

# HET IMAGO VAN DE SIERTEELTSECTOR

## Onderzoeksdoelstelling en aanpak

Het doel van het onderzoek is als volgt geformuleerd: inzicht bieden in het imago van de sierteeltsector in Nederland onder consumenten en het in kaart brengen van de knel- en verbeterpunten. Zodat Bloemenbureau Holland het imago van de sector in kaart heeft, kan monitoren en waar nodig kan verbeteren met gerichte consumentencommunicatie.

Voor het bepalen van het imago van de sierteeltsector hebben we gebruikgemaakt van een pijler- en driveranalyse. Pijlers zijn de belangrijkste aspecten die het imago van een sector vormen, terwijl drivers de onderliggende factoren zijn die deze pijlers beïnvloeden. Op basis van deze analyse hebben we een imagoscore uitgerekend, die een kwantitatieve weergave is van het imago van de sector. Hierbij hebben we ook achterhaald welke pijlers en drivers de meeste invloed uitoefenen op het imago van de sector.

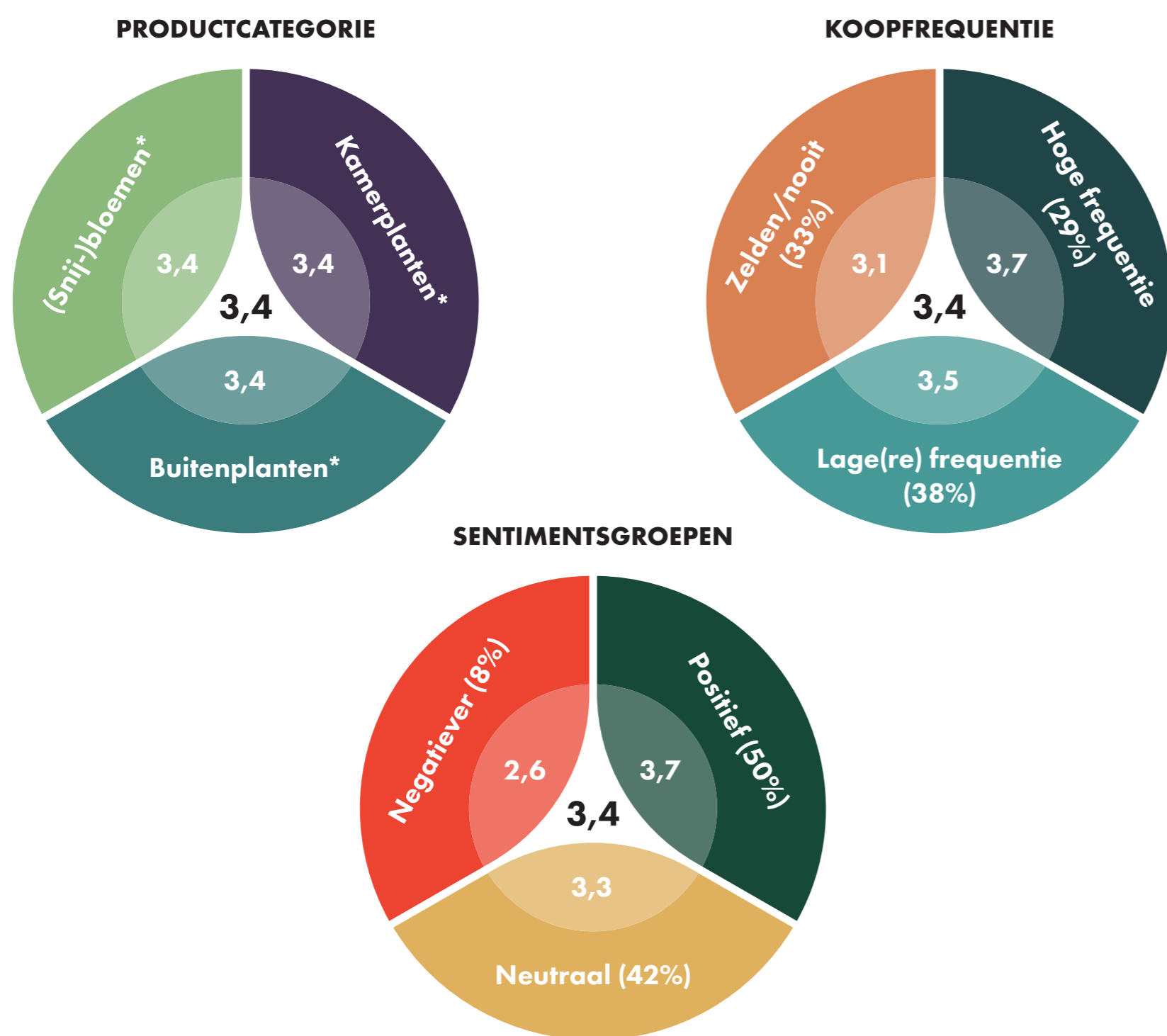
## Positief imago

De sierteeltsector heeft een redelijk goede imagoscore van 3,4 op een schaal van 1 tot 5. Deze score betekent dat **positief sentiment overheerst** over de sector als geheel.

