



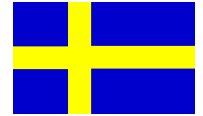
## Besteedbaar inkomen

- Het besteedbaar inkomen vertoont in Zweden een gestage groei.
- Ook voor de komende jaren wordt groei verwacht ondanks een relatief hoog werkloosheidspercentage.



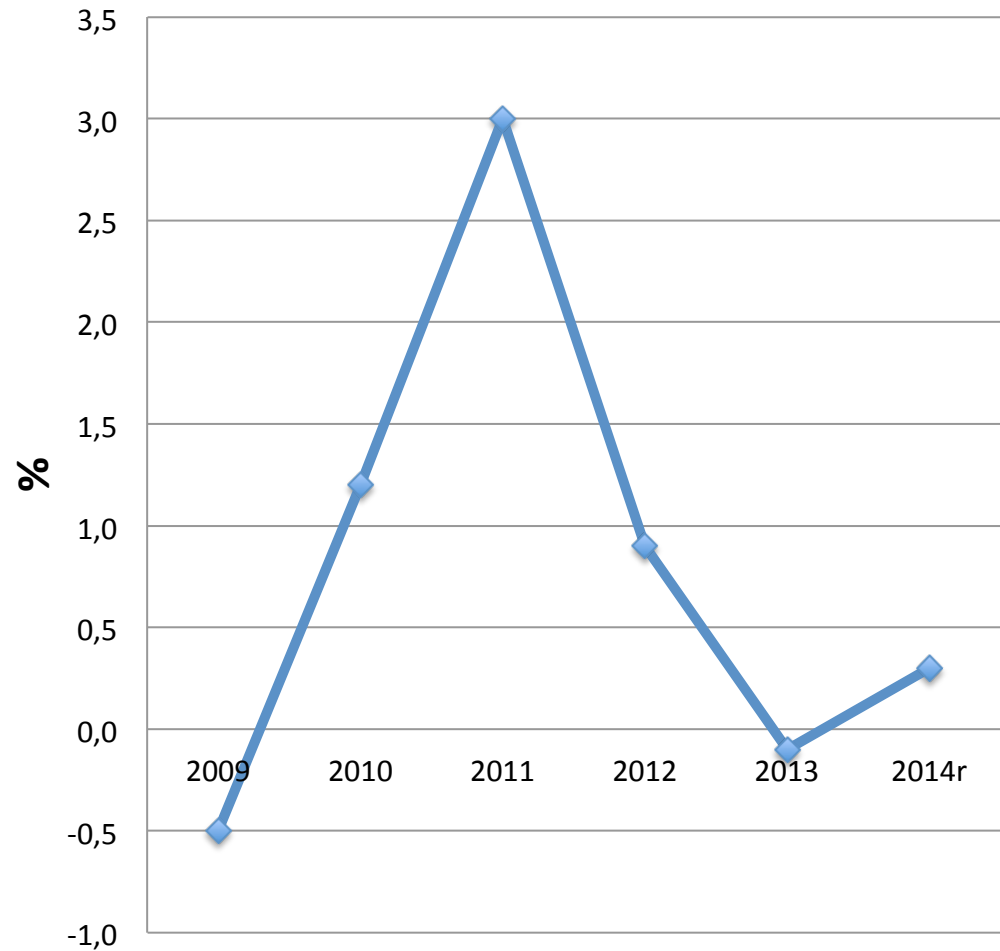
Bron: EIU

# ECONOMISCHE KENCIJFERS



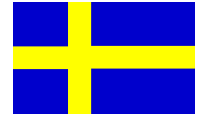
## Inflatie

- De inflatie ligt in Zweden op een erg laag niveau.



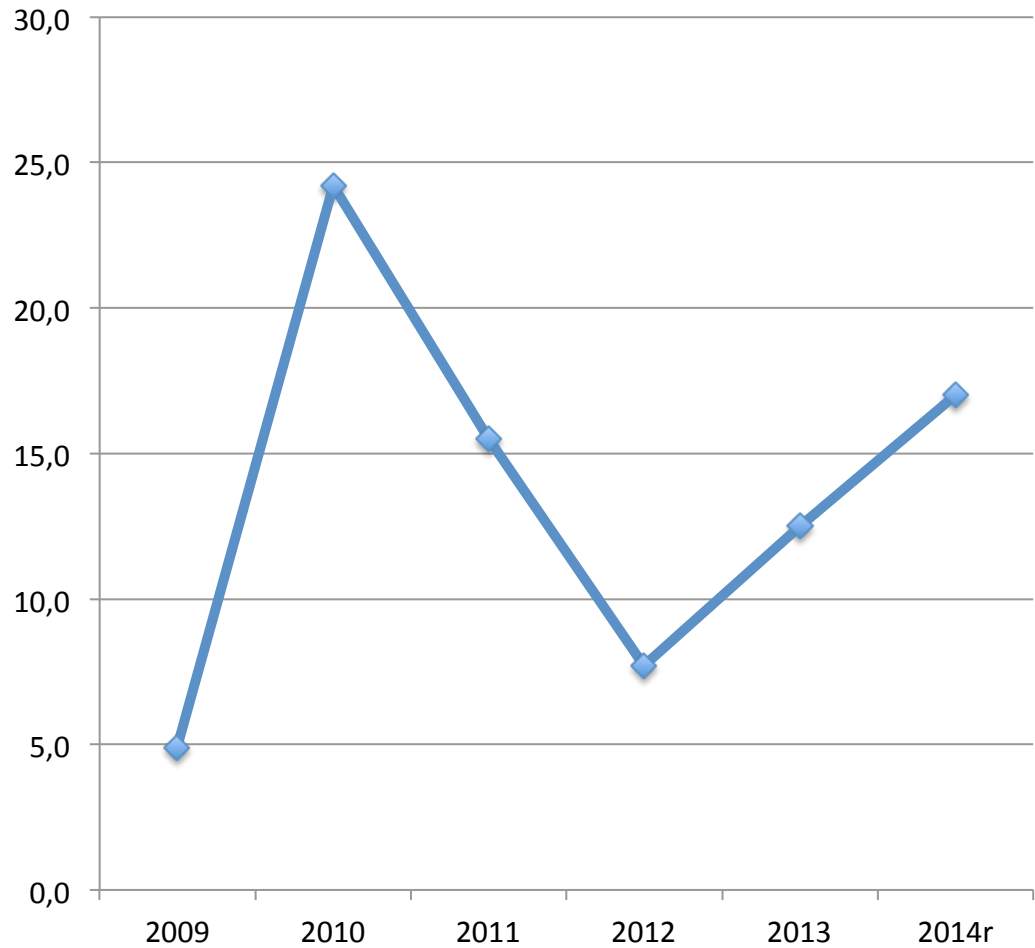
Bron: EIU

# ECONOMISCHE KENCIJFERS



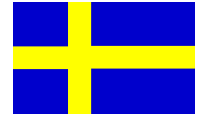
## Consumentenvertrouwen index

- De index van het consumentenvertrouwen is in Zweden het hoogst van alle EU landen.



