

# Typisch Groothandel 2014



# Typisch Groothandel 2014 Vergelijking 2008 - 2013

## **Aan deze editie werkten mee:**

**VGB:** R. van Willegen  
K. van der Meij  
A. Brill

**HBAG:**B. Ensink

## **Speciale dank aan:**

Dutch Flower Group:  
FloraHolland:  
Floris Holland – Agora Group:  
Gebr. K & J Heemskerk:  
Javado:  
Wesseling Export:

Boudewijn Rip  
Ina Tillema  
Katty Proost  
Koos Heemskerk  
Gerson Aalbrecht  
Henk Lammers

## **Fotografie:**

## **Omslag:**

Nils van Houts, DFG, Agora  
Marcel van Gaalen

# Inhoudsopgave

<b>Voorwoord</b>	<b>3</b>
<b>1 Inleiding</b>	<b>5</b>
1.1 Aanleiding	5
1.2 Doelstelling	5
1.3 Leeswijzer	5
<b>2 Nederlandse ontwikkeling productie- en exportwaarde</b>	<b>7</b>
2.1 Spelers	7
2.2 Marktontwikkelingen	8
2.3 Diversiteit in de keten	9
2.4 Aantal bedrijven en omzet	11
2.5 Ontwikkeling van de exportwaarde	13
<b>3 Nederlandse export en afzetontwikkelingen</b>	<b>15</b>
3.1 Positie van Nederland	15
3.2 Ontwikkelingen van afzetgebieden	17
3.3 Specialisten binnen de Nederlandse exporterende groothandel	19
3.4 Trends en ontwikkelingen specialisten Nederlandse exporterende groothandel	24
3.5 Algemene omzetontwikkelingen groothandelsbedrijven op afzetkanalen	28
<b>4 Ontwikkelingen</b>	<b>31</b>
4.1 Inkoop ontwikkelingen (KOA)	31
4.2 Import ontwikkelingen	32
4.3 Overzicht import exportlanden	33
<b>Bijlage(n)</b>	
A - Toevoeging exporterende groothandel	37
B - Positie en marktaandeel van geregistreerde lijnrijders	41
<b>Woordenlijst</b>	<b>43</b>
<b>Koerstabel</b>	<b>43</b>
<b>Literatuurlijst</b>	<b>44</b>



### Wij zullen dóórgaan

Een nieuwe versie van 'Typisch Groothandel'. Over de ontwikkelingen in een vooral de laatste jaren onstuimig in beweging zijnde branche. Nog net konden medewerkers van de VGB voor het nauwgezet in kaart brengen van de dynamiek in de diverse afzetkanalen voor bloemen en planten de unieke gegevens van het HBAG gebruiken.

Helaas besloot het kabinet, na jarenlange politieke druk, de schappen op te heffen. Daardoor zou ook het blijven volgen van de verschuivingen in die afzetkanalen in de toekomst niet meer mogelijk zijn.

Gelukkig is de groothandel niet voor één gat te vangen. Hij nam het initiatief op private basis de uiterst gewenste handelsdata te blijven verzamelen. Daartoe werd de onafhankelijke stichting Floridata opgericht. Zodat waardevolle informatie beschikbaar blijft voor het maken van gedetailleerde statistieken over de sector. Aan bij Floridata aangesloten handelshuizen, nu al twee derde van alle bedrijven, worden onmisbare gegevens geleverd voor business analyses en zicht op hun positie in de markt waar zij actief zijn.

Meer dan ooit is dat nu nodig. De groothandel verkeert in een periode van toenemende complexiteit en onzekerheid over de rol van intermediaire partijen in de keten. Voor- en achterwaartse integratie van leveranciers en afnemers, nieuwe toetreders in de gedaante van gespecialiseerde service providers en de versnelde ontwikkelingen in internetgebruik maken dat de groothandel duidelijk positie moet kiezen.

Er zijn zeker nog volop kansen en (nieuwe) uitdagingen. Enerzijds groeit een aantal handelshuizen uit tot grote full service providers, zowel in het gespecialiseerde als het niet gespecialiseerde afzetkanaal. Anderzijds is sprake van specialisatie van de groothandel in specifieke kanalen, klantensorten en productmarkten.

Wij zien ook de eerste stappen op het gebied van de internationalisering. Daarbij richt men zich niet alleen op export uit en import naar Nederland, maar vestigen ondernemers zich ook wereldwijd in productiegebieden, voor sourcing, en in afzetgebieden. Zo ontstaan netwerken die internationale stromen en lokale, c.q. regionale stromen samenvoegen.

Kortom: er is heel veel aan de hand in de sector. Ik hoop dat deze nieuwe versie van 'Typisch Groothandel' de lezer een goed beeld daarvan geeft. Als bijdrage aan het strategische inzicht van de groothandel. Want hoe ingewikkeld de markt ook is of wordt: wij zullen dóórgaan.

*Herman de Boon,  
voorzitter VGB*



A man with short, light brown hair and glasses, wearing a dark blue suit jacket over a light blue button-down shirt, stands in a flower shop. He is smiling slightly and looking towards the camera. The background is filled with various flowers, including pink and purple blooms on shelves and green foliage in the foreground.

**Boudewijn Rip, retail:  
"Supermarkt  
wordt  
consument  
gerichter"**

**pagina 25**



## 1.1 Aanleiding

Zowel het aantal afzetkanalen als de actieve bedrijven in de groothandel van bloemen en planten zijn zeer divers. Voortdurend vinden dan ook verschuivingen plaats tussen de verschillende typen groothandelaren en de afzetmarkten. Het rapport 'Typisch Groothandel 2010' bracht deze verschuivingen van 2005 tot en met 2009 in kaart. Op verzoek van de handelsbedrijven is aan deze informatie de data uit 2011, 2012 en 2013 toegevoegd. Daardoor kan in deze uitgave 'Typisch Groothandel 2008 - 2013' de trend over de laatste 5 jaar worden geanalyseerd.

## 1.2 Doelstelling

Typisch Groothandel 2008 – 2013 geeft inzicht in de diversiteit en ontwikkeling van de groothandel in bloemen en planten tot en met 2013. Deze uitgave richt zich naast de afzet van bloemen en planten op de verschillende typen groothandelaren. Door heden en verleden met elkaar te vergelijken is het mogelijk inzicht te krijgen in de ontwikkelingen van de groothandel en de afzetkanalen.

## 1.3 Digitale versie

Het streven is de geactualiseerde data gebaseerd op geregistreerde exportcijfers eind 2014 ook flexibel aan te bieden op een digitaal platform dat via de VGB website ontsloten wordt.

## 1.4 Leeswijzer

Hoofdstuk twee, gewijd aan 'de sierteeltketen' en 'de plaats van de groothandel in de keten', geeft een volledig beeld van de markt.

Hoofdstuk drie besteedt aandacht aan de Nederlandse export- en afzetontwikkelingen. Hierin worden de honingraten getoond en de trends beschreven die uit de honingraatmodellen naar voren komen.

In hoofdstuk vier wordt de import in Nederland weergegeven en een globaal beeld geschetst van de belangrijkste import landen wereldwijd.

De beschreven trends zijn gebaseerd op gespecialiseerde bedrijven. Om meer inzicht te krijgen worden deze trends vergeleken met de huidige ontwikkelingen.

Henk Lammers, groothandel:

# “Elke markt heeft eigen karakter”

pagina 25

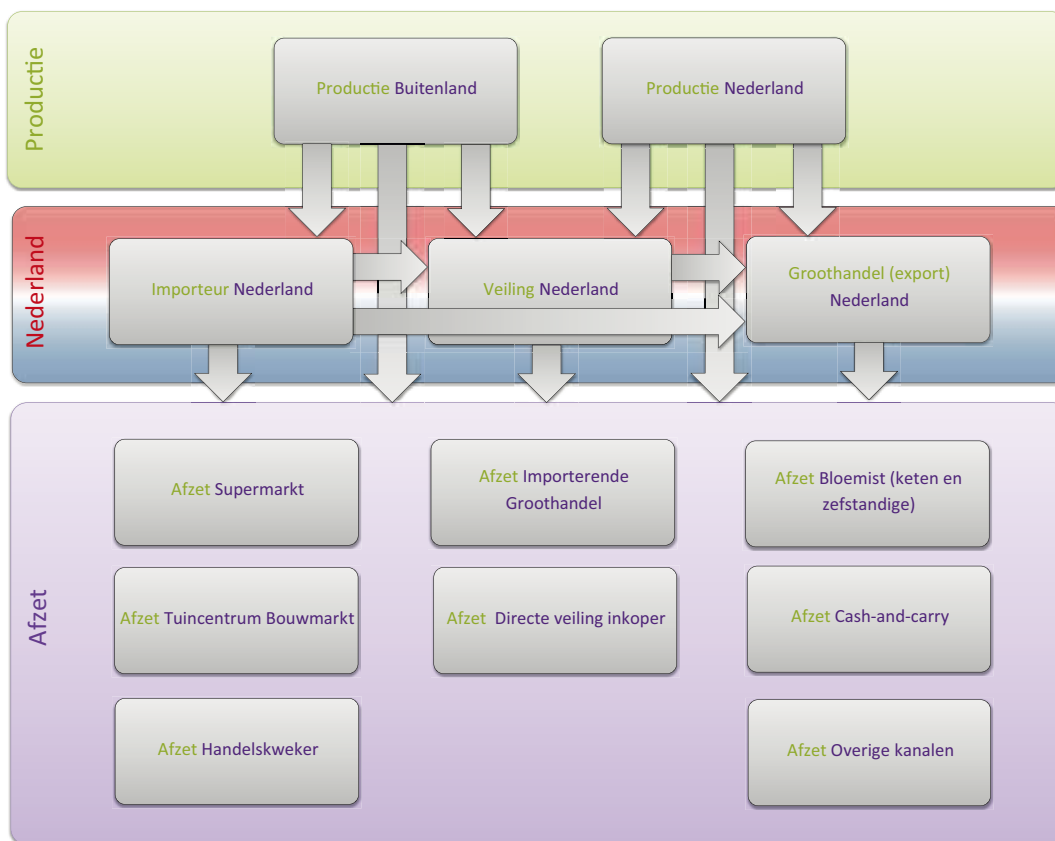


## 2 NEDERLANDSE ONTWIKKELING PRODUCTIE- EN EXPORTWAARDE



### 2.1 Spelers

Bij de handel in bloemen en planten is een groot aantal 'ketenpartijen' betrokken. Onderstaand schema geeft alle belangrijke betrokken partijen en hun relatie met elkaar weer.



Het schema begint bij de productie in binnen- en buitenland en met producenten worden alle telers van snijbloemen en potplanten bedoeld. Nadat de producten een teler verlaten komen zij bij verschillende schakels in de keten terecht.

Eén van de ketenpartijen is de veiling. Dit is een coöperatie in handen van de telers. Verreweg de grootste veilingcoöperatie is FloraHolland met een veiling marktaandeel van 98%. Traditioneel komen vraag en aanbod op de veilingklokken bij elkaar. Daarnaast is het aandeel bemiddeling, de directe handel tussen kweker en (handels) klant, enorm toegenomen. Een groot deel van de prijsvorming komt op de totale veilingmarktplaats tot stand. De grootste klantengroep van de veiling is de groothandel. De Nederlandse groothandel is verantwoordelijk voor meer dan 85% van de Nederlandse export in bloemen en planten. Ook de binnenlandse markt wordt gedeeltelijk door groothandelaren bediend. Daarnaast kopen Nederlandse detaillisten ook zelf direct in op de (regionale) veillocales.

Vervolgens komen de producten bij de afzetkanalen terecht. Over de afzet naar deze kanalen en de positie van de verschillende soorten groothandelaren gaat dit rapport.





### Productiewaarde

In de periode 2008 – 2013 steeg de productiewaarde van snijbloemen met € 11 miljoen (tabel 2.1). De productiewaarde van planten steeg, in dezelfde periode, maar liefst met 10% van € 1.862 miljoen in 2008 naar € 2.046 miljoen in 2013. De totale productiewaarde in Nederland van snijbloemen en potplanten komt in 2013 uit op € 4.229 miljoen. Dit is een stijging van € 195 miljoen in de periode 2008 – 2013.

Tabel 2.1 De productiewaarde van Nederlandse bloemkwekerijproducten 2008-2013 (€ miljoen)



Productiewaarde in mln. €	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Snijbloemen	€ 2.172	€ 1.879	€ 2.110	€ 2.040	€ 2.153	€ 2.183
Planten	€ 1.862	€ 1.903	€ 2.000	€ 1.970	€ 2.000	€ 2.046
<b>Totaal</b>	<b>€ 4.034</b>	<b>€ 3.782</b>	<b>€ 4.110</b>	<b>€ 4.010</b>	<b>€ 4.153</b>	<b>€ 4.229</b>

Bron: productschap Tuinbouw t/m 2012, 2013 LEI<sup>1</sup>

Productie	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Aantal bedrijven	1.915	1.730	1.500	1.455	1.360	1.200
Snijbloemen Areaal in m <sup>2</sup>	4.581	4.424	4.953	4.819	4.667	4.104
Aantal bedrijven	1.185	1.120	995	890	860	825
Potplanten Areaal in m <sup>2</sup>	2.232	2.251	2.081	2.021	1.995	1.958

Bron: CBS

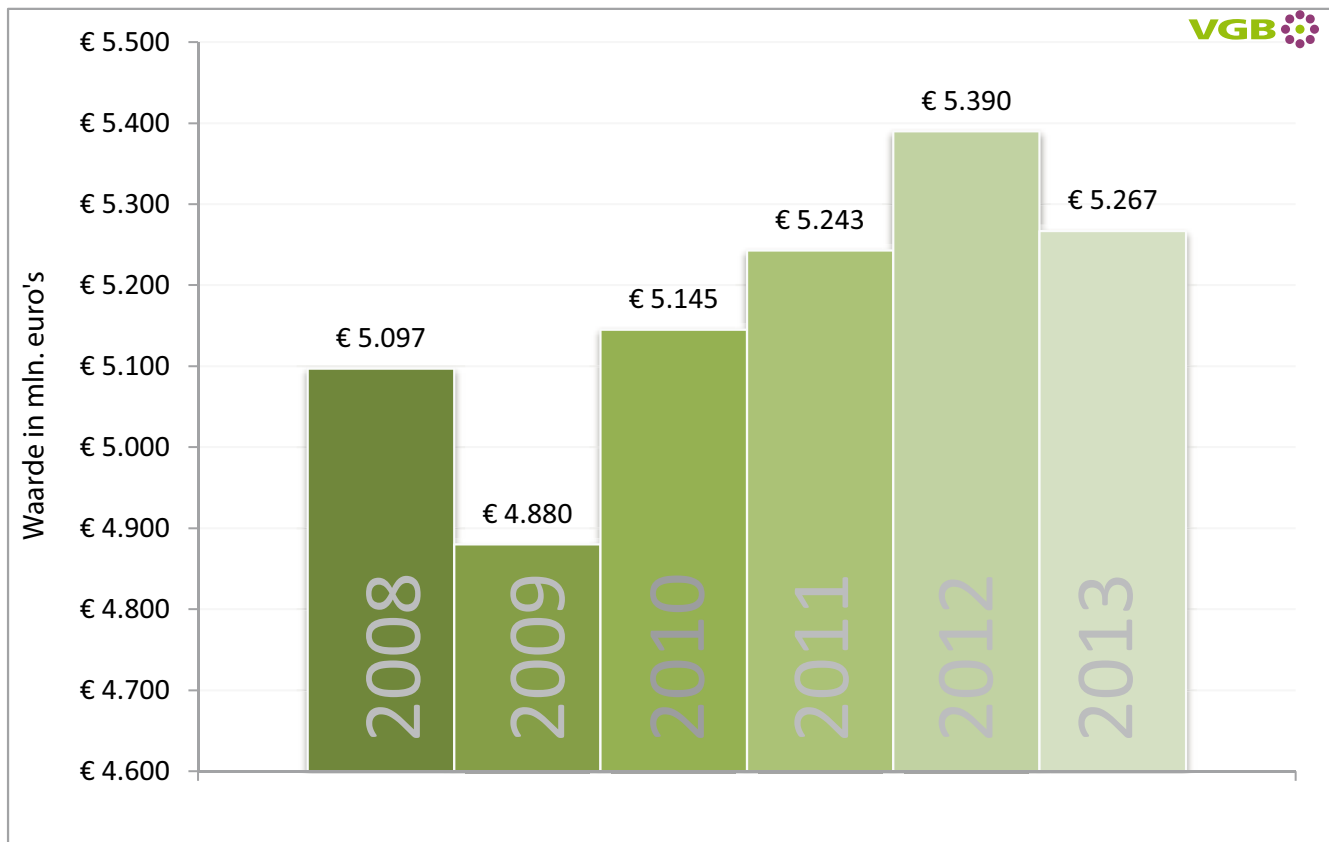
<sup>1</sup> Na opheffing van het Productschap Tuinbouw (PT) in 2013 is er geen informatie meer beschikbaar. De cijfers ten met 2012 werden aangeleverd door het PT, vanaf 2013 door het LEI.



### Exportwaarde

De Nederlandse exportwaarde van snijbloemen en potplanten groeide in de periode 2008 – 2013 van € 5.097 miljoen naar € 5.267 miljoen euro (tabel 2.2). Een stijging van ruim 3% in deze periode. De exportwaarde van snijbloemen en potplanten daalde in 2013 met 2,3% ten opzichte van 2012. Onderverdeeld was er een daling voor snijbloemen van 2,7% en voor potplanten van 1,7%.

Tabel 2.2 De exportwaarde van bloemkwekerijproducten 2008-2013 (€ miljoen)



Exportwaarde in mln. €	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Snijbloemen	€ 3.243	€ 2.990	€ 3.151	€ 3.204	€ 3.314	€ 3.226
Planten	€ 1.854	€ 1.890	€ 1.994	€ 2.039	€ 2.076	€ 2.041
<b>Totaal</b>	<b>€ 5.097</b>	<b>€ 4.880</b>	<b>€ 5.145</b>	<b>€ 5.243</b>	<b>€ 5.390</b>	<b>€ 5.267</b>

Bron: HBAG Bloemen en Planten 2013

### 2.3 Diversiteit in de keten

Binnen de sierteeltsector is een grote verscheidenheid in typen groothandelaren. De groothandelsbedrijven bestaan uit verzendexporteurs, lijnrijders, importeurs, handelskwekerijen, commissionairs en cash-and-carry's. De verzendexporteur verstuurt bestelde producten naar de afnemer in binnen- en buitenland en is verantwoordelijk voor ongeveer 85% van de exportwaarde. De lijnrijder biedt vanuit zijn rijdende voorraad producten letterlijk "op de stoep" van zijn klanten aan. Hierin onderscheidt de lijnrijder zich duidelijk van de verzendexporteur.