**Imago: Het beeld dat mensen van iets of iemand hebben, zonder dat dit op feiten hoeft te berusten.**



## VERSCHILLEN TUSSEN GROEPEN

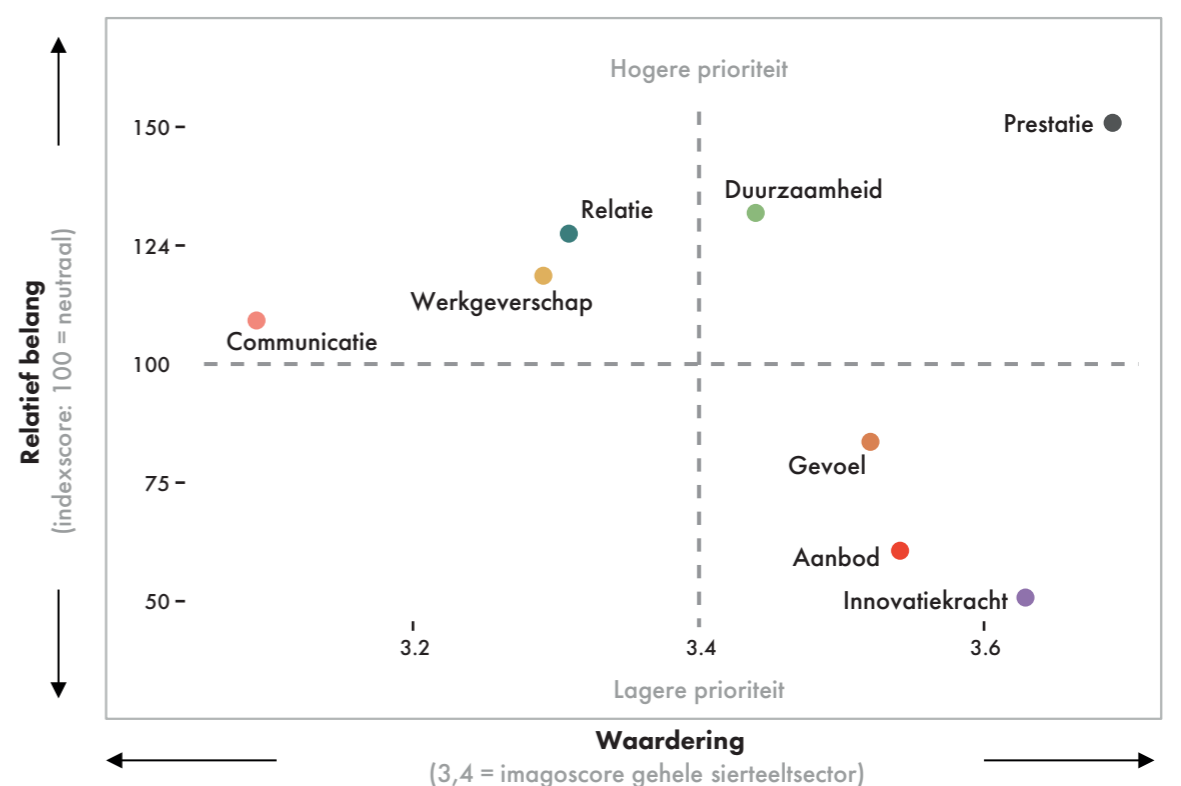


\* De productcategorieën zijn even zwaar meegewogen in de imagoscore.

