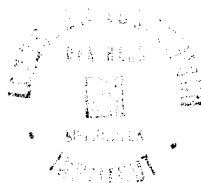


**LANDENNOTA
VERENIGD KONINKRIJK
BOOMKWEKERIJPRODUKTEN**

RAPPORTNR. PT 96-05



SIGN: R978-96/05
EX. NO:
NLV: 1996410513

**Den Haag, februari 1996
H.J.C.M. van Hassel**

2293924

**© Gebruik van de inhoud van dit rapport is toegestaan,
mits de bron duidelijk wordt vermeld**

INHOUDSOPGAVE

INHOUDSOPGAVE	3
INLEIDING	4
1 ALGEMEEN	5
1.1 Inleiding	5
1.2 Economie	5
2 DE BOOMKWEKERIJSEKTOR IN HET VERENIGD KONINKRIJK	7
2.1 Inleiding	8
2.2 Produktie	8
2.3 Invoer van boomkwekerijprodukten	9
2.4 Uitvoer van boomkwekerijprodukten	10
3 NEDERLANDSE EXPORT NAAR HET VERENIGD KONINKRIJK ...	11
3.1 Inleiding	11
3.2 Ontwikkeling van de Nederlandse export	11
3.3 Ontwikkeling Nederlandse export per maand	11
3.4 Export per afzetkanaal	12
3.5 Nederlandse export per regio	13
4 DE BRITSE MARKT VOOR BOOMKWEKERIJPRODUKTEN	14
4.1 Inleiding	15
4.2 Consumentenmarkt	15
4.2.1 Aankopen per regio	15
4.2.2 Uitgaven per produktgroep	16
4.2.3 Inkoopkanalen	16
4.3 Institutionele markt	16
4.3.1 Aankopen per regio	17
4.3.2 Uitgaven per produktgroep	18
4.3.3 Inkoopkanalen	18
4.4 Britse consument	19
5 VELDWERK VERENIGD KONINKRIJK	21
5.1 Inleiding	21
5.2 Produktie Engeland	21
5.3 Positie Nederland	21
5.4 Afzetmarkt in het Verenigd Koninkrijk	23
5.5 Consumentenmarkt	23
5.5.1 Tuincentra	24
5.5.2 Grootwinkelbedrijven GWB's	24
5.5.3 Postorder	25
5.6 Institutionele markt	25
6 SAMENVATTING	27

INLEIDING

Op verzoek van het Marketing Team voor de Boomkwekerij heeft het Produktschap voor Siergewassen een marktonderzoek uitgevoerd naar de Britse markt voor boomkwekerijprodukten. Het doel van het onderzoek is meer inzicht te krijgen in deze voor de Nederlandse boomkwekerij belangrijke afzetmarkt. Met behulp van de resultaten uit dit grotendeels beschrijvende onderzoek kan een verdere invulling worden gegeven aan een verdere ontwikkeling van de afzet naar dit land.

Het onderzoek is uitgevoerd in een drietal fasen. Allereerst heeft er desk-research plaatsgevonden waarbij reeds beschikbare informatie is vergaard. Daarna zijn gesprekken gevoerd met een aantal Nederlandse exportbedrijven die op deze markt actief zijn. Vervolgens is een bezoek gebracht aan Engeland en is gesproken met Britse kwekers en handelaren alsmede enkele organisaties. Tevens is een aantal verkooppunten bezocht.

1 ALGEMEEN

1.1 Inleiding

Het Verenigd Koninkrijk van Groot Brittannië en Noord-Ierland bestaat uit Engeland, Schotland en Wales, die samen het eiland Groot-Brittannië vormen, Noord-Ierland en een groot aantal eilanden en eilandengroepen. Hieronder vallen niet het eiland Man en de Kanaaleilanden. Deze genieten een vorm van zelfbestuur en vallen buiten het Verenigd Koninkrijk. Het eiland Man en de Kanaaleilanden hebben een eigen wetgeving en belastingsysteem, maar zijn direct ondergeschikt aan het staats-hoofd.



Het Verenigd Koninkrijk meet een oppervlakte van 244.755 km². Hiermee is het bijna zes maal zo groot als Nederland. In 1995 telde het land 58,3 miljoen inwoners. Engeland maakt veruit het grootste deel uit van het Koninkrijk. Bijna 83% van de bevolking is in Engeland woonachtig.

Tabel 1 Enkele demografische cijfers Verenigd Koninkrijk

	Oppervlakte	Inwoners	Hoofdstad	Inwoners
Engeland	130.460 km ²	48,1 mln	Londen	6.933.000
Schotland	78.772 km ²	5,4 mln	Edinburgh	422.000
Wales	20.764 km ²	2,8 mln	Cardiff	299.000
N-Ierland	14.121 km ²	1,7 mln	Belfast	297.000
Totaal	244.117 km²	58,3mln		

Bron: CBS

Qua oppervlakte is het Verenigd Koninkrijk na Frankrijk, Spanje, Duitsland en Italië het vijfde land binnen de Europese Unie. Qua bevolking komt het na Duitsland echter op de tweede plaats. Londen, de hoofdstad, is de grootste stad van het land. Het telt bijna 6,8 miljoen inwoners. Andere grote steden zijn Birmingham (938.000 inwoners), Leeds (677.000), Glasgow (654.000) en Sheffield (503.000).

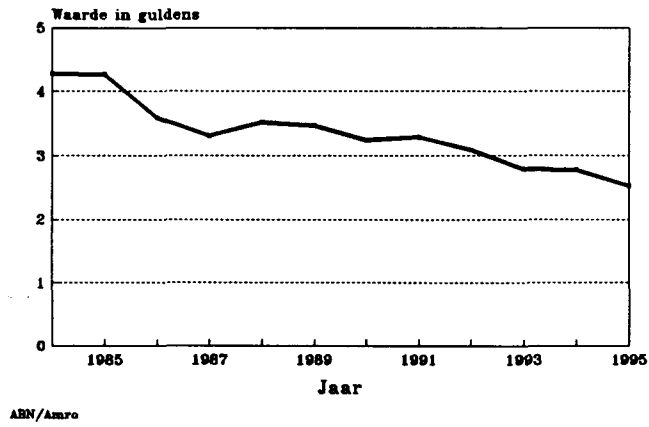
1.2 Economie

Het bruto binnenlands produkt (BBP) van het Verenigd Koninkrijk kwam in 1992 uit op £ 595 miljard. Hiermee vormt het de zesde economische grootmacht in de wereld. Het grootste deel van het BBP komt voor rekening van de dienstensector (62%) en de industrie (36%). De landbouw heeft een aandeel van slechts 2%.

Na de recessie in de periode 1979 - 1982 kende het Verenigd Koninkrijk een periode van forse groei. Als gevolg van sterke loonstijgingen stegen de prijzen en daarmee de inflatie. Eind jaren tachtig werd er van overheidswege ingegrepen. Een belangrijk gevolg hiervan waren de stijgende rentestanden. Veel gezinnen en bedrijven kwamen door die stijgende rentelasten, die voor korte leningen opliep tot 15%, in financiële problemen. Hiermee werd een recessie ingeleid, zoals die sinds de tweede wereldoorlog niet meer was voorgekomen. De toetreding van het Engelse pond sterling tot het EMS in oktober 1990 moest de hoge inflatieverwachtingen indammen. Omdat de rente echter te hoog bleef trad het pond in 1992, op 'black wednesday', weer uit diezelfde EMS. Dit veroorzaakte een koersval van zo'n 15%.