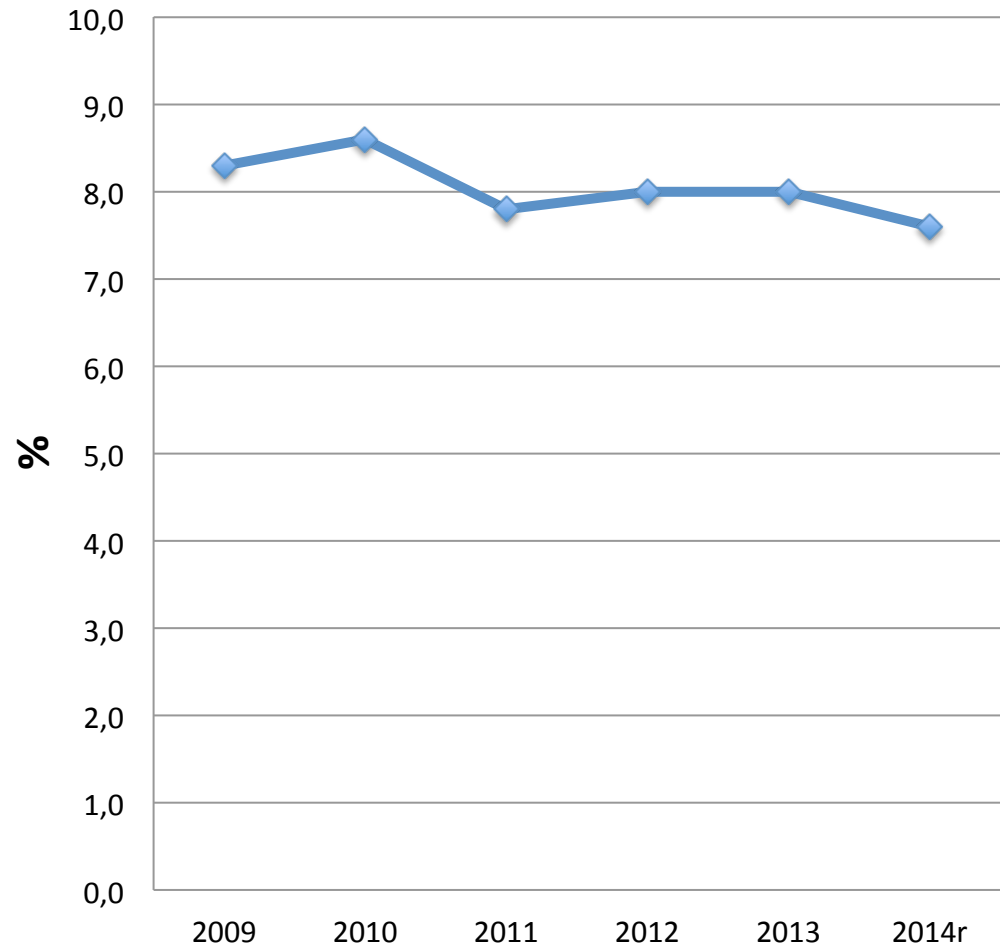
Bron: Eurostat

# ECONOMISCHE KENCIJFERS



## Werkloosheidspercentage

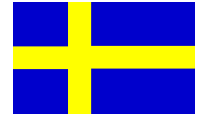
- Het percentage werklozen is in Zweden vrij hoog maar is de afgelopen jaren wel gedaald.



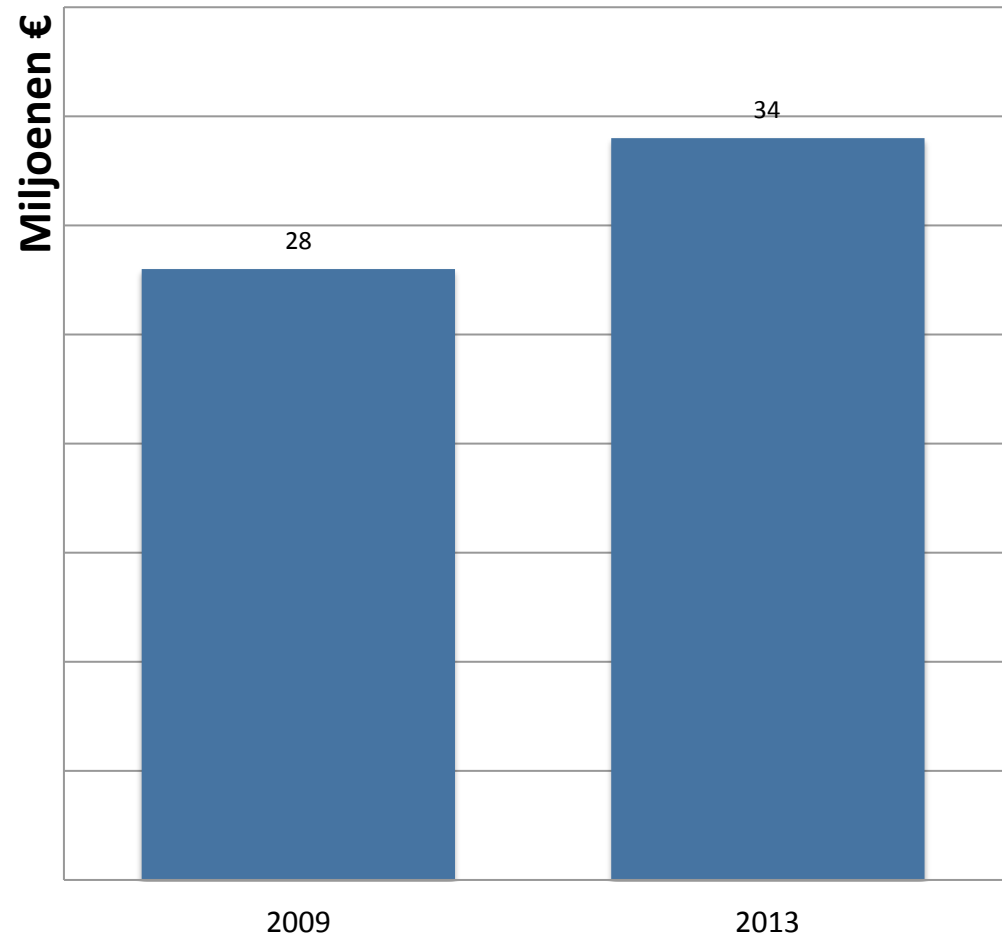
Bron: EIU

# SNIJBLOEMEN

## Productiewaarde



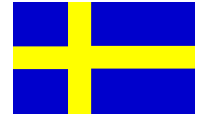
- Zweden is een kleine producent van snijbloemen.
- Belangrijkste product is de tulp.



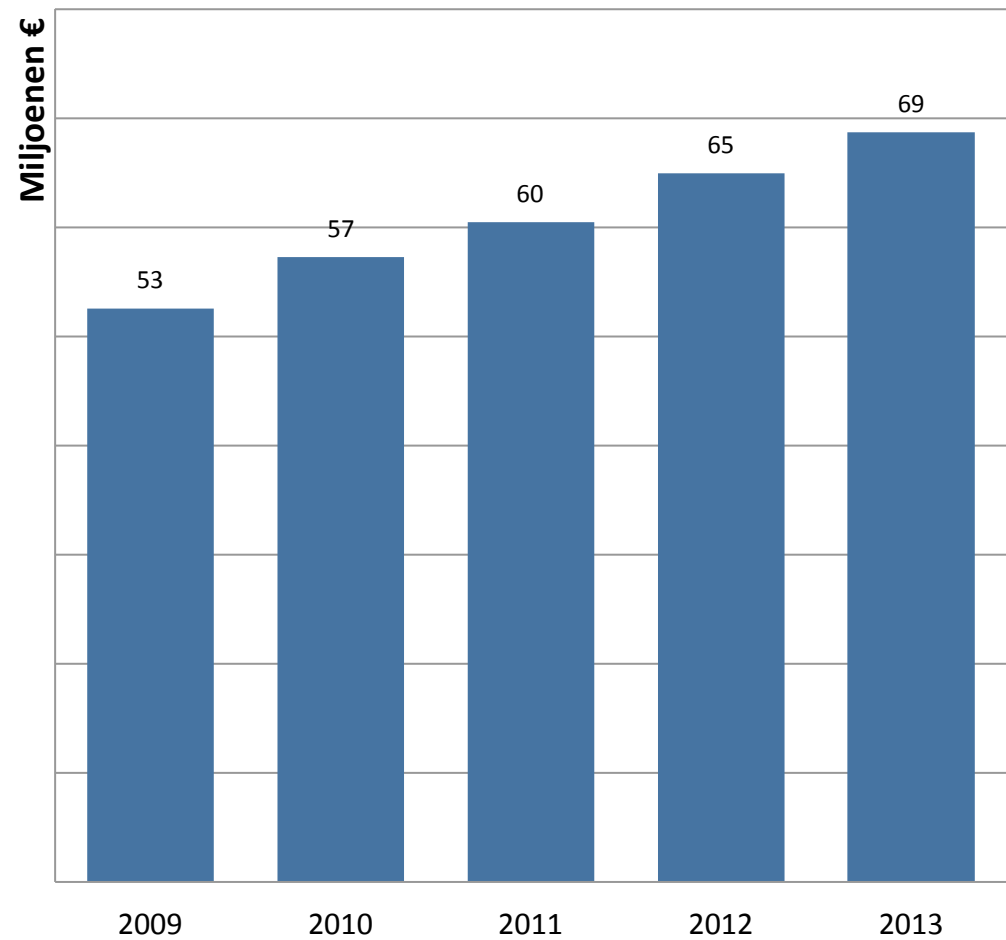
Bron: Jordbruks Verket Horticultural Survey

# SNIJBLOEMEN

## Nederlandse afzet

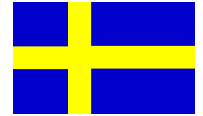


- De Nederlandse export naar Zweden is sinds 2009 met 30% toegenomen.



