

# CONSUMENTEN ONDERZOEK

Zó kijkt de consument  
naar duurzaamheid in relatie  
tot bloemen en planten



## **KWANTITATIEF ONDERZOEK**

Uitgevoerd door Kantar in vier landen  
in de periode 28 juli t/m 8 september 2022.  
In opdracht van Bloemenbureau Holland.

Oktober 2022

Bloemen  
bureau   
Holland



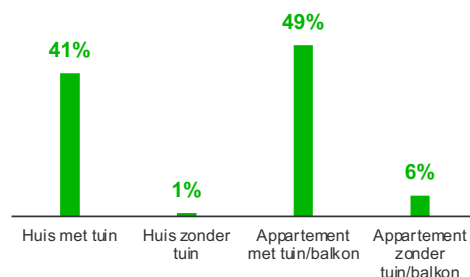
# Leer de consument kennen

n=4820 mannen en vrouwen van 18 – 70 jaar oud  
die bloemen (elke 3 maanden) en/of kamerplanten en/of buitenplanten (elke 6 maanden) kopen, voor henzelf of als cadeau

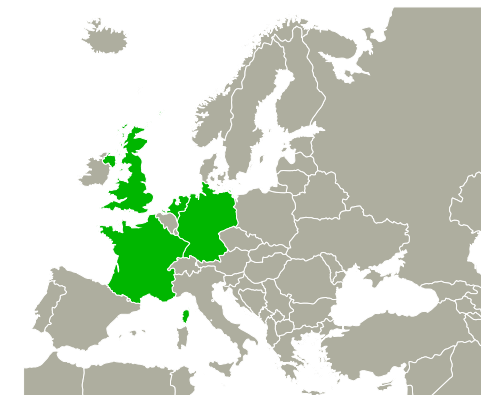
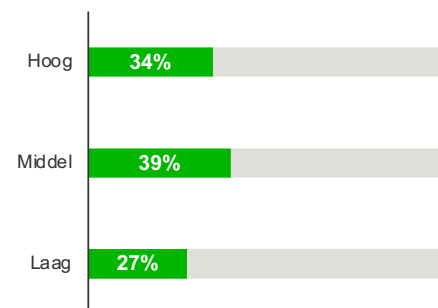
## GESLACHT



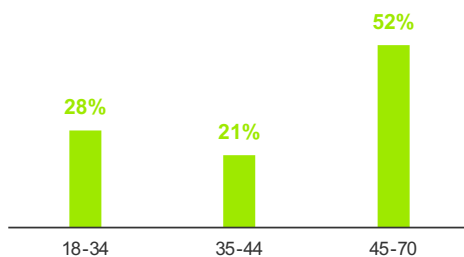
## HUISVESTING



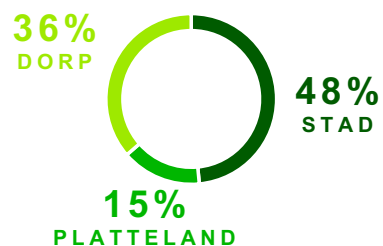
## EDUCATIE



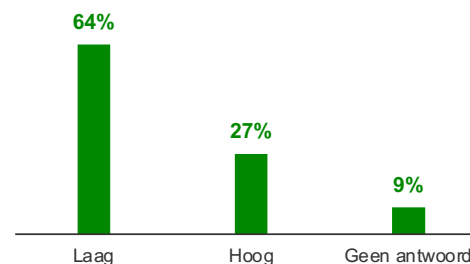
## LEEFTIJD



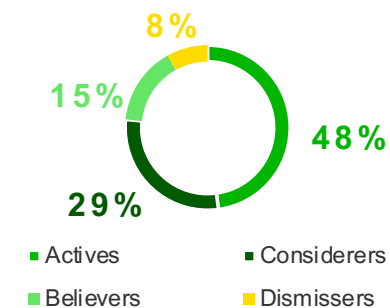
## LEEFOMGEVING



## INKOMEN



## TYPE SEGMENT



### Toelichting type segmenten

- Actives - Actieve houding t.a.v. duurzaamheid, voelen dat ze een verschil kunnen maken
- Considerers - Actieve houding t.a.v. duurzaamheid, maar ondernemen vooralsnog minder actie dan Actives
- Believers - Houding t.a.v. duurzaamheid wordt sterk beïnvloed door sociale omgeving
- Dismissers - Geen interesse in duurzaamheid