De daling van de wisselkoers en de lagere rentestand gaven de Britse economie weer nieuwe impulsen. Het tweede halfjaar van 1992 en 1993 toonden lichte groeicijfers. Ondanks de koersdaling van het Pond heeft de export vanuit het Verenigd Koninkrijk in 1993 een reële groei gekend van 6%. Voor 1994 zijn de verwachtingen positief. De expanderende binnenlandse vraag zal de belangrijkste motor blijven voor verdere verbeteringen.

Koersontwikkeling van het Britse pond



2 DE BOOMKWEKERIJSEKTOR IN HET VERENIGD KONINKRIJK

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt een aantal kencijfers weergegeven van de boomkwekerijsector in het Verenigd Koninkrijk. Het gaat hierbij om het areaal, de produktiewaarde alsmede in- en uitvoercijfers. Met behulp van deze cijfers wordt een beeld verkregen van de positie die de Britse boomkwekerijsector inneemt.

2.2 Produktie

De boomkwekerijsector in het Verenigd Koninkrijk kende in 1992 een voor de produktie beschikbaar areaal van 8.078 hectare. Gemeten naar de grootte van het land is dat is niet bijzonder veel. In Nederland lag het areaal boomkwekerij in datzelfde jaar op 9.341 hectare. In een land als Duitsland lag het areaal in 1992 op ruim 2.500 hectare. De produktiewaarde van de Britse boomkwekerij kwam in 1992 uit zo'n f 700 miljoen. Ook hier is de situatie vergelijkbaar met Nederland. Het areaal in het Verenigd Koninkrijk bestaat voor ruim tweederde uit vollegrondsteelt.

In de periode 1970 - 1992 heeft de boomkwekerijsector in het Verenigd Koninkrijk zich positief ontwikkeld. Zoals uit tabel 2.1 naar voren komt, groeide het areaal in die periode met bijna 40%. Vooral het bosplantsoen heeft hierin een belangrijke rol gespeeld. Hiervan is de produktie in de periode 1970 - 1992 bijna verdrievoudigd. Het nam toe van 892 hectare tot 2663 hectare. Het areaal sierplanten is in de periode 1970 - 1992 gestegen met 19%. Met een areaal van 4534 hectare is het de belangrijkste produktgroep in het Verenigd Koninkrijk. Het areaal fruitbomen is sinds 1970 afgenomen (-21%). Desondanks lijkt sinds 1990 een licht herstel zichtbaar.

Tabel 2.1 Ontwikkeling areaal boomkwekerij in het Verenigd Koninkrijk in hectaren

Jaar	Fruitbomen	Sierplanten	Bosplantsoen	Totaal
1970	1119	3819	892	5830
1980	970	4030	1843	6843
1985	860	3988	2182	7030
1990	778	4382	2495	7655
1992	881	4534	2663	8078

Bron: AIPH

Uit een vergelijking van enkele bronnen blijkt, dat het areaal containerteelt de laatste jaren sterk is gegroeid. In 1982 namelijk bestond 17% van het areaal uit boomkwekerijprodukten in container. In 1992 was dit aandeel reeds 28%. In aantal planten is de containerteelt in diezelfde periode gegroeid van ongeveer 60 miljoen stuks tot ruim 160 miljoen stuks. Onlangs gepubliceerde cijfers over 1994 tonen een verdere toename van de produktie tot 192 miljoen stuks.

Het aantal bedrijven in het Verenigd Koninkrijk, dat zich bezighoudt met de productie van boomkwekerijproducten, bedraagt enkele duizenden. In tegenstelling tot Nederland zijn er geen echte teeltgebieden in het Verenigd Koninkrijk. Er is een duidelijke spreiding over het land.

2.3 Invoer van boomkwekerijproducten

Gezien de 'geringe' produktiewaarde is het logisch dat het Verenigd Koninkrijk vrij veel boomkwekerijproducten importeert. In 1994 bedroeg de totale invoer in het land ruim f 106 miljoen. Dit maakt het na Duitsland de grootste importeur van boomkwekerijproducten in de Europese Unie. De invoer in het Verenigd Koninkrijk heeft zich de laatste jaren opvallend ontwikkeld. Eind jaren tachtig kende de invoer een jaarlijkse groei. De hoogste invoer werd bereikt in 1991, toen in totaal voor f 136,2 miljoen werd ingevoerd. De jaren daarna trad het verval in. In 1992 daalde de invoer naar f 126,1 miljoen, terwijl het jaar daarna nog maar f 94,5 miljoen werd geïmporteerd.

Het merendeel van de Britse import, namelijk 70%, bestond in 1994 uit sierstruiken. Hieronder vallen de sierheesters en de sierconiferen. Naast de sierstruiken hadden de vaste planten een aandeel van 17%, gevolgd door bosplantsoen (12%). De overige twee produktgroepen, fruitbomen en rozen, hadden met respectievelijk 4% en 3% een beperkt aandeel.

Het grootste deel van de Britse invoer is afkomstig uit Nederland. In 1994 lag het aandeel van Nederland op maar liefst 81%. Andere landen die boomkwekerijproducten invoeren zijn Frankrijk (6%), Duitsland (5%) en België/Luxemburg (3%). Wat opvalt is dat de Duitse invoer voornamelijk bestaat uit sierstruiken. De BLEU daarentegen is meer op bosplantsoen georiënteerd.

Tabel 2.2 Invoer in het Verenigd Koninkrijk in 1994 x f 1 mln

Produktgroep	Totale Invoer	waarvan uit Nederland	waarvan uit BLEU	waarvan uit Duitsland	waarvan uit Frankrijk
Fruitbomen	4,2	3,2	0,1	0,0	0,8
Bosplantsoen	16,1	13,8	0,8	0,1	0,7
Rozen	5,9	5,3	0,0	0,1	0,5
Sierstruiken	61,5	50,9	2,1	4,4	0,4
Vaste planten	18,5	13,4	0,2	0,0	4,3
Totaal	106,1	86,5	3,2	4,5	6,7

Bron: AIPH

In vergelijking met enkele jaren geleden is het aandeel van Nederland licht gedaald. In 1988 namelijk had Nederland nog een aandeel van ruim 83%. Daarnaast is het aandeel van België/Luxemburg gedaald. Tegenover het aandeel van 3% in 1994 stond een aandeel van 9%. Duitsland en Frankrijk zagen hun aandeel door de jaren licht stijgen.

2.4 Uitvoer van boomkwekerijprodukten

De boomkwekerijsector in het Verenigd Koninkrijk is gericht op de thuismarkt. De export bedraagt namelijk amper 10% van de invoer. In 1994 kwam de totale boomkwekerijexport uit op een waarde van f 6,9 miljoen. Belangrijkste afzetmarkt voor de Britse planten vormt de republiek Ierland. Bijna de helft van de export gaat naar het buurland. Verder gaat 16% naar Duitsland en 10% naar Spanje. Naar Nederland ging in 1994 slechts 4% van de Britse export.

De export uit het Verenigd Koninkrijk bestaat voor ruim 60% uit bosplantsoen. Verder maken fruitbomen 25% van de export uit, terwijl 6% bestaat uit rozen. Sierstruiken en vaste planten hebben een aandeel van slechts 3%. Het bosplantsoen is vooral op Ierland en Duitsland gericht. De export van vaste planten gaat vooral naar Nederland terwijl Spanje een belangrijke afnemer is van fruitbomen.