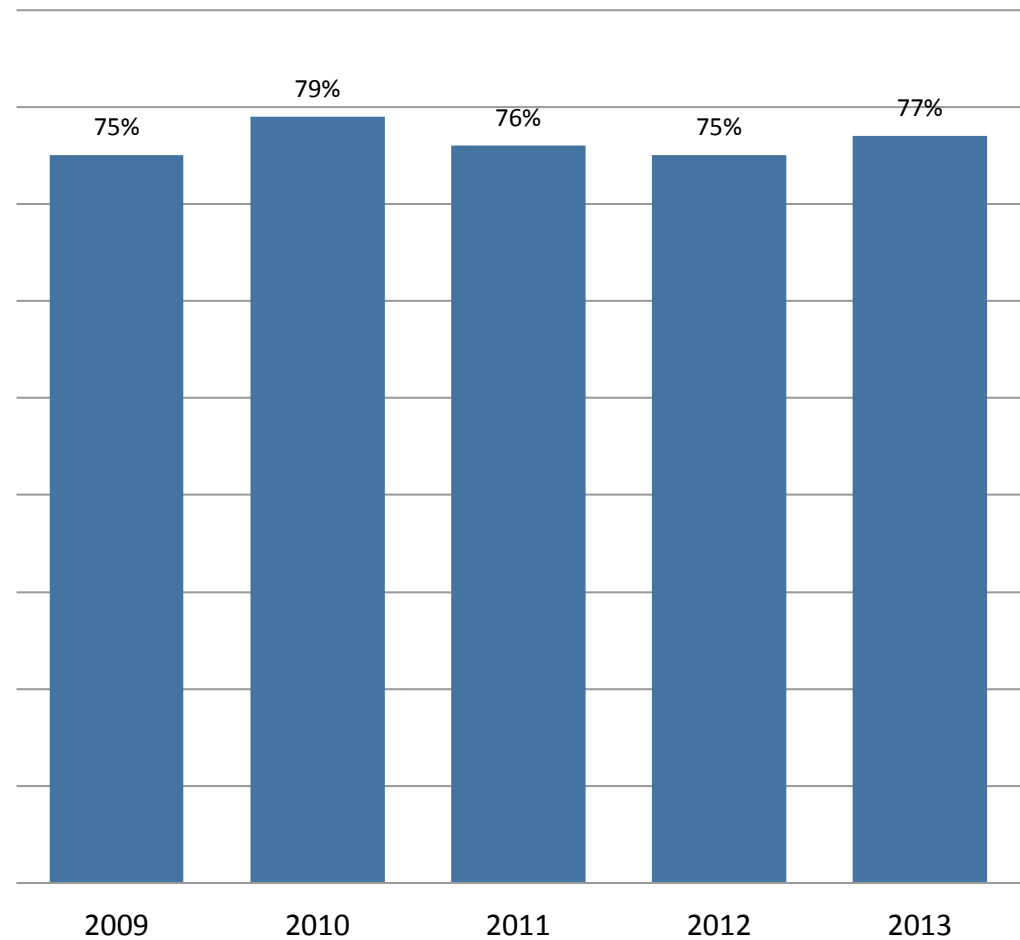


# SNIJBLOEMEN



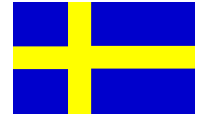
## Importaandeel Nederland

- Binnen de Zweedse import aan snijbloemen (inclusief snijgroen) heeft Nederland een aandeel van circa 75%.
- Dit aandeel is de laatste jaren weinig veranderd.
- Na Nederland komen Kenia als belangrijkste importland met een aandeel van 15% in 2013.



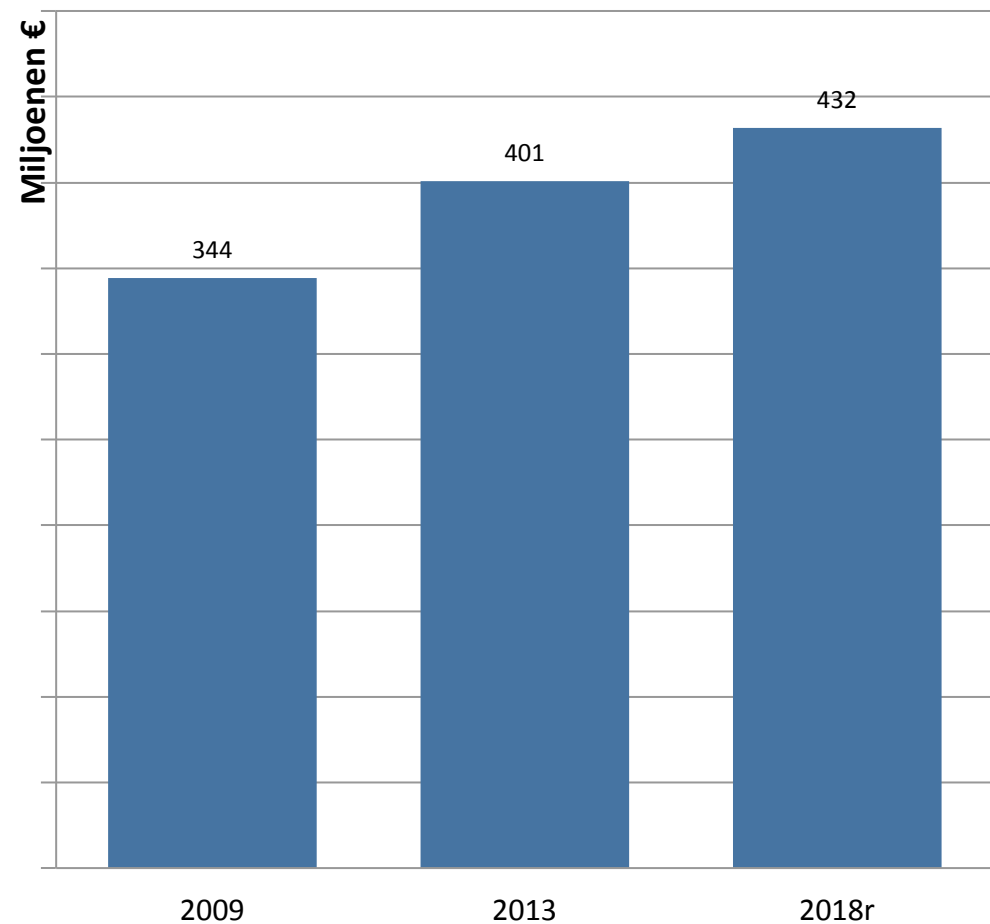
Bron: Eurostat

# SNIJBLOEMEN



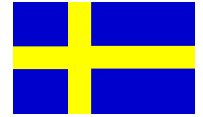
## Marktomvang consumptiewaarde

- De waarde van de Zweedse markt van snijbloemen is sinds 2009 met 17% toegenomen.
- De verwachting is dat de Zweedse verder zal groeien maar wel in een minder snel tempo als de afgelopen jaren.

