

Forbrugeranalyse af markedet for potteplanter i Holland 2019

Rapport udarbejdet af Floradania Marketing A/S, 2019

Indhold

<i>Forbrugeranalyse af markedet for potteplanter i Holland 2019</i>	1
Formål	3
Introduktion	3
Anledning til køb	5
Indkøbsstederne.....	6
Indkøbsstedernes omsætning.....	8
Udviklingen i salgskanaler.....	9
Konklusion.....	10

Formål

Formålet med nærværende rapport er at give et overblik over det hollandske markeds forbrug af potteplanter, herunder indkøbssteder og anledning til køb.

Nærværende rapport skal gerne kunne give et billede af den hollandsk forbrugeradfærd, således salgsselskaber og gartneri kan danne sig et billede af, hvordan man kan markedsføre og afsætte sine produkter til Holland.

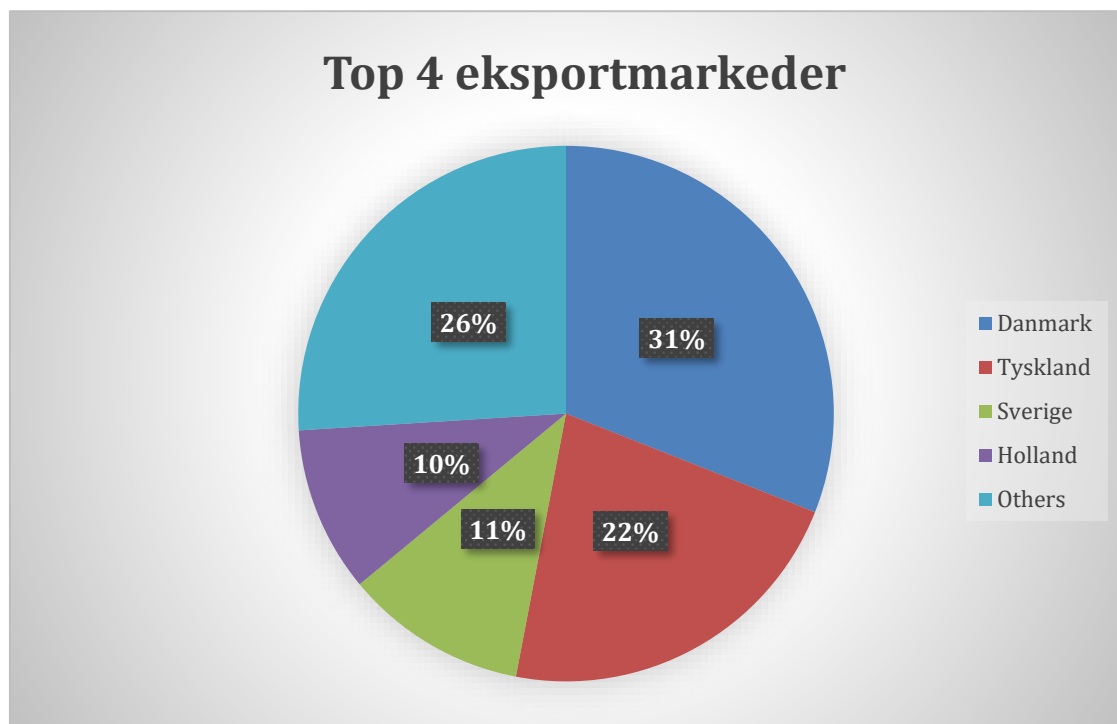
Introduktion

Ved hjælp af rapporter indkøbt fra FloraHolland, rapporter fra AIPH samt interviews med den hollandske grossistforening VGB (Vereniging van Groothandelaren in Bloemkwekerijprodukten), vil nærværende rapport give en oversigt over forbrugeradfærden på det hollandske marked.

Holland er interessant af flere årsager. Ligesom Danmark er Holland et land med en lang tradition for produktion af potteplanter, og ligesom Danmark eksporterer Holland størstedelen af produktionen. Desuden har Holland gjort sig selv til det Europæiske knudepunkt for indkøb af potteplanter og snitblomster, hvorfor der dagligt eksporteres store mængder snitblomster fra både Afrika og Sydamerika til den hollandske auktion Flora Holland, ligesom stort set alle europæiske potteplanteproducenter afsætter gennem auktionen eller direkte til hollandske grossister, hvorefter planterne reeksporteres til hele Europa.

Holland er således en stor blomsternation, og forbrugerne har stor interesse i planter generelt.

