

# **Forbrugeranalyse af det tyske marked for potteplanter i 2020**

Rapport udarbejdet af Floradania Marketing (Dansk Gartneri), 2020

## Indholdsfortegnelse

Indledning .....	1
Metode.....	1
Data over potteplanteforbrug og -sortiment i Tyskland .....	2
Plantetsortimentet i Tyskland .....	2
Blomstrende contra grønne stueplanter .....	4
Forbrug pr. Capita i Tyskland .....	5
Omsætningsudviklingen i Tyskland fordelt på stue og udplantningsplanter.....	6
Omsætningsudviklingen for <i>stueplanter</i> i Tyskland .....	6
Omsætningsudviklingen for <i>udplantningsplanter</i> i Tyskland.....	7
Indkøbssteder for potteplanter .....	8
Konklusion .....	10

## **Indledning**

Potteplanteproducenterne er udfordret af, at afstanden mellem produktion og slutbrugeren trods nye teknologier bliver større og større, idet forbrugeradfærden i dag er mere kompleks og uforudsigelig end nogen sinde. Den samme forbruger køber den ene dag discount og næste dag eksklusive produkter, ligesom samme forbruger den ene dag køber fx convenience færdigretter for den næste dag at købe slow food. Denne adfærd forsøges løbende afspejlet i sortimentet i detailledet, der hele tiden tilpasser for at kunne tilfredsstille forbrugerne.

Adfærden blandt disse forbrugere kan være svær at afkode, hvorfor det er nødvendigt løbende at indhente viden om deres indkøbsmotiver gennem både forbrugerundersøgelser og analyser. Floradania Marketing har derfor de senere år bearbejdet analyser fra den tyske grossistforening BGI for at analysere forbrugeradfærden på det tyske marked i forbindelse med køb af potteplanter.

Formålet med denne rapport er derfor at kunne klæde producenterne af potteplanter bedst muligt på til at tilpasse sig fremtidens efterspørgsel.

## **Metode**

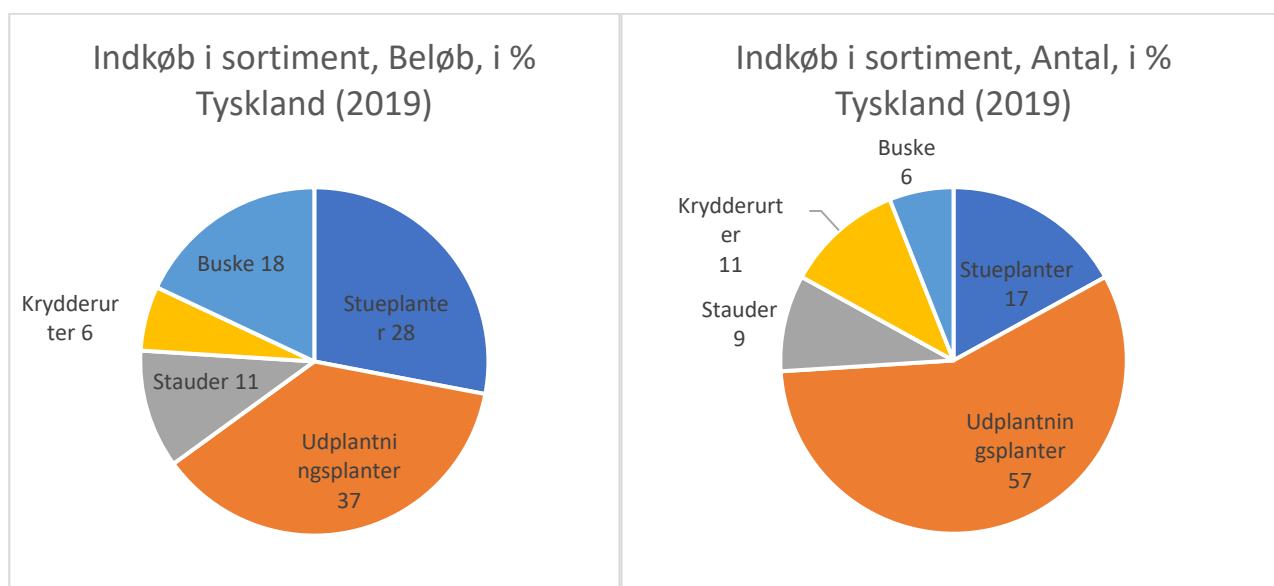
Dataene til denne rapport stammer fra en præsentation fra den tyske grossistforening givet ifm. med et møde i den internationale plantegrossistforening Union Fleurs.