### Importwaarde

De importeur haalt zijn handel uit het buitenland en verhandelt deze voornamelijk weer via de groothandel of veiling. De exportwaarde die de importeur zelf genereert is verwaarloosbaar op het totaal. Om inzicht te krijgen waarom de productie waarde terugliep en de export desondanks toenam is in kaart gebracht wat Nederland in de periode 2008 – 2012 aan bloemen en planten heeft geïmporteerd. (op basis van statistiek code's 060230, 060240, 060290 en 060299 van Comtrade)

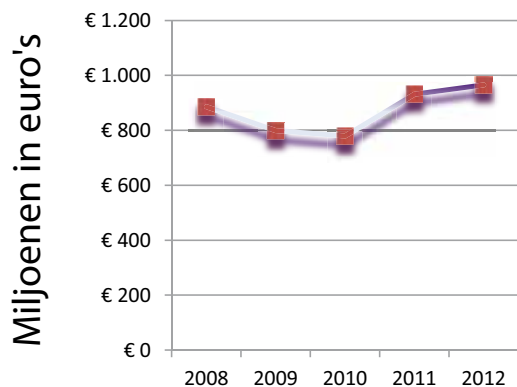
Tabel 2.3 Import Nederland totalen 2008-2012 (€ miljoen)



Importwaarde in mln. €	2008	2009	2010	2011	2012
Snijbloemen	€ 558	€ 510	€ 478	€ 539	€ 572
Potplanten	€ 328	€ 289	€ 301	€ 393	€ 393
<b>Totaal</b>	<b>€ 886</b>	<b>€ 799</b>	<b>€ 780</b>	<b>€ 932</b>	<b>€ 965</b>

Bron: Comtrade 2013

Figuur 2.3.1 Totale importwaarde bloemen en planten



Figuur 2.3.2 Importwaarde uitgesplitst naar potplanten en snijbloemen



Bron: Comtrade 2013

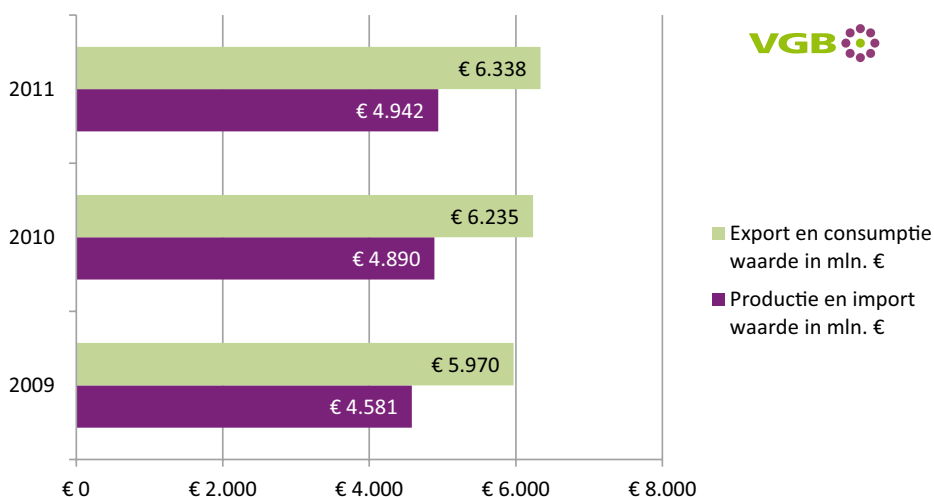
Uit het Rapport "De consument van bloemen en planten Marktomvang consumentenwaarde Europa 2009-2011" van het Productschap Tuinbouw komt de tabel over de consumptiewaarde van bloemen en planten in Nederland voor de periode 2009 - 2011.

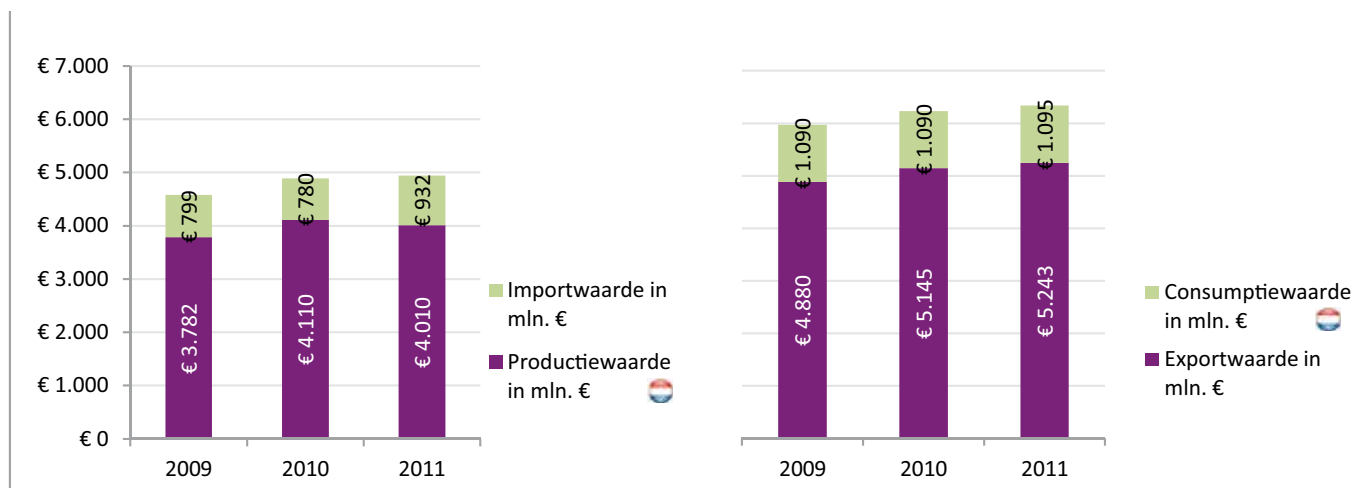
Tabel 2.4 Nederlandse consumptiewaarde 2009-2011 (€ miljoen)

Consumptiewaarde in mln. €	2009	2010	2011
Snijbloemen	€ 800	€ 810	€ 810
Potplanten	€ 290	€ 280	€ 285
<b>Totaal</b>	<b>€ 1.090</b>	<b>€ 1.090</b>	<b>€ 1.095</b>

Bron: PT -Marktomvang consumentenwaarde 2009-2011

Tabel 2.4.1 Weergave productie NL en import t.o.v. export en consumptie NL 2009-2011 bloemen en planten (€ miljoen)





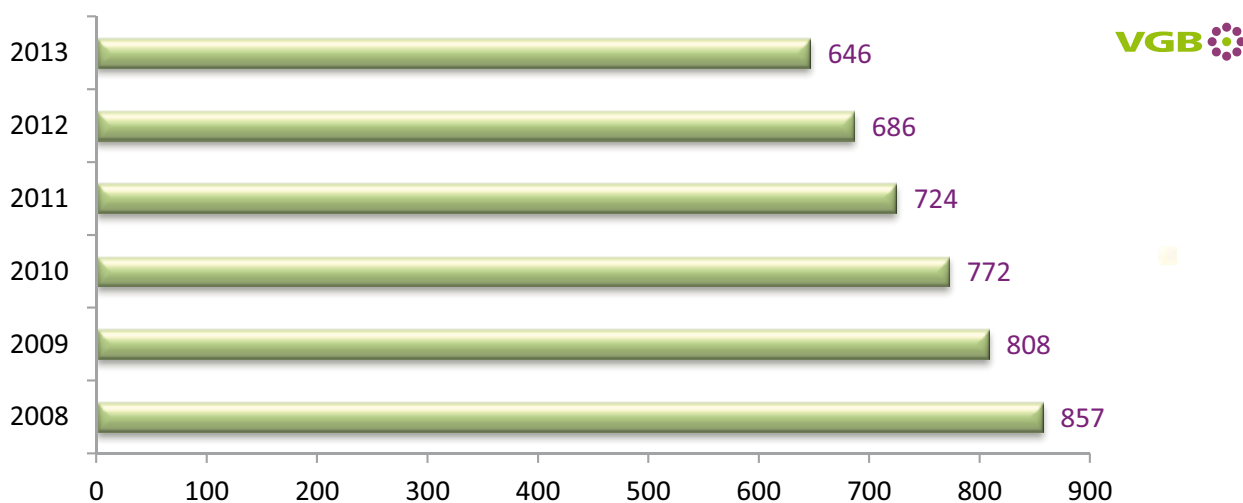
Bron: HBAG Bloemen en Planten 2013

## 2.4 Aantal bedrijven en omzet

In 2013 stonden bij het HBAG Bloemen en Planten 646 exporterende groothandelaren geregistreerd. Waarvan 407 exporteurs aan Duitsland leveren, 212 aan Frankrijk en 192 aan het Verenigd Koninkrijk.

Ten opzichte van 2012 nam het aantal<sup>2</sup> exporterende groothandelaren met 6% sterk af (Tabel 2.5). Opvallend is dat de trendlijn een continue afname van gemiddeld 5% per jaar vertoont. Groothandelaren actief op de Nederlandse markt worden niet bijgehouden, daarom is het aantal actieve binnenlandse handel drijvende ondernemingen niet bekend. Dit betreft zowel cash-and-carry ondernemers als binnenlandse lijnrijders.

Tabel 2.5 Totaal aantal exporterende groothandel



Groothandelbedrijven	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Aantal exporterend	857	808	772	724	686	646
Mutatie		-5,7%	-4,5%	-6,2%	-5,2%	-5,8%
Totaal	857	808	772	724	686	646

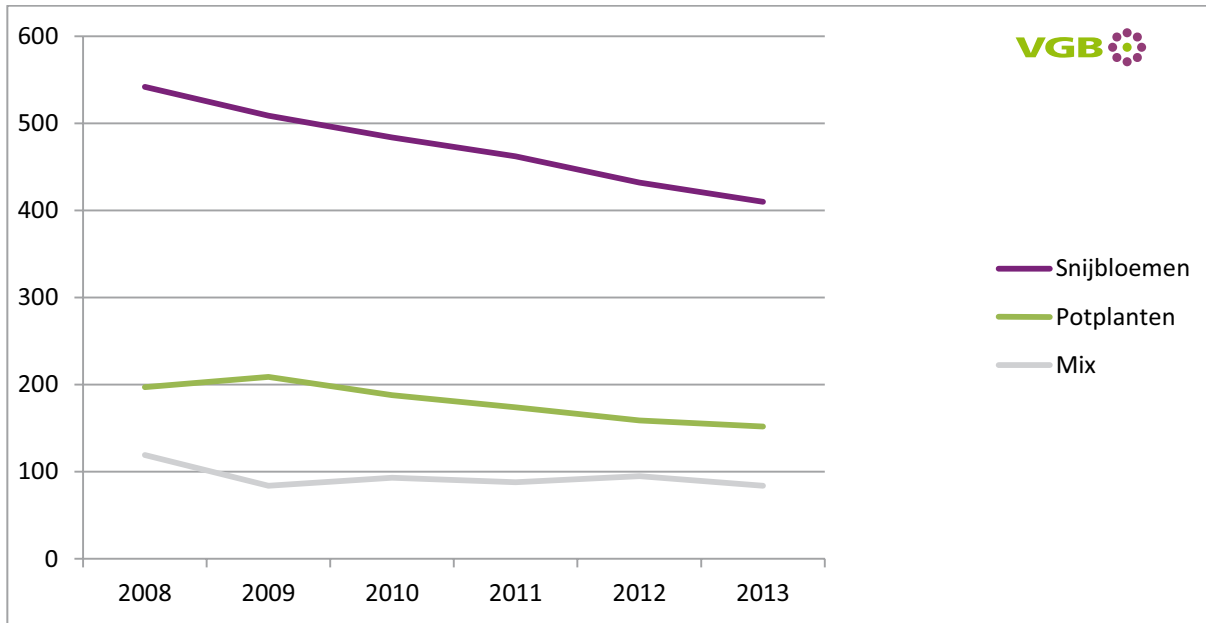
Bron: HBAG Bloemen en Planten 2013

<sup>2</sup> HBAG registreert wel holdings maar houdt alleen voor individueel ingeschreven bedrijven (BV's) de statistieken bij.



In de periode 2008 – 2013 groeide de gemiddelde exportwaarde per handelaar van € 5,9 naar € 8,2 miljoen. Wordt het aantal exporteurs gesplitst in productgroep (snijbloemen, planten en mix) dan kan geconcludeerd worden dat de afname (tussen 2008 en 2013) voornamelijk plaatsvond bij snijbloemenhandelaren (Tabel 2.6). Met een afname van 132 snijbloemenhandelaren (24,4%) is de daling procentueel in deze productgroep het grootst.

Tabel 2.6 Aantal exportbedrijven dat zich heeft toegespitst<sup>3</sup> op een productgroep



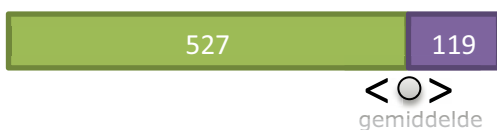
Exportbedrijven	2008	2009	2010	2011	2012	2013	% verandering 2008 - 2013
Snijbloemen	542	509	484	462	432	410	-24,35%
Potplanten	209	209	188	174	159	152	-22,84%
Mix	84	93	88	95	84	84	-29,41%
Totaal	858	802	765	724	686	646	-24,71%

Bron: HBAG Bloemen en Planten 2013

In de gehele handel van sierteeltproducten is in de periode 2008 - 2013 sprake van schaalvergroting. Bij snijbloemen en potplanten is het aantal handelaren gedaald en de exportwaarde gestegen.

Voor de sierteeltsector geldt dat slechts 31 groothandelsbedrijven (4,8%) de helft van de totale exportwaarde vertegenwoordigen.

Met een gemiddelde exportwaarde van afgerond € 8,2 miljoen euro per bedrijf exporteert 82% (527) van de bedrijven minder dan het gemiddelde en 18% (119) meer dan het gemiddelde.



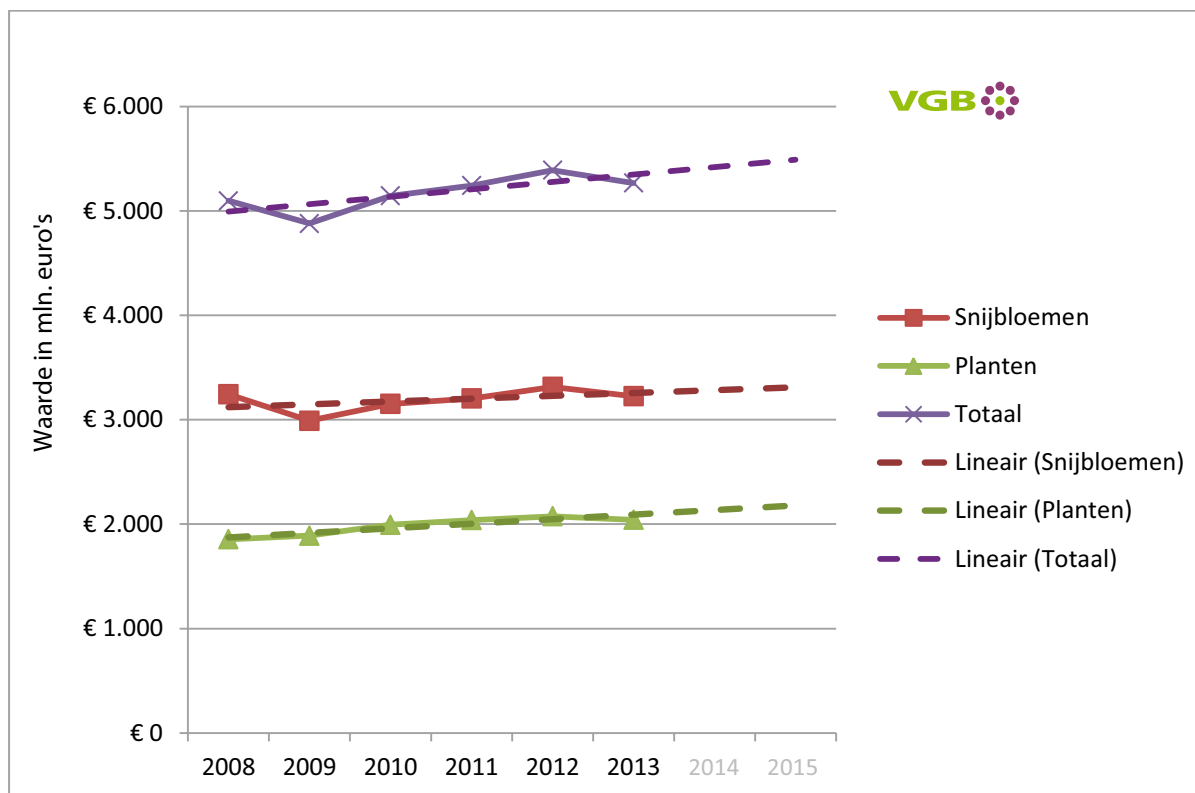
<sup>3</sup> Met toegespitst wordt bedoeld: meer dan 75% van de omzet in een productgroep (snijbloemen of potplanten), anders is het een mix.



De totale exportwaarde van sierteeltproducten steeg in de periode 2008 - 2013 met 3,3% tot € 5.267 miljoen. Potplanten nam in die periode met 10% toe, snijbloemen met 0,5% af! Snijbloemen namen € 3.326 miljoen voor hun rekening, potplanten € 2.041 miljoen.

Figuur 2.1 geeft de ontwikkeling en lineaire trendlijn tot en met 2015 weer van de totale exportwaarde in snijbloemen en potplanten.

Figuur 2.1 Ontwikkeling van de totale Nederlandse exportwaarde in periode 2008 - 2013



Waarde in mln. €	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Snijbloemen	€ 3.243	€ 2.990	€ 3.151	€ 3.204	€ 3.314	€ 3.226
Planten	€ 1.854	€ 1.890	€ 1.994	€ 2.039	€ 2.076	€ 2.041
<b>Totaal</b>	<b>€ 5.097</b>	<b>€ 4.880</b>	<b>€ 5.145</b>	<b>€ 5.243</b>	<b>€ 5.390</b>	<b>€ 5.267</b>

Bron: HBAG Bloemen en Planten 2013

### Snijbloemen

In de periode 2008 – 2013 is de omzet van snijbloemen nagenoeg gelijk gebleven. Alleen in 2012 was er een piek te zien die boven de omzet van 2008 uitkwam, de omzetten van de andere jaren maakten dat het resultaat van 2013 op -0,5% uitkwam.

### Potplanten

De exportwaarde van potplanten ontwikkelt zich anders dan die van snijbloemen. Doordat de economische crisis weinig invloed heeft op de exportwaarde van potplanten was deze in 2012 de hoogste ooit. 2013 vormt hierop een uitzondering. In dit jaar nam de omzet voor het eerst af. Dit kwam hoofdzakelijk door de tegenvallende weersomstandigheden in de grootste afzetgebieden van tuinplanten<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Conclusie overgenomen uit het HBAG persbericht over kengetallen 2013.