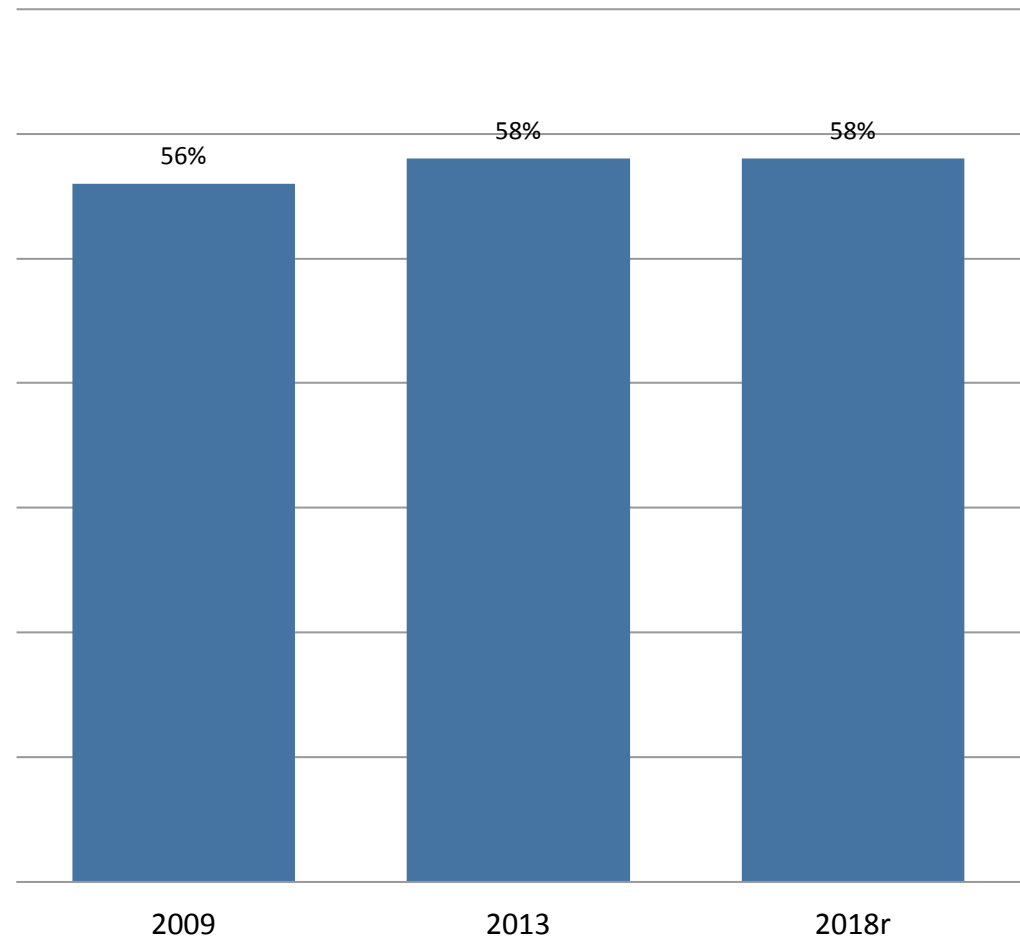


# SNIJBLOEMEN

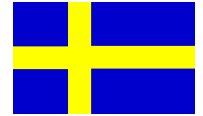
## Marktaandeel Nederland



- Het Nederlandse marktaandeel is 58%. Dit aandeel is weinig veranderd.

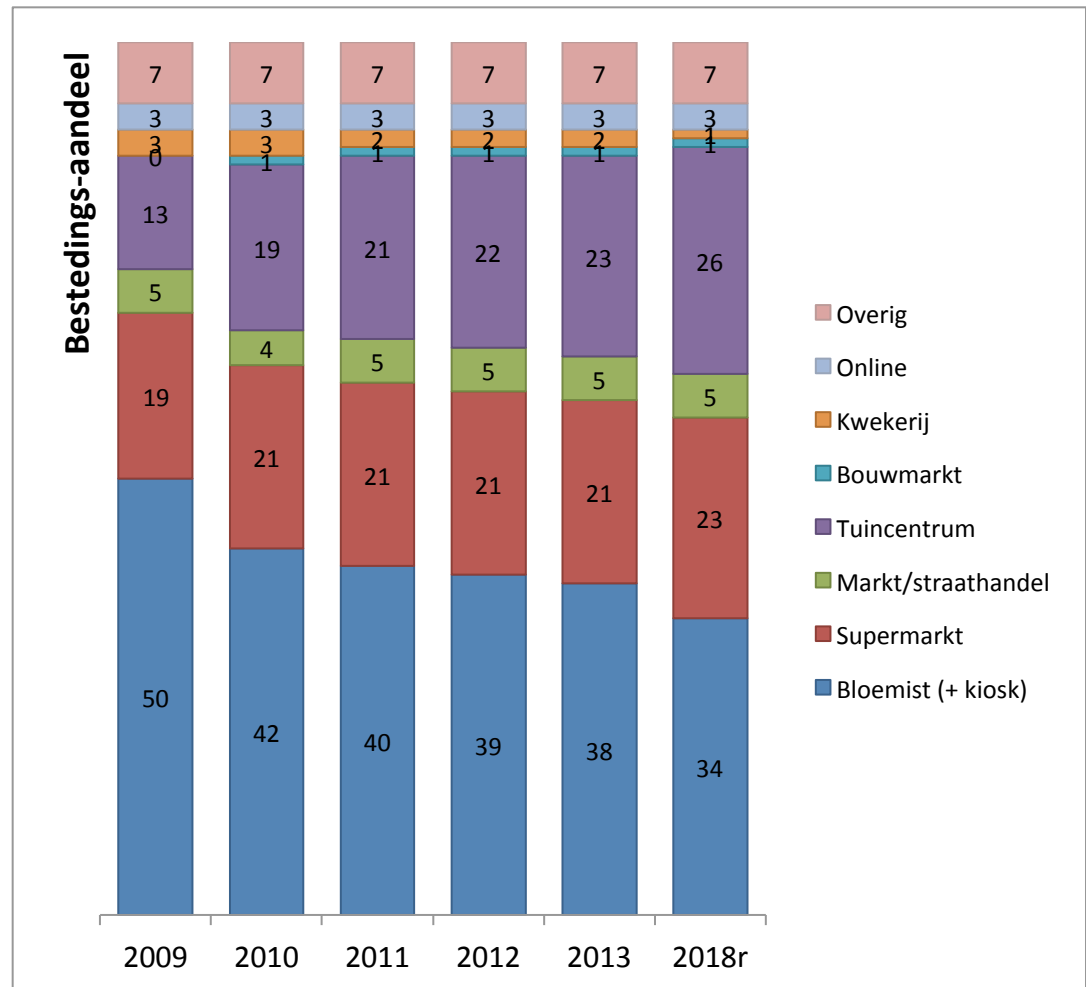


# SNIJBLOEMEN



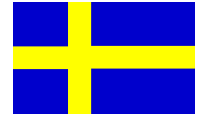
## Aankoopkanalen

- Het marktaandeel van bloemisten binnen de Zweedse consumentenbestedingen van snijbloemen staat onder druk.
- Met name het tuincentrum wordt belangrijker als aankoopplaats van snijbloemen.