Tabel 2.3 Uitvoer uit het Verenigd Koninkrijk in 1992 x f 1 mln

Produktgroep	Totale Uitvoer	waarvan naar Ierland	waarvan naar Nederland	waarvan naar Duitsland	waarvan naar Spanje
Fruitbomen	1,7	0,4	0,1	0,3	0,5
Bosplantsoen	4,3	2,6	0,1	0,8	0,2
Rozen	0,4	0,1	-	-	-
Sierstruiken	0,2	-	-	-	-
Vaste planten	0,2	0	0,1	-	-
Totaal	6,9	3,1	0,3	1,1	0,7

Bron: AIPH

In vergelijking met enkele jaren geleden ontwikkelt de Britse export zich nauwelijks. In 1988 namelijk bedroeg de export nog f 8,7 miljoen. Ook toen waren Ierland en Duitsland de belangrijkste afnemers. Spanje was destijds nog niet in beeld. Het aandeel van bosplantsoen is sinds 1988 sterk toegenomen. Rozen en sierstruiken daarentegen hebben een afname gekend.

3 NEDERLANDSE EXPORT NAAR HET VERENIGD KONINKRIJK

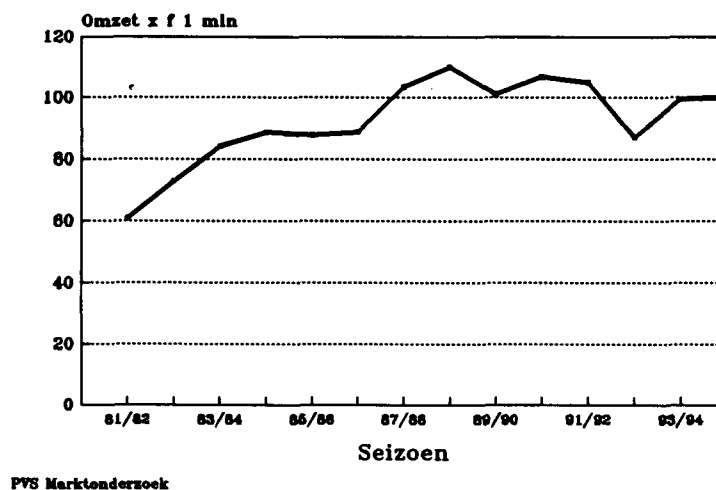
3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt verder ingegaan op de Nederlandse export van boomkwekerijproducten naar het Verenigd Koninkrijk. Op basis van de PVS-exportstatistiek wordt de ontwikkeling van de Nederlandse export naar het Verenigd Koninkrijk door de jaren heen geschetst. Tevens wordt een beeld gegeven van de export per afzetkanaal, terwijl ook de export vanuit de regio's wordt gevolgd. Daarnaast wordt aangegeven hoe de export door het seizoen tot stand komt.

3.2 Ontwikkeling van de Nederlandse export

De export van Nederlandse boomkwekerijproducten naar het Verenigd Koninkrijk heeft de laatste vijftien jaar een positief doch grillig verloop gekend. In de periode 1981/82 tot 1994/95 is de export gegroeid van zo'n f 60 miljoen naar bijna f 100 miljoen. Over de gehele periode is dat een toename van 63%. Dit komt neer op een gemiddelde jaarlijkse groei van 4%. Een blik op de ontwikkeling toont aan dat met name in de periode 1981-84 en in de periode 1987-89 een forse groei optrad. Sinds die laatste periode is er een stagnatie opgetreden. Dieptepunt hierin lag in het seizoen 1992/93, toen de export terugviel naar het niveau van half jaren tachtig. In het seizoen daarna trad het herstel op. Het afgelopen seizoen, 1994/95, heeft de export zich gestabiliseerd en is uitgekomen op een bedrag van f 100 miljoen.

Ontwikkeling export boomkwekerij-
producten naar het Verenigd Koninkrijk

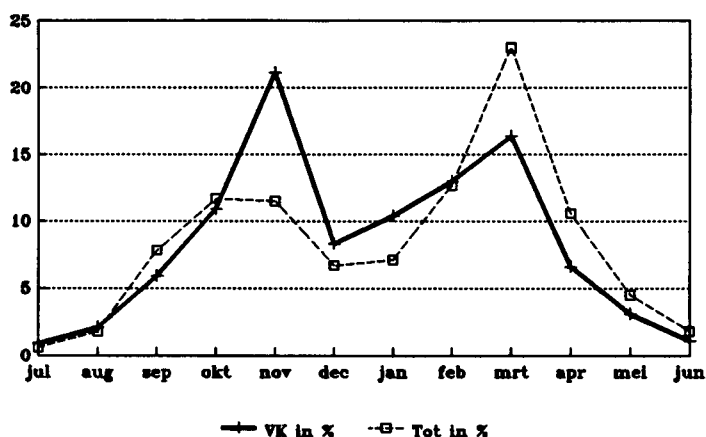


3.3 Ontwikkeling Nederlandse export per maand

De Nederlandse export van boomkwekerijproducten naar het Verenigd Koninkrijk komt, evenals de totaalexport, voornamelijk tot stand in het najaar (oktober tot en met december) en het voorjaar (februari tot en met april). In tegenstelling tot de totaalexport echter, vormt het najaar de belangrijkste periode in de export. Zoals onderstaande figuur aangeeft, wordt in de maand november het grootste deel afgezet, namelijk 21%. In maart vindt een tweede piek plaats, wanneer 16% van de afzet tot stand komt.

In vergelijking met de totaaluitvoer komt de export naar het Verenigd Koninkrijk later op gang, loopt door in de wintermaanden, en is na maart grotendeels voorbij. Dit is opmerkelijk, aangezien de jaarrondafzet ook in het Verenigd Koninkrijk steeds belangrijker wordt.

Export per maand, seizoen 1994/95
Ver. koninkrijk en totaal



PVS Marktonderzoek

3.4 Export per afzetkanaal

Het tuincentrum is het belangrijkste afzetkanaal voor Nederlandse boomkwekerijproducten in het Verenigd Koninkrijk. In het seizoen 1993/94 kwam de export naar dit type afnemers uit op f 30,7 miljoen. In vergelijking met voorgaande seizoenen echter is dat een afname. Ten opzichte van het seizoen 1991/92 is de Nederlandse export naar dit kanaal met maar liefst 19% gedaald. Naast het tuincentrum wordt een belangrijk deel van de export verhandeld aan de Britse groothandel (f 29,9 miljoen). Ofschoon minder sterk, is ook hier de afzet de laatste twee seizoenen gedaald, en wel met bijna 6%. De meest opvallende ontwikkeling valt te zien bij de boomkweker. Na een sterke terugval in het seizoen 1992/93 (- 32% in een seizoen) is de export in het seizoen 1993/94 weer met 39% gestegen.

**Tabel 3.1 Bruto exportomzet x miljoen gulden naar afzetkanaal
periode 1988/89 - 1993/94**

Afzetkanaal	1988/89	1990/91	1991/92	1992/93	1993/94
Tuincentrum	37,8	35,0	37,7	31,5	30,7
Boomkweker	28,6	20,5	21,8	14,8	20,5
Verzendhuis	12,1	12,9	9,0	10,9	14,3
Groothandel	23,5	34,1	31,7	28,6	29,9
Supermarkt	2,7	2,1	2,0	2,2	0,9
Overheid	3,4	1,4	1,4	1,1	0,6
Bouwmarkt	-	-	0,4	0,2	0,6
Fruitteler	-	-	-	-	1,1
Overig	1,9	0,5	0,9	0,7	0,8
Totaal	110,1	106,5	104,9	90,0	99,5

Bron: PVS

Het aandeel van de traditionele handel in de export naar het Verenigd Koninkrijk is in het seizoen 1992/93 gedaald. Bedroeg dit aandeel in het seizoen 1992/93 nog 89%, het afgelopen seizoen kwam dit aandeel op 85% uit.