# Leer de consument kennen

## Top-5 perceptie en houding tegenover duurzaamheid in de bloemen en planten sector

### GROOTSTE ZORGEN

De mate waarin consumenten zich zorgen maken over zaken die te maken hebben met bloemen en planten

- 1 Water- of bodemverontreiniging als gevolg van het gebruik van chemische bestrijdingsmiddelen
- 2 Overconsumptie en afval
- 3 Gezondheidsrisico's als gevolg van het gebruik van chemische bestrijdingsmiddelen of kunstmest
- 4 Water- of bodemverontreiniging als gevolg van het gebruik van kunstmest
- 5 Te veel verpakking

### BEREIDHEID

De mate waarin consumenten bereid zijn iets te doen met betrekking tot bloemen en planten

- 1 Meer lokaal geproduceerde bloemen en planten kopen
- 2 Bloemen of planten houden en verzorgen tot ze dood zijn
- 3 Bloemen- en plantenafval recyclen
- 4 Geen warmtelampen gebruiken om uw planten te verzorgen
- 5 Planten kopen met potten van recyclebaar of duurzaam materiaal in plaats van potten van niet duurzame materialen

### VALUE ACTION GAP

De onderwerpen waar consumenten het meest mee worstelen om actie te ondernemen met betrekking tot bloemen en planten

- 1 Meer lokaal geproduceerde bloemen en planten kopen
- 2 Vaker bloemen en planten kopen met een duurzaamheidskeurmerk of -certificaat
- 3 Minder bloemen of planten kopen die met vliegtuigen of grote schepen worden vervoerd
- 4 Minder bloemen of planten kopen die zijn geteeld met chemische bestrijdingsmiddelen
- 5 Planten kopen met potten van recyclebaar of duurzaam materiaal in plaats van plastic potten

### BARRIÈRES

Wat houdt consumenten tegen om zich duurzamer te gedragen met betrekking tot bloemen en planten?

- 1 Het is echt lastig om te zeggen welke bloemen of planten ethisch slecht zijn of slecht zijn voor het milieu
- 2 Ze hebben niet genoeg informatie over waar specifieke bloemen en planten worden geteeld
- 3 Ze hebben niet genoeg informatie over de gevolgen van de productie en het vervoer van bloemen en planten
- 4 Bij het winkelen, denken ze meer aan geld besparen dan aan het redden van de planeet
- 5 Ze denken niet aan duurzaamheid als ze bloemen of planten kopen

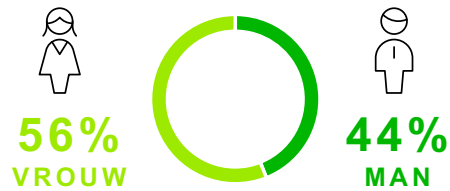
# Leer de Nederlandse consument kennen



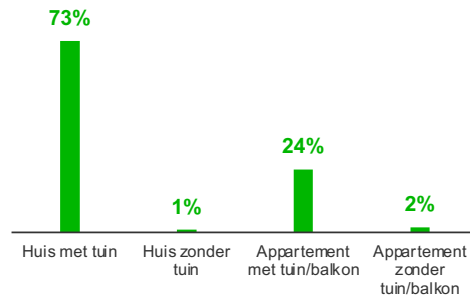
n=1210 mannen en vrouwen van 18 – 70 jaar oud

die bloemen (elke 3 maanden) en/of kamerplanten en/of buitenplanten (elke 6 maanden) kopen, voor henzelf of als cadeau