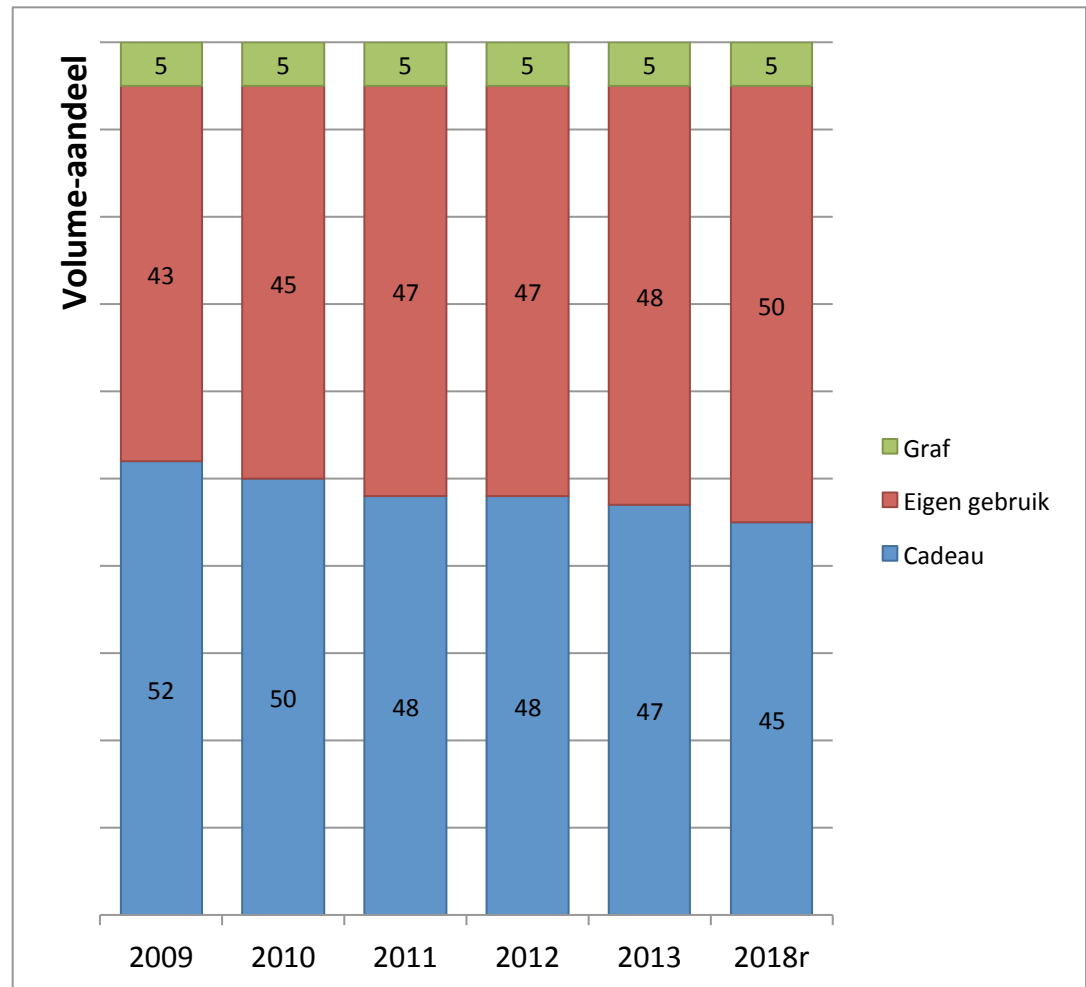
Bron: FloraHolland / raming Bureauiserteelt.nl

# SNIJBLOEMEN



## Aankoopdoel

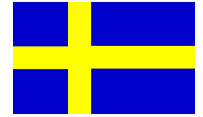
- Binnen de consumentenbestedingen van snijbloemen komt 48% voor rekening van het eigen gebruik.
- Dit was in 2009 nog maar 43%.



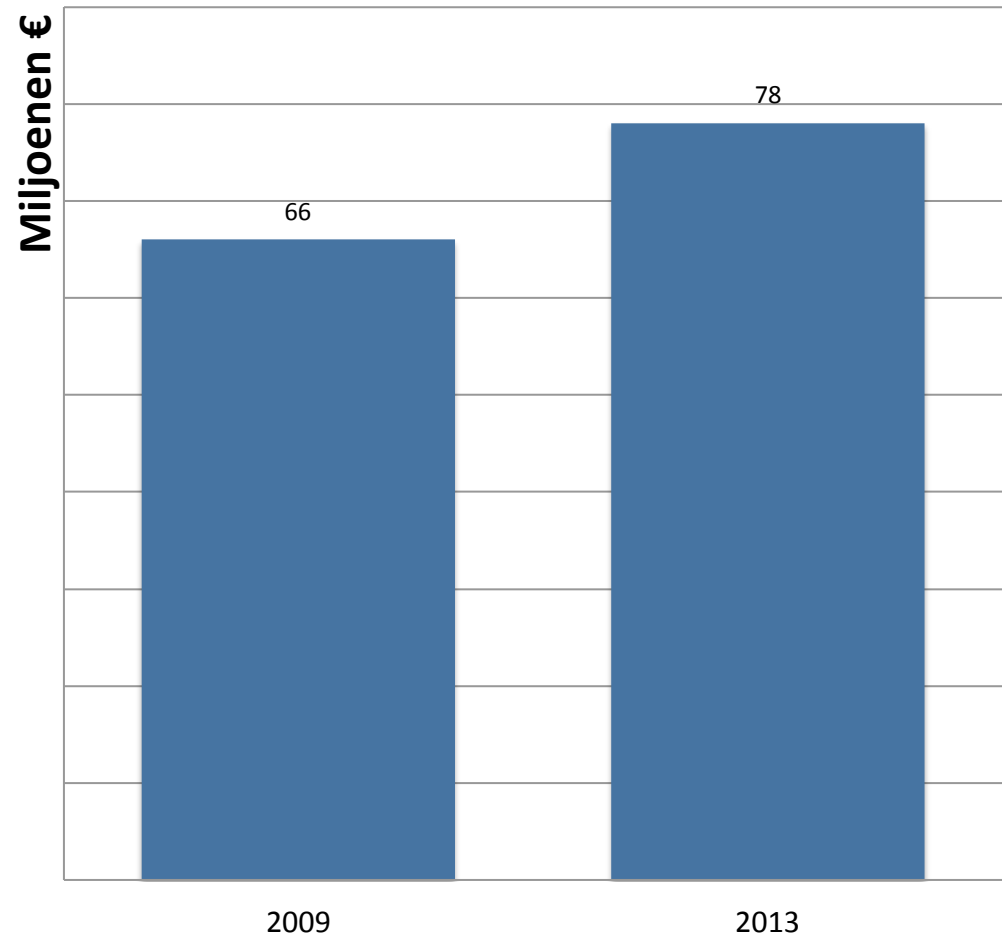
Bron: FloraHolland / raming BureauSierteelt.nl

# POTPLANTEN

## Productiewaarde



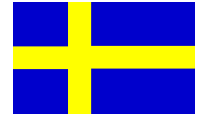
- Zweden heeft een bescheiden binnenlandse productie.