3.5 Nederlandse export per regio

Evenals in de totaalexport, heeft de regio Boskoop het grootste aandeel in de Nederlandse export van boomkwekerijproducten naar het Verenigd Koninkrijk. Bedroeg het Boskoopse aandeel in de totaalexport in het seizoen 1994/95 zo'n 35%, in de export naar het Verenigd Koninkrijk kwam hun aandeel in dat seizoen uit op maar liefst 59%. Na Boskoop volgt de Bollenstreek, dat in 1994/95 een aandeel had in de export naar het Verenigd Koninkrijk van 16%. In vergelijking met de totaalexport is deze regio echter ondervertegenwoordigd op de Britse markt, aangezien het aandeel daar 27% bedraagt. Noord-Brabant en Noord Nederland hebben respectievelijk een aandeel van 8% en 6% in de export naar het Verenigd Koninkrijk. Voor Noord Nederland is het Verenigd Koninkrijk een relatief belangrijke afzetmarkt. Dit geldt niet voor Limburg. Deze regio heeft een aandeel van 4% in de exportnaar het Verenigd Koninkrijk, terwijl het aandeel in de totaalexport bijna 14% bedraagt.

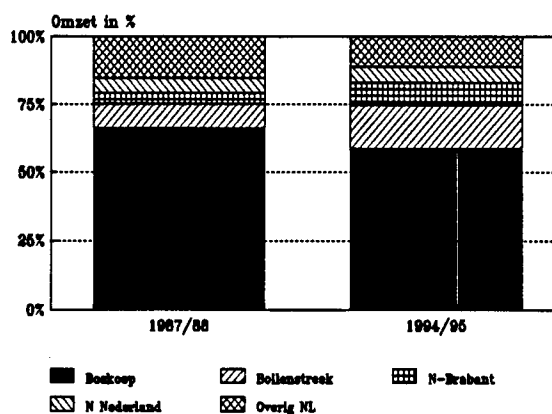
Tabel 3.2 Export van boomkwekerijproducten per regio, seizoen 1994/95

Regio	Omzet x f 1 mln	VK in %	Totaal in %
Boskoop	56,7	59	35
Bollenstreek	15,4	16	27
Noord-Brabant	8,0	8	8
Noord Nederland	5,8	6	3
Limburg	4,3	4	14
Opheusden	1,9	2	5
Noord Holland	0,6	1	4
Overig	3,8	4	4
Totaal	96,4	100	100

Bron: PVS

Een blik op de ontwikkeling van de laatste jaren toont aan, dat het aandeel van de regio Boskoop is afgenomen. Zoals uit bijgaande grafiek blijkt, is het aandeel van Boskoop gedaald van 67% in het seizoen 1987/88 naar de reeds genoemde 59% in het seizoen 1994/95. Het aandeel van de Bollenstreek daarentegen is in dezelfde periode toegenomen, en wel van 9% naar 16%. Ook het aandeel van Noord-Brabant heeft een toename gekend. In 1987/88 bedroeg het aandeel nog 4%, in het seizoen 1994/95 ruim 8%.

Ontwikkeling regioaandelen in de export naar het Verenigd Koninkrijk



PVS Marktonderzoek

4 DE BRITSE MARKT VOOR BOOMKWEKERIJPRODUKTEN

4.1 Inleiding

De Britse markt voor boomkwekerijprodukten kent in hoofdzaak twee deelmarkten, namelijk de consumentenmarkt en de institutionele markt. De consumentenmarkt is het belangrijkste in het Verenigd Koninkrijk. Op basis van een Brits onderzoek uit 1992 blijkt, dat ruim 70% van de totale produktiewaarde of groothandelswaarde werd afgezet op de consumentenmarkt. Dit komt overeen met een bedrag van f 513 miljoen. De institutionele markt nam f 201 miljoen af. De totaalmarkt omvatte derhalve f 714 miljoen. Ten opzichte van 1990, toen hetzelfde onderzoek werd uitgevoerd, is de omzet gegroeid met ruim 20%. Deze groei is geheel tot stand gekomen op de consumentenmarkt. In dit hoofdstuk worden beide segmenten behandeld. Tevens wordt de Britse consument belicht.

4.2 Consumentenmarkt

Met betrekking tot de consumentenmarkt worden drie onderdelen behandeld. Allereerst wordt gekeken naar de verdeling van de omzet van boomkwekerijprodukten over de verschillende regio's, vervolgens wordt aandacht besteed aan de verdeling van de bestedingen (op inkoopniveau) per produktgroep terwijl tot slot de inkoopkanalen van de tussenhandel worden behandeld.

4.2.1 Aankopen per regio

De regio London/South East heeft het grootste aandeel in de aankopen voor de consumentenmarkt. 30% Van de produktiewaarde voor de consumentenmarkt wordt in deze regio afgezet. De regio North/Scotland heeft een aandeel van 29% terwijl Midlands/East Anglia/Wales een aandeel heeft van 25%. De regio South/South West tenslotte heeft een aandeel in de afzet van 16%. Het is interessant de afzet naar de verschillende gebieden te vergelijken met het aantal mensen dat er woont. Hieruit blijkt, dat in de regio South/South West 16% van de boomkwekerijprodukten wordt afgezet, terwijl er maar 8% van de bevolking woont. In North/Scotland daarentegen wordt 'slechts' 29% afgezet, terwijl er ruim eenderde van de Britten woonachtig is.

Tabel 4.1 Aandeel regio's in de afzet van boomkwekerijprodukten, consumenten

Regio	Aandeel	Landelijk
London/South East	30%	31%
North/Scotland	29%	35%
Midlands/East Anglia/Wales	25%	25%
South/South West	16%	8%

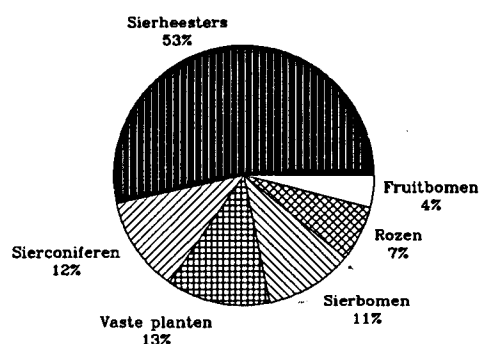
Bron: Euromonitor

Binnen de consumentenmarkt, die zoals gemeld in 1992 een omvang kende van f 513 miljoen, hebben tuincentra en groencentra een aandeel van maar liefst 84%. De grootwinkelbedrijven hebben een aandeel van 12%, terwijl bloemisten 4% marktaandeel hebben.

4.2.2 Uitgaven per produktgroep

Het in paragraaf 4.1 gememoreerde Britse onderzoek uit 1992 toont tevens aan hoe op groothandelniveau de uitgaven aan boomkwekerijprodukten zijn verdeeld over de verschillende produktgroepen. Hierbij is onderscheid gemaakt tussen consumentenmarkt en institutionele markt. Op de consumentenmarkt is een meerderheid van 54% van de uitgaven aan boomkwekerijprodukten besteed aan sierheesters. Voorts is 13% besteed aan vaste planten, 12% aan sierconiferen en 11% aan bomen. Aan rozen en fruitbomen is respectievelijk 7% en 4% besteed. De vergelijking met Nederland is opvallend. De consumentenbestedingen in Nederland bestaan namelijk voor ruim 45% uit vaste planten, terwijl sierheesters een aandeel hebben van een kleine 20%.

