



# PARTICULIERE BESTEDINGEN SIERTEELTPRODUCTEN DOEN HET NIET GOED

© W. De Geest

De totale sierteeltbesteding in België bedroeg in de periode juli 2015 tot juni 2016 311 miljoen euro of 33,25 euro per capita, dit is een daling met 6%. De oorzaken hiervan zijn het dalend aantal winkelbezoeken (bloemen en planten zijn immers een impulsproduct), de werkloosheid en de zwakke economische conjunctuur.

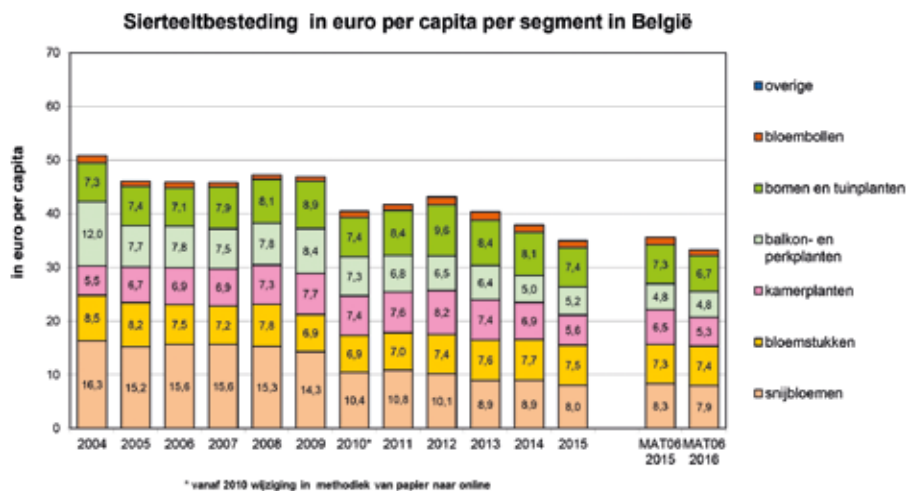
.....  
Willy De Geest

Bronnen: GfK Belgium en Luc Van Bellegem (VLAM)

Niet alleen de bestedingen maar ook het aantal kopers blijft zorgen baren. Dit aantal krimpt verder en bedraagt nu minder dan 44 op 100. In Vlaanderen ligt het aantal kopers met 43 op 100 zelfs nog iets lager. De meeste kopers vinden we bij de snijbloemen (21 op 100) gevolgd door de kamerplanten (19 op 100). Waar in 2004 de totale bestedingen in België nog uitkwamen op 462 mln euro zijn deze gezakt tot 311 mln euro (juli 2015 – juni 2016). Vlaanderen is goed voor 60% van de bestedingen, Wallonië neemt 30% voor zijn rekening.

De uitgaven aan snijbloemen zijn vergeleken met 10 jaar geleden gehalveerd. Bloemstukken daarentegen weten zich qua besteding te handhaven. Opvallend is ook de daling met ruim 38 % van de bestedingen aan perk- en balkonplanten, vergeleken met 10 jaar geleden. Ook de bestedingen aan kamerplanten en bomen en tuinplanten doen het na de betere jaren 2010 tot 2014 niet zo goed met een daling van respectievelijk 23% voor de kamerplanten en 5,6% voor de boomkwekerij.

Het bestedingsaandeel in België is als



volgt verdeeld: 24% snijbloemen, 22% bloemstukken, 16% kamerplanten, 15% perk- en balkonplanten, 20% bomen en tuinplanten en 3% bloembollen. Over de laatste 10 jaren is deze verhouding bij kamerplanten, perk- en balkonplanten niet danig veel gewijzigd. Enkel bij de snijbloemen tekende zich een flinke daling van het aandeel af (met bijna 30%) in het voordeel van het aandeel bloemstukken en boomkwekerij.

## EIGEN GEBRUIK

61% van de bestedingen van bloemen en groen is voor eigen gebruik of om te schenken binnen het gezin. Eén op vier aankopen is bedoeld om te schenken buiten het gezin. Acht jaar geleden was dit nog één op drie. De overige 13% van de sierteeltbestedingen is bestemd voor graf en/of uitvaart.

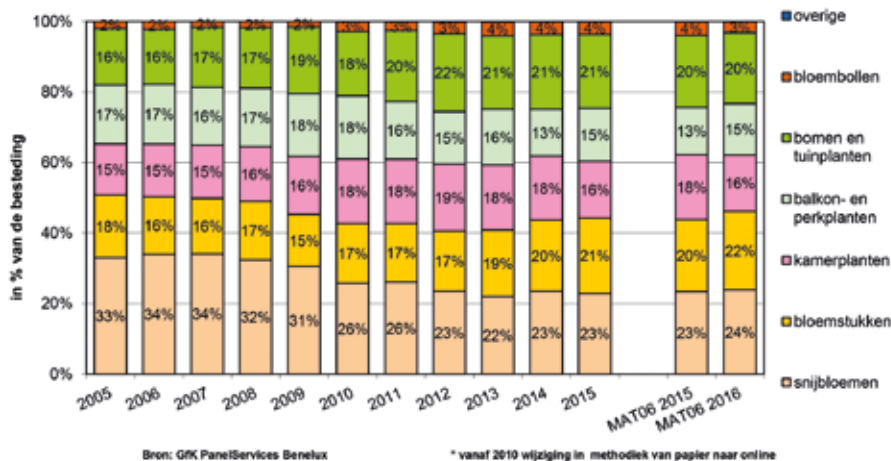
De aankoop van sierteeltproducten is sterk gebonden volgens leeftijd en activiteitsgraad.

De sierteeltbestedingen stijgen sterk met de leeftijd en liggen veel hoger bij de actieven dan bij de niet-actieven. Maar we zien enerzijds ook dat sinds 2004 bij alle leeftijdscategorieën het aantal kopers in dalende lijn is. Anderzijds is er bij de jongeren tussen 15 en 19 jaar een stijging te bemerken die zich sinds 2010 heeft ingezet en die zich vanaf 2015 duidelijker manifesteert en weer het niveau haalt van 2008. Een toeval of hebben hier de jongerencampagnes die via VLAM (Floor) gelanceerd worden bij de jongeren enig effect?

### TUINCENTRUM IS GROEIER

De bloemenwinkel die in het verleden veel terrein verloor, blijft marktleider met een marktaandeel van 37%, een aandeel dat het de laatste jaren kan vasthouden. Het tuincentrum is een groeier op lange termijn. Het aandeel van de verkoop in het tuincentrum bedroeg 10 jaar geleden maar 13% en is de laatste jaren gestegen tot meer dan een kwart en is dan ook het tweede belangrijkste aankoopkanaal geworden. De rechtstreeks verkoop aan particulier is voor bomen en tuinplanten nog altijd het grootst bij de kweker. Hier komen de perk- en balkonplanten op de tweede plaats. De buurtsupermarkt en supermarkten zijn op hun beurt nog altijd het belangrijkste kanaal voor de verkoop van snijbloemen en kamerplanten terwijl bloemstukken het meest bij de bloemenwinkel over de toonbank gaan. Op de openbare markt is het aandeel in de verkoop het best gespreid. ■

Bestedingsaandeel sierteelt per categorie in België



Sierteeltassortiment per distributiekanaal in België (op basis van bestedingen in MAT06 2016)