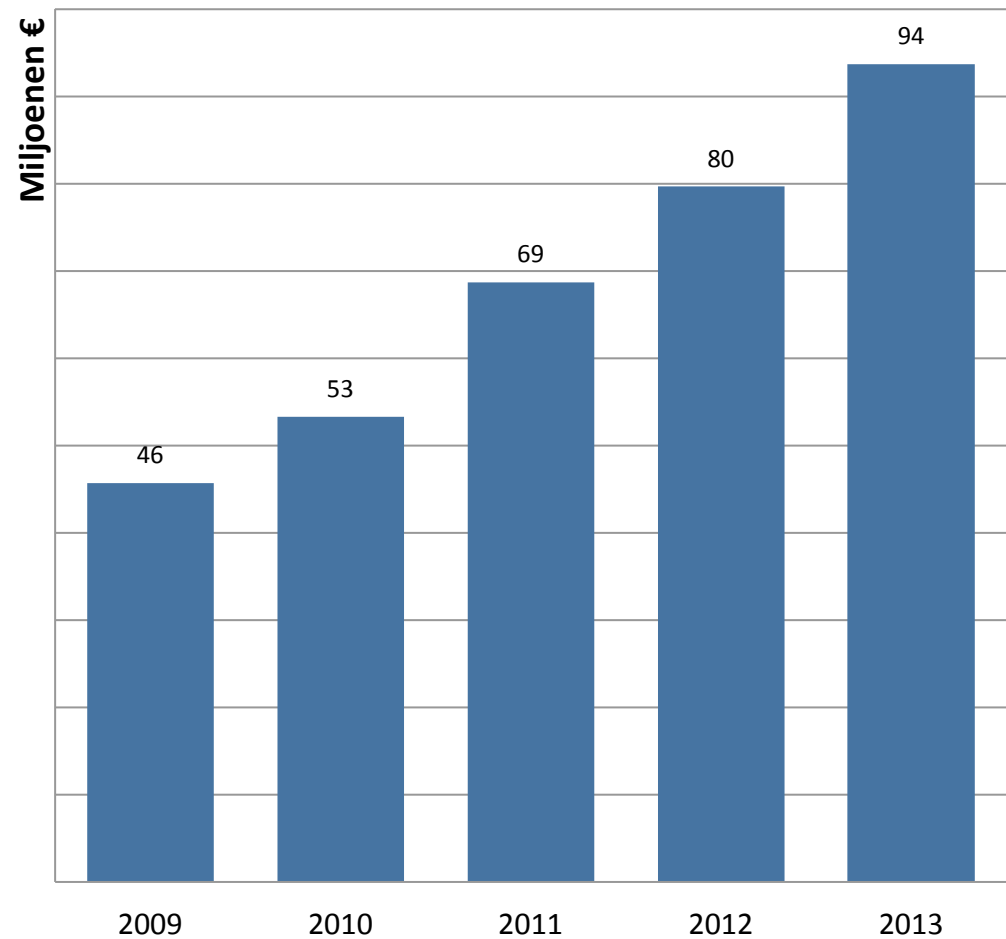
Bron: Jordbruks Verket Horticultural Survey

# POTPLANTEN

## Nederlandse afzet



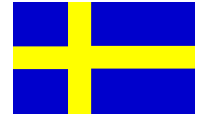
- De Nederlandse export van potplanten naar Zweden is in 5 jaar tijd verdubbeld.
- Een gunstige koers van de Zweedse kroon en verdringing van Deens en lokaal geteeld product heeft deze groei mogelijk gemaakt.



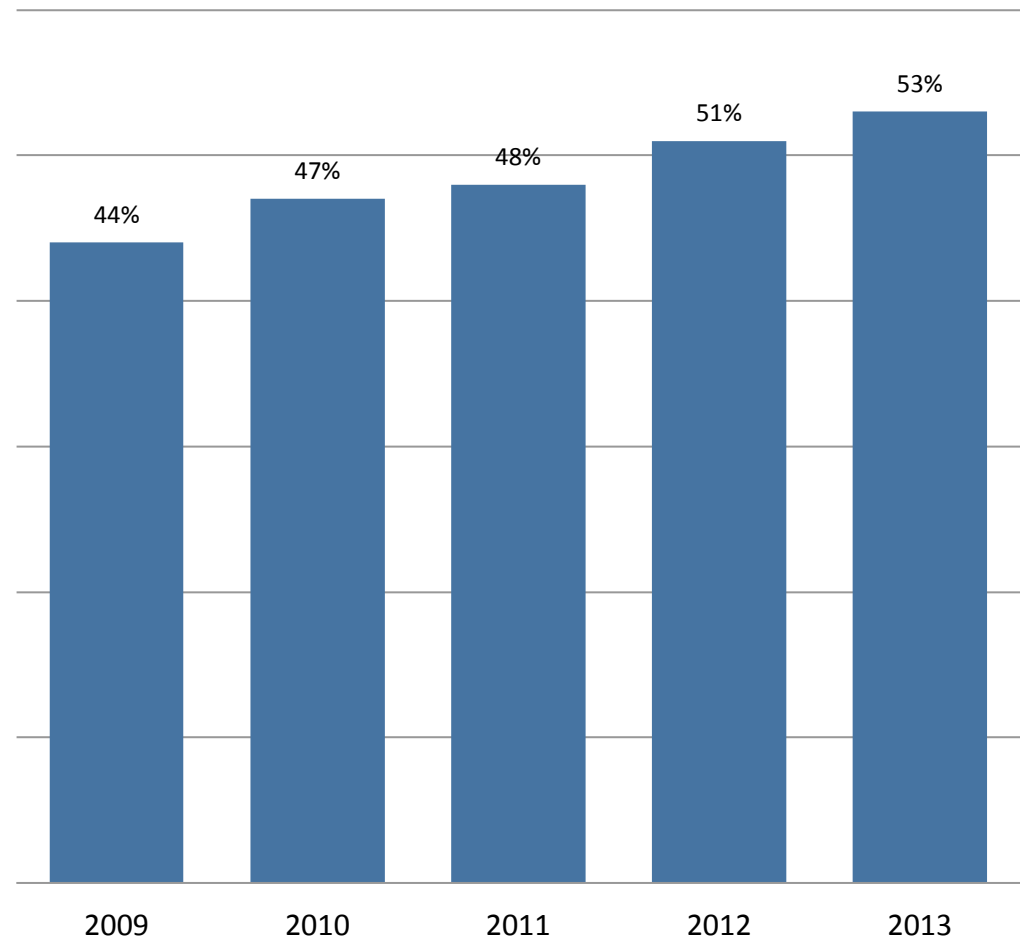
Bron: HBAG

# POTPLANTEN

## Importaandeel Nederland



- Binnen de Zweedse import aan potplanten heeft Nederland een aandeel van 53%.
- Dit aandeel is de laatste jaren toegenomen ten koste van vooral Denemarken.

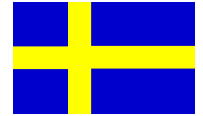


Bron: Eurostat

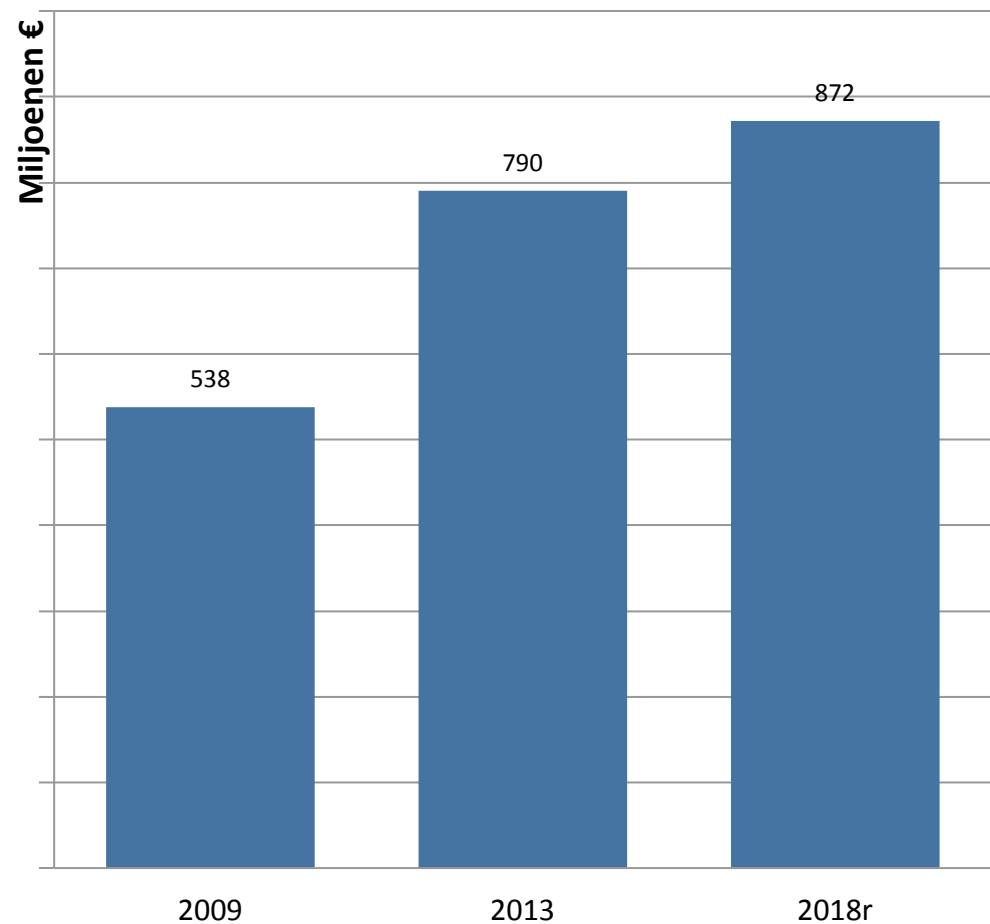


# Potplanten

## Marktomvang consumptiewaarde

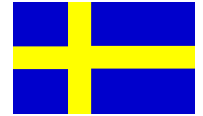


- De Zweedse markt heeft de afgelopen jaren zich zeer positief ontwikkeld.
- De komende jaren zal de Zweedse markt verder groeien maar wel in een langzamer tempo.