Gerson Albrecht, plantenexporteur:

# “Tuincentrum heeft toekomst”

pagina 26



### 3 NEDERLANDSE EXPORT- EN AFZETONTWIKKELINGEN



#### 3.1 Positie van Nederland

Nederland heeft in 2013 nog altijd een leidende positie als het gaat om de exporthandel in sierteelproducten. Hierbij gaat het alleen om exportstromen van sierteelproducten naar Europese landen.

Vrijwel 97% van alle vanuit Nederland geëxporteerde bloemkwekerijproducten is bestemd voor Europese landen (Tabel 3.1 & 3.2).

Met Europese landen worden alle landen in Europa bedoeld. Voor Nederland is Duitsland het belangrijkste exportland in bloemkwekerijproducten.

Tabel 3.1 Verdeling Nederlandse snijbloemen export in %



Verdeling	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Europa	97	97	97	97	96	97
Buiten Europa	3	3	3	3	4	3

Bron: HBAG Bloemen en Planten 2013

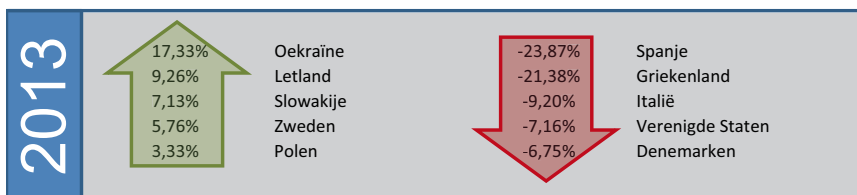
Tabel 3.2 Verdeling Nederlandse planten export in %

Verdeling	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Europa	99	99	99	99	99	99
Buiten Europa	1	1	1	1	1	1

Bron: HBAG Bloemen en Planten 2013

#### Top 5 stijgers en dalers snijbloemen ten opzichte van 2012

Landen met een omzet > € 10.000.000



Bron: HBAG Bloemen en Planten 2013

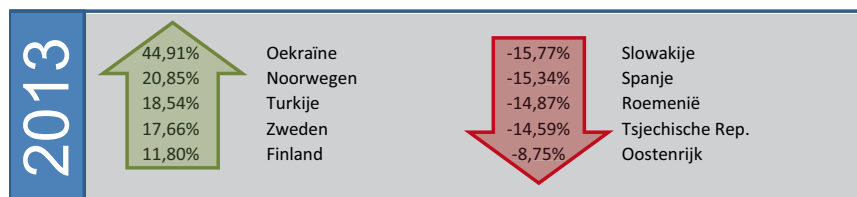
In de cijfers zijn de binnenlandse handel en -verkoop niet meegenomen. Belangrijk is daarom in acht te nemen dat sommige Europese landen door eigen productie behoorlijk zelfvoorzienend zijn en daardoor minder afhankelijk van het Nederlands exportproduct.

Ook is de noodzaak tot export in die landen minder aanwezig vanwege een grote interne markt (Duitsland, Spanje, Italië).

Om de positie van de Nederlandse export te bepalen is het belangrijk te kijken naar de export van de voor Nederland grootste importlanden (zie hoofdstuk 4).

#### Top 5 stijgers en dalers potplanten ten opzichte van 2012

Landen met een omzet > € 10.000.000



Bron: HBAG Bloemen en Planten 2013



## 3.2 Ontwikkeling van afzetgebieden



Duitsland is met een marktaandeel van 30% al jaren de grootste afnemer, op ruime afstand gevolgd door Verenigd Koninkrijk en Frankrijk. Verder valt op dat de Oost-Europese landen als Polen en Rusland maar ook Zweden de laatste jaren een sterke procentuele groei hebben doorgemaakt.

Tabel 3.3 Belangrijkste exportmarkten bloemen en planten (€ miljoen afgerond)



Land	2008	2009	2010	2011	2012	2013	% van totaal	% 08 - 13
Duitsland	€ 1.475	€ 1.530	€ 1.599	€ 1.573	€ 1.644	€ 1.565	30%	6%
Verenigd Koninkrijk	€ 745	€ 656	€ 704	€ 744	€ 791	€ 792	15%	6%
Frankrijk	€ 664	€ 646	€ 671	€ 682	€ 654	€ 623	12%	-6%
Italië	€ 330	€ 323	€ 331	€ 322	€ 299	€ 279	5%	-15%
Rusland	€ 177	€ 136	€ 154	€ 199	€ 252	€ 253	5%	43%
België	€ 216	€ 212	€ 238	€ 227	€ 222	€ 229	4%	6%
Zweden	€ 112	€ 98	€ 111	€ 129	€ 145	€ 162	3%	45%
Zwitserland	€ 137	€ 135	€ 138	€ 137	€ 165	€ 155	3%	13%
Oostenrijk	€ 135	€ 133	€ 119	€ 116	€ 148	€ 139	3%	3%
Polen	€ 143	€ 128	€ 142	€ 146	€ 128	€ 133	3%	-7%
Overig	€ 963	€ 883	€ 940	€ 968	€ 960	€ 937	18%	-3%
<b>Totaal</b>	<b>€ 5.097</b>	<b>€ 4.880</b>	<b>€ 5.147</b>	<b>€ 5.243</b>	<b>€ 5.408</b>	<b>€ 5.267</b>	<b>100%</b>	

Bron: HBAG Bloemen en Planten 2013

Denemarken	€ 143	€ 135	€ 148	€ 154	€ 118	€ 112	2%	-22%
------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	----	------

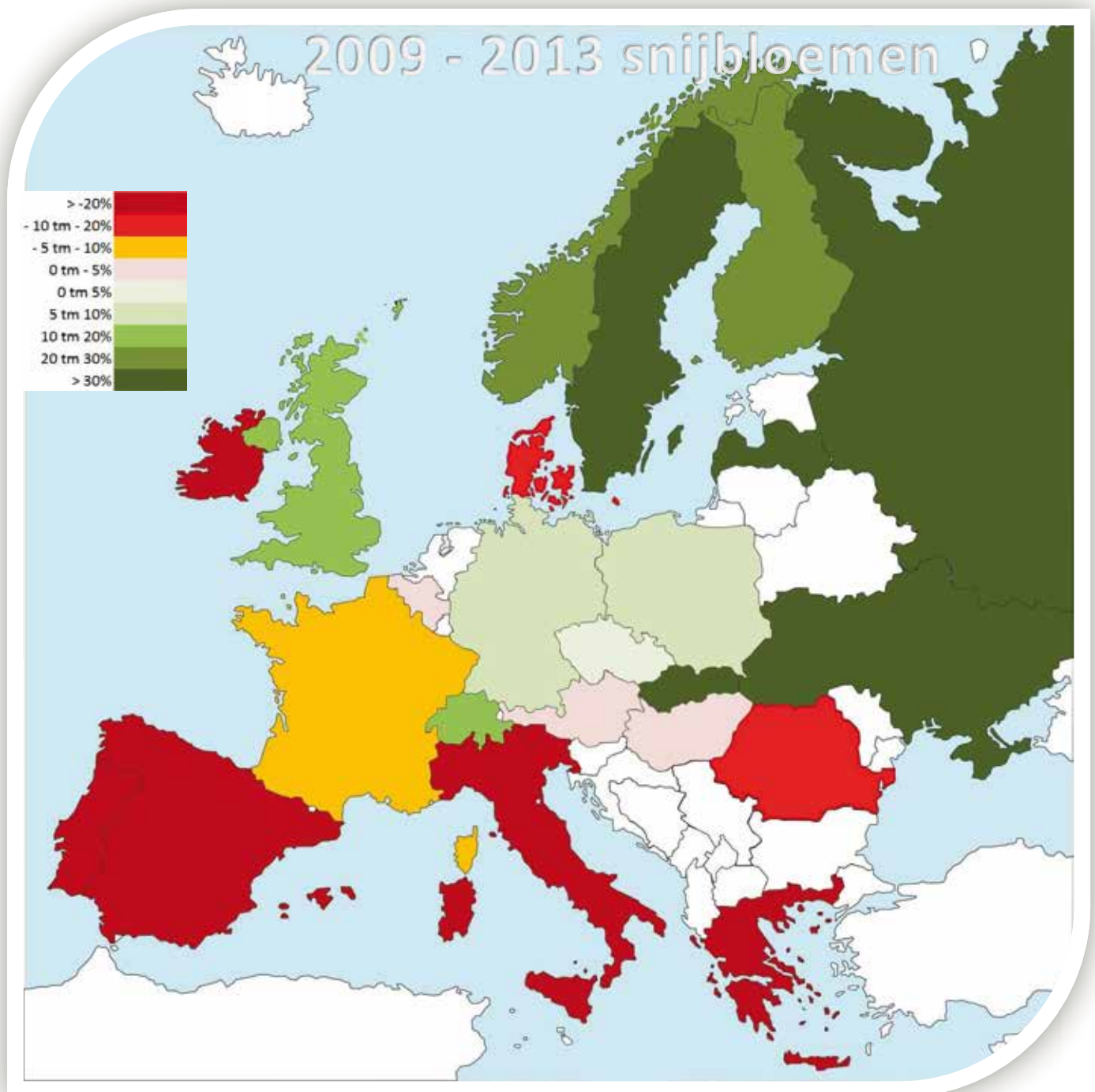
In tabel 3.3. is te zien dat vanaf 2011 Denemarken is ingehaald door Zweden. Met een krimp van 5,13% ten opzichte van 2012 staat Denemarken in 2013 op de 11e plaats.

De Nederlandse exporteurs concentreerden zich de afgelopen jaren nog meer op Europa als afzetgebied. Er zijn vele redenen voor deze verschuiving, zoals ongunstige wisselkoersen, fytosanitaire eisen, productieverhuizing, oplopende olieprijs en daardoor transportkosten naar de verre landen.

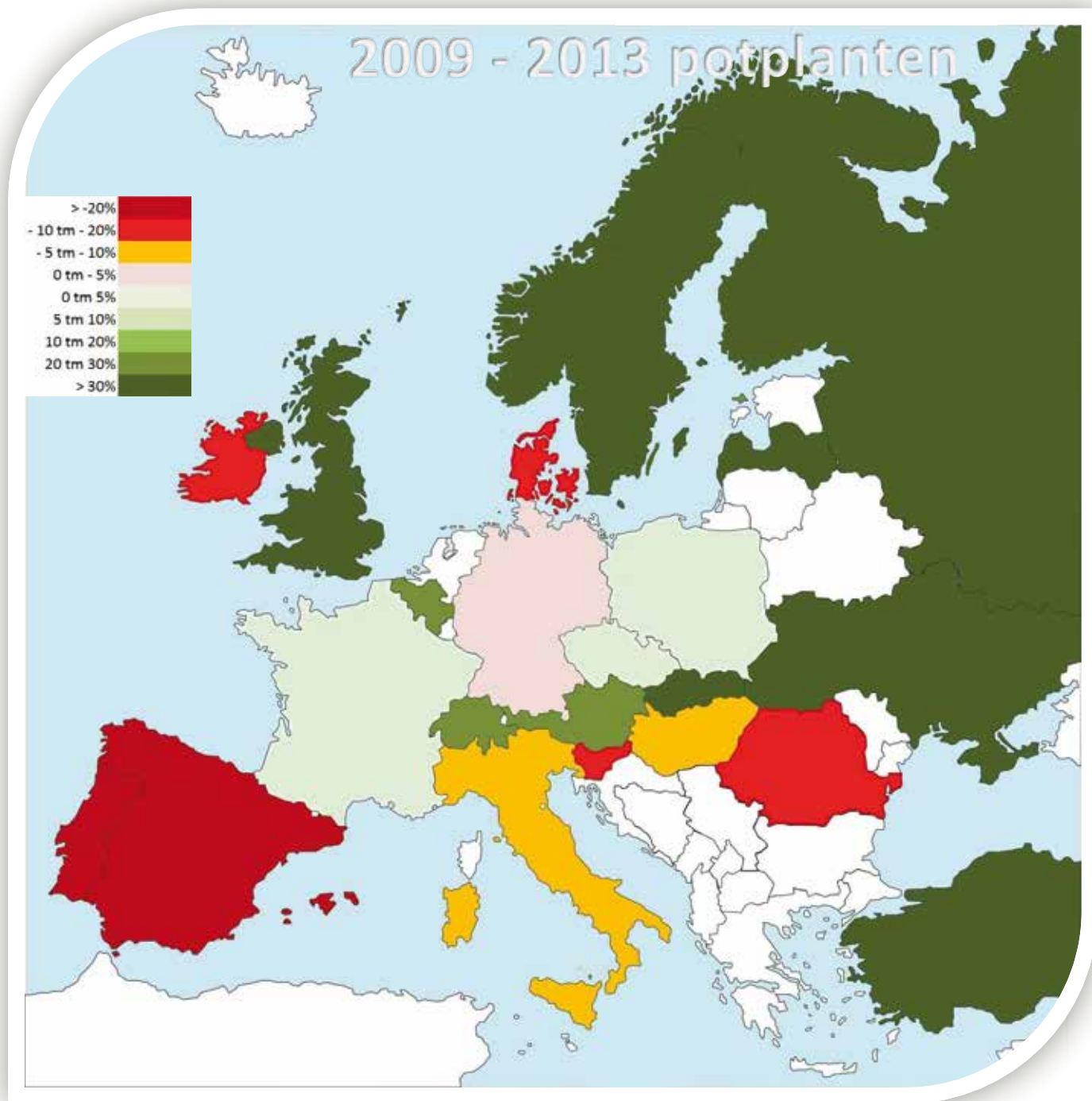
Een combinatie van deze factoren zorgde ervoor dat de export naar verre landen buiten Europa sterk is afgenomen. Zo'n 98% van alle export is bestemd voor Europese landen.



Figuur 3.2 Mutatie exportontwikkelingen snijbloemen Europa 2013 ten opzichte van 2009 in %  
(bedrijven met een omzet per jaar > € 7.500.00)



Figuur 3.2 Mutatie exportontwikkelingen potplanten Europa 2013 ten opzichte van 2009 in %  
(bedrijven met een omzet per jaar > € 7.500.00)





#### Methodie

Op basis van omzetgegevens en klant-typologie per bedrijf is de diversiteit binnen de Nederlandse groothandelsbedrijven in bloemen en planten in kaart gebracht door gespecialiseerde bedrijven te onderscheiden. **Gespecialiseerd zijn houdt in dit geval verband met de focus op het type afzetkanaal waaraan geleverd wordt door een groothandelsbedrijf.** Om de diversiteit binnen groothandelsbedrijven in beeld te brengen is het honingraatmodel (Kooiman, 1997) gebruikt. In deze uitgave zijn de data van de afgelopen jaren toegevoegd aan de uitwerking 'Typisch Groothandel 2010' waardoor over een periode van de laatste 5 jaar de trends kunnen worden geanalyseerd. De cijfers zijn door het HBAG geanonimiseerd en geaggregeerd aangeleverd. De data omvatten alle ingeschrevenen van het HBAG Bloemen en Planten. Holdings zijn niet als zodanig opgenomen, wel de individuele bedrijven die tot een holding behoren. Handelaren in uitgangsmateriaal zijn niet opgenomen in het databestand.

Bij het opstellen van het honingraatmodel is gebruik gemaakt van de volgende randvoorwaarden, gebaseerd op de methodiek van Kooiman (1997):

- De bedrijven zijn ingedeeld op basis van afzet aan één of meerdere afzetkanalen. In totaal worden 10 afzetkanalen onderscheiden:
  - o Supermarkt;
  - o Tuincentrum; vanaf 2010 zijn Tuincentrum ketenverband en Tuincentrum zelfstandig gebundeld in Tuincentrum vanwege data anonimiteit.
  - o Bloemenwinkel in ketenverband;
  - o Bloemenwinkel zelfstandig;
  - o Groothandel (buitenlands importerend);
  - o Cash-and-carry;
  - o Handelskweker;
  - o Direct inkoop door buitenlandse bedrijven op veiling;
  - o Overig / onbekend;
- Bedrijven zijn gespecialiseerd in één afzetkanaal als meer dan 60% van de afzet via een specifiek afzetkanaal verloopt.
- Een tussentype is een bedrijf dat op twee verschillende afzetkanalen aan de volgende voorwaarden voldoet:
  - o Twee afzetkanalen bepalen samen meer dan 60% van de afzet;
  - o Hierbij bepalen de afzetkanalen afzonderlijk meer dan 20% van de afzet.
  - o Als meer dan twee afzetkanalen aan bovenstaande voorwaarden voldoen is het een mixkanaal (M).
- Bedrijven in een mixkanaal (M) bedienen dus een zeer divers aantal afzetkanalen
  - o 2010: 4,0% 2011: 3,8% 2012: 11,9% 2013: 5,2%
- De drie losse raten in de figuren 3.3 t/m 3.5 zijn:
  - o Bedrijven met zeer gemixte afzetkanalen (M);
  - o Buitenlandse bedrijven die direct inkopen op de veiling (D). Het is onbekend hoeveel buitenlandse inkopers via de veiling kopen. In verband met privacy wordt dit niet vrijgegeven. Om die reden staat een x bij het aantal bedrijven.
  - o Aangevuld met bedrijven uit het tussentype dat niet in het honingraatmodel is in te passen vanwege de gekozen lay-out (O). In het honingraatmodel kunnen helaas niet alle bedrijfstypen aaneengeschakeld worden.

De exporterende groothandel is zeer divers, waardoor het niet eenvoudig is om een eenduidige typologie op te stellen, waarin individuele bedrijven zich kunnen herkennen. Met behulp van de bovenstaande uitgangspunten is geprobeerd het onderscheid tussen de typen te maximaliseren met behoud van de diversiteit.

De lege raten voldeden niet aan de criteria van het minimum aantal bedrijven en zijn om die reden blanco gelaten.

