

IMAGO-ONDERZOEK HOVENIERSSECTOR

PT 2008-94

Remy Vermeire

Productschap Tuinbouw, afdeling Markt en Innovatie

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt worden door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke wijze dan ook zonder voorafgaande toestemming van de uitgever of auteur.

Productschap Tuinbouw, postbus 280, 2700 AG Zoetermeer
Telefoon (079) 3470707 Email info@tuinbouw.nl Internet www.tuinbouw.nl

Projectleider: Remy Vermeire Telefoon (079) 3470648 Email r.vermeire@tuinbouw.nl

Inhoudsopgave

Samenvatting	4
1. Inleiding	8
2. Algemeen beeld / imago hovenierssector	10
3. Beoordeling producten / diensten en belang sector	18
4. Imago hovenierssector	24
5. Werken in de hovenierssector	30
6. Algemene conclusies; het ontbreekt aan een eenduidig imago	37

Samenvatting

Kennis en beeld van hovenierssector is beperkt

- De meeste Nederlanders denken weinig te weten over de hovenierssector.
- De eerste associatie bij de hovenierssector is *tuinen* en de *aanleg van tuinen*.
- Als tweede denken de meeste Nederlanders aan *onderhoud* en *opknappen van tuinen*.
- Het beeld van de hovenierssector is echter niet eenduidig: men denkt aan een groot aantal uiteenlopende onderwerpen, voornamelijk activiteiten.
- De helft van de Nederlanders heeft een positief beeld van de hovenierssector; een derde heeft een neutraal beeld en 15% weet het niet.
- De hovenierssector wordt beoordeeld met een rapportcijfer 6,8. Dit is vergelijkbaar met de glastuinbouw die in een vergelijkbaar onderzoek (2007) beoordeeld werd met een 6,7.

Producten en diensten uit de sector van goede kwaliteit, maar duur

- Nederlanders achten de producten en diensten van de hovenierssector van *goede kwaliteit* en *professioneel*.
- Een meerderheid acht de producten en diensten van de hovenierssector echter wel *duur*, maar lang niet altijd *te duur* (net zo vaak *het geld waard*).

Nederlander vindt groen in omgeving belangrijk voor welzijn en leefbaarheid

- Vrijwel alle Nederlanders vinden groen in de woonomgeving en een goed onderhouden tuin erg belangrijk, niet alleen voor hun welzijn maar ook voor de waarde van de woning.
- Bijna tweederde van de Nederlanders erkent het belang van de hovenierssector voor een gezonde en prettige leefomgeving.

Samenvatting

Beeld hovenierssector heeft meerdere kanten

- Aan de ene kant vindt een merendeel van de Nederlanders de hovenierssector een *professionele beroepsgroep*, maar ook denkt een groot deel van de Nederlanders, vooral in de stedelijke gebieden, dat er *veel beunhazen* actief zijn.
- Daarnaast is het beeld van de sector tweeledig op een ander vlak: de helft van de Nederlanders, vooral ouderen, ziet de sector als *creatief* en iets minder dan de helft denkt aan *commerciële bedrijven waarbij vooral het winstoogmerk telt*.
- Veruit de meeste Nederlanders vinden de sector *professioneel*.
- Een meerderheid van de Nederlanders kent de sector voornamelijk *traditionele* waarden toe: *ambachtelijk, kleinschalig en handmatig*, maar niet zozeer *conservatief*.
- Verder wordt de sector door een groot deel van de Nederlanders gezien als *natuurlijk* en *schoon*.

Werknemers uit de hovenierssector zijn vooral praktisch en hardwerkend

- Werknemers uit de hovenierssector worden vooral gezien als *praktisch* en *hardwerkend*.
- In beperkte mate worden werknemers gezien als goed opgeleid, ambitieus en intelligent.
- Bedrijven uit de hovenierssector worden vaker beoordeeld als *traditioneel, ambachtelijk, kleinschalig en handmatig* dan die uit de glastuinbouw. Ze zijn ook *natuurlijker* maar wel minder vernieuwend.