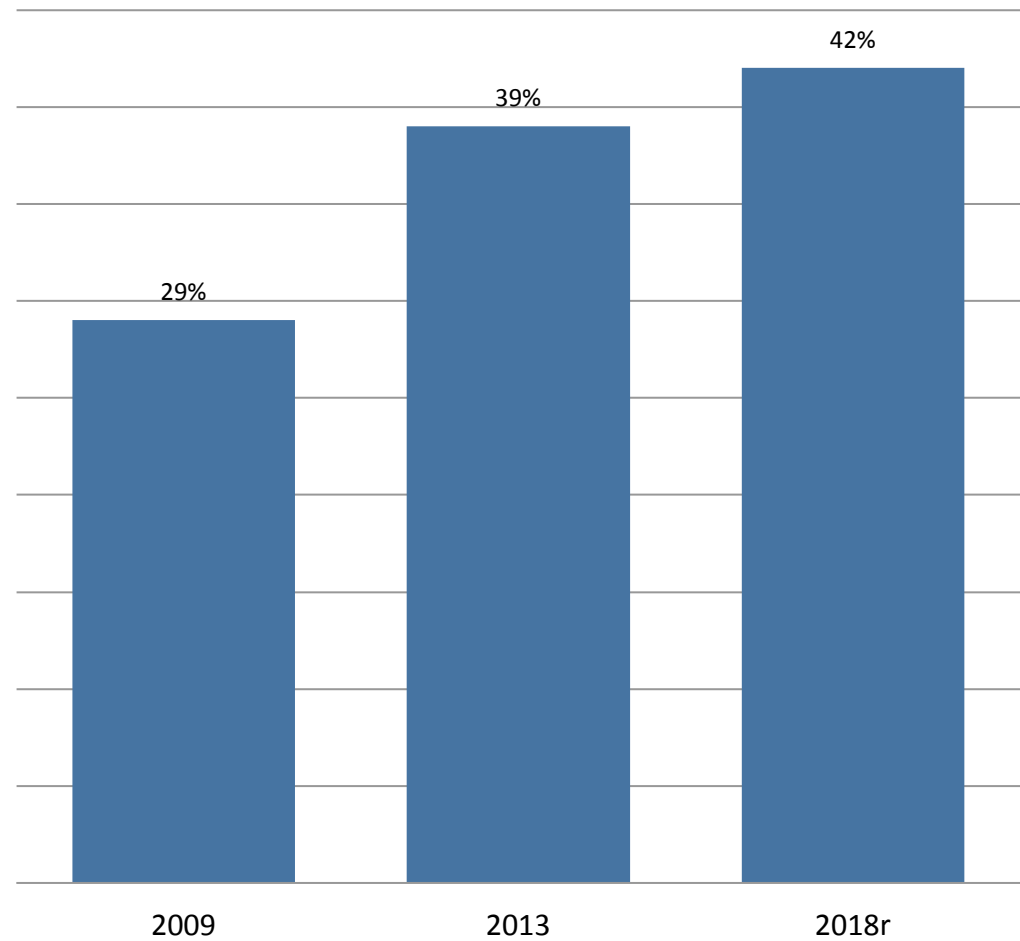


# POTPLANTEN

## Marktaandeel Nederland

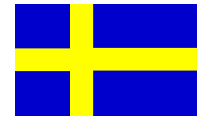


- Het marktaandeel van Nederland binnen de afzet van potplanten in Zweden groeit ten koste van vooral de Deense marktpositie.

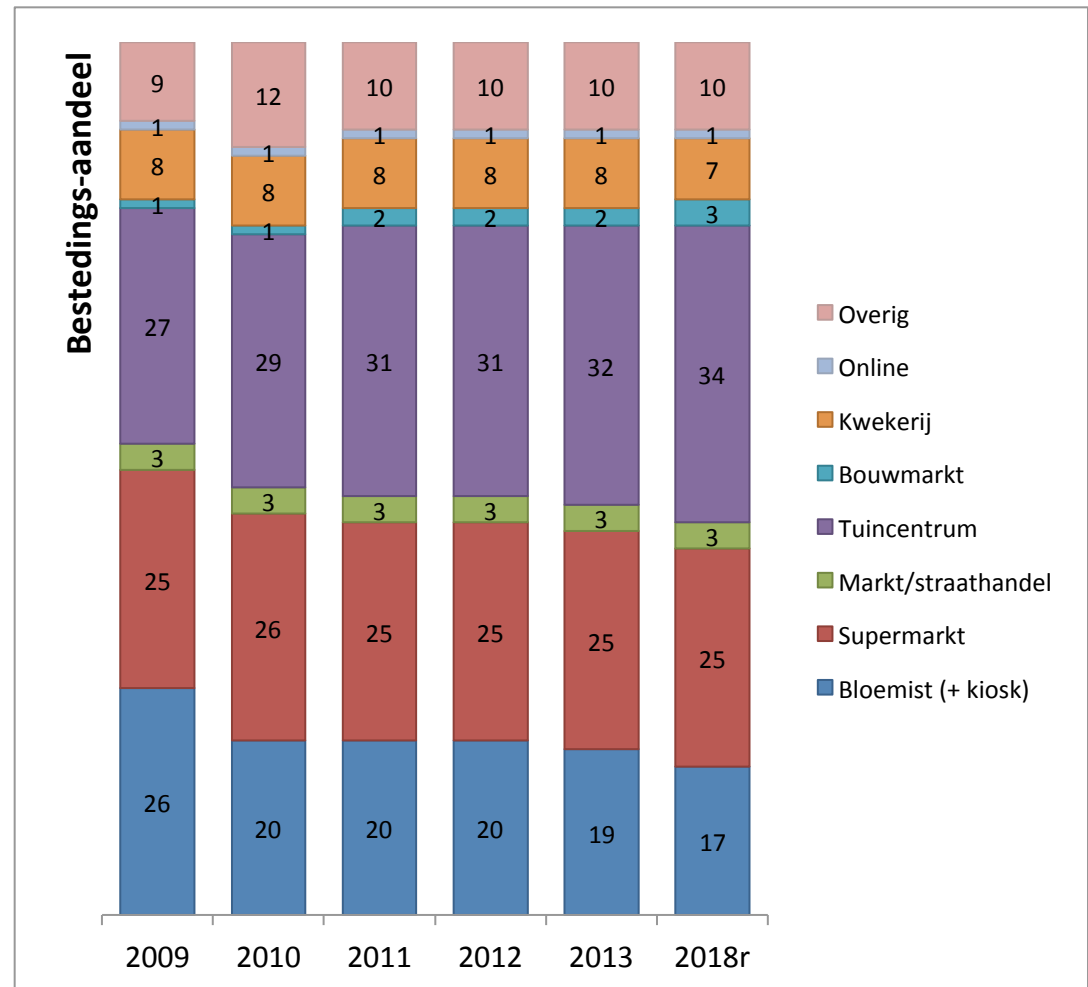


# KAMERPLANTEN

## Aankoopkanalen



- Zweden kopen kamerplanten vooral in het tuincentrum en de supermarkt.
- Vooral het tuincentrum wint aan belang.