Ca. 10% af den danske produktion af pottedplanter eksporteres således til



Figur 1 Top 4 eksportmarkeder. Kilde: Royal Flora Holland

Holland, uden at der findes eksakte tal for, hvor meget af dette beløb, der herefter reeksporteres.

Med ca. 17 mio. indbyggere er Holland imidlertid et interessant marked.

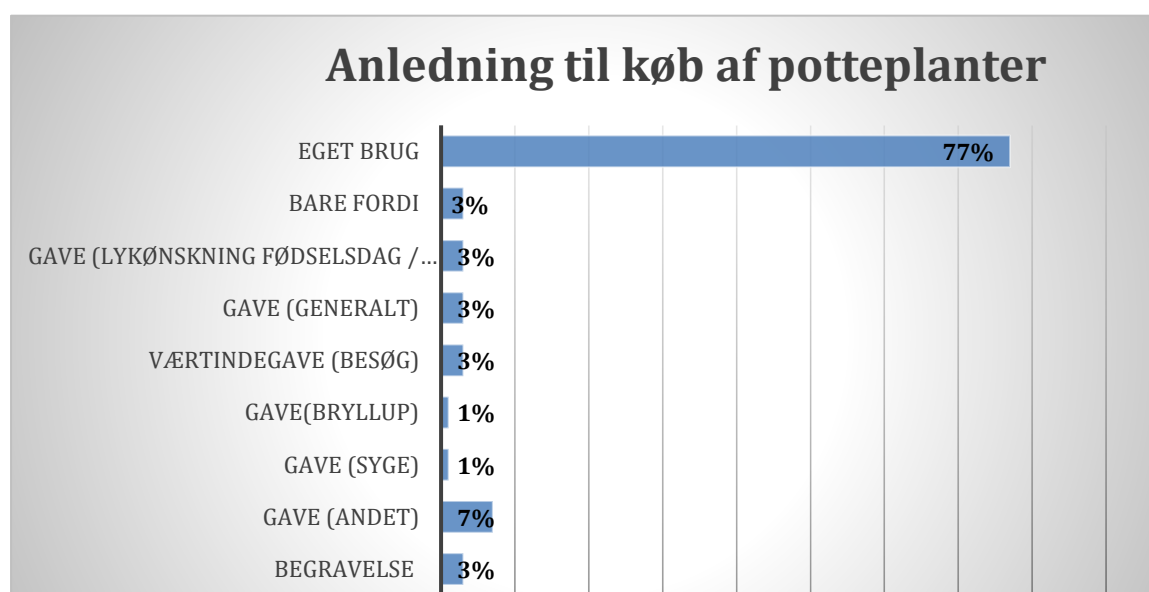
For at skabe et overblik vil der i de næste afsnit blive kigget på de hollandske forbrugeres anledning til køb.

Anledning til køb

Anledningen til køb er interessant markedsføringsmæssigt, idet anledningen til køb ofte er enten impulsivt eller planlagt. Som det fremgår af nedenstående figur indkøbes 77% af alle potteplanter til Eget (for-)brug, dvs. til forbrugeren selv.

Herefter kommer gaver i forskellige afskygninger, herunder "værtindegave", "fødselsdagsgaver", "bryllupper" m.m.

I undersøgelsen har man valgt også at kunne angive kategorien "Bare fordi", som i en tilsvarende analyse for den danske forbrugere dækkede over impuls køb. Det vil ikke være forsvarligt at sammenligne de to tal direkte, idet rapporterne er lavet af to forskellige analyseinstitutter, og kategorierne ikke var ens. Dog må man sige, at impulsdelen i Holland med 3% ser lav ud, hvorfor der er stor chance for, at indkøbene i Holland er meget planlagte. Det kan man som producent tage med i overvejelserne, når man skal vælge salgsemlage, dvs. Poser og stiketikker.