Samenvatting

Beeld van werken in de hovenierssector nog niet duidelijk ingevuld maar hoofdzakelijk positief

- Tweederde van de Nederlanders is onbekend met de sector als werkgever.
- De meeste Nederlanders denken dat de hovenierssector een *grote variatie aan werkzaamheden* biedt en achten werken in de sector iets *om trots op te zijn*.
- Voor een relatief grote groep Nederlanders is het onduidelijk of de sector *veel werkgelegenheid* biedt en of zij een *aantrekkelijke werkgever* is .
- De meeste Nederlanders zijn het oneens met de vooronderstellingen dat je *geen opleiding nodig hebt* en dat het *alleen mannenwerk* is.
- De meeste Nederlanders denken bij werken in de hovenierssector aan een plezierige, veilige werkomgeving, werken in teamverband, vrij en afwisselend werk en werken in de buurt.
- De nadelige kanten die de meeste Nederlanders aangeven zijn: zwaar werk, vies werk, weinig carrièremogelijkheden, weinig scholingsmogelijkheden en een beperkt aantal functieniveaus.
- Jongeren denken bij werken in de hovenierssector het meest aan alle nadelen.
- Op de vraag of men in de hovenierssector zou willen werken reageert twee derde van de Nederlanders afwijzend, vooral onder jongeren is de animo laag.
- In vergelijking met de glastuinbouw wordt het werken in de hovenierssector vaker beoordeeld als ongeschoold, zwaar, behoudend en weinig scholingsmogelijkheden. Positiever is men over de werkomgeving en verwacht men veel afwisselender werk dan in de glastuinbouw.

Samenvatting

Algemene conclusies en aanbevelingen

- De zelfingeschatte kennis van de Nederlander over de hovenierssector is laag: de meeste Nederlanders hebben echter wel associaties bij de hovenierssector, maar deze lopen erg uiteen: het ontbreekt dus aan een eenduidig imago.
- De hovenierssector wordt op meerdere aspecten positief beoordeeld door de Nederlandse bevolking, waaruit een meerledige beeldvorming af te leiden is:
- Hoveniersbedrijven worden gezien als een *professionele beroepsgroep*, die producten en diensten van *goede kwaliteit* afleveren.
- Men erkent het belang van de hovenierssector voor een *gezonde en prettige woonomgeving*, hetgeen de meeste Nederlanders zeer belangrijk vinden.
- De sector wordt gezien als *ambachtelijk, kleinschalig en handmatig*.
- Als het gaat om werken bij de hovenierssector heeft men een tweeledig imago: men heeft over het algemeen een positief beeld van het werken in de sector als het gaat om de inhoud en arbeidsomstandigheden, maar een minder positief beeld als het gaat om carrièremogelijkheden.
- Desondanks is er beperkte animo om te werken in de sector, vooral bij jongeren; ouderen hebben de meeste interesse in een baan in de sector.
- Het ontbreken van een eenduidig imago biedt ruimte om het imago van de sector nog meer gestalte te geven door in te haken op de positieve associaties die men heeft bij de sector.

1. Inleiding

Algemeen

De hovenierssector omvat verschillende type bedrijven: hoveniersbedrijven, groenvoorzieners, dak- en gevelbegroeners en boomverzorgers. Onduidelijk is hoe de Nederlandse burger aankijkt tegen de sector. Waar denkt de Nederlander aan bij de hovenierssector en welk beeld heeft men bij het werken in de sector?

Doel onderzoek

Inzicht verschaffen in het kennisniveau over en het imago van de Nederlandse hovenierssector bij de Nederlandse burger.

De hoofdvragen van het onderzoek zijn:

Wat is het imago van de hovenierssector onder de Nederlandse burger?

In hoeverre zijn er verschillen tussen de leeftijdsgroepen en gradaties van stedelijkheid als het gaat om het imago van de hovenierssector?