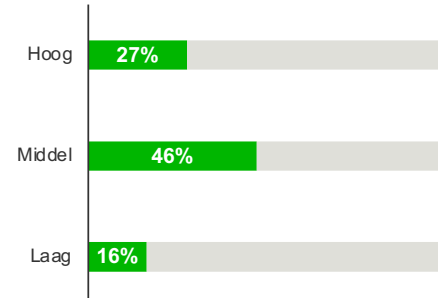
## GESLACHT



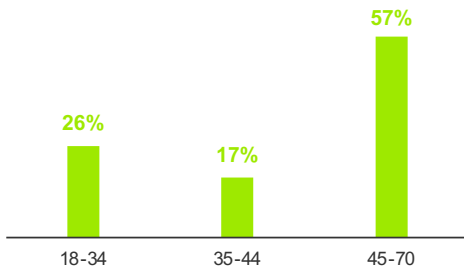
## HUISVESTING



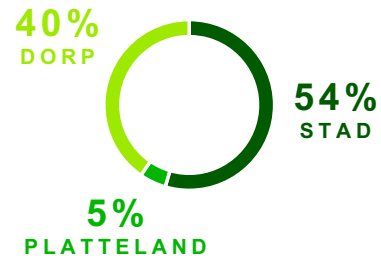
## EDUCATIE



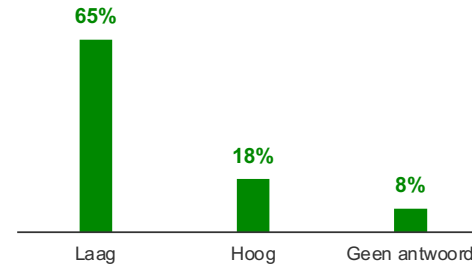
## LEEFTIJD



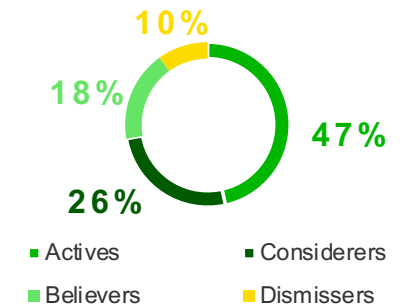
## LEEFOMGEVING



## INKOMEN



## TYPE SEGMENT



### Toelichting type segmenten

- Actives - Actieve houding t.a.v. duurzaamheid, voelen dat ze een verschil kunnen maken
- Considerers - Actieve houding t.a.v. duurzaamheid, maar ondernemen vooralsnog minder actie dan Actives
- Believers - Houding t.a.v. duurzaamheid wordt sterk beïnvloed door sociale omgeving
- Dismissers - Geen interesse in duurzaamheid

# Leer de Nederlandse consument kennen

## Top-5 perceptie en houding tegenover duurzaamheid in de bloemen en planten sector



### GROOTSTE ZORGEN

De mate waarin consumenten zich zorgen maken over zaken die te maken hebben met bloemen en planten

- 1 Water- of bodemverontreiniging als gevolg van het gebruik van chemische bestrijdingsmiddelen
- 2 Overconsumptie en afval
- 3 Te veel verpakking
- 4 Gezondheidsrisico's als gevolg van het gebruik van chemische bestrijdingsmiddelen of kunstmest
- 5 Uitstoot als gevolg van luchttransport

### BEREIDHEID

De mate waarin consumenten bereid zijn iets te doen met betrekking tot bloemen en planten

- 1 Meer lokaal geproduceerde bloemen en planten kopen
- 2 Bloemen- en plantenafval recyclen
- 3 Bloemen of planten houden en verzorgen tot ze dood zijn
- 4 Geen warmtelampen gebruiken om uw planten te verzorgen
- 5 Vaker bloemen of planten zonder plastic versieringen en verpakkingsmateriaal kopen

### VALUE ACTION GAP

De onderwerpen waar consumenten het meest mee worstelen om actie te ondernemen met betrekking tot bloemen en planten

- 1 Meer lokaal geproduceerde bloemen en planten kopen
- 2 Minder bloemen of planten kopen die met vliegtuigen of grote schepen worden vervoerd
- 3 Minder bloemen of planten kopen die zijn geteeld met chemische bestrijdingsmiddelen
- 4 Vaker bloemen en planten kopen met een duurzaamheidskeurmerk of -certificaat
- 5 Minder bloemen of planten kopen die worden geproduceerd met grote hoeveelheden water

### BARRIÈRES

Wat houdt consumenten tegen om zich duurzamer te gedragen met betrekking tot bloemen en planten?

