

## Retail Services Kennisupdate | week 50

### IN THE MIND OF THE CONSUMERS

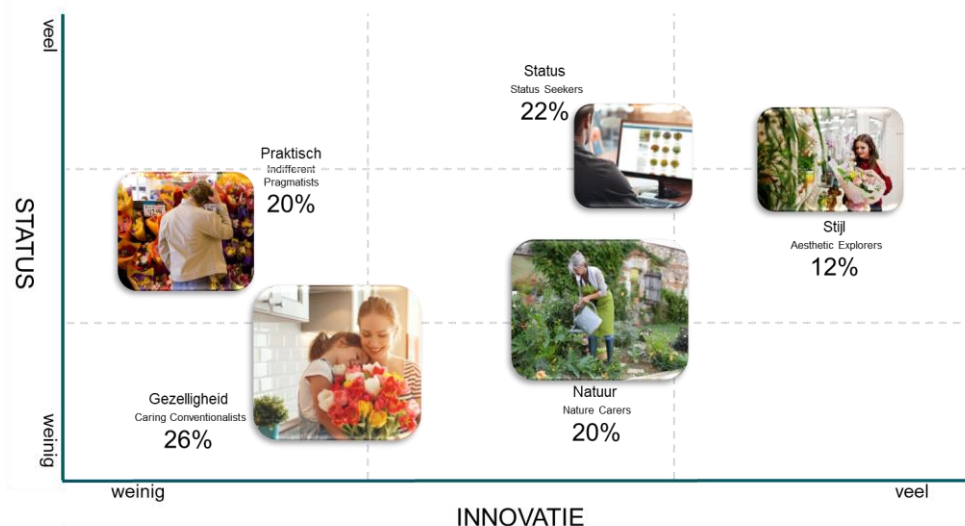
Welk consumententype ben jij? Doe de test!

Zoals je wellicht weet, hebben we binnen de sierteeltsector 5 specifieke bloemen en planten consumententypes benoemd. In dit artikel vind je een beschrijving van deze 5 groepen. Waarin onderscheiden zij zich van elkaar, wat zijn hun drijfveren, hoe oriënteren zij zich als zij een plant of bos bloemen gaan kopen? Wat kun je met deze informatie? En wat voor type ben jijzelf?

#### Achtergrond

In 2018 hebben Bloemenbureau Holland, de VGB en Royal FloraHolland gezamenlijk een onderzoek uitgevoerd onder ruim 11.000 consumenten in Nederland, Duitsland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk. Op basis hiervan zijn 5 onderscheidende consumentengroepen gedefinieerd. Hierbij is gekeken naar de waarden van deze consumententypen. Wat vinden zij belangrijk en wat juist niet? De waarden waarmee iemand in het leven staat zijn namelijk een stabiele factor; het geeft aan waarom iemand doet wat hij of zij doet. Er wordt dus minder gekeken naar gedrag, maar meer naar (aankoop)motivaties. Op hoofdlijnen zijn de groepen in te delen op basis van de mate van innovativiteit en statusgevoeligheid. Naast een Engelse naam, die kort beschrijft wat typerend is voor deze groep, hebben wij ook een Nederlandse term toegevoegd die de belangrijkste aankoopmotivatie beschrijft. In onderstaande afbeelding zijn de 5 groepen afgebeeld in de positioneringsmatrix. De genoemde % geven de omvang van de bevolking aan over de 4 kernlanden (NL, Du, Fr, UK). Tussen de verschillende landen zijn overigens behoorlijke verschillen.

### Positioneringsmatrix



#### Aesthetic Explorers – Stijl

Deze consument laat zich omschrijven als 'Creatieve cultuurliefhebbers, die waarde hechten aan onderzoek en innovatie en genieten van het decoreren van hun huizen met designstukken, bloemen en planten'. Ze vormen met 12% de kleinste groep van de bevolking, in besteding van zowel bloemen, kamerplanten als tuinplanten zijn zij zeker wel interessant en belangrijk. Het zijn namelijk echte liefhebbers. Zij zijn nieuwsgierig, vernieuwend, creatief en open minded. Als trendsetters zijn zij een belangrijke groep voor noviteiten. Zij worden bij hun aankopen getriggerd door een mooie presentatie, styling in een interieurcontext en duurzaamheid.