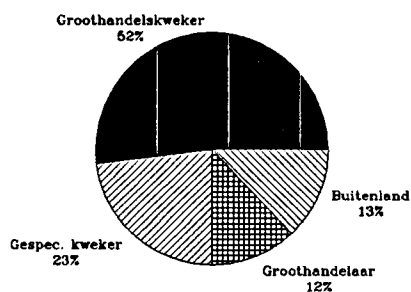
Uitgaven consumentenmarkt per produktgroep



Bron: Hort. Week

4.2.3 Inkoopkanalen

Inkopen per inkoopkanaal consumentenmarkt



Bron: Hort. Week

De groothandelskweker is het de belangrijkste inkoopkanaal voor de consumentenmarkt. Ruim de helft, ofwel 52% van de inkoop van boomkwekerijprodukten door Britse detaillisten vond in 1992 plaats bij groothandelskwekers. Voorts werd 23% ingekocht bij gespecialiseerde kwekers, 11% bij groothandelaren terwijl 13% van de inkoop van Britse kleinhandelaren plaatsvond bij buitenlandse leveranciers. Ook is gevraagd naar de mate van tevredenheid over de verschillende leveranciers. Het meest tevreden zijn de ondervraagden over gespecialiseerde kwekers. Maar liefst 94% geeft aan tevreden te zijn. Een groep van 89% is tevreden over de groothandelskweker, 83% over de buitenlandse leve-

rancier terwijl 78% aangeeft tevreden te zijn over de leveringen en service van de gespecialiseerde kweker. Uiteraard is ook gevraagd naar de factoren die een rol spelen bij de tevredenheid. De Britse tussenhandel geeft aan, vooral de kwaliteit van de geleverde planten belangrijk te vinden. Op een schaal van 1 tot 10 werd op dit aspect een score van 9,6 behaald. Voorts speelt 'value for money' (8,8) een rol, gevolgd door vriendelijke service (8,6) en de breedte van het assortiment (7,7). De respondenten die (een deel van) hun produkten in het buitenland inkopen is gevraagd om welke redenen zij dat doen. Hierbij blijkt de prijs belangrijk. Een meerderheid van 51% noemt dit. Voorts worden het assortiment (44%), de kwaliteit (31%) en de service (29%) genoemd. Ten opzichte van eenzelfde onderzoek eind jaren tachtig valt op dat de prijs bij de buitenlandse leveranciers belangrijker is geworden. Toen werd het brede assortiment als hoofdreden genoemd.

4.3 Institutionele markt

Ook met betrekking tot de institutionele markt kan een driedeling worden gemaakt, waarbij allereerst wordt gekeken naar het aandeel van de regio's in de bestedingen van boomkwekerijprodukten voor de institutionele markt. Daarnaast wordt ook dit segment aandacht besteed aan de verdeling van de bestedingen (op inkoopniveau) per produktgroep. Hierbij kan tevens een uitsplitsing worden gemaakt tussen de twee belangrijkste afnemersgroepen, de overheid en de groenvoorzieners. Tot slot worden de inkoopkanalen van de tussenhandel behandeld.

4.3.1 Aankopen per regio

Binnen de institutionele markt, met een omvang van f 201 miljoen in 1992, hebben de groenvoorzieners (landscape contractors) een aandeel van 71%. Gemeenten hebben een aandeel van 21%. Landelijke overheden, projektontwikkelaars en nutsbedrijven hebben samen een aandeel van 6%, terwijl nationale parken 2% marktaandeel hebben. Wanneer de afzetcijfers wederom worden vergeleken met de landelijke cijfers met betrekking tot bevolking, valt direct de afzet naar London/South East op. Hoewel 31% van de bevolking er woonachtig is, wordt slechts 15% van de produkten voor de institutionele markt in dit gebied verhandeld. Het gebied North/Scotland daarentegen neemt bijna de helft van de afzet af.

Tabel 4.2 Aandeel van de regio's in de afzet van boomkwekerijprodukten, institutionele markt

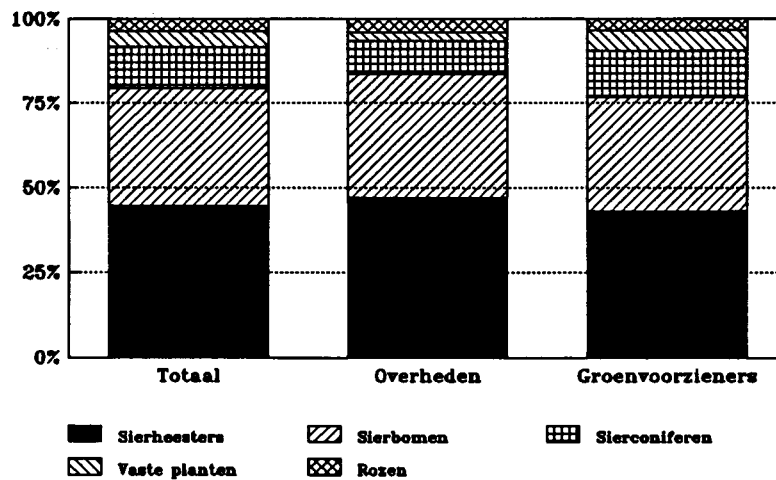
Regio	Aandeel	Landelijk
London/South East	15%	31%
North/Scotland	48%	35%
Midlands/East Anglia/Wales	27%	25%
South/South West	10%	8%

Bron: Euromonitor

4.3.2 Uitgaven per produktgroep

Met betrekking tot de uitgaven op produktniveau wijkt het beeld op de institutionele markt duidelijk af van dat op de consumentenmarkt. Ook hier vormen de sierheesters de belangrijkste bestedingsbron, met een aandeel van 45%. Het aandeel van sierbomen is hier logischerwijs hoger. Maar liefst 35% van de uitgaven aan boomkwekerijprodukten wordt aan Sierbomen gespendeerd. Sierconiferen hebben ook hier een aandeel van 12%, gevolgd door rozen en vaste planten (beiden 4%). Bij de uitgaven is een onderscheid gemaakt tussen de bestedingen door overheden (public sector) en groenvoorzieners (private landscape sector). De groenvoorzieners hebben met een aandeel van 59% het grootste aandeel in de institutionele markt. Zoals uit bijgaande figuur blijkt, besteden de groenvoorzieners relatief meer aan sierconiferen en vaste planten, terwijl overheden meer uitgeven aan sierheesters en sierbomen.

Uitgaven aan boomkwekerijprodukten door overheden, groenvoorzieners en totaal



Bron: Horticulture Week

4.3.3 Inkoopkanalen

Evenals bij de consumentenmarkt is van de institutionele markt bekend hoe de inkoop van boomkwekerijprodukten is verdeeld over de verschillende typen leveranciers. Veel meer dan bij de consumentenmarkt speelt de groothandelskweker een belangrijke rol; maar liefst 74% van de inkoop vindt hier plaats. Daarnaast wordt 12% ingekocht bij gespecialiseerde kwekers, 11% bij groothandelaren terwijl slechts 2% van de boomkwekerijprodukten wordt betrokken van buitenlandse leveranciers.

4.4 Britse consument

De Britten staan bekend om hun voorliefde voor de tuin. In het voorjaar gaan ze al vroeg aan het werk in de tuin (weer of geen weer) en dat houden ze vol. Het is opvallend dat maar liefst 84% van de Engelse huishoudens een tuin heeft. Dat is het hoogst in heel Europa. Ter vergelijking, in Nederland heeft 72% van de huishoudens een tuin, in Duitsland 60% en in Frankrijk 58%. Een illustratie van de tuinliefde in het Verenigd Koninkrijk zijn de tuinprogramma's. Op vrijdagavond, het ideale moment om de consument te inspireren om in het weekend in de tuin te werken, worden in het tuinseizoen op prime time op twee verschillende tv-zenders tuinprogramma's uitgezonden.

De uitgaven aan tuinplanten (één- en meerjarigen) in het Verenigd Koninkrijk hebben de afgelopen jaren een gematigde groei gekend. Zeker gezien de economische situatie is dat opvallend te noemen. In de periode 1990-1994 zijn de totale uitgaven aan siergewassen in het Verenigd Koninkrijk met bijna 10% gestegen. Dit komt neer op een gemiddelde jaarlijkse groei van 2,5%. In waarde bedroeg de omzet in 1994 bijna f 2,8 miljard op consumentenniveau.