- 1 Het is echt lastig om te zeggen welke bloemen of planten ethisch slecht zijn of slecht zijn voor het milieu
- 2 Ze hebben niet genoeg informatie over waar specifieke bloemen en planten worden geteeld
- 3 Bij het winkelen, denken ze meer aan geld besparen dan aan het redden van de planeet
- 4 Ze denken niet aan duurzaamheid als ze bloemen of planten kopen
- 5 Ze hebben niet genoeg informatie over de gevolgen van de productie en het vervoer van bloemen en planten



# Leer de Britse consument kennen

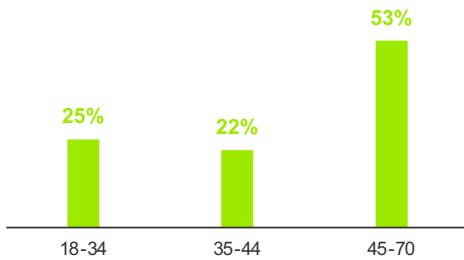
n=1212 mannen en vrouwen van 18 – 70 jaar oud

die bloemen (elke 3 maanden) en/of kamerplanten en/of buitenplanten (elke 6 maanden) kopen, voor henzelf of als cadeau

## GESLACHT

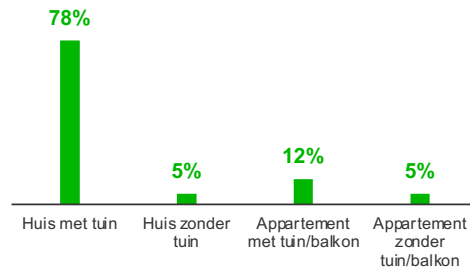


## LEEFTIJD

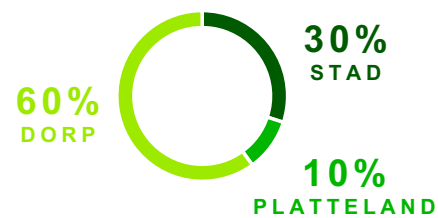


KANTAR

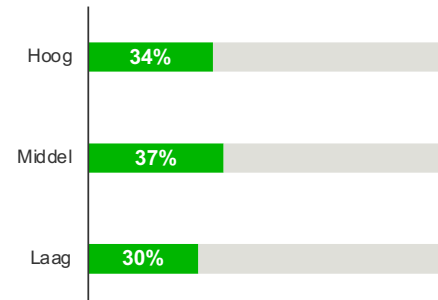
## HUISVESTING



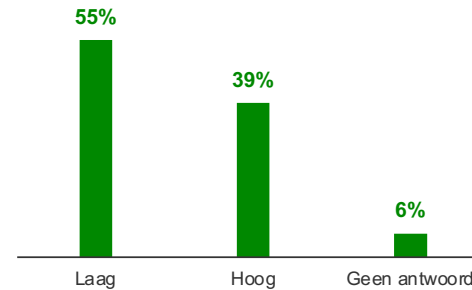
## LEEFOMGEVING



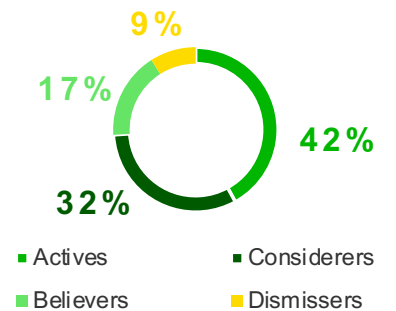
## EDUCATIE



## INKOMEN



## TYPE SEGMENT



### Toelichting type segmenten

- Actives - Actieve houding t.a.v. duurzaamheid, voelen dat ze een verschil kunnen maken
- Considerers - Actieve houding t.a.v. duurzaamheid, maar ondernemen vooralsnog minder actie dan Actives
- Believers - Houding t.a.v. duurzaamheid wordt sterk beïnvloed door sociale omgeving
- Dismissers - Geen interesse in duurzaamheid