### **Status Seekers – Status**

‘Snelle individualisten met een fascinatie voor sociale status en trends en een drang om indruk te maken’. 22% van de bevolking valt onder deze groep. Voor de aankoop van met name groene, kamerplanten zijn zij momenteel de grootste groep in aankopen. Dit is te verklaren uit het feit dat groene planten trendy zijn en daar gaat deze groep graag in mee. Zij zijn ambitieus, gaan voor gemak en zijn bang iets te missen. Deze groep heeft van de 5 consumententype gemiddeld genomen de laagste leeftijd omdat er relatief veel millennials onder vallen. Dit verklaart ook dat het niet per sé consumenten zijn met een hoog inkomen.

### **Caring Conventionalists – Gezelligheid**

Maak kennis met de Caring Conventionalist. ‘Familiegezinde traditionalisten die waarde hechten aan veiligheid en etiquette, willen graag een gezellig huis creëren en graag zorgen voor anderen’. Ruim een kwart van de bevolking valt onder deze groep, in bestedingen zijn ze echter minder belangrijk. Ze kopen vooral snijbloemen, zowel voor zichzelf als om cadeau te geven om anderen te laten zien dat ze om hen geven. Zij hebben weinig op met rijkdom, status en luxe. Gezin en veiligheid zijn voor hen veel belangrijker. Planten die te trendy of ingewikkeld in onderhoud zijn of ongeïnteresseerd verkooppersoneel schrikt hen af tijdens het aankoopproces.

### **Nature Carers – Natuur**

‘Eco-bewuste natuurliefhebbers die graag voor hun geliefden en planten zorgen’. Zij vormen 20% van de bevolking in de kernlanden, maar zijn minder belangrijk in de bestedingen. Zij kopen vooral buitenplanten om hun bijdrage aan de natuur, ecosystemen en het milieu. Zij zijn dol op de vlinders en bijen die er door aangetrokken worden. Zij zien bloemen dan ook veel liever in het veld dan in een vaas. Als zij snijbloemen kopen, zijn dat bloemen van het seizoen en met een natuurlijke uitstraling en verpakking. Zij kopen deze het liefst bij de bloemist, een lokale markt of rechtstreeks bij de kweker.

### **Indifferent Pragmatists – Praktisch**

Deze groep zijn de ‘Koopjesjagende pragmatisten die risicomijdend zijn en bloemen en planten kopen uit praktisch oogpunt en niet uit overtuiging’. Het is niet verrassend dat zij, ondanks dat ze 20% van de bevolking vormen, slechts goed zijn voor zo’n 5% van de aankopen van bloemen en planten. Bloemen voor zichzelf kopen vinden zij zonde, het is wel een praktisch cadeau. Planten vinden ze gedoe, maar nu ze trendy zijn gebruikt hij of zij ze wel als praktisch interieurstuk of als afscheiding in de tuin. Deze groep bestaat voor bijna tweederde uit mannen. Ook is deze groep gemiddeld genomen lager opgeleid dan de andere groepen en heeft een (beneden)gemiddeld inkomen.

### **Wat voor bloemen- en plantenconsument ben jezelf?**

Voor de indeling van de consumentensegmentatie is gebruik gemaakt van 25 zogenaamde ‘Golden Questions’ waarin de ondervraagden van stellingen rondom bloemen en planten hebben aangegeven in welke mate zij het hier mee eens zijn. Via onderstaande link kun je zelf deze 25 vragen invullen. Je krijgt dan een bericht van ons terug met daarin welk consumententype je bent.

[Vul de vragenlijst in](#)

### **Meer weten en actuele data**

Zoals je hebt kunnen lezen, zijn er veel verschillende inzichten per consumentensegment bekend. Ook per land, regio of productgroep. Inzicht in de voor jouw bedrijf en/of product belangrijkste consumentensegmenten kan je helpen bij onder andere het ontwikkelen van de juiste strategie of bij productontwikkeling. Sinds 2019 worden de eerder genoemde Golden Questions ook uitgevraagd in de Consumentencheck, het wekelijkse onderzoek dat Royal FloraHolland doet onder bloemen- en plantenkopers. Hiermee hebben we geactualiseerde data van de 5 consumentengroepen.

Wil je hier meer over weten, neem dan gerust contact met ons op. Stuur een mail naar [erikvandermeijs@royalfloraholland.com](mailto:erikvandermeijs@royalfloraholland.com) of neem contact op via +31 (0)6 22 37 44 50. Wij denken graag met je mee!

Erik van der Meijs  
Category Developer Retail Services  
Royal FloraHolland