Analysetalene er således baseret på tal fra to tysk analysebureau, der ikke tillader en eksakt gengivelse af tallene, hvorfor de præsenteres i denne rapport i bearbejdet form.

## Data over potteplanteforbrug og -sortiment i Tyskland

Den følgende del af rapporten indeholder målinger af de tyske potteplantekøberes indkøb fordelt på plantetyper, indkøbssteder og forbrug pr. capita.

### Plantetsortimentet i Tyskland



I denne analyse er de tyske forbrugeres køb af potteplanter delt op i kategorierne udplantningsplanter, stueplanter, stauder, krydderurter og buske.

*Målt på beløb* er kategorien udplantningsplanter størst med 37% af indkøbene foretaget af de tyske forbrugere, mens stueplanter udgør 28% af tyskernes indkøb af stueplanter.

Dernæst er buske i potter den største kategori med 18% og stauder følger efter med 11%.

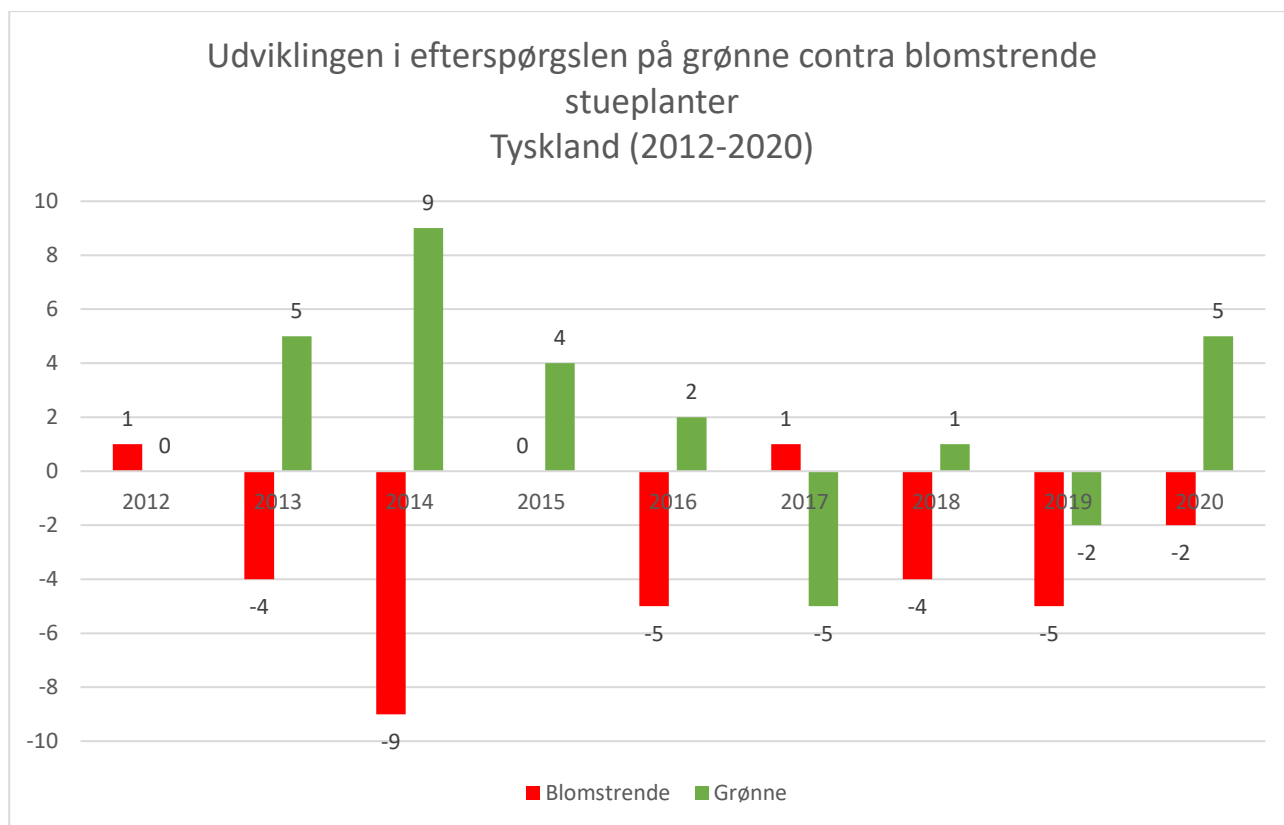
*Målt i antal* udgør udplantningsplanter også den største kategori af potteplanter med 57% af de indkøbte planter af de tyske forbrugere. Holdt op mod den foregående figurs illustration af akkumulerede beløb må det konkluderes, at prisen pr. udplantningsplante er billigere end prisen pr. fx stueplanter og i endnu mere udpræget grad billigere end buske og stauder. Stueplanterne udgør i antal ca. 17% af indkøbene, mens krydderurterne udgør ca. 11% målt på antalt.

Udplantningsplanterne er igen i analysen delt op i henholdsvis skåle (sammenplantninger) og enkeltplanter, hvor enkeltplanterne udgør 95% og skålene 5%.

Stueplanterne eller indendørs pottedplanter købt af de tyske forbrugere i 2019 *målt på omsætning* var fordelt med 70% på blomstrende stueplanter, 23% grønne planter og 7% sammenplantninger.

*Målt på antal af planter* hedder fordelingen 78% blomstrende planter, 19% grønne stueplanter og 3% sammenplantninger.

## Blomstrende contra grønne stueplanter



Der er i perioden 2012 til 2020 set næsten udelukkende et fald i efterspørgslen på blomstrende stueplanter, mens der med undtagelse af 2017 og 2019 har været en stigning på efterspørgslen af grønne stueplanter. Det stemmer meget godt overens med trenden i resten af Europa, hvor grønne planter vinder frem.

Grønne planter har den fordel, at de ofte har en længere holdbarhed og derfor ofte prioriteres af forbrugerne, når det skal gøres nemt. For branchen har det derimod den ulempe, at grønne planter ikke skiftes ud så ofte som blomstrende planter og at efterspørgslen målt på antal og, i sidste ende også omsætning, ofte falder.

Det skal dog fortsat bemærkes, at målt på beløb af de tyske forbrugeres indkøb udgør de blomstrende stueplanter fortsat 70%, mens de grønne pottedplanter udgør 23%

## Forbrug pr. Capita i Tyskland

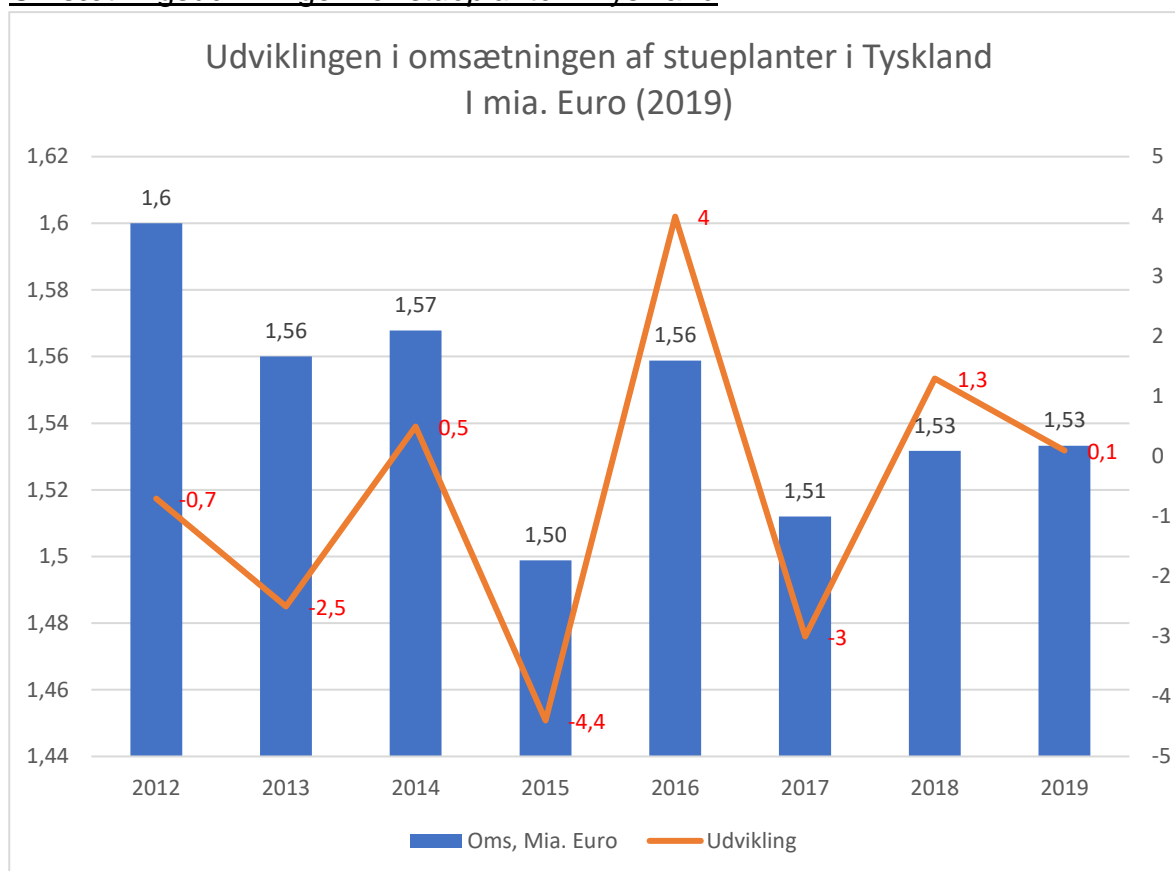
Forbrug pr. capita i Tyskland (i Euro)								
	Snitbloms	Stueplant	Udplantni	Stauder	Krydderur	Buske	Blomsterløg	I alt
2012	37	19	21	6	2	16	3	104
2013	37	19	21	6	2	15	3	103
2014	37	19	22	6	3	17	3	107
2015	37	18	21	6	3	17	3	105
2016	37	19	21	6	3	17	3	106
2017	36	18	22	6	3	17	3	105
2018	35	18	22	6	3	17	3	104
2019	37	18	22	7	3	17	3	107

Forbruget pr. capita af planter og blomster i Tyskland har været svagt stigende i perioden 2012 til 2019, hvor det er steget fra ca. Euro 104 til lige under Euro 108. Som det fremgår af ovenstående tabel, er der kun sket minimale udsving i kategorierne.

Hvert år bruger den tyske forbruger i gennemsnit ca. Euro 37 på køb af snitblomster, mens forbruget på henholdsvis stueplanter og udplantningsplanter udgør Euro 18 og Euro 22.

## Omsætningsudviklingen i Tyskland fordelt på stue og udplantningsplanter

### Omsætningsudviklingen for stueplanter i Tyskland

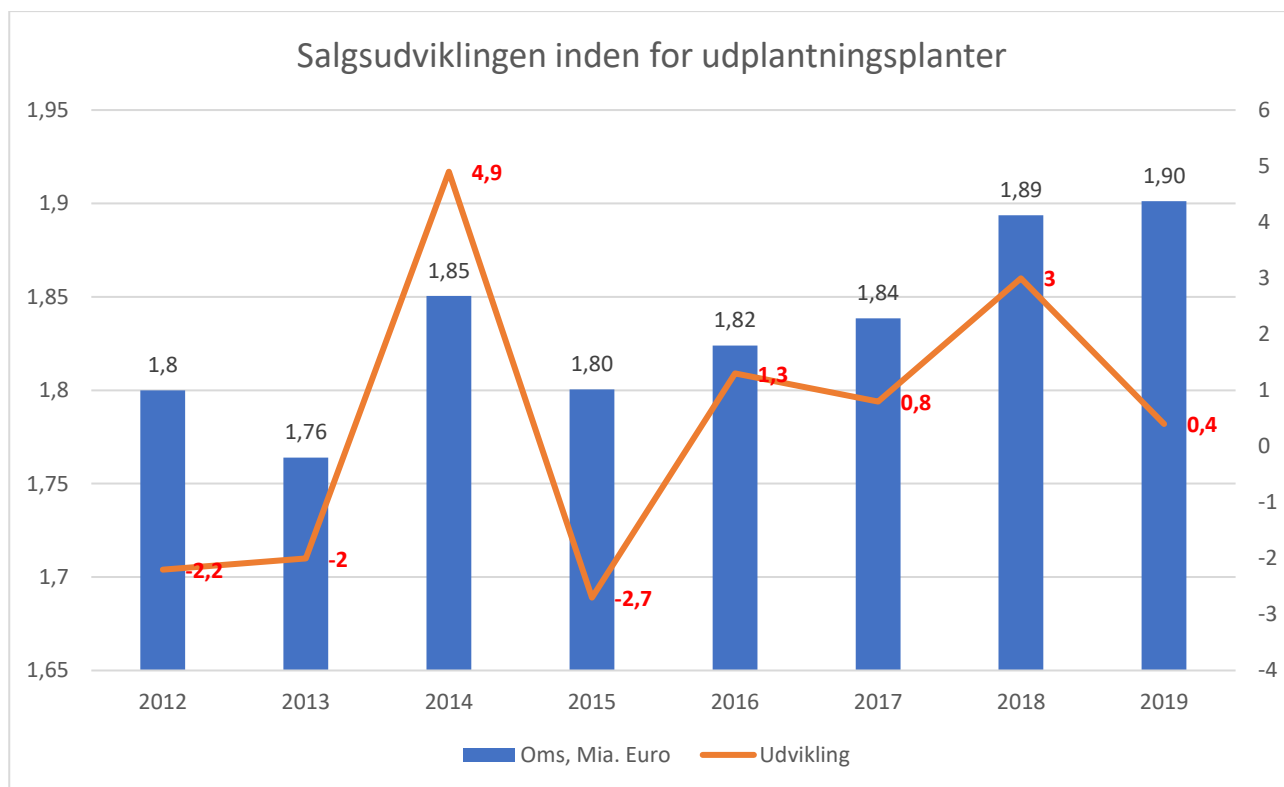


Omsætningen af stueplanter på det tyske marked udgjorde i 2021 Euro 1,6 mia., svarende til ca. DKK 12,0 mia.

Der har gennem de seneste 8 år været store udsving i omsætningen som ifølge analyse ikke umiddelbart lader sig forklare. En tendens som er nævnt tidligere, er dog et fald i efterspørgslen på blomstrende stueplanter, der ikke helt lader sig opveje af den mindre stigning i efterspørgslen på grønne stueplanter.



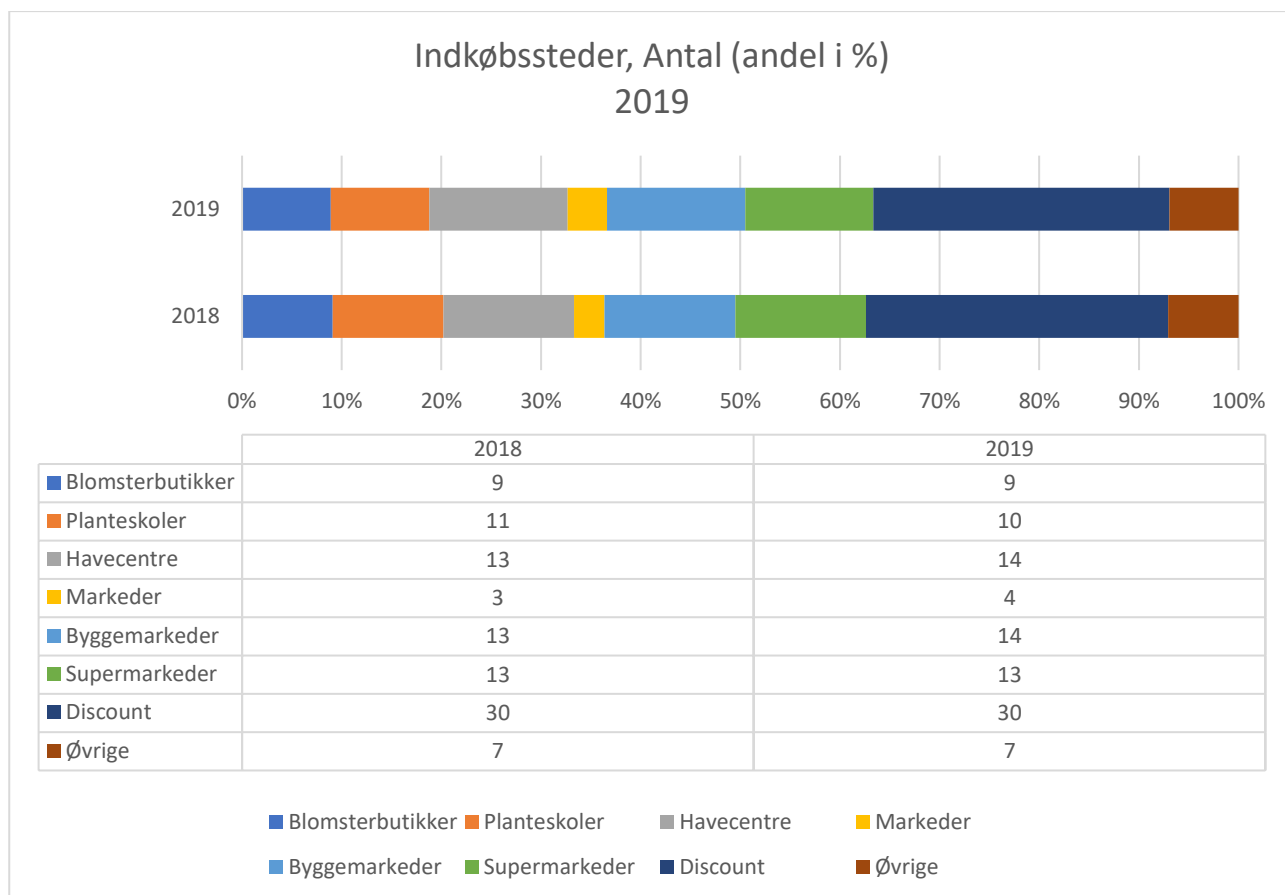
## Omsætningsudviklingen for *udplantningsplanter* i Tyskland



Omsætningen af *udplantningsplanter* i Tyskland udgjorde i 2012 ca. Euro 1,8 mia., svarende til anseelige DKK 13,5 mia.

Omsætningen er i perioden 2012 til 2019 steget med ca. Euro 100 mio., så det nu er over Euro 1,9 mia. Rapporten angiver ikke nogen tydelige forklaring på denne stigning ud over, at 2018 var et godt *udplantnings*år og gav et godt fundament for 2019. Hverken prisstigninger eller øget forbrug angives som forklaringer, hvorfor der må gisnes om en kombination af de to.

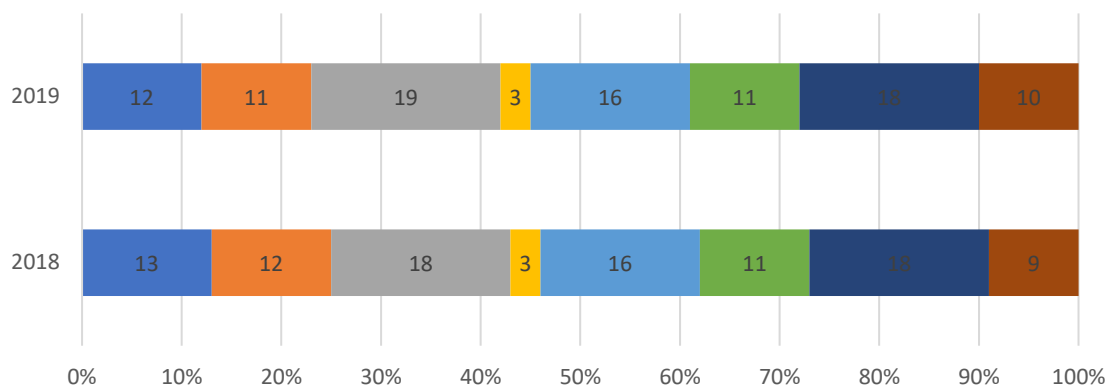
## Indkøbssteder for potteplanter



Der er det senest år kun sket en mindre udvikling i tyskernes valg af indkøbssted, når der skal købes potteplanter – *målt på antal*. For god ordens skyld skal det siges, at tallene i denne rapport er fra før 2020, dvs. fra før COVID-19 pandemien, og at online-handlen derfor kan være steget siden.

Men ellers er der i Tyskland ligesom i resten af Europa et billede af, at dagligvarekæderne og byggemarkederne (Systemhandel) stille og roligt spiser markedsandele fra faghandlen (Fachhandel), herunder blomsterbutikkerne, havecentrene og planteskolerne.

### Indkøbssteder, Beløb (andel i %) 2019



	2018	2019
Blomsterbutikker	13	12
Planteskoler	12	11
Havecentre	18	19
Markeder	3	3
Byggemarkeder	16	16
Supermarkeder	11	11
Discount	18	18
Øvrige	9	10

■ Blomsterbutikker  
 ■ Planteskoler  
 ■ Havecentre  
 ■ Markeder  
■ Byggemarkeder  
 ■ Supermarkeder  
 ■ Discount  
 ■ Øvrige

*Målt på beløb* fordelt på indkøbssteder ser billedet ikke meget anderledes ud, idet der heller ikke her har været den store udvikling fra 2018 til 2019. Supermarkederne, Discountsupermarkeder og byggemarkederne står også her for ca. 45% af omsætningen målt på indkøb, hvilket må siges at være en markant ændring fra 2012, hvor de tre segmenter blot stod for 36%.

## Konklusion

Som producent af pottedplanter til Tyskland er det en god ide løbende af følge udviklingen i markedet, så man kender og kan tilpasse sin produktion til efterspørgslen – eller i det mindste kan tilpasse sin markedsføring til markedet.

Udplantningssortimentet i Tyskland er helt sikkert af stor betydning, idet det udgør 37% målt på omsætning og hele 57% målt på antallet af solgte planter i Tyskland, med stueplanter som den næstmest efterspurgt kategori med 28% målt på omsætning.

Blandt de forskellige kategorier er stueplanter er det de grønne stueplanter, der de senere år har haft en stigende interesse blandt forbrugernes i forhold til de blomstrende blomstrende stueplanter, der i 2019 oplevede et 5% fald i efterspørgslen og i 2020 oplevede et 2% fald i efterspørgslen. Stueplanter udgør dog fortsat 70% af de tyske forbrugeres indkøb af pottedplanter målt på omsætning, mens de grønne pottedplanter står for 23%.

Som for de andre markeder i Europa har dagligvarekæderne (herunder Supermarkederne og Discountsupermarkederne) samt byggemarkederne siden 2012 taget markedsandele fra faghandlen, således de nu afsætter ca. 45% af alle pottedplanter på det tyske marked.

Det tyske marked har de senere år heldigvis oplevet en lille stigning i forbruget pr. capita på blomster og planter. En udvikling, som mange håber fortsætter.

For yderligere spørgsmål til rapporten er man velkommen til at kontakte Floradania Marketing på tlf: 6592 6266