Figur 2 Anledning til køb. Kilde: Royal Flora Holland

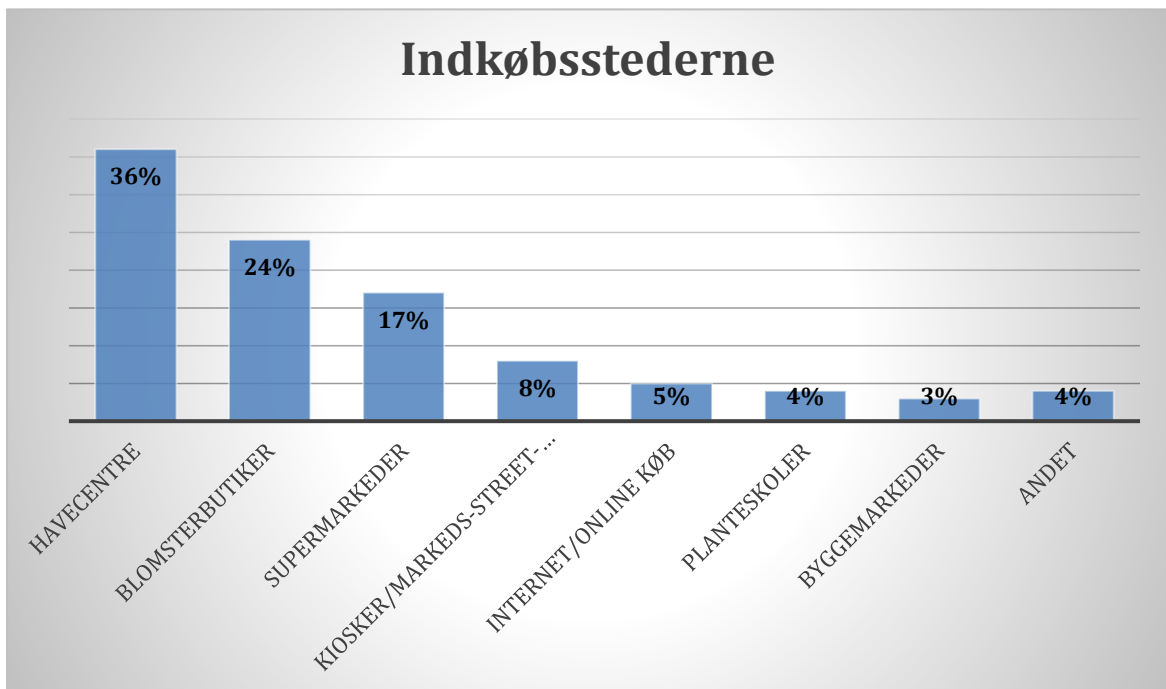
Indkøbsstederne

I valget af emballage skal man dog også huske at kigge på indkøbssteder, idet supermarkederne generelt plejer at lade potteplanterne stå i poserne, mens poserne oftest fjernes i blomsterbutikkerne og i havecentrene.

Indkøbsstedet spiller en vigtig rolle med hensyn til afsætning af potteplanterne, idet priserne også i denne produktkategori som oftest bestemmes af dagligvarekæderne. Dagligvarekædernes store indkøbsvolumen gør, at de tit sælger med væsentlig mindre dækningsgrad end hos fx havecenterkæderne og blomsterbutikkerne, hvilket er med, at påvirke den overordnede prissætning for potteplanter. Ser man nærmere på indkøbsstederne i Holland i figuren nedenfor, fremgår der at havecentrekæderne står for 36 % af alle de potteplanter der bliver købt af de hollandske forbrugere. Hertil kan lægges de 4%, der købes i Planteskoler.

Dernæst afsættes ca. 24% i blomsterbutikkerne, hvilket afviger væsentlig fra de danske forbrugeres vaner, hvor faghandlen (Havecentre, planteskoler og blomsterbutikker) står for en langt mindre andel. Det vil alt andet lige medføre, at potteplanter i Holland ses som et mere eksklusivt produkt, hvilket også bekræfter anledningen, der i Holland i høj grad virker som planlagt og i mindre grad som et impulskøb.

I Holland står supermarkederne kun 17 % af alle forbrugernes køb af potteplanter.



Figur 3 Indkøbssteder målt på antallet af planter. Kilde: Royal Flora Holland

Overraskende nok melder Holland om en faldende omsætning af pottedplanter på hjemmemarkedet, hvilket kan overraske særligt deres lange tradition for pottedplantedyrkning taget i betragtning.

Indkøbsstedernes omsætning

Ser man på indkøbssteder målt på omsætning, så er det stadig havecentre der afsætter mest på det hollandske marked.

Nedenstående figur viser, at havecentrene afsætter en markant andel, faktisk hele 67 % af omsætningen af det hollandske salg af potteplanter. Med andre ord udgør havecentre to tredjedel af hele hollandske omsætning, og fx supermarkederne kun 7%. Det betyder, at gennemsnitsprisen på de solgte planter i supermarkederne er væsentlig lavere end i havecentrene, hvor der også oftest sælges større og lidt dyrere planter.