## VERHOUDING TOT BENCHMARK



## PRIORITEITENMATRIX

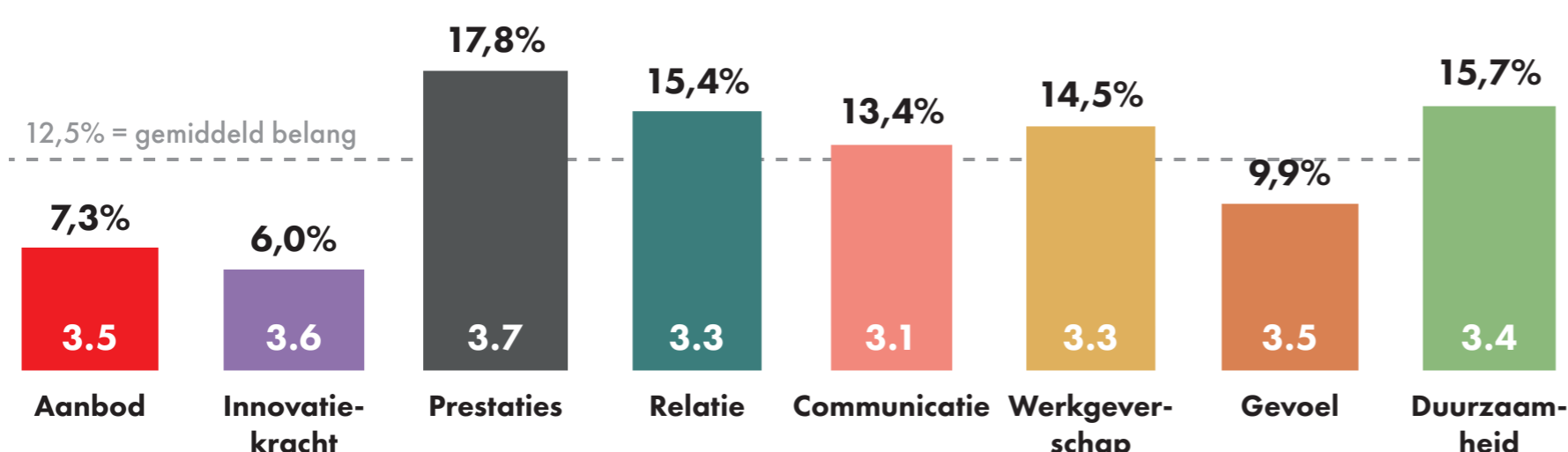


## DE 8 PIJLERS

<b>AANBOD</b> De producten die de sector aanbiedt zijn van goede kwaliteit, divers en overal beschikbaar.	<b>INNOVATIEKRACHT</b> De sector ontwikkelt zich constant en maakt gebruik van de laatste technologie.	<b>PRESTATIES</b> De sector is goed voor de Nederlandse economie en het welzijn van de Nederlanders.	<b>RELATIE</b> Als Nederlander heb ik veel waardering voor de sector en voel ik me daarmee in zekere zin verbonden.
<b>COMMUNICATIE</b> De communicatie over en door de sector is naar mijn idee positief, transparant en goed zichtbaar.	<b>WERKGEVERSCHAP</b> De sector heeft een hoog moreel gehalte en biedt goede arbeidsomstandigheden.	<b>GEVOEL</b> De producten die de sector aanbiedt maken mij blij, ontspannen en verbinden me meer met de natuur.	<b>DUURZAAMHEID</b> De sector wordt steeds duurzamer, en gaat steeds beter en verantwoordelijk om met uitdagingen op het gebied van milieu en natuur.

## OVERZICHT MET HET BELANG EN DE WAARDERING VAN DE IMAGOPIJLERS

Het relatieve belang van de pijlers staat in percentages weergegeven en de imagoscore wordt vermeld met een score op een 5-puntsschaal



## SAMENVATTING

### Stabiel beeld

De meeste consumenten merken op dat hun beeld van de sector en de drie productcategorieën de afgelopen twee jaar consistent is gebleven.

Dit toont aan dat het huidige imago een solide basis geeft, wat kansen biedt om het imago te versterken. Er zijn geen dringende imago-issues die direct aangepakt moeten worden.

### Positieve aanjagers

De pijlers die op dit moment het meest bepalend zijn voor het imago zijn **Prestaties en Duurzaamheid**.

Binnen de pijler Prestaties is het bevorderen van **welzijn** voor kopers van bloemen en planten de belangrijkste.

Binnen duurzaamheid draait het voor kopers met name om **biodiversiteit**, gevolgd door het **gebruik van minder bestrijdingsmiddelen**.

### Communicatie

De pijler toont aan dat transparante en positieve berichtgeving een relatief hoge impact heeft op het imago van de sector. Er is ruimte voor verbetering.

Bloemen  
bureau  
Holland

motivation  
insights and strategy