In het najaar van 1992 heeft 28% van de Britten tuinplanten gekocht. Dat is een hoog percentage. In Nederland lag dat percentage in die periode onder de 20%. Er zijn wel duidelijke verschillen tussen de te onderscheiden bevolkingsgroepen. Personen in de leeftijd van 45-54 jaar kopen vaker tuinplanten. Binnen deze groep is de penetratie het hoogst, namelijk 38%. Bij personen tot 35 jaar is de penetratie het laagst. Deels is dat te verklaren doordat in deze groep het tuinbezit lager is.

In de hogere sociale klassen ligt de aankoop van tuinplanten hoger dan in de lagere sociale klassen. In sociale klasse AB heeft 39% in het najaar van 1992 tuinplanten gekocht, aanzienlijk meer dan de 28% landelijk. In klasse C1 lag de penetratie op 33%, in C2 op 28%. In klasse DE, de laagste sociale klasse, heeft in het najaar van 1992 slechts 18% gekocht.

Per regio zijn aanzienlijke verschillen te zien in het aantal kopers. Zoals tabel 4.3 laat zien, is de penetratie in de West Midlands het hoogst. In het najaar van 1992 heeft 37% van de volwassenen in dit gebied tuinplanten gekocht. Ook in London (35%), Yorkshire and Humberside (34%) en South is het aantal kopers hoog. In Wales, North en Scotland daarentegen ligt het aantal kopers fors lager. Voor de twee laatstgenoemde regio's kan de lage penetratie worden verklaard door het feit, dat het tuinbezit er vrij laag ligt. In vergelijking met het landelijke tuinbezit van 84% ligt dat in North en Scotland op respectievelijk 77% en 75%.

Tabel 4.3 Penetratie tuinplanten per regio

Regio	Penetratie	Tuinbezit
West Midlands	37%	87%
London	35%	83%
Yorkshire and Humberside	34%	84%
South-west	31%	88%
South-east	30%	89%
North-west	24%	81%
East Midlands	21%	87%
Wales	17%	83%
North	15%	77%
Scotland	15%	75%

Bron: Euromonitor

5 VELDWERK VERENIGD KONINKRIJK

5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk volgt een weergave van fase drie van het onderzoek, het veldwerk in Engeland. Hiervoor zijn gesprekken gevoerd met een twaalftal Engelse kwekers en handelaren. Dit betreft grote bedrijven die op de particuliere en/of op de institutionele markt actief zijn. Voorts is een aantal verkooppunten bezocht. In dit hoofdstuk worden de belangrijkste resultaten besproken.

5.2 Productie Engeland

De Engelse bedrijven zijn redelijk positief over de ontwikkeling van de boomkwekerijsector in eigen land. In vergelijking met een tiental jaren geleden is het aantal kwekers toegenomen, terwijl ook de bedrijfsgrootte is gegroeid. De kwekers kunnen ook in toenemende mate leveren wat gevraagd wordt. Dit betreft met name het kwaliteitsniveau van de produkten, dat veel constanter is geworden. In vergelijking met een aantal jaren terug is ook de verkrijgbaarheid verbeterd.

Britse bedrijven stellen veel belang in een goede relatie met leveranciers. Het kost moeite goede en betrouwbare leveranciers te vinden, waarbij de nadruk ligt op het leveren van de juiste produkten in de afgesproken aantallen op de gewenste tijden. Goede relaties zijn derhalve zeldzaam en worden in zekere zin gekoesterd.

5.3 Positie Nederland

Door het toegenomen aanbod alsmede de verbeterde kwaliteit heeft de export vanuit Nederland meer concurrentie gekregen van het Britse produkt. Een bijkomend nadeel voor de Nederlandse invoer (en ook van andere landen) is de reeks van devaluaties van het Pond Sterling. Daardoor zijn de geïmporteerde produkten fors duurder geworden. Voor de Nederlandse export, grotendeels gestoeld op een scherpe prijsvoering is dat een groot nadeel. Uit het merendeel van de gesprekken kwam namelijk naar voren, dat prijs een belangrijk argument is om zaken te doen met Nederlandse bedrijven.

Naast het prijsimago heeft de Nederlandse handel een goede naam met betrekking tot verkrijgbaarheid. Nederlandse bedrijven kunnen gevraagde produkten vrijwel altijd leveren. Dit is met name bij zogenaamde 'speciale' produkten een voordeel. Hierbij komt wel de dreiging naar voren, dat voor de 'gewone' produkten de Britse kweker een goed alternatief vormt. Omtrent de kwaliteit van de Nederlandse produkten zijn de Engelse bedrijven tevreden.

De Engelse bedrijven waarmee is gesproken, zijn zonder uitzondering goed op de hoogte van de situatie in Nederland. Ze kennen veel bedrijven, kennen de regio's met

de bijbehorende specialismen. Ook de toegankelijkheid is goed. Een veelgehoord argument van de ondervraagde bedrijven luidt dat het vaak gemakkelijker is een goed assortiment in Nederland in te kopen dan in Engeland. Bovendien is het in Nederland vaker mogelijk de gewenste aantallen te verkrijgen.

Wanneer een Engelse kweker of handelaar grote aantallen zoekt, is Nederland vaak de aangewezen leverancier. Dat geldt ook bij speciale produkten. Daarnaast blijkt Nederland de aangewezen leverancier van vaste planten.

Een tweetal aspecten is vaak genoemd ten nadele van de Nederlandse leverancier. Hoewel de Britten een voorkeur hebben voor grotere potmaten, wil of kan de Nederlandse leverancier dit niet leveren. In het Verenigd Koninkrijk echter worden grote potmaten gezien als een kwaliteitsaspect. Waar voor een Nederlandse exporteur een tweeliter container volstaat, wensen de Engelsen een drieliter container. Om hieraan tegemoet te komen moet de Nederlandse exporteur zijn produkt aanpassen, al zullen zijn transportkosten hoger worden.

In het Verenigd Koninkrijk bestaat bij de tussenhandel een voorkeur voor boomkwekerijprodukten voorzien van een duidelijk steeketiket. De detailhandel verwacht dat de leverancier de etikettering van de produkten verzorgt. Dit geldt met name op de consumentenmarkt. Bovendien moet een etiket voldoen aan de Britse normen. De in Engeland gebruikte steeketiketten zijn groter en bevatten een duidelijke kleurenfoto van het produkt in bloei. Zoals bijgaande illustratie aangeeft bevat het Engelse etiket bovendien veel informatie. Voor Nederlandse exporteurs is het noodzakelijk te voldoen aan de Britse normen. En niet, zoals verschillende malen is geconstateerd, Nederlandse etiketten op de Britse verkooppunten.



**CHAMAECYPARIS
PISIFERA
'Sungold'**

A delightful, mound-forming conifer with bright golden thread-like foliage, brightest in full sun.

Height in 10 Years
24in (60cm) approx.

Position

Will tolerate any well drained soil. Full sun or partial shade.