# Leer de Britse consument kennen

## Top-5 perceptie en houding tegenover duurzaamheid in de bloemen en planten sector

### GROOTSTE ZORGEN

De mate waarin consumenten zich zorgen maken over zaken die te maken hebben met bloemen en planten

- 1 Water- of bodemverontreiniging als gevolg van het gebruik van chemische bestrijdingsmiddelen
- 2 Niet-recyclebare verpakkingen
- 3 Gezondheidsrisico's als gevolg van het gebruik van chemische bestrijdingsmiddelen of kunstmest
- 4 Water- of bodemverontreiniging als gevolg van het gebruik van kunstmest
- 5 Overconsumptie en afval

### BEREIDHEID

De mate waarin consumenten bereid zijn iets te doen met betrekking tot bloemen en planten

- 1 Meer lokaal geproduceerde bloemen en planten kopen
- 2 Bloemen- en plantenafval recyclen
- 3 Bloemen of planten houden en verzorgen tot ze dood zijn
- 4 Planten kopen met potten van recyclebaar of duurzaam materiaal in plaats van potten van niet duurzame materialen  
Vaker bloemen en planten kopen met een duurzaamheidskeurmerk of -certificaat
- 5

### VALUE ACTION GAP

De onderwerpen waar consumenten het meest mee worstelen om actie te ondernemen met betrekking tot bloemen en planten

- 1 Vaker bloemen en planten kopen met een duurzaamheidskeurmerk of -certificaat
- 2 Meer lokaal geproduceerde bloemen en planten kopen
- 3 Minder bloemen of planten kopen die met vliegtuigen of grote schepen worden vervoerd
- 4 Minder bloemen of planten kopen die zijn geteeld met chemische bestrijdingsmiddelen
- 5 Planten kopen met potten van recyclebaar of duurzaam materiaal in plaats van potten van niet duurzame materialen

### BARRIÈRES

Wat houdt consumenten tegen om zich duurzamer te gedragen met betrekking tot bloemen en planten?

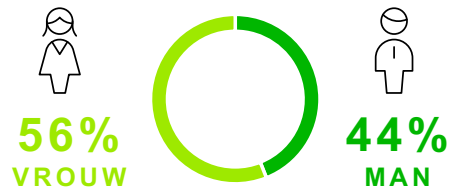
- 1 Het is echt lastig om te zeggen welke bloemen of planten ethisch slecht zijn of slecht zijn voor het milieu
- 2 Bij het winkelen, denken ze meer aan geld besparen dan aan het redden van de planeet
- 3 Ze hebben niet genoeg informatie over waar specifieke bloemen en planten worden geteeld
- 4 Ze hebben niet genoeg informatie over de gevolgen van de productie en het vervoer van bloemen en planten
- 5 Ze denken niet aan duurzaamheid als ze bloemen of planten kopen



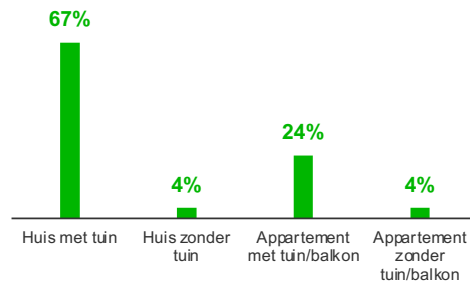
# Leer de Franse consument kennen

n=1212 mannen en vrouwen van 18 – 70 jaar oud  
die bloemen (elke 3 maanden) en/of kamerplanten en/of buitenplanten (elke 6 maanden) kopen, voor henzelf of als cadeau