Figuur 3.3



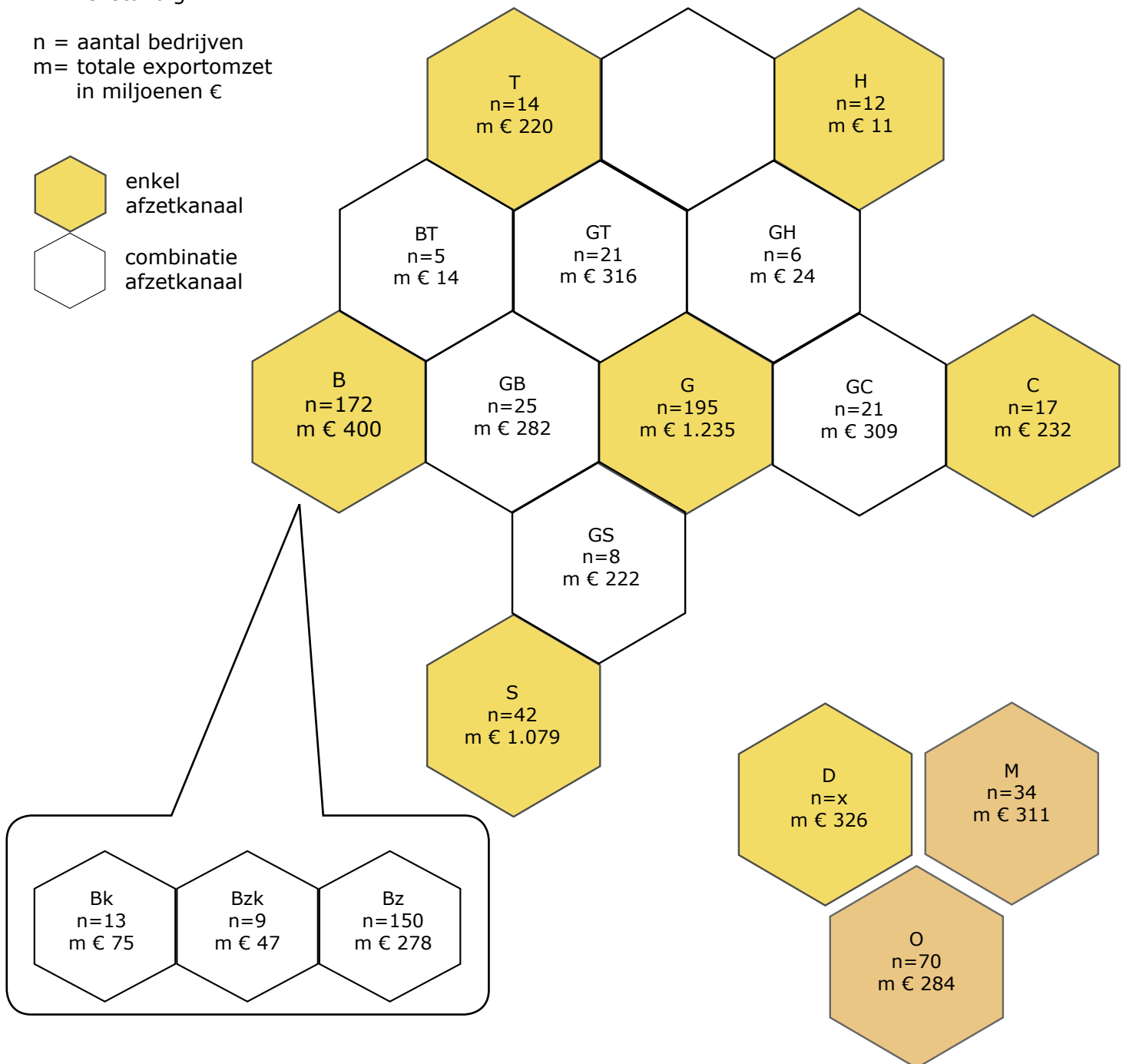
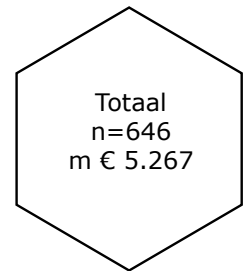
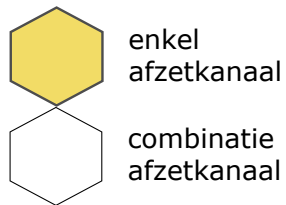
# HONINGRAATMODEL 2013

## Legenda

- G = groothandel (buitenlands importerend)
- S = supermarkt
- B = bloemenwinkel
- T = tuincentrum
- H = handelskweker
- C = cash-and-carry
- D = directe inkoop door buitenlandse bedrijven op veiling
- O = onbekend/overig
- M = mix

- k = ketenverband
- z = zelfstandig

n = aantal bedrijven  
 m = totale exportomzet  
 in miljoenen €





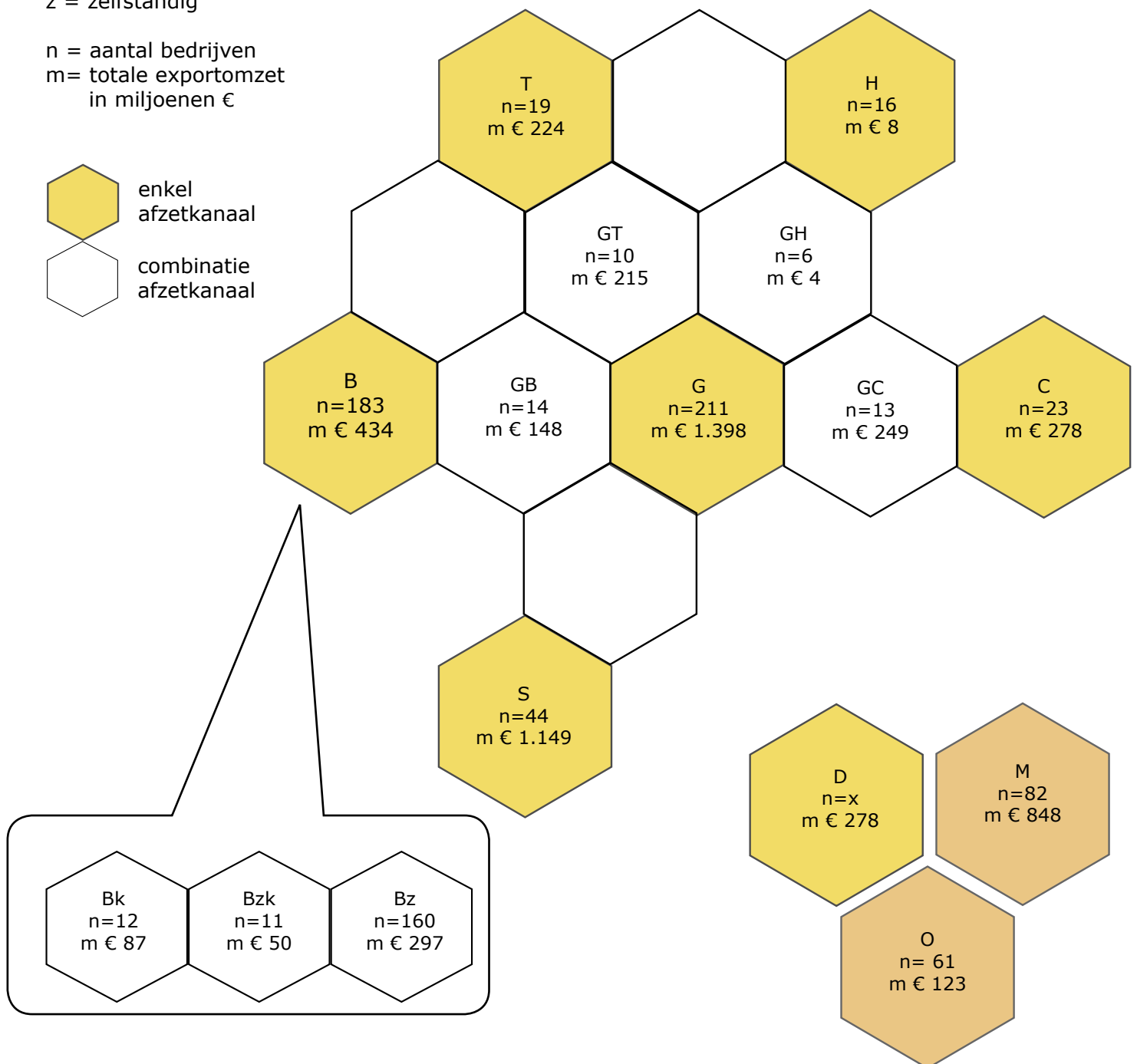
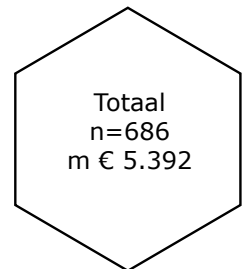
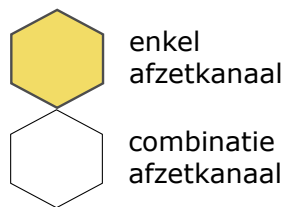
# HONINGRAATMODEL 2012

## Legenda

- G = groothandel (buitenlands importerend)
- S = supermarkt
- B = bloemenwinkel
- T = tuincentrum
- H = handelskweker
- C = cash-and-carry
- D = directe inkoop door buitenlandse bedrijven op veiling
- O = onbekend/overig
- M = mix

- k = ketenverband
- z = zelfstandig

n = aantal bedrijven  
 m = totale exportomzet  
 in miljoenen €





www.welyflor.com

ROSE  
ROSE  
ROSE  
ROSE

f

ROSE  
ROSE  
ROSE

welyflor  
QUA

f

ROSE



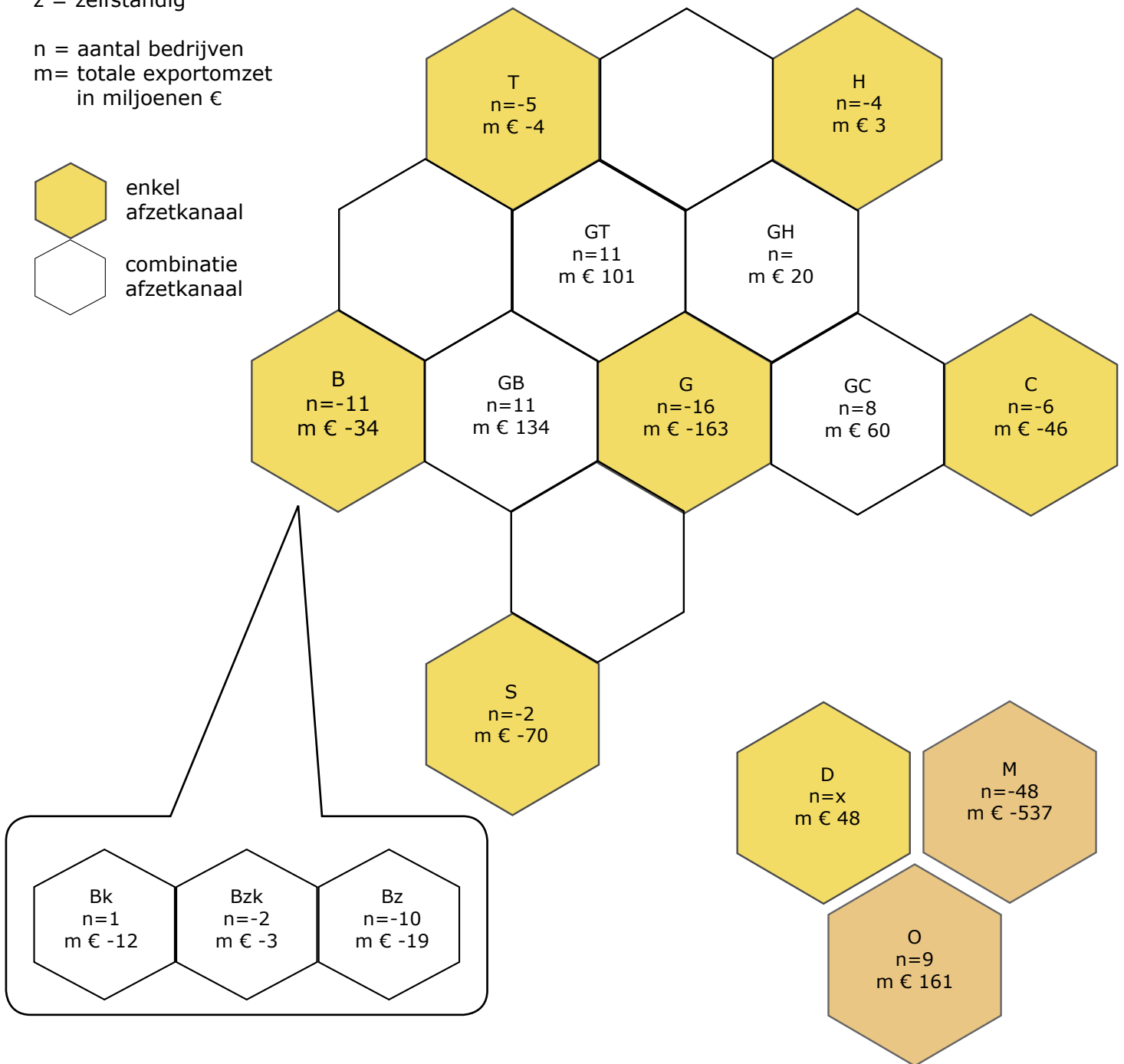
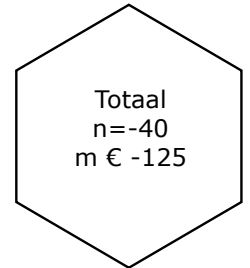
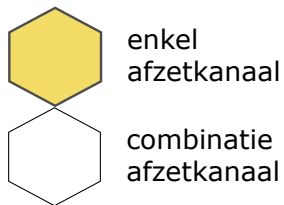
# HONINGRAATMODEL 2013 TEN OPZICHTE VAN 2012

## Legenda

- G = groothandel (buitenlands importerend)
- S = supermarkt
- B = bloemenwinkel
- T = tuincentrum
- H = handelskweker
- C = cash-and-carry
- D = directe inkoop door buitenlandse bedrijven op veiling
- O = onbekend/overig
- M = mix

- k = ketenverband
- z = zelfstandig

n = aantal bedrijven  
 m = totale exportomzet  
 in miljoenen €







Deze paragraaf beschrijft de ontwikkelingen over de periode 2013 ten opzichte van 2012 per gespecialiseerd afzetkanaal (figuur 3.5).

Een opvallende constatering is dat er in 2012 een toename is van het aantal bedrijven die beleveren aan het afzetkanaal Mix. In de periode 2008 – 2013 is de trendlijn dat de bedrijven zich steeds meer toelagen op het afzetten naar gespecialiseerde kanalen. In 2013 sluiten deze aantallen zich weer aan op de verwachtingen van de trendlijn. Het slechte jaar 2011 kan mede oorzaak zijn geweest dat bedrijven meerdere kanalen zijn gaan beleveren op zoek naar extra omzet naast de bestaande afzet.

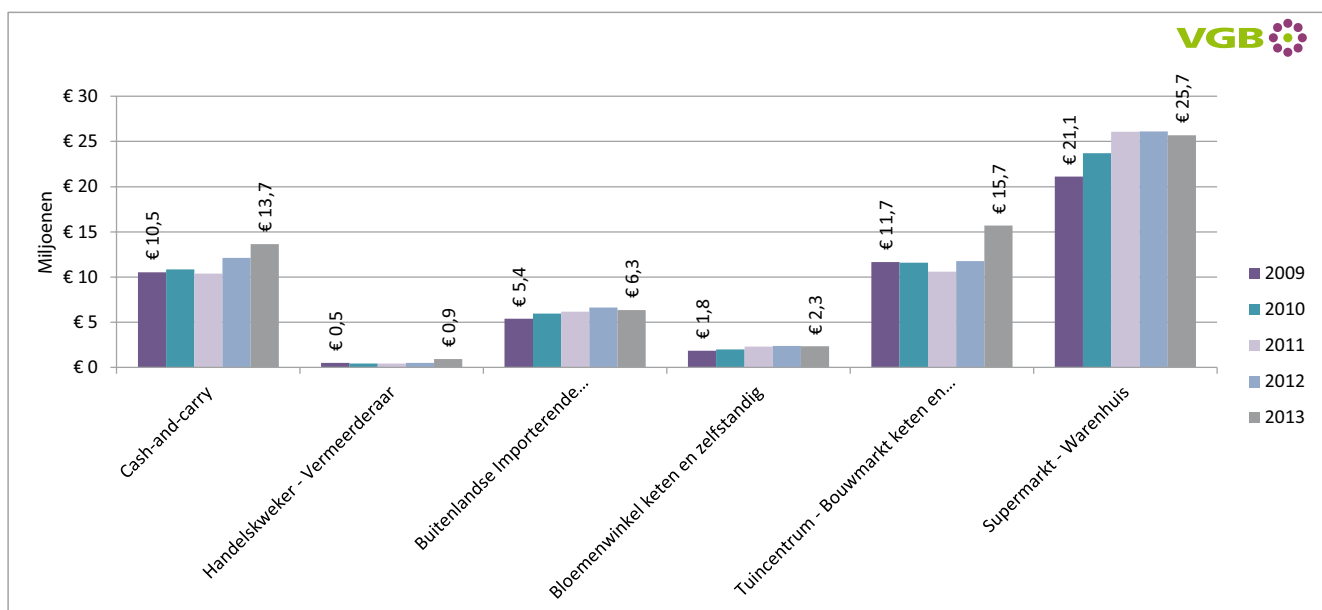
De faillissementen van twee grote exporteurs en de aansluiting van de klanten bij de gespecialiseerde bedrijven kan ertoe geleid hebben dat bedrijven hierdoor weer voldeden aan de criteria van 60% en dit in 2013 weer voor een "normaal beeld" zorgde.

De ontwikkeling<sup>5</sup> in de afzonderlijke omzetcategorieën laat over de periode 2008 – 2013 de volgende tendens zien:

- Omzetcategorie 1: € 0 – 5 miljoen: van 702 (2008) naar 472 (2013) bedrijven
- Omzetcategorie 2: € 5 – 40 miljoen: van 184 (2008) naar 142 (2013) bedrijven
- Omzetcategorie 3: > € 40 miljoen: van 25 (2008) naar 32 (2013) bedrijven

Opnieuw valt een sterke afname van het aantal gespecialiseerde bedrijven in de kleinste omzet categorie waar te nemen. Het gaat vooral om bedrijven die leveren aan de zelfstandige bloemenwinkel en de buitenlandse importerende groothandel, net als in de periode 2005 – 2011.

Figuur 3.8 Gemiddelde omzet per bedrijf naar gespecialiseerd afzetkanaal in 2009 - 2013



Bron: HBAG bloemen en planten 2013

Dit rapport kijkt terug op de afgelopen vijf jaar. Aan bedrijven, die zich specialiseren op het onderstaande afzetkanaal, is gevraagd hun visie hierop en hun inschattingen voor de komende vijf jaar te geven.

### Supermarkt / Warenhuis (S)

De trend voor dit afzetkanaal is een stijgende lijn. Alhoewel 2013 iets minder was dan het piekjaar 2012, is het afzetkanaal wel toegenomen ten opzichte van 2009. Zowel de totale omzet (figuur 3.10) als de gemiddelde omzet per bedrijf (figuur 3.8) als het aandeel percentage per afzetkanaal namen toe (figuur 3.9). De totale omzet groeide van € 992 miljoen in 2009 tot € 1.124 miljoen in 2013. De omzet in 2013 wordt gerealiseerd door 42 bedrijven die dit afzetkanaal als specialist beleveren, vooral snijbloemenleveranciers zijn op dit kanaal actief.

<sup>5</sup> In de dataset van de HBAG zijn holdings niet als zodanig zijn opgenomen, wel de individuele bedrijven die tot een holding behoren.