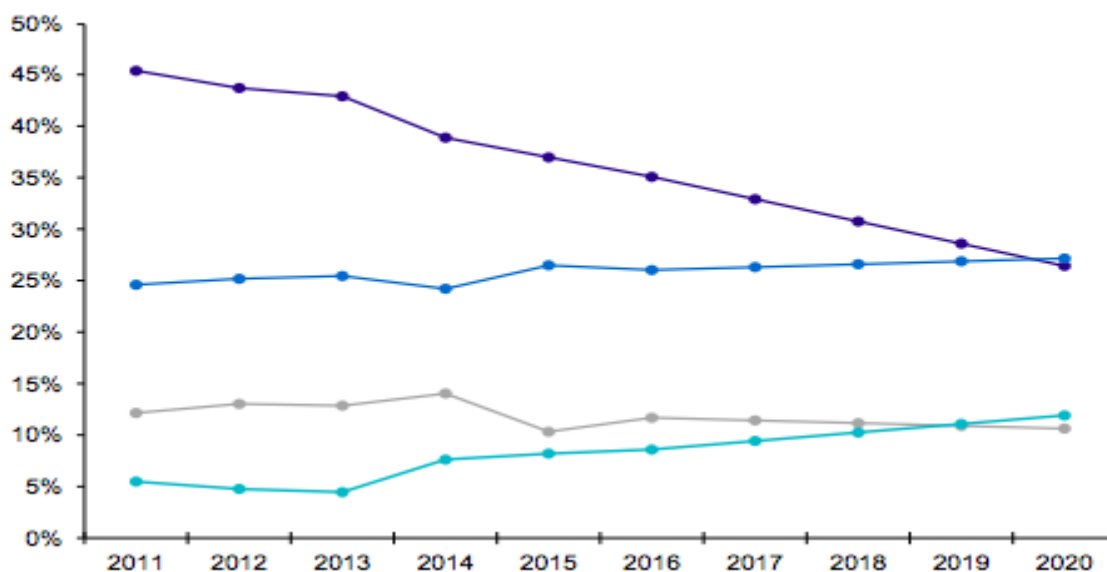


Figur 4 omsætningskanal. Kilde.: Royal Flora Holland

Udviklingen i salgskanaler

I dette afsnit vil der blive kigget dybere på, hvordan udviklingen er i salgskanalerne på det hollandske marked i perioden 2011-2020 (der sidste 4 år er prognoser udarbejdet af FloraHolland).

Ser man på den mørkeblå kurve, der er havecentrene, er deres markedsandele nedadgående, og er således i perioden 2011 til 2017 gået fra 46% til 35%, hvilket er ganske markant. Som antydnet tidligere skyldes dette bl.a. faldende omsætning generelt på det hollandske marked, men som det fremgår af nedenstående grad, er der andre salgskanaler, der "stjæler markedsandele". Således spås der fremgang til både blomsterbutikkerne, samt kiosker og streethandel (markeder



Figur 5 Udviklingen i de næste 3 år. Kilde: Royal Flora Holland

Havecentrene Blomsterbutikker supermarkederne kiosker & streethandel.

m.m.). Dette er værd at have med i overvejelserne, når man skal markedsføre sine produkter til det hollandske marked.

Konklusion

Det Hollandske marked aftager 10 % af den samlede danske potteplanterproduktion, men som nævnt i rapporten, går noget af dette til reeksport. Med mere end 17 mio. indbyggere er det hollandske marked dog alt andet lige interessant.

De hollandske forbrugere køber for det meste potteplanter til eget brug frem for gaver, hvilket er lidt anderledes end i Danmark, hvor forbrugerne oftere bruger potteplanter som gave til fx bryllupper, begravelser og andre former for festlige lejligheder. Oftest virker de hollandske forbrugeres potteplanteindkøb også mere planlagte end i Danmark, hvor det ofte er impuls køb.

Ved at se på indkøbsstederne i Holland bekræftes ovenstående, idet det ofte er havecentrene, der er de hollandske forbrugere foretrukne indkøbssted af potteplanter (36%), mens supermarkederne blot står for 17%. Ser man på indkøbsstederne omsætningsmæssigt, har analysen også vist, at havecentrene dominerer markedet med ca. 67% af det beløb, som de hollandske forbrugere anvender på indkøb af potteplanter.

Disse oplysninger og meget andet skal tages med, når man overvejer at afsætte sine planter til det hollandske marked. Værd at tage med er imidlertid, at holland er verdens største eksportør af potteplanter, hvorfor sortimentet til Holland skal være unikt, fx nyheder eller nicher, som ikke allerede leveres fra de hollandske gartnere.

For yderligere information kontakt Floradania Marketing på:

Telefon: +45 65926266

Fax: +45 65926263

Mail: marketing@floradania.dk