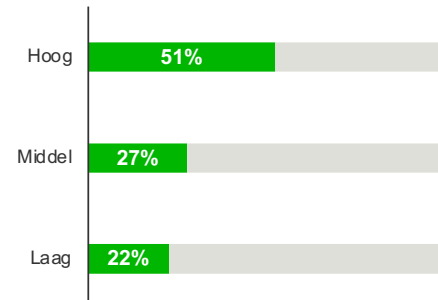
## GESLACHT



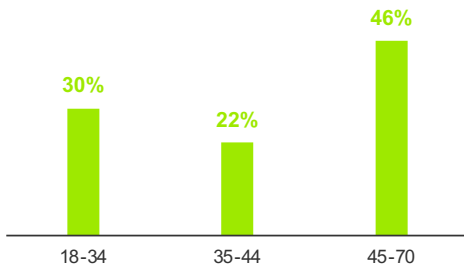
## HUISVESTING



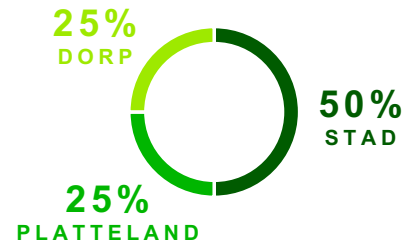
## EDUCATIE



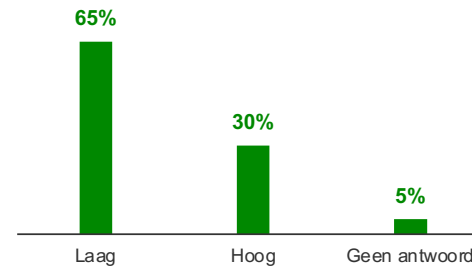
## LEEFTIJD



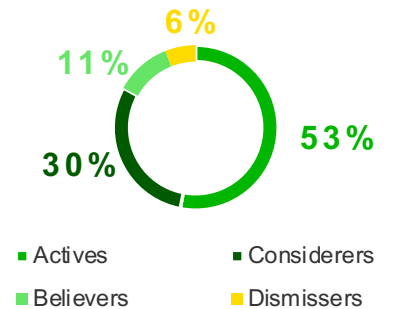
## LEEFOMGEVING



## INKOMEN



## TYPE SEGMENT



Toelichting type segmenten

- Actives - Actieve houding t.a.v. duurzaamheid, voelen dat ze een verschil kunnen maken
- Considerers - Actieve houding t.a.v. duurzaamheid, maar ondernemen vooralsnog minder actie dan Actives
- Believers - Houding t.a.v. duurzaamheid wordt sterk beïnvloed door sociale omgeving
- Dismissers - Geen interesse in duurzaamheid





# Leer de Franse consument kennen

## Top-5 perceptie en houding tegenover duurzaamheid in de bloemen en planten sector

### GROOTSTE ZORGEN

De mate waarin consumenten zich zorgen maken over zaken die te maken hebben met bloemen en planten

- 1 Water- of bodemverontreiniging als gevolg van het gebruik van chemische bestrijdingsmiddelen
- 2 Overconsumptie en afval
- 3 Gezondheidsrisico's als gevolg van het gebruik van chemische bestrijdingsmiddelen of kunstmest
- 4 Water- of bodemverontreiniging als gevolg van het gebruik van kunstmest
- 5 Gevolgen van (overmatig) watergebruik

### BEREIDHEID

De mate waarin consumenten bereid zijn iets te doen met betrekking tot bloemen en planten

- 1 Meer lokaal geproduceerde bloemen en planten kopen
- 2 Geen warmtelampen gebruiken om uw planten te verzorgen
- 3 Bloemen of planten houden en verzorgen tot ze dood zijn
- 4 Planten kopen met potten van recyclebaar of duurzaam materiaal in plaats van potten van niet duurzame materialen
- 5 Bloemen- en plantenafval recyclen

### VALUE ACTION GAP

De onderwerpen waar consumenten het meest mee worstelen om actie te ondernemen met betrekking tot bloemen en planten

- 1 Meer lokaal geproduceerde bloemen en planten kopen
- 2 Planten kopen met potten van recyclebaar of duurzaam materiaal in plaats van potten van niet duurzame materialen
- 3 Minder bloemen of planten kopen die zijn geteeld met chemische bestrijdingsmiddelen
- 4 Vaker bloemen en planten kopen met een duurzaamheidskeurmerk of -certificaat
- 5 Minder bloemen of planten kopen die met vliegtuigen of grote schepen worden vervoerd

### BARRIÈRES

Wat houdt consumenten tegen om zich duurzamer te gedragen met betrekking tot bloemen en planten?