Planting

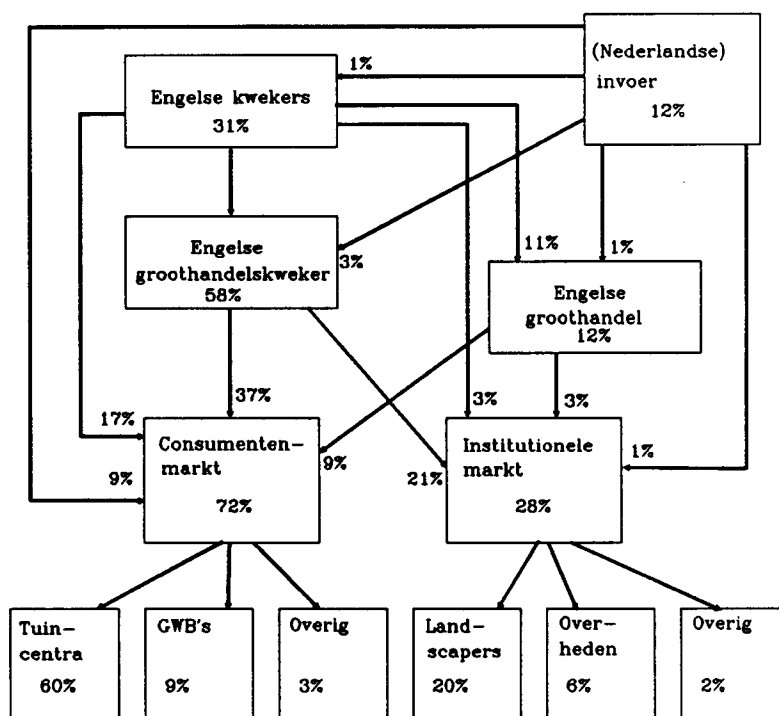
Water well before planting. Avoid damaging the rootball. Incorporate plenty of moist peat into and around the planting hole.

Aftercare

A spring top-dressing of an appropriate fertiliser is beneficial to good foliage growth.
Do not allow to dry out, especially in drought conditions.

5.4 Afzetmarkt in het Verenigd Koninkrijk

De markt voor boomkwekerijproducten in het Verenigd Koninkrijk vertoont een duidelijk beeld. De productie komt van Engelse kwekers, aangevuld door invoer uit met name Nederland (zie hoofdstuk 2). Via deze schakels wordt rechtstreeks of via de groothandel geleverd aan de markt. De markt bestaat, zoals uit bijgaande figuur blijkt, uit de consumentenmarkt en de institutionele markt. De consumentenmarkt, waarop in paragraaf 5.5 nader wordt ingegaan, bestaat voornamelijk uit de tuincentra en grootwinkelbedrijven. De institutionele markt, die in paragraaf 5.6 aan bod komt, kent in de landscapers en gemeenten de belangrijkste afnemers.



5.5 Consumentenmarkt

De levering van boomkwekerijproducten voor de consumentenmarkt stelt specifieke eisen aan het produkt. Uit de gesprekken met de Engelse bedrijven kwam naar voren, dat kwaliteit op de consumentenmarkt zeer belangrijk is. Een van de ondervraagden merkte hierbij op, dat op de institutionele markt een koper een veelheid aan produkten afneemt, terwijl op de consumentenmarkt elk produkt een koper kent. De prijzen op de consumentenmarkt zijn in vergelijking met de institutionele markt goed. In paragraaf 5.6 wordt hierop teruggekomen. Tot slot is het gewenste serviceniveau op de consumentenmarkt hoger.

5.5.1 Tuincentra

Engeland telt ongeveer 2000 tuincentra. Afgemeten aan de bevolking is dat vergelijkbaar met Nederland. Hieronder vallen enkele ketens met vele vestigingen, zoals Wyevale, Hilliers en Notcutts. Kenmerkend aan Engelse tuincentra is het bijzonder brede assortiment. Er wordt allereerst een volledig assortiment levende tuinprodukten gevoerd van boomkwekerijprodukten, bloembollen tot potplanten en snijbloemen. Ook het assortiment niet-levende tuinprodukten is breed. Tuingereedschappen, potten, tuinhekken, tuinboeken, kunstbloemen en dergelijke zijn er in ruime mate aanwezig. Voor de beide genoemde produktcategorieën is het assortiment breder dan in Nederland. Naast de genoemde produkten worden vele, voor Nederland branchevreemde produkten gevoerd. Dit omvat onder andere aardewerk, wenskaarten, huisdieren, pannen, glaswerk enzovoorts. Voorts heeft elk zichzelf respecterend Engels tuincentrum een restaurant. Meer dan in Nederland is het tuincentrum er derhalve ingericht voor een dagje uit. Het gegeven dat Engelse tuincentra ook op zondag geopend zijn heeft hierop zeker een invloed.

In tegenstelling tot Nederland is de algehele presentatie op een tuincentrum minder goed verzorgd. Het is er rommelig en ietwat onverzorgd. Tevens wordt er veel minder gewerkt met sferen. Het is er kaler. Uiteraard zijn er uitzonderingen. Enkele uitzonderlijke tuincentra zijn Bridgemere nurseries en Haskins garden centers.

De kwaliteit van de produkten op het tuincentrum is goed. Uitzondering hierop vormen coniferen die vaak weinig compact zijn. De prijzen voor dit produkt daarentegen zijn erg hoog. De overgrote meerderheid van de produkten staat in container.

Op de Britse tuincentra wordt goed gebruik gemaakt van produktpromotie. Veelgebruikt zijn posters en fotomateriaal. Ook wordt gebruik gemaakt van speciale thema's, zoals 'The national heather week'. Voorts is het opvallend dat enkele grote leveranciers van boomkwekerijprodukten werken met merknamen. Dit betreft meestal de firmanaam. Een voorbeeld hiervan is Hilliers. Deze produkten zijn voorgeprijsd en bevatten een barcodering. Een ander opvallend promotioneel initiatief betrof een prijsvraag van het BBC-programma Gardener's World. Om de najaarsaankopen te stimuleren is in samenwerking met de bedrijven Blakedown nurseries, Blooms of Bressingham en Notcutts een prijsvraag opgezet.

5.5.2 Grootwinkelbedrijven GWB's

De grootwinkelbedrijven vormen een belangrijk aankoopkanaal voor tuinprodukten in Engeland. Boomkwekerijprodukten hebben hierin een wezenlijk aandeel. Evenals in Nederland is het assortiment er smal en ondiep. De kwaliteit van de produkten is lager dan bij tuincentra. Dit geldt ook voor het prijsniveau. De etikettering daarentegen is er vergelijkbaar die op de tuincentra.

Een veelgehoorde theorie in Engeland betreft het profiel van de consument bij de verschillende outlets. De consument bij een grootwinkelbedrijf is een andere dan de koper bij een tuincentrum. De consument bij het grootwinkelbedrijf heeft geen of weinig kennis van tuinieren. In veel gevallen gaat het dan om jonge mensen met hun eerste tuin. De consumenten binnen deze groep, die meer interesse in tuinieren gaan ontwikkelen, krijgen naar verloop van tijd een grotere informatie- en keuzebehoefte waaraan het grootwinkelbedrijf niet kan voldoen. Het tuincentrum is dan de aangewezen plaats voor deze kopers.

5.5.3 Postorder

De postorderbedrijven hebben een beperkt aandeel in de tuinmarkt in het Verenigd Koninkrijk. Dit zal niet sterk wijzigen. Dit segment wordt bediend door enkele grotere bedrijven.

5.6 Institutionele markt

De institutionele markt bestaat uit een drietal segmenten. Overheden, landscapers en projektontwikkelaars. De eerste twee segmenten omvatten het leeuwedeel van de markt. Er is wel een duidelijke ontwikkeling gaande, waarbij de rol van de overheden kleiner wordt ten faveure van de landscapers. Als gevolg van de privatisering wordt de groenafdeling bij veel gemeenten ingekrompen en worden aanleg en onderhoud uitbesteed. Volgens enkele grotere leveranciers bestond vijf tot tien jaar geleden bijna 80% van de afzet uit leveranties aan gemeenten terwijl de overige leveranties aan landscapers betrof. Nu is die verhouding omgekeerd. Voor de leveranciers van boomkwekerijprodukten vergt dit een andere benadering. Allereerst betreft dit de zakelijke benadering. Als leverancier bouwde je een relatie op met vertegenwoordigers bij gemeenten en werd voor verschillende projekten binnen de gemeente intensief samengewerkt. Een landscapers daarentegen schrijft bij elke nieuwe opdracht een tender uit. De leverancier met de beste inschrijving krijgt de opdracht. Hoewel de kwaliteit hierbij belangrijk is, met name in het geval van uitval, worden de inschrijvingen voornamelijk beoordeeld op het prijsniveau.