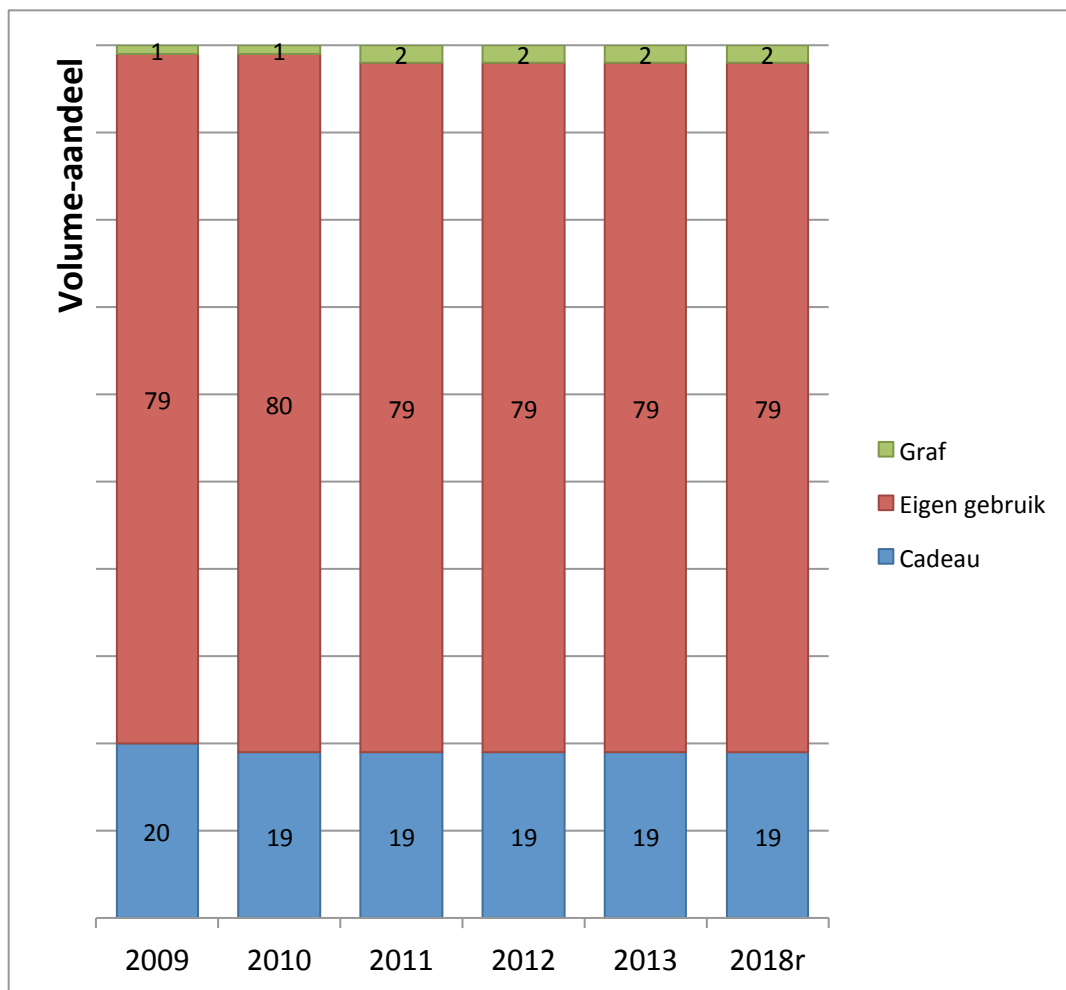
Bron: FloraHolland / raming BureauSierteelt.nl

# KAMERPLANTEN



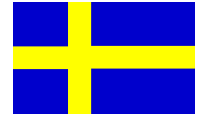
## Aankoopdoel

- In 2013 was 79% van de consumentenbestedingen aan kamerplanten bestemd voor eigen gebruik.
- Hierin komt weinig verandering.



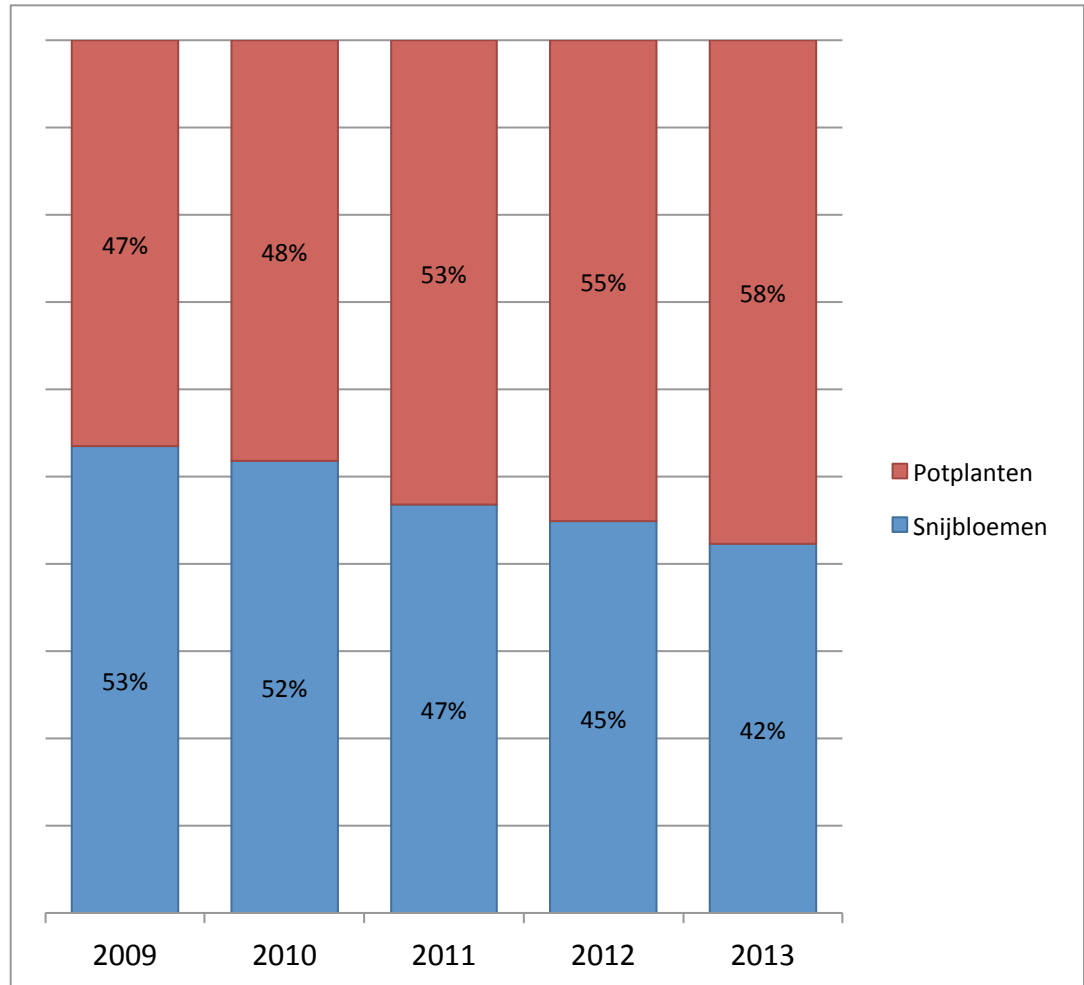
Bron: FloraHolland / raming BureauSierteelt.nl

# TOTAAL SNIJBLOEMEN EN POTPLANTEN



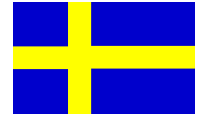
## Verhouding binnen export

- Binnen de Nederlandse export naar Zweden komt 45% voor rekening van snijbloemen.
- Het aandeel van potplanten neemt toe.



Bron: HBAG

# TOTAAL SNIJBLOEMEN EN POTPLANTEN



## Verhouding binnen consumptiewaarde

- Binnen de Zweedse consumptie hebben potplanten de overhand.