Boudewijn Rip, retail:

## 'Supermarkt wordt consument gericht'

**De afzet van bloemen en planten via supermarkten is de laatste jaren toegenomen en zal dat blijven doen. Het aandeel van dat verkoopkanaal in de totale afzet verschilt overigens wel per land. Dat zegt Boudewijn Rip, directeur Retail van de Dutch Flower Group. Het concern levert aan retailers in vrijwel alle Europese landen, met een accent op Engeland, Frankrijk, Duitsland, Scandinavië, Nederland en Oost-Europa.**

De laatste jaren nam in veel retailketens de professionalisering in de categorie bloemen en planten volgens hem toe. "Zij zijn zich meer gaan afvragen waar de voorkeur van de klant in hun segment ligt. Men ging zich dus ook met bloemen en planten toeleggen op category management. Ook meer letten op de kwaliteit van de producten en het behoud daarvan. Het consument gericht ontwikkelen van het schap groeit," zegt Rip. Dat zal volgens hem ook de positie van retailers in de totale afzet sterker maken. "Ik praat niet over stijging van vele tientallen procenten, maar de gestage groei van het kanaal op zichzelf zal aanhouden. Het kan ook zo zijn dat verbeterde verkoopmethoden en kwaliteitszorg de totale afzet van het product, dus ook via andere kanalen, stimuleert."

Hij denkt overigens dat voor specifieke creaties, zoals bruidsboeketten, de bloemist het aangewezen adres blijft. "Maar de supermarkt is en wordt steeds meer een prima locatie voor kwalitatief goede impulsaankopen. Ik verwacht dat het belang van dat afzetkanaal de komende jaren nog wel toeneemt." In algemene zin neemt verkoop via internet door de consument de komende jaren toe, weet Rip. "Maar bloemen en planten vormen daarvoor een lastig product. Je ziet wel bedrijven die zich daarmee bezighouden, maar de verdere ontwikkeling zal met horten en stoten gaan."

### *Buitenlandse importerende groothandel (G)*

In 2013 met een aandeel van 35% nog steeds het grootste afzetkanaal ondanks de daling van 1,7% ten opzichte van 2009. Met een totale omzet van € 1.844 in 2013 steeg de totale omzet de laatste vijf jaar met 2,9%. Het aantal gespecialiseerde bedrijven bedroeg 195 in 2013. Dit waren er in 2009 nog 247 (-21%). De gemiddelde omzet nam hierdoor toe met € 0,9 miljoen.



Henk Lammers, groothandel:

## 'Elke markt heeft eigen karakter'

**Leveren aan de traditionele groothandel vergt eigentijds specialisme. En voor elk land is weer een aparte aanpak nodig. "Het Midden Oosten is Rusland niet en Amerika is weer een ander apart verhaal", zegt directeur Henk Lammers van Wesseling Export.**

Behalve in de al door hem genoemde landen is het bedrijf actief in Spanje, Italië, Duitsland en Frankrijk. Overal zijn groothandelaren de klanten. Dat afzetkanaal staat de laatste jaren onder druk. KOA was een van de oorzaken. Maar ook transparantie en vervoersproblematiek, die beide toenamen, zegt Lammers. Wie er als exporteur in dat segment wil overleven, moet zich optimaal specialiseren en daardoor een hechte klantenkring in stand houden.

Lammers: "Elke markt heeft een eigen karakter. Onze kracht is fijnmazige distributie, optimale service en het feit dat wij onze klanten en de landen waarin zij werken goed kennen. De spoeling is de laatste vijf jaar wel dunner geworden. Er zijn ook bedrijven afgefallen. Op veel factoren heb je geen invloed, zoals de overgang van het lage naar het hoge BTW-tarief in Spanje. Per land verschillen de komende jaren de mogelijkheden in deze tak van sport. Feit is ook dat bij ons de orders kleiner worden, maar de bestelfrequentie omhoog gaat."

Hij verwacht dat in de komende jaren de logistiek nog ingewikkelder zal worden, bij een toenemende digitalisering. Ook via een webshop kunnen afnemers bij Wesseling orders plaatsen tegen daarop aangegeven prijzen. Lammers beseft dat virtueel zaken doen steeds meer van het einde tot het begin van de kweker zal reiken. "Maar logistieke verwerking blijft nodig. Je kunt wel bij elke kweker een bakje bestellen, maar alles moet toch bij elkaar worden gebracht. Kweker en groothandel hebben elkaar nodig."



### Tuincentrum (GT)

De gemiddelde omzet per bedrijf bleef in dit kanaal in de periode 2009 – 2012 redelijk gelijk, € 12 miljoen. 2013 valt dan ook positief op met een gemiddelde omzet per bedrijf van € 15 miljoen. In 2013 waren in dit kanaal 5 bedrijven en in totaal € 4 miljoen omzet minder dan in 2012.



Gerson Aalbrecht, plantenexporteur:

### 'Tuincentrum heeft toekomst'

**Het tuincentrum heeft toekomst, zegt marketing manager Gerson Aalbrecht van Javado. Dat bedrijf levert tuin- en kamerplanten aan tuincentra in heel Europa, vooral in Frankrijk, Duitsland en Engeland. Met fijnmazig georganiseerde logistiek, tegemoetkomend aan de wens van afnemers, zijn kleine hoeveelheden tegelijk te bestellen.**

*"Dat kan bij ons dagelijks vanaf één bakje per product. Een order moet wel minimaal een volle kar gevarieerd assortiment omvatten. Zo kunnen klanten een breed en vers assortiment voeren."*

*De webshop is het belangrijkste afzetmedium. "Gebruik daarvan nam de laatste jaren enorm toe. Een enkeling bestelt nog per fax of telefoon, maar de meerderheid digitaal. Daarom moeten er van planten goede foto's zijn". De professionalisering groeide. "Tuincentra zagen enkele jaren geleden de opmars van plantenverkoop in supermarkten. Dat schudde hen wakker. Zij gingen zich extra onderscheiden, onder meer met hoogwaardig assortiment en meer winkelbeleving".*

*Andere ontwikkeling in de laatste jaren: door de crisis sneuvelden in enkele landen sommige lokale kwekers, waardoor Nederlandse export toenam. Hot item: verkorting van de keten, door uitschakelen van exporteurs. Heel bang is Javado daarvoor niet. Aalbrecht: "Elke schakel moet zich bewijzen. Door onze geavanceerde logistiek kunnen klanten succesvol ondernemen. Ik verwacht dat het tuincentrumsegment bereid blijft daar een eerlijke marge voor te betalen. Je kunt als tuincentrum moeilijk bij elke kweker een bak bestellen".*

*Hij verwacht niet dat webshops de functie van tuincentra overnemen. "Mensen willen planten zien, ruiken en voelen. Online gaan schept daarbij voor tuincentra wel extra kansen".*

*In ontwikkeling van tuincentra loopt Nederland volgens hem voorop. "De professionalisering gaat door. Landen als Frankrijk en Engeland zijn wat conservatiever, maar ook daar gebeurt dat. Als exporteur begeleiden wij afnemers daarin. Heel kleine centra krijgen het moeilijk, de groei zit vooral in de middenmoot. Ketens kunnen ook groeien, mits zij niet voorbij gaan aan regionale belangen."*

### Bloemenwinkel: zelfstandig en keten (B)

Het grootste percentage (35%) wordt vertegenwoordigd door dit afzetkanaal. In 2013 vertegenwoordigen 172 bedrijven een omzet van 400 miljoen, dit is inclusief 150 zelfstandige bloemenwinkels. Vooral de zelfstandige bloemenwinkels worden onder andere door een grote groep geregistreerde lijnrijders beleverd maar ook de verkoop middels webshop neemt hier toe.

In 2013 steeg de gemiddelde omzet per bedrijf met € 0,5 miljoen ten opzichte van 2009. Opvallend is dat bij de Bloemenwinkel keten de totale omzet met 15% kromp terwijl deze bij de Bloemenwinkel zelfstandig met 11% groeide!





Koos Heemskerk, lijnrijder:

## 'Het werd professioneler'

**Twintig jaar geleden al werd er verkondigd dat de lijnrijder zou ophouden, constateert Koos Heemskerk. Samen met broer Jan Kees runt hij de in 1988 gestichte firma Gebr. K&J Heemskerk in Rijnsburg. Die heeft nu lijnen naar ruim 150 bloemenwinkels in Duitsland, Zwitserland en oostelijk Frankrijk. In het hogere marktsegment, zegt Heemskerk.**

*Volgens hem werd de laatste vijf jaar die vorm van detaillisten beleveren professioneler. "We moeten nu beter dan ooit de inkoop op de klanten afstemmen. De marges liepen sterk terug, mede doordat alles transparanter werd." De Florimark gecertificeerde onderneming heeft geen webshop. Wel een informatieve website met informatie. "Wij werken eigenlijk nog op de oude manier. Komen met een compleet assortiment fysiek bij de klanten. Die willen dat ook. Het grootste deel van onze afzet is nog altijd losse verkoop. Behalve voor speciaal bloemwerk, bijvoorbeeld een trouwboeket, wordt weinig vooraf besteld."*

*Hij denkt wel aan inrichten van een dealingroom voor elektronische inkoop op afstand, maar niet aan doorschakelen van het aanbod naar afnemers. Maar een nieuwe generatie lijnrijders en haar klanten zal de komende jaren meer digitaal gaan werken, denkt hij. "Jongere eigenaren van winkels gaan meer via internet bestellen. Dat werkt in Nederland nog meer de schaalvergroting in de hand. Maar precies weet ik ook niet hoe het zal gaan. Tot nu toe bouwen wij voort op bestaande relaties, die met het verschijnen van het fysieke assortiment voor hun deur dik tevreden is."*

### Cash-and-carry (C)

Waar 2009, 2010 en 2011 redelijk gelijk bleven qua gemiddelde omzet steken 2012 en 2013 er bovenuit met een gemiddelde omzet van € 13,7 in 2013. De totale omzet groeide met bijna € 50 miljoen naar € 461 miljoen totale omzet in de periode 2009 - 2013. 17 bedrijven, die als gespecialiseerd bedrijf dit afzetkanaal beleveren, hebben de helft hiervan (€ 232 miljoen) omgezet.



Katty Proost, cash-and-carry:

## 'Cash-and-carry moet alert blijven'

**Cash-and-carry's kunnen in het virtuele tijdperk overeind blijven als zij in alle opzichten partners van detaillisten zijn. Dat betekent méér dan alleen bloemen en planten verkopen. Dat zegt Katty Proost, marketing manager van de Belgische Agora Group, waartoe de daarvoor inkopende in Nederland gevestigde groothandel Floris Holland behoort.**

*De omzet van de onderneming, met 24 cash-and-carry's in België en Frankrijk, bleef de laatste jaren groeien. Vorig jaar was die € 150 miljoen. Het afzetkanaal is wel veranderd, vooral door virtualisering. Die digitale ontwikkeling gaat door, maar door daarop en op trends in de markt alert te reageren, kan de cash-and-carry zijn positie behouden, denkt Proost.*

*"Als er vandaag iets nieuws is, moeten wij het morgen in huis hebben", zegt ze. De onderneming schuwt de voortgang van de technologie niet. Klanten kunnen bij een centrale webshop terecht, maar ook elektronisch in een vestiging bekijken hoeveel daar van een product in voorraad is en dan online bestellen.*

*Veel klanten bestellen nog altijd per telefoon, fax of e-mail. "We hebben een uitgebreid logistiek netwerk om handel naar de bloemisten en tuincentra toe te brengen," meldt Proost. Hoewel zij voorziet dat jongere afnemers meer digitaal gaan inkopen, zullen vakmensen volgens haar geregeld ook producten fysiek willen zien, voelen en ruiken. Een cash-and-carry moet klanten als partners beschouwen, met wie samen de consumentenmarkt wordt bewerkt, denkt ze. "Snel reageren op wat daar gebeurt. Daar helpen wij bij. Met ondersteuning van hun marketing, bloemistenbijeenkomsten, Open Deurdagen enzovoort. De cash-and-carry kan zich door bijblijven verder ontwikkelen. Ook als ontmoetings- en belevingscentrum voor vakmensen."*

### Handelskweker (H)

Opvallend is dat voor dit kanaal de gemiddelde omzet procentueel enorm steeg tot 84%. In de periode 2009-2012 bleef deze tussen € 0,4 en € 0,5 miljoen, in 2013 kwam deze op € 0,9 miljoen uit. Met totaal 12 bleef het aantal bedrijven in deze periode gelijk.



### Directe veiling door buitenlandse kopers (D)

Dit zijn buitenlandse kopers die gefaciliteerd worden bij het inkopen van producten. Het exacte aantal buitenlandse inkopers is niet bekend in verband met de privacywetgeving. Het aandeel is met 6,1% in de periode 2009 - 2013 gelijk gebleven, de totale omzet nam met € 23 miljoen toe.



Ina Tillema, FloraHolland:

### Geen toename 'buiten exporteur om'

**Dankzij digitale technologie kan men wereldwijd rechtstreeks bij FloraHolland (FH) inkopen. Maar de meeste buitenlandse KOA-aansluitingen staan op naam van Nederlandse exporteurs, zegt Ina Tillema, FH-manager Commerciële Operatie. "Wij zien geen toename van klanten die om exporteurs heen gaan. Wel van KOA in het buitenland via hen.**

Vorig jaar steeg dat met ongeveer tien procent," zegt ze. "De laatste jaren voorzagen steeds meer exporteurs afnemers van een KOA-aansluiting. Onze rekening gaat dan naar de exporteur, diens eindklant kennen wij niet." Van de klokinkoop ging vorig jaar 55% via KOA. Buitenlanders die bij de veiling willen kopen, worden volgens haar doorverwezen naar exporteurs. "Als de partijen er niet uit komen, kan een eindklant rechtstreeks bij FloraHolland kopen. Dan gelden voor hem dezelfde juridische en financiële voorwaarden als voor exporteurs."

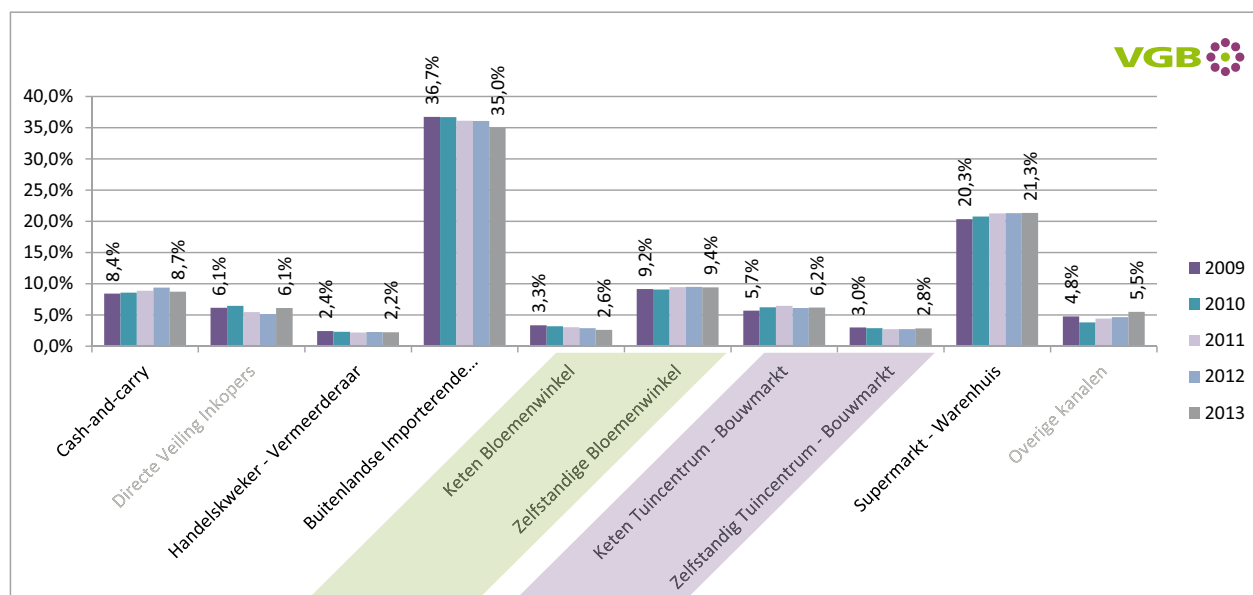
Sommige buitenlandse kopers organiseren zelf transport om handel op te halen. Tillema spreekt liever niet over ketenverkorting, doordat een (handels) schakel kan wegvallen, maar over verandering in de keten. "Bij plaatsen van KOA in het buitenland door exporteurs krijgen die nadrukkelijker de rol van logistiek verwerker, ingangscontroleur en transporteur." Bij kwekers kopende buitenlandse handelaren die via de veiling afrekenen, zijn er nauwelijks. "Wij worden daarvoor soms benaderd, maar betrekken daar altijd een exporteur bij."

Tillema verwacht geen forse toename van veilingafzet buiten exporteurs om. "Kopen is één, maar gekochte handel correct en tijdig ontvangen is twee. Daarin speelt de exporteur een grote rol. De verdergaande digitalisering heeft ook het commerciële proces veranderd. Door de webshops van exporteurs en KOA inkoop hebben eindklanten directer invloed op het inkoopproces en kunnen binnen het bedrijf van de exporteur de in- en verkoopafdeling veel directer samenwerken. De inkoper hoeft niet meer in de afmijnzaal in te kopen."

### 3.5 Algemene omzetontwikkeling groothandelsbedrijven op afzetkanalen

Om verschuivingen te kunnen monitoren worden door het HBAG Bloemen en Planten de buitenlandse afnemers toegekend aan een categorie waardoor de afzet per klantsegment kan worden ingedeeld. Het gaat hierbij om de B2B (Business to Business) markt en geeft een indruk van de ontwikkelingen op de export vanuit Nederland.

Figuur 3.9 Aandeel percentage per afzetkanaal (totale omzetten) 2009 - 2013





In *figuur 3.9* is duidelijk te zien dat de Buitenlandse Importerende Groothandel er met kop en schouders bovenuit steekt. In 2013 is er echter wel een daling ten opzichte van 2009.

