

# Belg opteert voor lang houdbare kamer- en tuinplanten

nieuws

Na een groei van de sierteeltbestedingen in 2008 (+3,8%) en een stagnatie in 2009, kocht de Belg vorig jaar minder bloemen en planten. De sierteeltomzet daalde met 17 procent door een lager aantal kopers en een dalende aankoopfrequentie. Snijbloemen kenden het grootste verlies omdat de consument opteerde voor buitenplanten en kamerplanten. Dat laat VLAM weten.

🕒 16 MEI 2011 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:59

Lees meer over:

sierteelt

Na een groei van de sierteeltbestedingen in 2008 (+3,8%) en een stagnatie in 2009, kocht de Belg vorig jaar minder bloemen en planten. De sierteeltomzet daalde met 17 procent door een lager aantal kopers en een dalende aankoopfrequentie. Snijbloemen kenden het grootste verlies omdat de consument opteerde voor buitenplanten en kamerplanten. Dit blijkt uit gegevens die GfK PanelServices Benelux verzamelde in opdracht van VLAM.

Het aantal kopers daalde van 61,2 naar 52,1 op honderd en de aankoopfrequentie ging van 5,8 keer op jaarbasis naar 5,4. "Terwijl vijf jaar geleden nog twee derde van de Belgische bevolking bloemen en planten kocht, is dit aantal nu teruggevallen tot iets meer dan de helft", verklaart het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM). De aankopen zijn vooral voor eigen gebruik bestemd en minder om cadeau te geven.

VLAM wijt de omzetsdaling aan het nazinderen van de economische crisis. "Enerzijds groeit de voorkeur voor langer houdbare sierteeltproducten", luidt het, "en anderzijds koopt de Belg meer bloemen en planten voor eigen gebruik en geeft hij vooral minder snijbloemen als cadeau binnen het gezin. Snijbloemen verliezen al enkele jaren terrein. In 2007 bedroeg het marktaandeel van deze categorie nog 34 procent, in 2010 daalde

dat tot 26 procent, wat gedeeltelijk gecompenseerd werd door een grotere vraag naar bloemstukken (van 14,8 naar 17%). Als lang houdbare planten deden kamerplanten het goed (14,5% in 2005 naar 18,3% in 2010). Ook de exterieurplanten (bomen, tuinplanten, balkon- en perkplanten) deden het de voorbije jaren heel goed en wonnen marktaandeel.

De bloemenwinkel blijft, wat bloemen en planten betreft, de absolute marktleider met zo'n 41 procent marktaandeel, maar voelt de slechtere conjunctuur wel aan den lijve. Op de tweede plaats volgt het tuincentrum met ruim 19 procent marktaandeel. De supermarkt won vorig jaar marktaandeel en kwam met 13 procent op de derde plaats. De 'overige kanalen' (o.a. internet, kleine kruidenier, benzinstation... ) zagen hun marktaandeel groeien tot 13 procent in 2009 maar verloren vorig jaar opnieuw terrein. De openbare markt schommelde tussen 10 en 11 procent marktaandeel. De producent/kweker is een kleiner kanaal maar groeide niettemin vorig jaar.

De 50-plussers vormen een erg belangrijke groep voor de sierteeltproducten. Ze zijn de grootste afnemers van buitenplanten, kamerplanten en snijbloemen. Met een bedrag van rond de 60 euro besteden ze meer dan het dubbel van de 40-jarigen en drie keer zoveel als de twintigers. De Belgische bevolking jonger dan 30 is ondervertegenwoordigd in de sierteeltmarkt, vooral jonge mannen zijn niet gul met bloemen. Niet-beroepsactieve mannen besteden bovendien nog minder aan bloemen en groen dan hun beroepsactieve geslachtsgenoten.

GfK onderzoekt ook tweemaal per jaar in hoeverre de Belg beroep doet op een tuinaannemer. In juli 2005 verklaarde 5,8 procent van het consumentenpanel beroep te doen op een tuinaannemer voor de aanleg en/of het onderhoud van de tuin. Zes jaar later is dit percentage gestegen naar ruim acht procent. In iets minder dan de helft van de gevallen waarin een tuinaannemer ingeschakeld wordt, gaat het puur om het onderhoud van de tuin. In een derde van de gevallen wordt enkel gebruik gemaakt van de dienst tuinaanleg. Een vijfde van de klanten vraagt de tuinaannemer voor een combinatie van aanleg en onderhoud.

## VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17  
1000 Bruxelles

## Contact

M • [info@vilt.be](mailto:info@vilt.be)

## Volg ons op:

 screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

 screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

 screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

 screenreader.visit us on our x page: [https://x.com/vilt\\_nieuws](https://x.com/vilt_nieuws)

 screenreader.visit us on our bluesky page:  
<https://bsky.app/profile/viltnieuwbsky.social>

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra