



Verhogen weerbaarheid sierteeltbedrijven door verruimen afzetperiode en consumentgerichte productie

Eva Reybroeck

Operationele groep

- Operationele groep:

Verhogen weerbaarheid sierteeltbedrijven door verruimen afzetperiode en consumentgerichte productie

- Partners:

- 5 kwekers
- Innovatiesteunpunt
- VLAM
- AVBS



Verruimen afzetperiode

- Op basis van literatuurstudie en interviews, terugkoppeling met kwekers
- Voorwaarden teelten:
 - Vraag naar op de markt, maar nog niet of onvoldoende beschikbaar in Vlaanderen
 - Rendabel
 - Combineerbaar met huidige productie (infrastructuur en teeltperiode)
- Ideeën: farmaceutische teelten (bv. ginseng), culinaire teelten (bv. Saffraankrokus), groenten en kruiden,...
- Keuze: (patio)cyclaam, *Celosia* & *Dipladenia/Mandevilla*



Consumentgerichte productie

- Sierteeltproducten veelal klassiek verhandeld (via lange keten)
- Consument centraal stellen bij vermarkting = > herkenbaarheid verhogen
- Enkele succesverhalen:



Consumentgerichte productie

- Visualiseren/vermarkten (nieuw) product
 - Volgens principes Design Thinking:



Stap 1 – wat beweegt er in de maatschappij?

- Macrofactoren vs. trends



Stap 2 – wie is mijn consument?



- Groene vingers.
- Investeren graag veel tijd en moeite in groen
- Bouwen een emotionele band op met hun planten
- Barrières: levensduur



- Grootste groep
- Hebben bloemen en planten in huis, maar:
 - Niet veel plantenkennis
 - Willen niet veel tijd/moeite steken in verzorging
- Kiezen voor onderhoudsvriendelijk groen
- Prijs/promotiecommunicatie



- Kleine, vnl. mannelijke groep
- Onverschillig tegenover groen & geen emotionele voeling
- Moeilijk te overtuigen
 - Communicatie rond aantrekkelijkheid als cadeau kan hen misschien wel overtuigen

Waar hecht men belang aan tijdens het kopen?



Stap 4 & 5 – prototype maken en testen

- Per plant: 3 concepten ontwikkeld obv brainstorm
- Consumentonderzoek
 - Onderzoeksmethode:
 - Online research community
 - 77 actieve deelnemers (7/12/22 – 9/12/22)
 - Per plant peilen naar de houding t.a.v. de plant en de 3 concepten voor de plant aftoetsen





(Patio)cyclaam

1



Kleurt je herfst

3



Binnen & buiten

2



Marilyn's rokjes

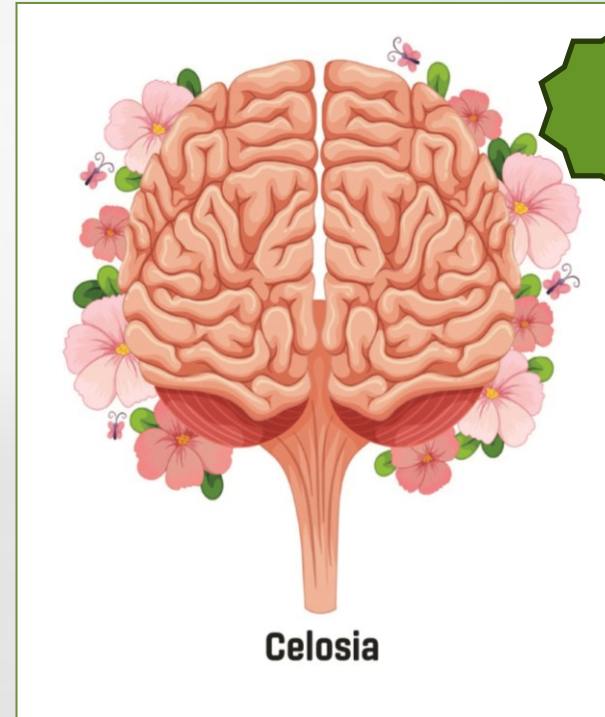
Celosia



Hanenkam



Exotische plant



Hersenen





Dipladenia/Mandevilla

1



Breng het Zuiden tot bij je thuis.

DIPLADENIA



Breng het Zuiden tot bij je thuis.

DIPLADENIA

Zuiderse beleving

3



EXTREME KRACHT

DIPLADENIA

Sterke plant

2



Zonnige standplaats

PCS

Conclusies

- Etiket: mooi, informatief, duidelijke link met plant
- Niet iedereen is overtuigd dat etiket extra aankoopstimulans kan zijn
 - Plant moet zichzelf verkopen, etiket kan wel goed gevoel opwerpen over de plant
 - Voornaamste aankoopcriteria blijven esthetiek, onderhoud en prijs

Brochure

- Binnenkort beschikbaar op pcsierteelt.be



3.1. CONSUMENTEN: DRIE GROENE PROFIELEN

Uit onderzoek van VLAM en InSites Consulting bleek dat de consumenten van bloemen en planten onder te verdelen zijn in drie profielen: de ouders, de liefhebbers en de onverschilligen.

3.1.1. De ouders

Deze consumentengroep bestaat uit een minderheid van voornamelijk vrouwelijke plantenouders:

- Ze hebben groene vingers.
- Ze investeren graag veel tijd en moeite in groen.
- Ze bouwen een emotionele band op met hun planten.

Plantenouders zijn consumenten die vooral bij de aankoop van bloemen barrières ervaren omwille van de levensduur. Ze vinden het ook jammer dat bloemen weinig tot geen tijd, moeite en (emotionele) belangstelling vereisen. Vermits ze denken dat de levensduur vooral bepaald wordt voor de aankoop, kunnen ze eventueel over de streep getrokken worden door te communiceren hoe ze zelf bijdragen aan de levensduur.

3.1.2. De liefhebbers

De grootste groep van consumenten van bloemen en planten zijn de mannelijk of vrouwelijke liefhebbers die veel belang hechten aan groen in huis/tuin, maar...

- niet veel bloemen- of plantenkennis hebben (ze kennen bv. geen specifieke namen).
- niet veel tijd en moeite willen steken in verzorging en kiezen voor onderhoudsvriendelijk groen (vetplanten, cactussen, droogbloemen).

Liefhebbers worden voor bloemen voornamelijk tegengehouden omwille van de prijs-kwaliteit verhouding.



Figuur 5: De drie groene profielen. ©VLAM en InSites Consulting



Heb je nog vragen?

eva.reybroeck@pcsierteelt.be

09 353 94 98

Bezoek ook www.pcsierteelt.be

Volg jij het PCS al op LinkedIn?

 [proefcentrum-voor-sierteelt](#)



Europees Landbouwfonds
voor Plattelandsontwikkeling:
Europa investeert
in zijn platteland