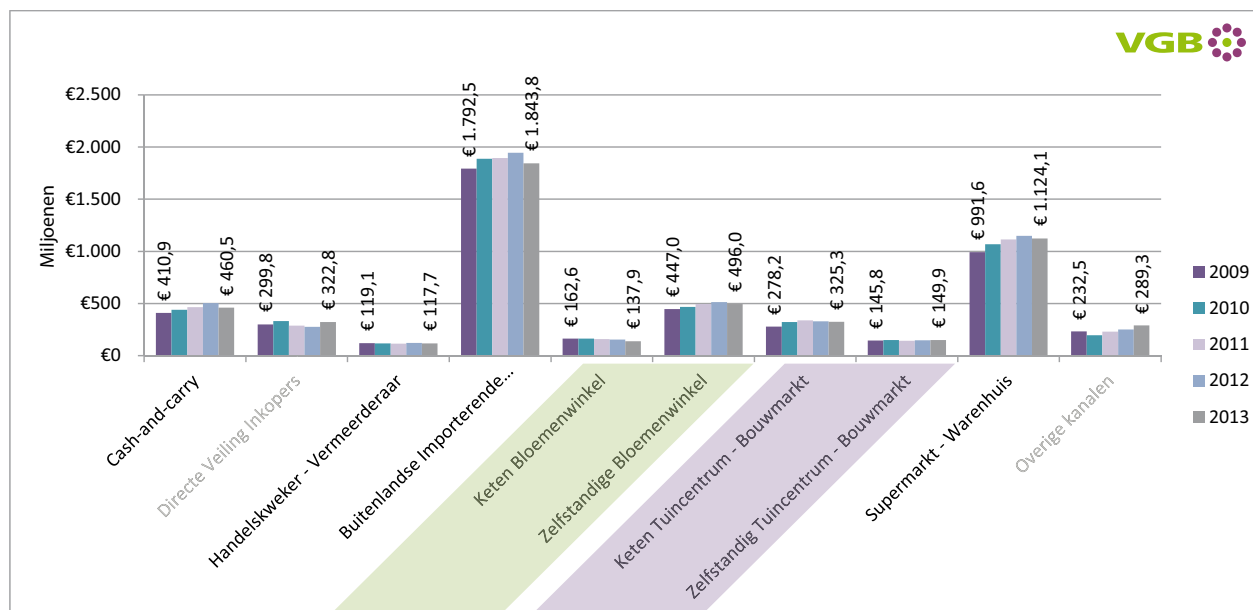
Het afzetkanaal Supermarkt-Warenhuis, de tweede grootste in dit figuur, heeft een stijging van 1% gerealiseerd. Ook voor afzetkanaal Overig geldt een stijging van 1%, alle andere kanalen stegen met een kleiner percentage of hadden zelfs een krimp.

Net als in de voorgaande jaren (periode 2005 – 2009 uit het vorige rapport), blijft het supermarktkanaal opnieuw structureel aandeel winnen in de periode 2008 - 2013.

Afzetkanaal Directe Veiling Inkopers is moeilijk te typeren omdat de omzet op dit kanaal wordt ingebracht door een onbekende groep kopers verbonden aan de Nederlandse veilingen.

Afzetkanaal Overige zegt niets over het kanaal zelf maar het is wel interessant om te zien wat naar dit kanaal verschuift.

*Figuur 3.10* Totale omzetten afzetkanalen 2009 - 2013 in miljoenen €



Bron: HBAG bloemen en planten 2013

*Figuur 3.10* laat zien dat voor 2013, ten opzichte van 2012, de afzetkanalen Directe Veiling Inkopers en Overige de enige kanalen waren met een groei van respectievelijk 16,5% en 15, %.

In de exportcijfers van het HBAG Bloemen en Planten is terug te zien dat de algemene ontwikkeling voor de export voor 2013 een krimp van ruim 2,6% ten opzichte van 2012 betrof. Opvallend is te zien dat alleen het afzetkanaal Tuincentrum (zelfstandig en keten) nagenoeg gelijk is gebleven (0,6%) en alle andere kanalen een grotere procentuele krimp hadden dan het totale export resultaat voor die periode!

Bij het afzetkanaal Bloemenwinkel keten betrof het de grootste krimp, namelijk 10,8%.

Ina Tillema, FloraHolland:

# Geen toename "buiten exporteur om"

pagina 28



## 4 ONTWIKKELINGEN



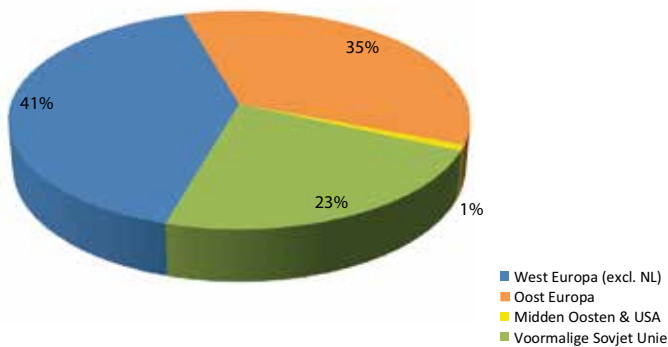
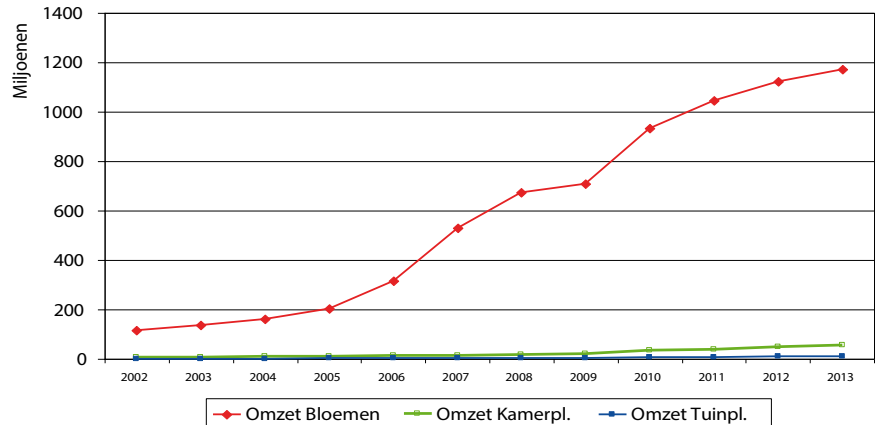
### 4.1 Inkoop ontwikkelingen (KOA)

#### Aantal KOA aansluitingen stijgt gelijk met KOA omzet

Het aantal KOA lijnen stijgt gestaag, jaarlijks met 5% en ook de omzet stijgt jaarlijks met 5% tot €1.238 miljoen omzet. Het aantal bedrijven met een aansluiting stijgt minder snel dan het aantal aansluitingen, dit betekent dat bedrijven gemiddeld meer aansluitingen nemen.

#### Het grootste gedeelte is snijbloemen

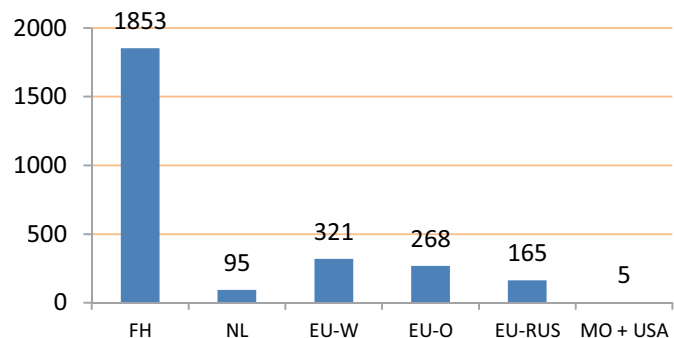
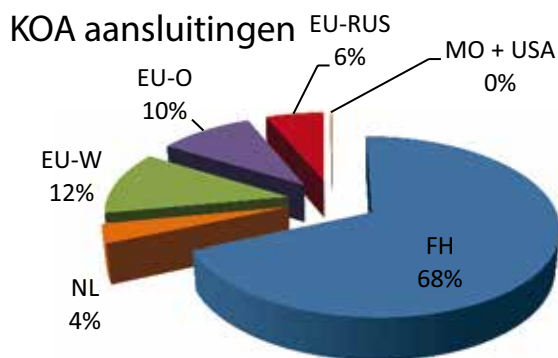
Het grootste gedeelte van de KOA aansluitingen worden gebruikt voor bloemen inkoop. Slechts een klein percentage is planten. Ook zit er nauwelijks beweging in de omzet van planten (KOA).



#### Opvallend veel aansluitingen in Oost Europa en Rusland.

Naast Nederland en België valt het op dat er opvallend veel KOA aansluitingen zijn in Oost-Europa en Rusland. Naar alle waarschijnlijkheid heeft dit te maken met twee redenen:

1. Het zijn relatief nieuwe markten waar traditie minder een rol speelt;
2. de demografische eigenschappen (gemiddelde leeftijd en internet gebruik) spelen een rol.



FH = Aalsmeer, Naaldwijk, Rijnsburg, Bleiswijk  
 EU-W = West Europa  
 EU-RUS = Voormalige Sovjet Unie

NL = Nederland  
 EU-O = Oost Europa  
 MO + USA = Midden Oosten en USA

Bron: FloraHolland presentatie "KOA cijfers 2013"





## 4.2 Import ontwikkelingen

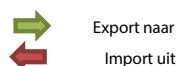
### Import 'Verse snijbloemen'

In deze paragraaf wordt gekeken naar de voor Nederland grootste importlanden van 'verse snijbloemen'. Dit zijn: Kenia, Ecuador, Ethiopië en Colombia (tabel Import Snijbloemen).

Om een goed beeld te krijgen van de positie van Nederland zijn van deze landen meerdere exportbestemmingen weergegeven. Verderop in dit hoofdstuk vindt u de grafieken van de belangrijkste afzetgebieden van deze vier landen.

Tabel Import Snijbloemen - Import cijfers 'verse snijbloemen' Nederland (zie koerstabel pagina 43)

Bloemen	Miljoenen €				
	2008	2009	2010	2011	2012
Colombia	€ 744	€ 752	€ 936	€ 899	€ 988
USA	€ 582	€ 601	€ 716	€ 692	€ 752
Rusland	€ 40	€ 31	€ 46	€ 44	€ 53
Nederland	€ 15	€ 13	€ 22	€ 18	€ 21
Ecuador	€ 379	€ 392	€ 458	€ 488	€ 600
USA	€ 271	€ 163	€ 196	€ 198	€ 239
Rusland	€ 38	€ 80	€ 98	€ 111	€ 149
Nederland	€ 26	€ 55	€ 44	€ 47	€ 55
Ethiopië	€ 71	€ 94	€ 108	€ 121	€ 129
Nederland	€ 63	€ 85	€ 98	€ 109	€ 113
Duitsland	€ 3	€ 4	€ 3	€ 2	€ 2
Saoedi Arabië	€ 1	€ 1	€ 2	€ 2	€ 4
Kenia	€ 303	€ 302	€ 299		
Nederland	€ 165	€ 165	€ 169		
Verenigd Koninkrijk	€ 99	€ 90	€ 73		
Duitsland	€ 13	€ 15	€ 16		



Bron: Comtrade 2013

### Import planten

De Nederlandse plantenimport komt uit andere landen dan de bloemenimport. Het betreft hier alle soorten planten. Deze zijn niet volledig te scheiden uit de Comtrade database. Een groot deel van de Nederlandse import komt uit Europese landen (tabel Import Planten).

Tabel Import Planten - Top 10 importcijfers planten Nederland verdeeld per herkomstland (zie koerstabel pagina 43)

Planten					
	2008	2009	2010	2011	2012
Duitsland	€ 92	€ 79	€ 82	€ 114	€ 136
België	€ 59	€ 51	€ 55	€ 87	€ 104
Costa Rica	€ 28	€ 22	€ 27	€ 24	€ 23
China	€ 24	€ 22	€ 21	€ 19	€ 20
Denemarken	€ 24	€ 21	€ 22	€ 23	€ 31
Italië	€ 22	€ 21	€ 23	€ 32	€ 38
Kenia	€ 21	€ 23	€ 23	€ 38	€ 21
Spanje	€ 17	€ 19	€ 16	€ 20	€ 20
Verenigde Republiek van Tanzania	€ 12	€ 14	€ 14	€ 15	€ 13
Uganda	€ 11	€ 13	€ 14	€ 14	€ 16

Bron: Comtrade 2013



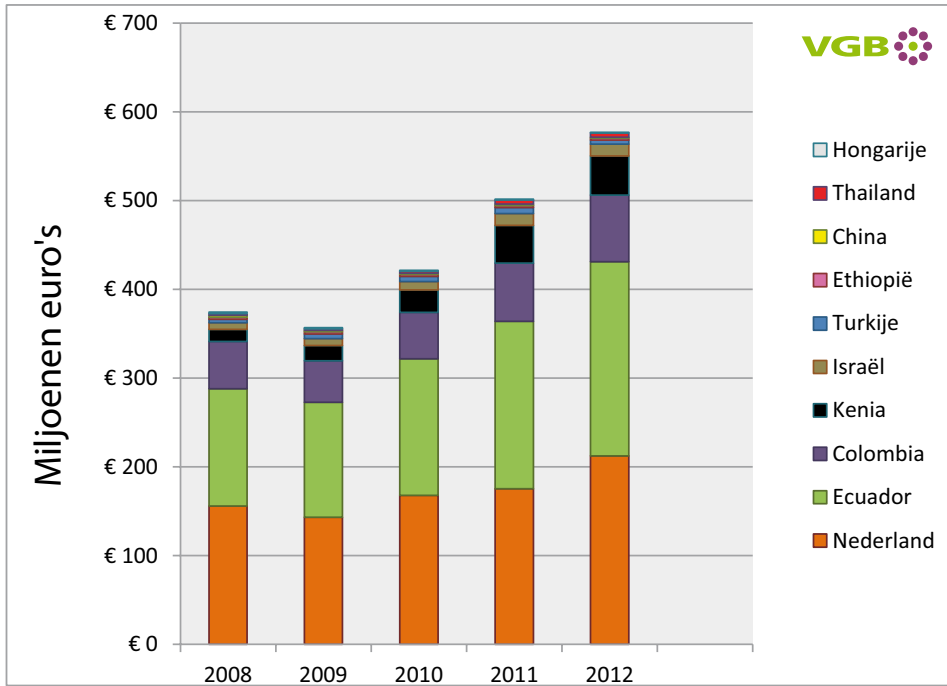
### 4.3 Overzicht import export landen

In deze paragraaf worden de grafieken getoond die betrekking hebben op het Nederlandse aandeel binnen een land ten opzichte van sourcing vanuit andere landen. Het gaat hier om 'verse snijbloemen'.

#### Import Rusland

De Nederlandse export naar Rusland steeg in de periode 2008-2012 met 36%. Onderstaande grafiek toont onder andere het aandeel van Nederlandse export naar Rusland. Vanaf 2011 importeert Rusland zelfs meer vanuit Ecuador dan vanuit Nederland!

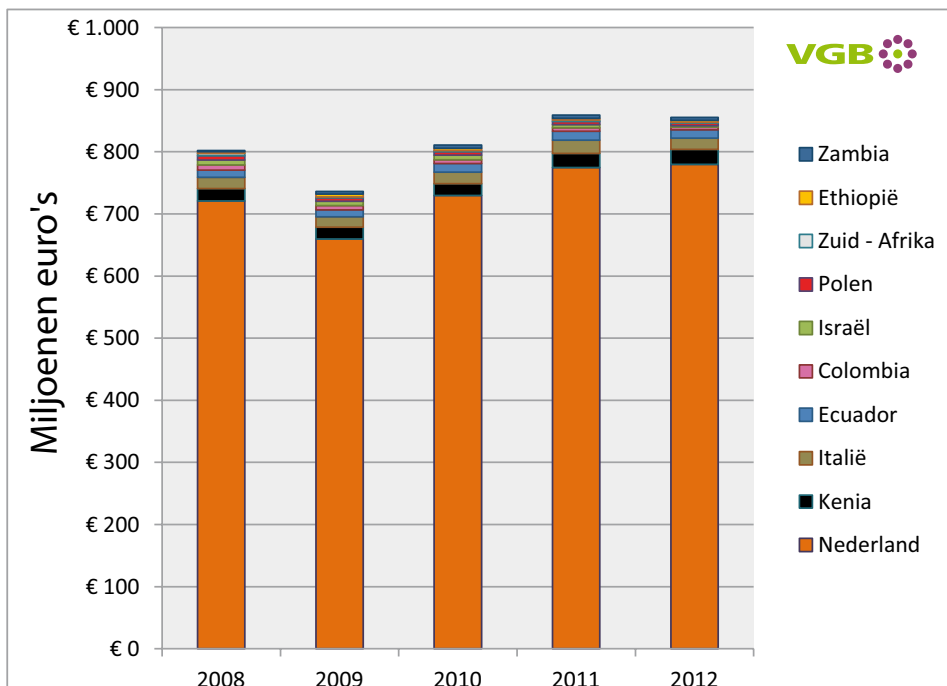
Tabel Import Rusland (zie koerstabel pagina 43)



Bron: Comtrade 2013

#### Import Duitsland

Tabel Import Duitsland (zie koerstabel pagina 43)



Bron: Comtrade 2013

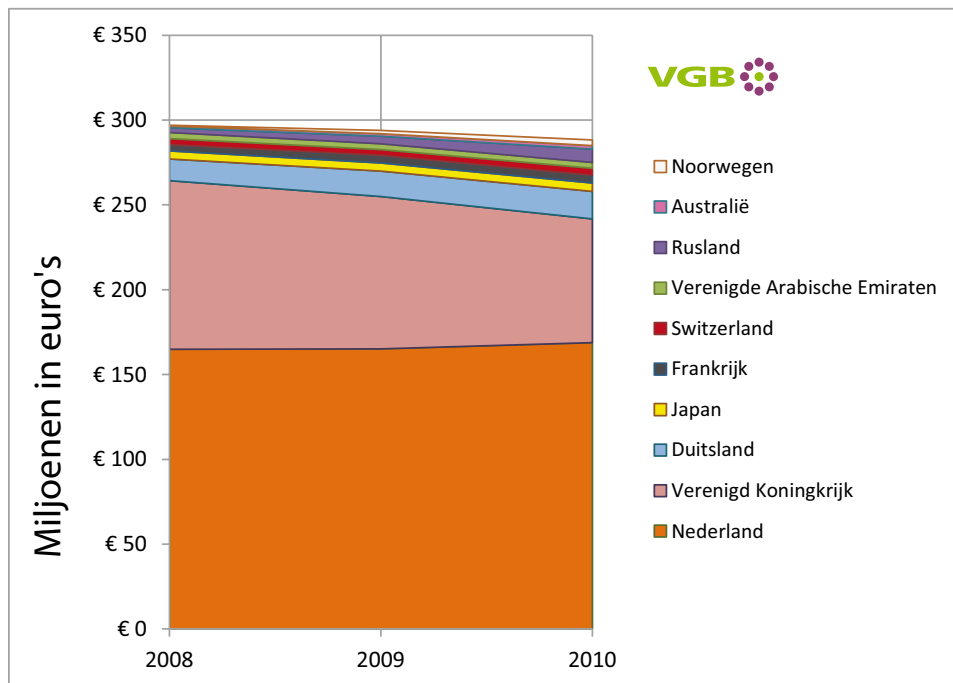


## Overzicht verre exportlanden

In deze bijlage worden de grafieken getoond die betrekking hebben op het importaandeel van Nederland ten opzichte van andere importerende landen. Het gaat hier om de export van 'verse snijbloemen' vanuit 'onze' importlanden