- 1 Ze hebben niet genoeg informatie over waar specifieke bloemen en planten worden geteeld
- 2 Ze hebben niet genoeg informatie over de gevolgen van de productie en het vervoer van bloemen en planten
- 3 Het is echt lastig om te zeggen welke bloemen of planten ethisch slecht zijn of slecht zijn voor het milieu
- 4 Bij het winkelen, denken ze meer aan geld besparen dan aan het redden van de planeet
- 5 Het maakt geen deel uit van hun routine om na te denken over duurzaamheid bij het kopen van bloemen en planten



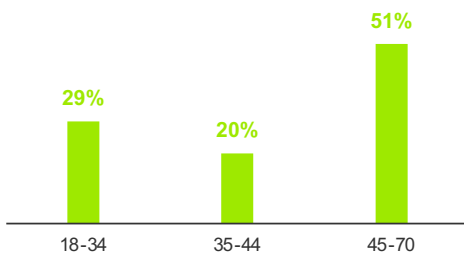
# Leer de Duitse consument kennen

n=1199 mannen en vrouwen van 18 – 70 jaar oud  
die bloemen (elke 3 maanden) en/of kamerplanten en/of buitenplanten (elke 6 maanden) kopen, voor henzelf of als cadeau

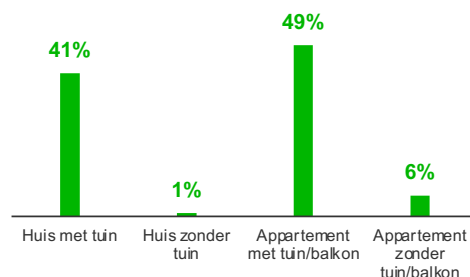
## GESLACHT



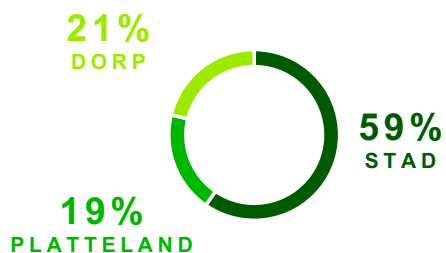
## LEEFTIJD



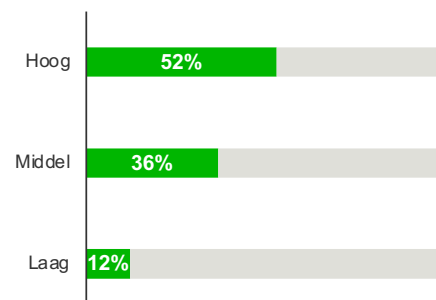
## HUISVESTING



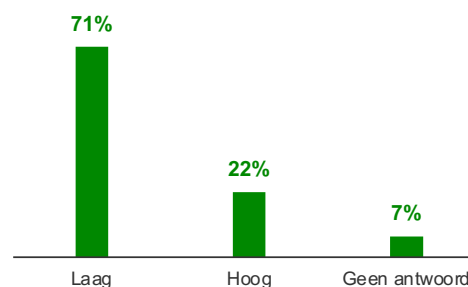
## LEEFOMGEVING



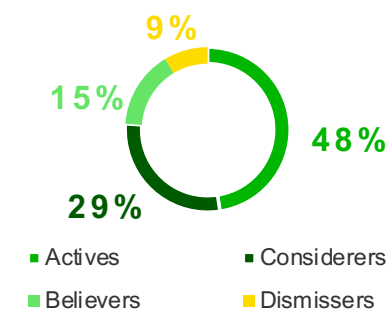
## EDUCATIE



## INKOMEN



## TYPE SEGMENT





# Leer de Duitse consument kennen

## Top-5 perceptie en houding tegenover duurzaamheid in de bloemen en planten sector

### GROOTSTE ZORGEN

De mate waarin consumenten zich zorgen maken over zaken die te maken hebben met bloemen en planten

- 1 Water- of bodemverontreiniging als gevolg van het gebruik van chemische bestrijdingsmiddelen
- 2 Water- of bodemverontreiniging als gevolg van het gebruik van kunstmest
- 3 Te veel verpakking
- 4 Gezondheidsrisico's als gevolg van het gebruik van chemische bestrijdingsmiddelen of kunstmest
- 5 Gevolgen van (overmatig) watergebruik

### BEREIDHEID

De mate waarin consumenten bereid zijn iets te doen met betrekking tot bloemen en planten

- 1 Bloemen of planten houden en verzorgen tot ze dood zijn
- 2 Meer lokaal geproduceerde bloemen en planten kopen
- 3 Minder chemisch gekleurde bloemen en planten kopen
- 4 Bloemen- en plantenafval recyclen
- 5 Geen warmtelampen gebruiken om uw planten te verzorgen

### VALUE ACTION GAP

De onderwerpen waar consumenten het meest mee worstelen om actie te ondernemen met betrekking tot bloemen en planten

- 1 Minder bloemen of planten kopen die met vliegtuigen of grote schepen worden vervoerd
- 2 Minder bloemen of planten kopen die zijn geteeld met chemische bestrijdingsmiddelen
- 3 Meer lokaal geproduceerde bloemen en planten kopen
- 4 Vaker bloemen en planten kopen met een duurzaamheidskeurmerk of -certificaat
- 5 Minder bloemen of planten kopen die worden geproduceerd met grote hoeveelheden water

### BARRIÈRES

Wat houdt consumenten tegen om zich duurzamer te gedragen met betrekking tot bloemen en planten?

- 1 Het is echt lastig om te zeggen welke bloemen of planten ethisch slecht zijn of slecht zijn voor het milieu
- 2 Ze hebben niet genoeg informatie over waar specifieke bloemen en planten worden geteeld
- 3 Ze hebben niet genoeg informatie over de gevolgen van de productie en het vervoer van bloemen en planten
- 4 Het maakt geen deel uit van hun routine om na te denken over duurzaamheid bij het kopen van bloemen en planten
- 5 Ze weten niet waar ze duurzamere bloemen en planten kunnen vinden

## HIGHLIGHTS

### Consument spreekt zich uit over duurzame bloemen en planten

Eenderde van de consumenten heeft als het gaat om duurzaamheid een positief beeld van zowel de sierteeltsector als van bloemen en planten. Dat blijkt uit recent onderzoek dat onderzoeksbureau Kantar in Nederland, Duitsland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk uitvoerde in opdracht van Bloemenbureau Holland.

### Duidelijke trend

Het onderzoek laat zien dat duurzaamheid voor de meeste consumenten nog niet het eerste is waaraan ze denken bij het kopen van bloemen en planten. Nòg niet, want er is volgens de onderzoekers een duidelijke trend merkbaar. Voor de consument wordt duurzaamheid steeds belangrijker, ook als het gaat om bloemen en planten.

### Leer de consument kennen

In dit document vind je per land de top-5 perceptie en houding van de consument tegenover duurzaamheid in de bloemen en planten sector, die in het onderzoek naar voren kwamen.

### Ontvankelijk voor het duurzame verhaal

Om de consument in de toekomst ook echt te kunnen laten kiezen voor duurzame sierteeltproducten is meer nodig, zo blijkt. Scan de QR-code en lees op onze website verder over het onderzoek, de resultaten en het vervolg.



Lees verder

## MEER WETEN?

Voor vragen over het onderzoek kun je terecht bij Monique Kemperman, via [mkemperman@bloemenbureauholland.nl](mailto:mkemperman@bloemenbureauholland.nl)

Ben je geïnteresseerd in nog meer consumentenonderzoek en andere activiteiten van Bloemenbureau Holland? Meld je dan aan voor onze nieuwsbrief via deze QR-code. Vergeet niet de e-mail bevestiging te accepteren.



Nieuwsbrief

### BLOEMBUREAU HOLLAND

Sierteeltstraat 1  
1431 GM Aalsmeer  
T: +31 (0)174 72 70 10  
I: [www.bloemenbureauholland.nl](http://www.bloemenbureauholland.nl)