De toegenomen invloed van landscapers heeft ook gevolgen voor de werkwijze van de leveranciers van boomkwekerijprodukten. Een landscapers wil in kleine partijen uitgeleverd worden en derhalve vaker. De landscapers hebben minder logistieke faciliteiten ter beschikking dan gemeenten. Hierdoor komt er meer verantwoordelijkheid op de schouders van de leverancier. Bovendien wil de landscapers een totaalpakket inkopen. Ook produkt- en teeltinformatie moet door de kweker verzorgd worden. Voor de leveranciers in Engeland is in vergelijking met enkele jaren geleden dan ook een grotere verantwoordelijkheid ontstaan. Hij levert niet alleen het fysieke produkt, maar een totaalpakket. Aangezien de prijzen zich in deze periode niet positief ontwikkeld hebben, wordt er een steeds grotere wissel getrokken op de boomkwekers.

De institutionele markt in het Verenigd Koninkrijk kent een seizoen van november tot en met april. De maanden november en maart vormen hierin de piekperioden. Dit wordt veroorzaakt doordat het boekjaar bij Britse overheden loopt van april tot en met maart. Nieuwe budgetten kunnen derhalve pas in het najaar worden aangewend. De laatste gelden daarentegen moeten in maart worden opgemaakt.

6 SAMENVATTING

Het Verenigd Koninkrijk vormt de op een na belangrijkste exportmarkt voor Nederlandse boomkwekerijproducten. Per seizoen wordt voor ongeveer f 100 miljoen op deze markt afgezet. In de totale invoer heeft Nederland hiermee een aandeel van 81%. De eigen produktie in het Verenigd Koninkrijk bedroeg enkele jaren geleden zo'n f 700 miljoen.

De laatste jaren is de Nederlandse export naar het Verenigd Koninkrijk enigszins gestagneerd. Dit is voornamelijk veroorzaakt door de economische recessie in het land, waardoor de koers van het Pond Sterling fors gedaald is. Voor de komende periode lijkt de economie zich te herstellen.

De consumentenmarkt vormt het belangrijkste segment op de Britse markt voor boomkwekerijproducten. Maar liefst 70% van de produktiewaarde, ofwel zo'n f 500 miljoen, wordt via dit kanaal verhandeld. Sierheesters vormen hierbinnen het belangrijkste produkt. Maar liefst 53% van de produktiewaarde voor dit segment bestaat uit sierheesters. voor het overige deel hebben vaste planten (13%), sierconiferen (12%) en sierbomen (11%) een redelijk aandeel. De institutionele markt, ongeveer f 200 miljoen in omvang, bestaat voor 45% uit sierheesters. Op dit segment hebben sierbomen een belangrijk aandeel (35%). Het aandeel van sierconiferen (12%) en met name vaste planten (4%) is lager dan op de consumentenmarkt.

De groothandelskweker is het belangrijkste inkoopkanaal voor de Britse tussenhandel. Op de consumentenmarkt wordt 52% van de inkopen gedaan bij de groothandelskweker. Daarnaast wordt 23% ingekocht bij gespecialiseerde kwekers, 12% bij groothandelaren en 13% van buitenlandse leveranciers. Op de institutionele markt speelt de groothandelskweker een nog grotere rol. Maar liefst 74% van de inkopen vindt hier plaats. Gespecialiseerde kwekers hebben een aandeel van 12% terwijl 11% bij groothandelaren wordt ingekocht. Van buitenlandse leveranciers wordt slechts 2% van de boomkwekerijproducten ingekocht. De tussenhandel in het Verenigd Koninkrijk is tevreden over leveranciers. Meer dan driekwart geeft dit aan. Bij gespecialiseerde kwekers is de tevredenheid het hoogst. Hier geeft maar liefst 94% van de tussenhandel aan tevreden te zijn. Over buitenlandse leveranciers is 83% tevreden. Bij de mate van tevredenheid over leveranciers speelt vooral de kwaliteit van geleverde planten een rol. Verder let de tussenhandel op de 'value for money', de vriendelijke service en de breedte van het assortiment.

De inwoners van het Verenigd Koninkrijk staan bekend om hun voorliefde voor tuinieren. Binnen Europa kent het ook het hoogste tuinbezit. Maar liefst 84% van de huishoudens heeft een tuin. In het najaar van 1992, de meest recente meetperiode, kocht 28% van de Britse gezinnen tuinplanten. Dat is fors hoger dan in Nederland, waar dat percentage in diezelfde periode onder de 20% lag. Per regio zijn er grote verschillen. Zo lag de penetratie in West Midlands op 37%, terwijl in het Noorden en Schotland slechts 15% van de huishoudens in de genoemde periode boomkwekerijproducten kocht.

De bezochte Engelse bedrijven zijn positief over de Nederlandse leveranciers. Ze roemen de service, waarbij snelle levering centraal staat. Ook het kunnen leveren van een breed assortiment wordt gewaardeerd. Over de kwaliteit is ook tevredenheid. De prijs van de Nederlandse producten vormt een nadeel. Door de devaluaties van het Pond Sterling is het Nederlandse produkt aanzienlijk duurder geworden. Bovendien is de concurrentie toegenomen door een zich uitbreidende eigen produktie in het Verenigd Koninkrijk.

Een punt van aandacht voor het Nederlandse produkt blijkt de potmaat. In Engeland wordt kwaliteit gekoppeld aan de grootte van de pot. De potmaat van de Nederlandse producten is kleiner en wordt derhalve als een mindere kwaliteit ervaren. Een ander aspect betreft de etikettering. De Engelse etiketten zijn groter en bevatten een uitgebreide informatie. Ook dit is een punt van aandacht.

Binnen de Britse consumentenmarkt vormt het tuincentrum met een aandeel van 84% de belangrijkste schakel. De tuincentra worden gekenmerkt door het brede assortiment dat wordt gevoerd. Verder is de algehele presentatie er niet zo verzorgd als in Nederland. De Grootwinkelbedrijven hebben een aandeel in de consumentenmarkt van 12%. Kenmerken van dit kanaal zijn het smalle en ondiepe assortiment op het gebied van boomkwekerijproducten.

De institutionele markt laat een verschuiving zien in afnemersgroepen. Het aandeel van overheden daalt ten koste van de groenvoorzieners. Voor de leveranciers heeft dat tot gevolg dat de leveringscondities stringenter worden en de prijzen scherper. Het stelt derhalve hogere eisen aan de ondernemingsgeest.

Samenvattend kan de Britse markt voor boomkwekerijproducten worden gezien als een belangrijke afzetmarkt voor boomkwekerijproducten. De Nederlandse export heeft met een aandeel van 10% een goede marktpositie gecreëerd. De laatste jaren heeft die positie onder druk gestaan, voornamelijk als gevolg van de verslechterde economische situatie in het land. Wanneer het economische herstel intreedt, zal de Nederlandse export hiervan zijn voordeel kunnen doen. De concurrentie van de lokale produktie is de laatste jaren echter toegenomen. Het is derhalve belangrijk voor de Nederlandse export zich te onderscheiden op basis van kwaliteit en service. Hierbij spelen met name de leveringssnelheid en het leveren van een maatprodukt (per segment) een belangrijke rol.