### Export Kenia

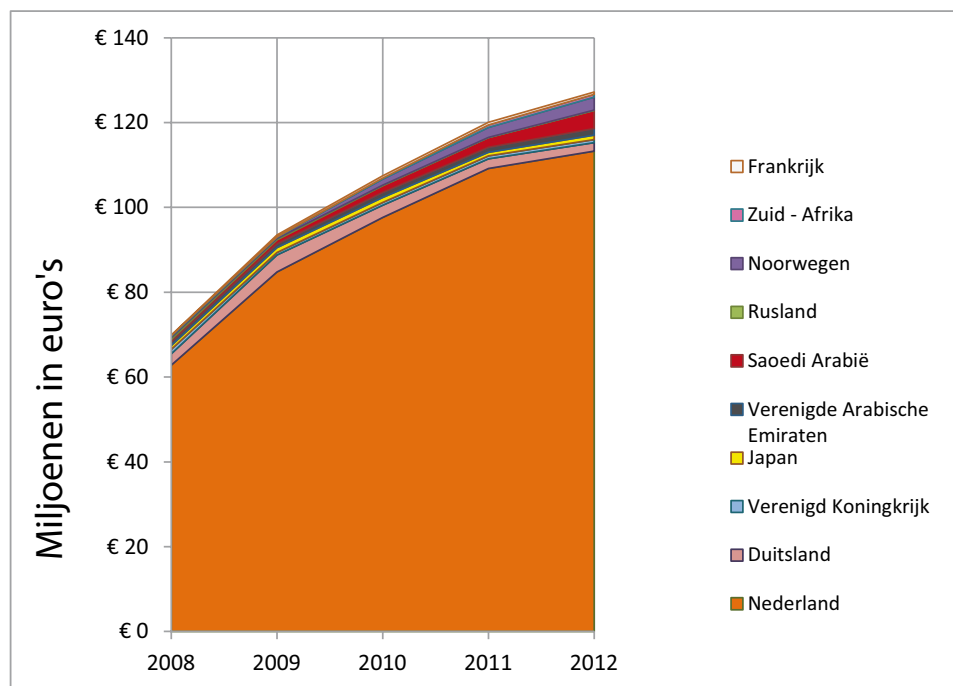
Tabel Export Kenia (zie koerstabel pagina 43)



Bron: Comtrade 2013

### Export Ethiopië

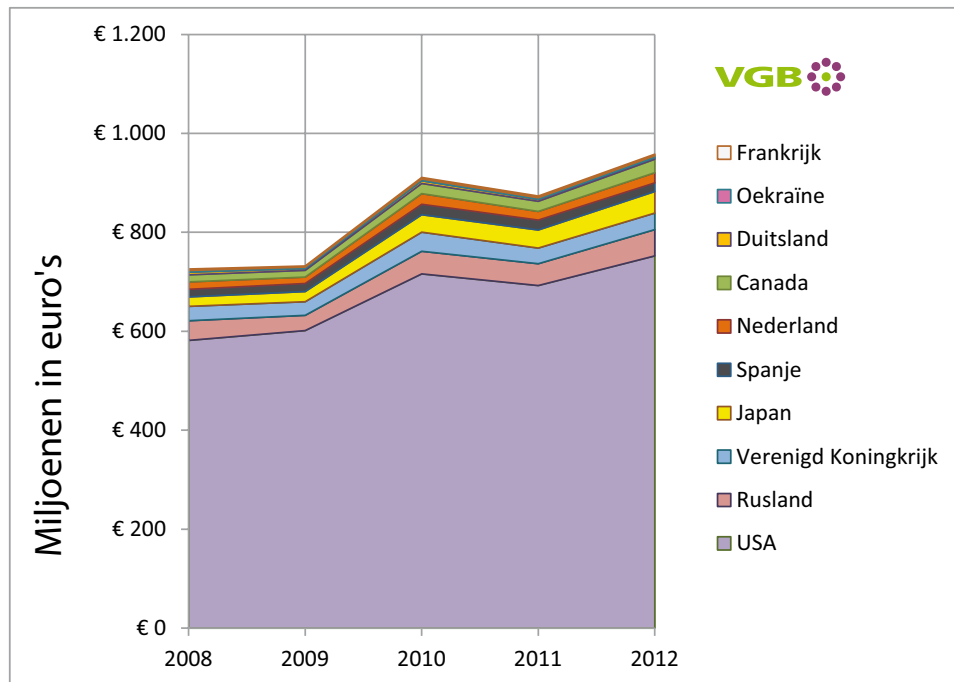
Tabel Export Ethiopië (zie koerstabel pagina 43)



Bron: Comtrade 2013



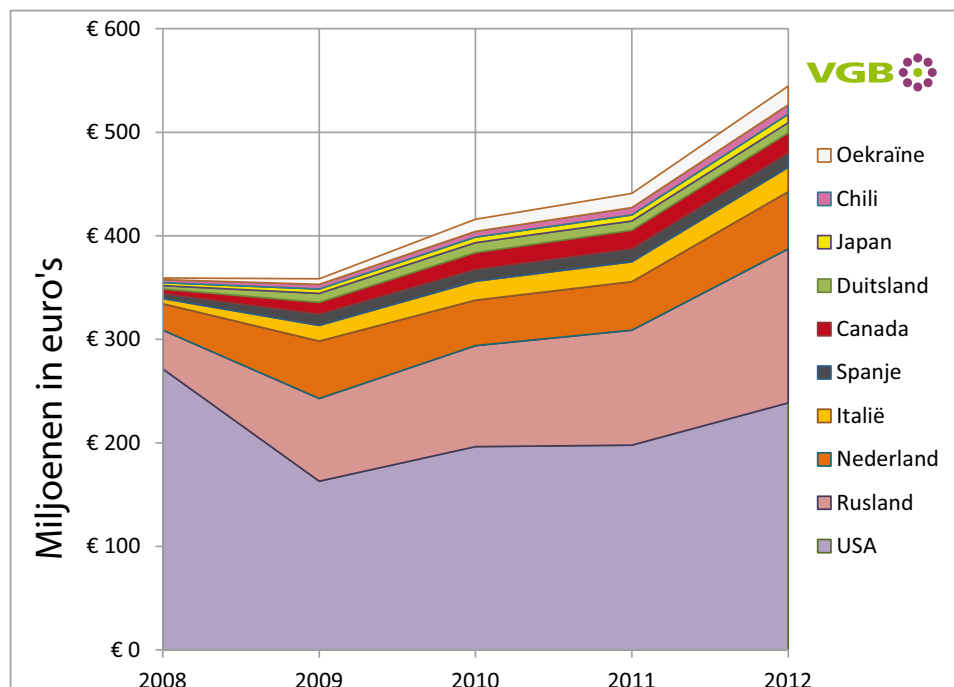
Tabel Export Colombia (zie koerstabel pagina 43)



Bron: Comtrade 2013

Export Ecuador

Tabel Export Ecuador (zie koerstabel pagina 43)



Bron: Comtrade 2013

Katty Proost, cash-and-carry:

# “Cash-and-carry moet alert blijven”

pagina 27





Een groothandel kan niet alleen op basis van omzet en afzetkanaal getypeerd worden. Voor een volledige typering van de groothandel speelt een groot aantal andere determinanten een rol. Voor de leesbaarheid is gekozen om alleen de determinanten Omzetverdeling en Afzetkanalen in deze bijlage te behandelen. Een groot deel van de overige determinanten zijn 'softe' determinanten waarover geen harde gegevens aanwezig zijn.

De volgende determinanten worden niet behandeld omdat er ten opzichte van het rapport Typisch Groothandel 2010 niets gewijzigd is:

- Organisatiegraad
- Inkoop
- Geografische oriëntatie
- Toegevoegde waarde / innovatie
- Interne logistiek
- Termijn van verkoop

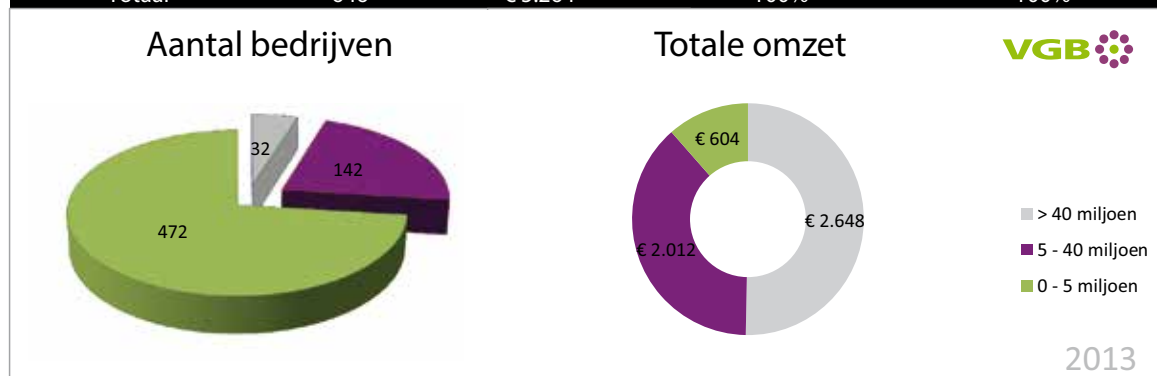
### Omzetverdeling

Omzetverdeling categorieën

- € 0 – 5 miljoen
- € 5 – 40 miljoen
- > € 40 miljoen

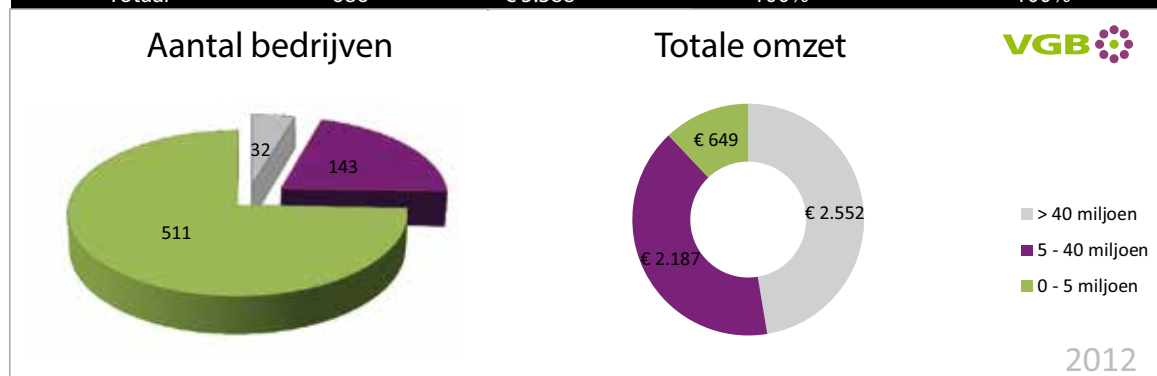
Tabel A.1 Aantal exporteurs van bloemisterijgewassen naar omzetcategorie

Omzetcategorieën in mln. €	Aantal bedrijven	Totale omzet (* miljoen €)	Aandeel van alle bedrijven (%)	Aandeel van de totale omzet (%)
> 40 miljoen	32	€ 2.648	5%	50%
5 - 40 miljoen	142	€ 2.012	22%	38%
0 - 5 miljoen	472	€ 604	73%	11%
<b>Totaal</b>	<b>646</b>	<b>€ 5.264</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



Bron: HBAG Bloemen en Planten 2013

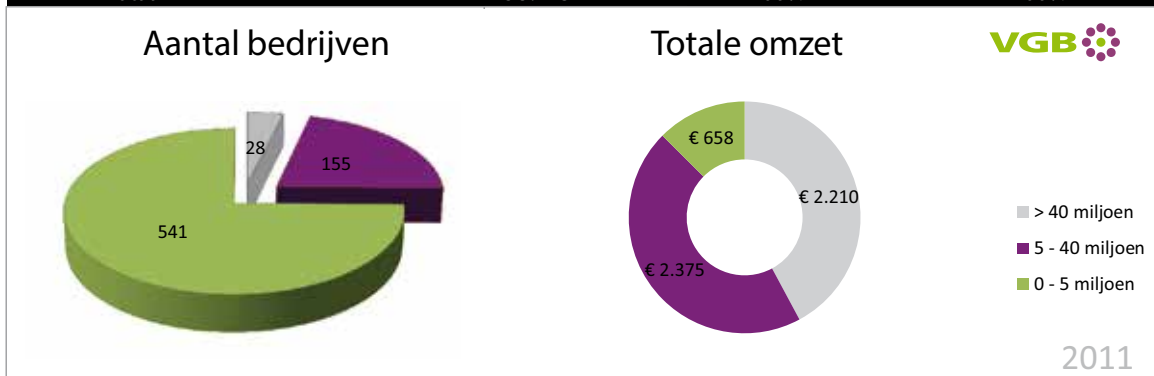
Omzetcategorieën in mln. €	Aantal bedrijven	Totale omzet (* miljoen €)	Aandeel van alle bedrijven (%)	Aandeel van de totale omzet (%)
> 40 miljoen	32	€ 2.552	5%	47%
5 - 40 miljoen	143	€ 2.187	21%	41%
0 - 5 miljoen	511	€ 649	74%	12%
<b>Totaal</b>	<b>686</b>	<b>€ 5.388</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



Bron: HBAG Bloemen en Planten 2012

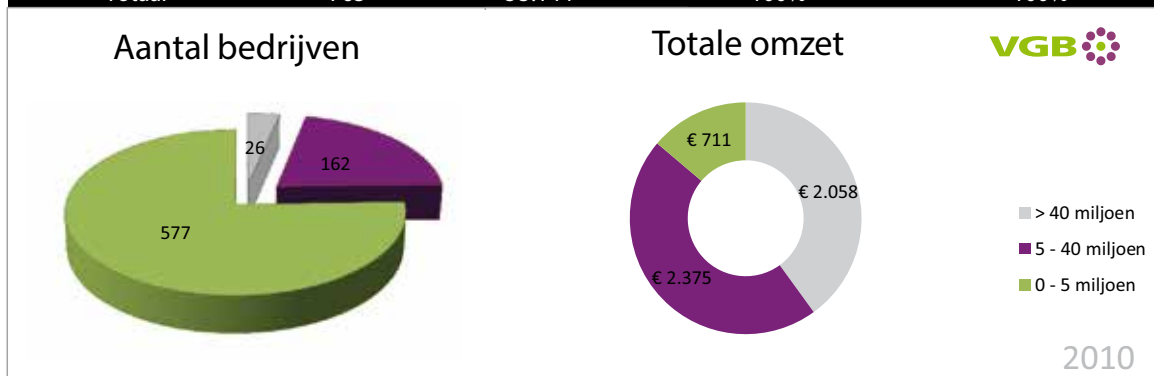


Omzetcategorieën in mln. €	Aantal bedrijven	Totale omzet (* miljoen €)	Aandeel van alle bedrijven (%)	Aandeel van de totale omzet (%)
> 40 miljoen	28	€ 2.210	4%	42%
5 - 40 miljoen	155	€ 2.375	21%	45%
0 - 5 miljoen	541	€ 658	75%	13%
<b>Totaal</b>	<b>724</b>	<b>€ 5.243</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



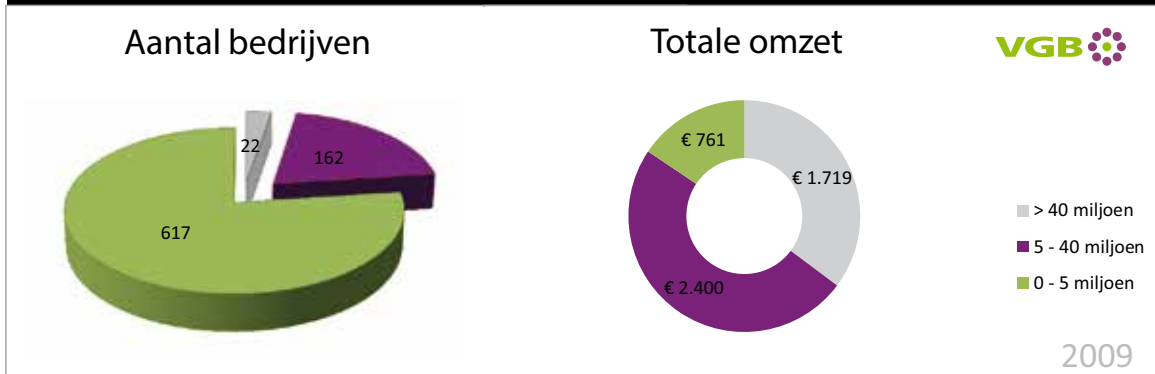
Bron: HBAG Bloemen en Planten 2011

Omzetcategorieën in mln. €	Aantal bedrijven	Totale omzet (* miljoen €)	Aandeel van alle bedrijven (%)	Aandeel van de totale omzet (%)
> 40 miljoen	26	€ 2.058	3%	40%
5 - 40 miljoen	162	€ 2.375	21%	46%
0 - 5 miljoen	577	€ 711	75%	14%
<b>Totaal</b>	<b>765</b>	<b>€ 5.144</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



Bron: HBAG Bloemen en Planten 2010

Omzetcategorieën in mln. €	Aantal bedrijven	Totale omzet (* miljoen €)	Aandeel van alle bedrijven (%)	Aandeel van de totale omzet (%)
> 40 miljoen	22	€ 1.719	3%	35%
5 - 40 miljoen	162	€ 2.400	20%	49%
0 - 5 miljoen	617	€ 761	77%	16%
<b>Totaal</b>	<b>801</b>	<b>€ 4.880</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



Bron: HBAG Bloemen en Planten 2009




## Trend


De afgelopen jaren is de trend dat het aantal bedrijven in de kleinste categorie aanzienlijk is gedaald. Van 617 in 2009 naar 472 bedrijven in 2013. Deze daling heeft ook gevolgen voor het aandeel van de omzet in deze categorie. In zeven jaar tijd daalde het aandeel met 5%. De grootste omzetcategorie (> € 40 miljoen) won in dezelfde periode 10% aandeel.

## Afzetkanalen


Tabel A2 Afzetkanalen Duitsland in procenten

 Duitsland	Snijbloemen					Planten				
	2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
Cash-and-carry	18%	18%	21%	23%	20%	4%	5%	7%	6%	6%
Directe Veiling Inkopers	7%	7%	7%	6%	8%	20%	19%	15%	16%	18%
Handelskweker - Vermeerderaar	1%	1%	1%	1%	2%	3%	3%	3%	3%	2%
Buitenlandse Importerende Groothandel	24%	23%	22%	22%	22%	18%	19%	18%	19%	18%
Keten Bloemenwinkel	6%	5%	6%	6%	5%	4%	4%	4%	4%	4%
Keten Tuincentrum - Bouwmarkt	1%	1%	1%	1%	1%	16%	19%	19%	17%	17%
Supermarkt - Warenhuis	28%	29%	27%	28%	27%	24%	20%	21%	22%	23%
Zelfstandig Tuincentrum - Bouwmarkt	1%	1%	0%	0%	0%	5%	5%	5%	5%	5%
Zelfstandige Bloemenwinkel	14%	14%	14%	13%	13%	6%	5%	6%	6%	6%
Overige kanalen	0%	1%	1%	0%	2%	0%	1%	2%	2%	1%


Tabel A3 Afzetkanalen Verenigd Koninkrijk in procenten

 Verenigd Koninkrijk	Snijbloemen					Planten				
	2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
Cash-and-carry	12%	12%	12%	13%	12%	7%	6%	7%	7%	6%
Directe Veiling Inkopers	0%	0%	0%	0%	0%	3%	2%	2%	1%	3%
Handelskweker - Vermeerderaar	0%	0%	0%	0%	0%	5%	3%	3%	3%	3%
Buitenlandse Importerende Groothandel	33%	34%	30%	31%	31%	28%	26%	25%	26%	23%
Keten Bloemenwinkel	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Keten Tuincentrum - Bouwmarkt	1%	1%	1%	1%	1%	15%	14%	12%	13%	12%
Supermarkt - Warenhuis	39%	40%	45%	43%	44%	20%	31%	32%	28%	30%
Zelfstandig Tuincentrum - Bouwmarkt	0%	0%	0%	0%	0%	13%	9%	8%	9%	9%
Zelfstandige Bloemenwinkel	12%	11%	10%	10%	9%	5%	5%	5%	7%	7%
Overige kanalen	3%	2%	2%	2%	3%	4%	4%	4%	6%	7%

Tabel A4 Afzetkanalen Frankrijk in procenten

 Frankrijk	Snijbloemen					Planten				
	2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
Cash-and-carry	8%	8%	8%	8%	9%	3%	4%	5%	4%	4%
Directe Veiling Inkopers	1%	1%	1%	1%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
Handelskweker - Vermeerderaar	2%	2%	2%	2%	2%	4%	4%	4%	4%	4%
Buitenlandse Importerende Groothandel	34%	35%	36%	37%	37%	25%	25%	24%	23%	25%
Keten Bloemenwinkel	12%	12%	9%	8%	6%	4%	4%	3%	4%	3%
Keten Tuincentrum - Bouwmarkt	2%	2%	2%	1%	1%	20%	20%	20%	20%	18%
Supermarkt - Warenhuis	22%	21%	20%	20%	19%	21%	21%	22%	21%	23%
Zelfstandig Tuincentrum - Bouwmarkt	1%	1%	1%	1%	1%	6%	6%	6%	6%	5%
Zelfstandige Bloemenwinkel	17%	18%	20%	20%	21%	10%	11%	13%	14%	14%
Overige kanalen	1%	1%	1%	2%	2%	5%	3%	1%	2%	2%

Tabel A5 Afzetkanalen in Italië in procenten

 Italië	Snijbloemen					Planten				
	2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
Cash-and-carry	7%	7%	7%	7%	6%	2%	1%	1%	1%	1%
Directe Veiling Inkopers	1%	1%	1%	0%	0%	1%	1%	2%	1%	2%
Handelskweker - Vermeerderaar	2%	1%	1%	1%	1%	11%	11%	9%	9%	9%
Buitenlandse Importerende Groothandel	76%	76%	77%	76%	75%	57%	58%	60%	59%	56%
Keten Bloemenwinkel	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	1%	1%
Keten Tuincentrum - Bouwmarkt	0%	0%	0%	0%	0%	3%	3%	3%	3%	3%
Supermarkt - Warenhuis	1%	2%	2%	1%	1%	6%	6%	7%	8%	7%
Zelfstandig Tuincentrum - Bouwmarkt	1%	2%	1%	2%	2%	15%	15%	13%	12%	14%
Zelfstandige Bloemenwinkel	5%	4%	5%	5%	6%	3%	3%	3%	3%	4%
Overige kanalen	7%	7%	6%	8%	8%	2%	2%	1%	3%	3%



Koos Heemskerk, lijnrijder:  
"Het werd  
professioneler"

pagina 27

3





Lijnrijders zijn mobiele groothandelaren die winkeliers en groothandelaren op locatie voorzien van bloemen en planten. Zij leveren vaak uit voorraad en in mindere mate op bestelling. Lijnrijden is in de sierteelthandel een specialisatie. Daarom is het interessant om te kijken naar het exportaandeel van de lijnrijders ten opzichte van de overige exporteurs. In het onderstaande gedeelte wordt geprobeerd een beeld te krijgen in de wereld van de lijnrijder.

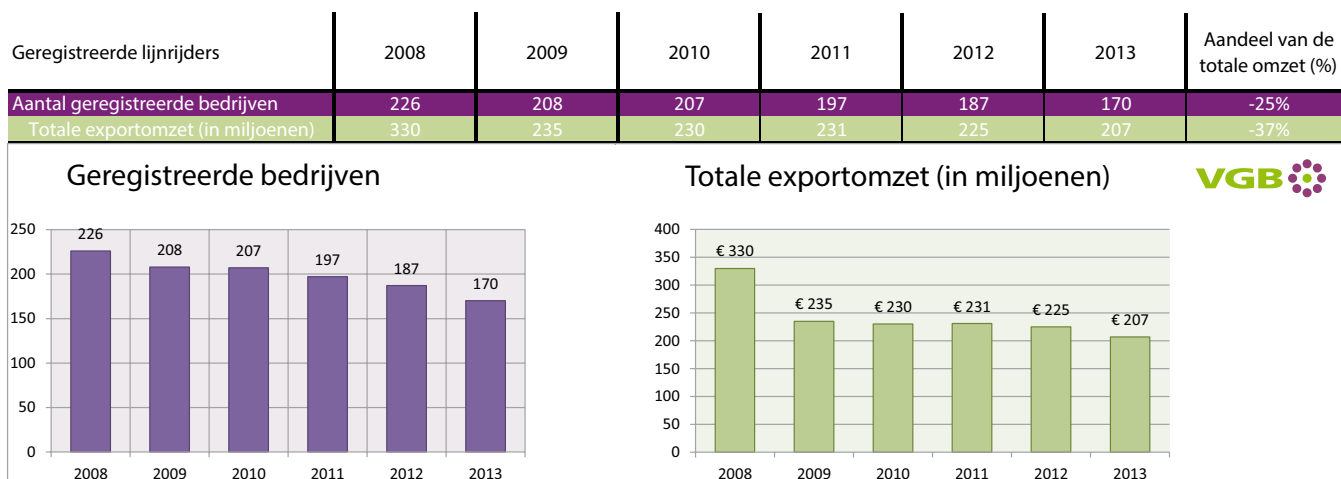
Elk bedrijf dat bloemen of planten exporteert moet inschreven zijn bij het HBAG Bloemen en Planten. Tijdens de inschrijving moet het handelsbedrijf aangeven welk type bedrijf zij is. Onder de keuze mogelijkheden valt ook het type lijnrijder. Op basis van deze gegevens is de data rond de lijnrijder verzameld. Daarnaast is aan de VGB Stuurgroep Lijnrijders Bedrijven (SLB) gevraagd deze informatie te beoordelen of dit beeld overeenkomt met wat zij zelf constateren.

Wanneer een groothandelaar wel lijnrijders activiteiten verricht maar niet is ingeschreven als lijnrijder is dit niet in de data terug te vinden. Daarnaast, wanneer een als lijnrijders type geregistreerd bedrijf steeds meer export activiteiten zou uitvoeren wordt dit ook als lijnrijden geregistreerd.

In 2013 zijn 170 exporterende lijnrijders geregistreerd bij het HBAG Bloemen en Planten. Het aantal geregistreerde lijnrijders kromp in de periode 2010 – 2013 met 18%.

De geregistreerde lijnrijders vertegenwoordigen in 2013 een exportomzet van € 207 miljoen bloemen en planten. Vergeleken met 2010 is dit een daling van 23 miljoen euro, een percentage van 10% op de totale omzet.

Bijlage B1 Gegevens geregistreerde lijnrijders



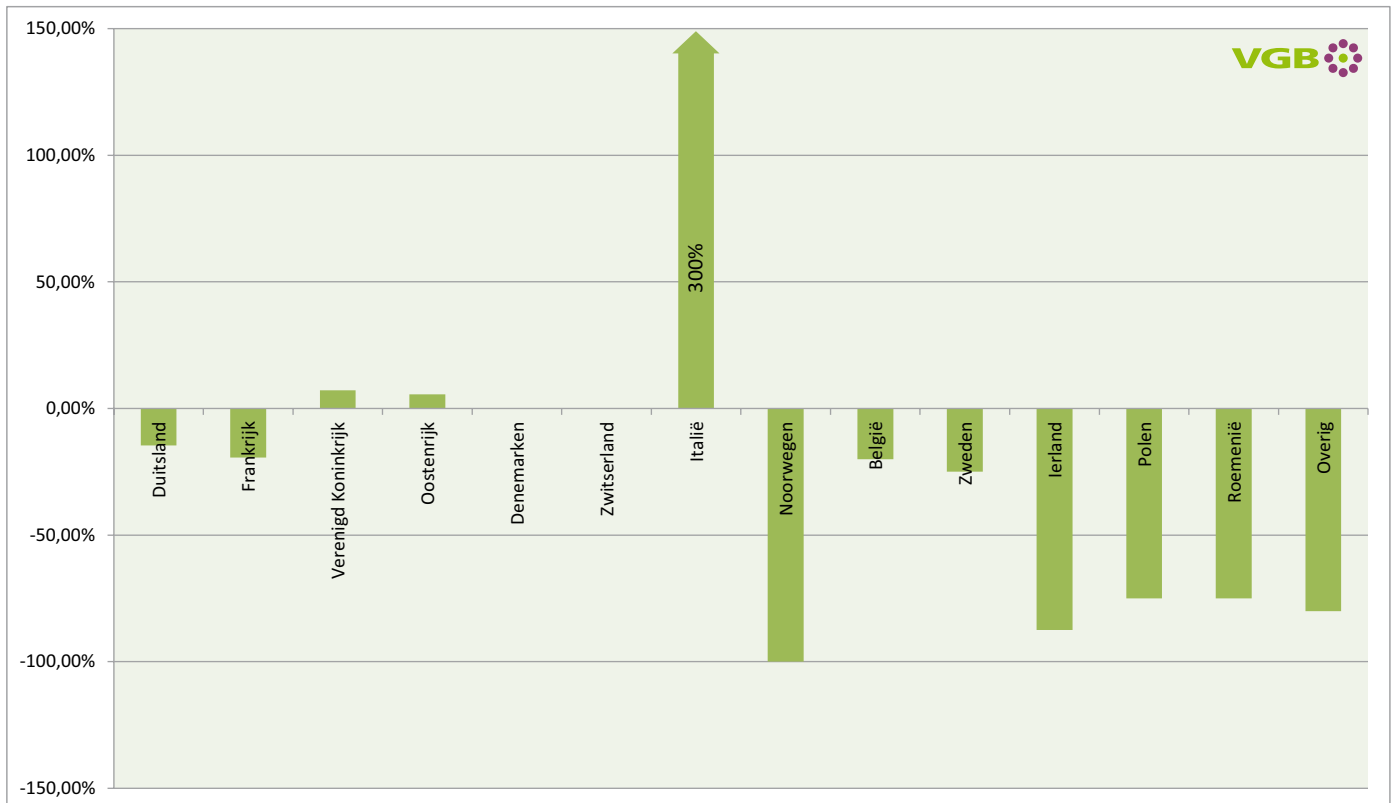
Bron: HBAG Bloemen en Planten 2013

**Omzet**

Italië en Zweden groeiden procentueel gezien het meest, respectievelijk 300 en 50%. Opmerkelijk is dat Italië voor de geregistreerde lijnrijder enorm groeide terwijl de totale omzet bloemen en planten voor Italië in dezelfde periode ruim 13% afnam. Een mogelijke administratieve correctie zou hiervan de oorzaak kunnen zijn. Voor Noorwegen was de aangifte voor 2013 € 0, vandaar dat de daling hier 100% is.



Bijlage B2 Omzet geregistreerde lijnrijder per land



Bron: HBAG Bloemen en Planten 2013

Omzet aandeel

De database van het HBAG geeft alleen gegevens over de periode van de laatste 5 jaar. Om die reden is in dit overzicht de specifieke informatie per land alleen beschikbaar vanaf 2009.

In tabel B3 is te zien dat Duitsland met 51% veruit het grootste afzetland is voor de lijnrijder, gevolgd door Frankrijk en Verenigd Koninkrijk.

Van de top 3 landen is het aandeel Duitsland en Frankrijk sterk afgenomen. Het aandeel van het Verenigd Koninkrijk is in 2013 ten opzichte van 2009 toegenomen met 7%. Opmerkelijk is dat Oostenrijk ruim 5% aandeel heeft gewonnen in de periode 2009 - 2013 echter ten opzichte van 2012 10% is afgenomen.

Bijlage B3 Omzet aandeel per land

Land	2009	2010	2011	2012	2013	Vershil in % 08 - 13	Vershil in % 12 - 13
Duitsland	123	125	119	114	105	-14,63%	-8%
Frankrijk	31	31	30	28	25	-19,35%	-11%
Verenigd Koninkrijk	28	27	29	30	30	7,14%	0%
Oostenrijk	18	17	20	21	19	5,56%	-10%
Denemarken	7	8	7	7	7	0,00%	0%
Zwitserland	5	5	5	6	5	0,00%	-17%
Italië	2	2	5	8	8	300,00%	0%
Noorwegen	2	2	3	1	0	-100,00%	-100%
België	5	3	3	3	4	-20,00%	33%
Zweden	4	2	2	3	3	-25,00%	0%
Ierland	4	3	1	0,5	0,5	-87,50%	0%
Polen	2	1	1	0,5	0,5	-75,00%	0%
Roemenië	2	1	1	1	0,5	-75,00%	-50%
Overig	5	4	3	2	1	-80,00%	-50%
<b>Totaal</b>	<b>235</b>	<b>231</b>	<b>229</b>	<b>225</b>	<b>207</b>	<b>-13%</b>	<b>-15%</b>

Bron: HBAG Bloemen en Planten 2013



## WOORDENLIJST

**Comtrade** International Merchandise Trade Statistics (IMTS)  
<http://comtrade.un.org>

**CBS** Centraal Bureau voor de Statistiek  
<http://www.cbs.nl>

**EU** Europese Unie

**FloraHolland** Sierteeltveiling met vijf vestigingen in Nederland  
<http://www.floraholland.nl>

**Floridata** Onafhankelijk dataplatform van en voor handelaren in de sierteeltsector  
<http://www.floridata.nl>

**Gespecialiseerd kanaal** Verkoop via bloemist, ambulante handel of tuincentra, veelal voor cadeau, gelegenheid, interieur en/of zakelijk. Kenmerkend voor dit verkoopkanaal is dat bloemen en planten primair verkochte artikel zijn.

**HBAG** Hoofdbedrijfschap Agrarische Groothandel (commissie bloemen en planten)  
<http://www.hbagbloemen.nl>

**Honingraatmodel** Een model ontwikkeld door het LEI(kooiman, 1997) om bedrijfstypering overzichtelijk weer te geven

**LEI** LEI Wageningen UR is een internationaal toonaangevend, sociaal-economisch onderzoeksinstituut.  
<http://www.wageningenur.nl>

**Ongespecialiseerd kanaal** Wordt ook aangeduid als retailkanaal of grootwinkelbedrijf(GWB): verkoop via bouwmarkt en supermarkt, veelal voor eigen gebruik door de consument of impuls aankoop. Kenmerkend voor dit verkoopkanaal is dat bloemen en planten een bijproduct zijn. De primaire focus ligt op andere producten.

**PT** Productschap Tuinbouw  
<http://www.tuinbouw.nl>

**SLB** Stuurgroep Lijnrijders Bedrijven  
<http://www lijnrijders.nl>

**VGB** Vereniging voor Groothandelaren in Bloemkwekerijproducten  
<http://www.vgb.nl>

## KOERSTABEL

	Jaar	Koers t.o.v. \$
Bron: Website Nederlandsche Bank	2005	€ 1,2441
	2006	€ 1,2556
	2007	€ 1,3705
	2008	€ 1,4708
	2009	€ 1,3948
	2010	€ 1,3257
	2011	€ 1,3920
	2012	€ 1,2848
	2013	€ 1,3281



HBAG bloemen en planten Kengetallen

FloraHolland Presentatie KOA

Productschap Tuinbouw Rapport "De consument van bloemen en planten Marktomvang consumentenwaarde Europa 2009-2011"

Voor "BIJLAGE B - POSITIE EN MARKTAANDEEL VAN GEREgistREERDE LIJNRIJDERS" is geraadpleegd:

VGB Stuurgroep Lijnrijders Bedrijven (SLB)

Website:

COMTRADE <http://comtrade.un.org>

CBS <http://statline.cbs.nl/statweb/>

AGRIMATIE (LEI) <http://www.agrimatie.nl/>

*De cijfers uit deze publicatie mogen alleen met bronvermelding worden overgenomen. In de tabellen en grafieken is gewerkt met afgeronde getallen die daardoor iets kunnen afwijken van de som van individuele getallen.*

*In het rapport wordt de periode 2008 – 2013 geanalyseerd daar waar informatie van deze periode beschikbaar is. Om die reden kan dus bij tabellen andere perioden geanalyseerd worden.*

*Disclaimer:*

*Hoewel bij de totstandkoming van de informatie in dit document de uiterste zorg is betracht en er naar gestreefd is om deze informatie zo compleet en volledig mogelijk te maken en te houden, kan zowel de VGB als ook de auteurs noch de juistheid, noch de volledigheid, noch een specifieke toepasselijkheid van de gepubliceerde en/of gevraagde informatie in dit document garanderen. VGB wijst iedere aansprakelijkheid af voor enige directe, indirecte of gevolgschade, schade in de vorm van gemiste winst of van bedrijfsonderbreking welke het gevolg zou zijn van het gebruik van dit document. Het ontlenen of gebruik van informatie uit dit document geschiedt te allen tijde op eigen risico van de gebruiker.*

*Niets uit deze uitgave mag worden veeveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt in enige vorm, op enige wijze, hetzij door middel van druk, fotokopieën, microfilm of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de VGB.*

© Copyright - 2005-2013 VGB en het logo zijn zowel handelsnaam als geregistreerde handelsmerken van de Vereniging van Groothandelaren in Bloemkwekerijprodukten

# VGB. Voor wie verstandig handelt!

**Vereniging van  
Groothandelaren in  
Bloemkwekerijprodukten**

Turfstekerstraat 63

Postbus 1104

1430 BC Aalsmeer

Telefoon: 0297 380202

Fax: 0297 360309

E-mail: [info@vgb.nl](mailto:info@vgb.nl)

Homepage: [www.vgb.nl](http://www.vgb.nl)

Dit rapport is tot stand gekomen in  
samenwerking met:



Productschap  Tuinbouw