Methode

Het onderzoek is uitgevoerd via online onderzoek onder het internet-panel van het marktonderzoeksbureau Motivaction (Stempunt.nu), bestaande uit ruim 100.000 Nederlanders. Uit deze panelleden is een representatieve steekproef getrokken van ruim 500 Nederlanders. Het veldwerk heeft plaatsgevonden in week 33 en 34 van 2008.

Doelgroep

De doelgroep in dit onderzoek is de Nederlandse burger van 15 tot en met 65 jaar.

Van de ondervraagde personen was 80% in het bezit van een tuin en maakte 10% regelmatig of soms gebruik van een hovenier.

Leeswijzer

De resultaten van het imago-onderzoek worden gepresenteerd aan de hand van figuren en tabellen met een korte toelichting. Indien er zich significante verschillen voordoen voor één of meerdere leeftijdsgroepen, stedelijkheidscategorieën of wel/niet hoveniersgebruiker, dan worden deze in de tekst onderaan de pagina aangegeven.

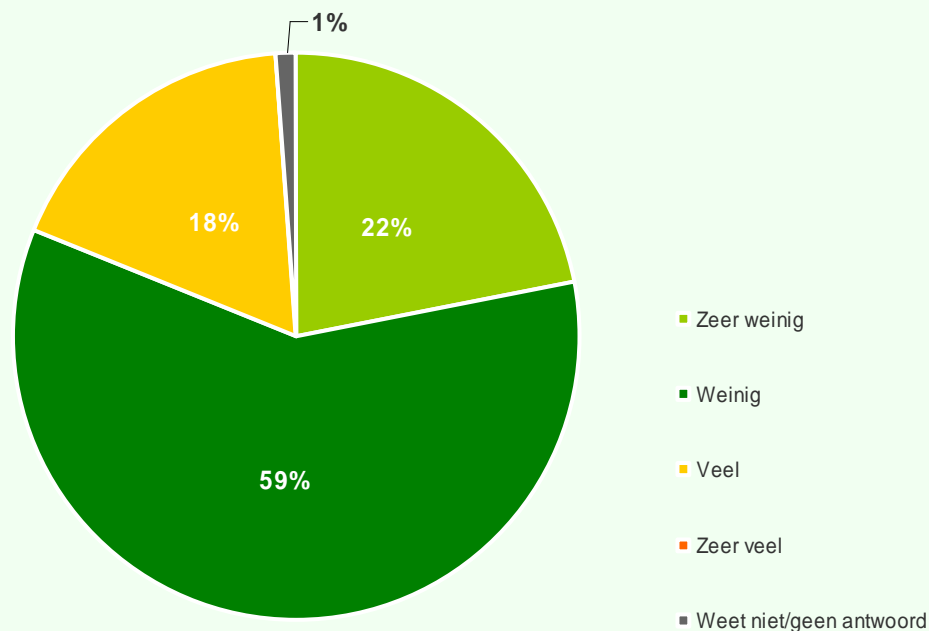
In 2007 is een vergelijkbaar onderzoek gehouden voor de glastuinbouw. Waar mogelijk zijn de resultaten van dit onderzoek hiermee vergeleken.

2. Algemeen beeld/ imago hovenierssector

- Meeste Nederlanders weten weinig over de hovenierssector
- Top-of-mind hovenierssector: uiteenlopende antwoorden
- Onderhoud & opknappen tuinen als tweede en derde genoemd
- Bijna één vijfde weet geen producten of diensten te noemen
- Beeld hovenierssector grotendeels versnipperd
- Nederlanders hebben redelijk positief beeld van sector
- Conclusie algemeen beeld imago hovenierssector

Meeste Nederlanders weten weinig over de hovenierssector

- Vier op de vijf Nederlanders denkt weinig te weten over de hovenierssector
- Eén op de vijf Nederlanders denkt veel over de hovenierssector te weten

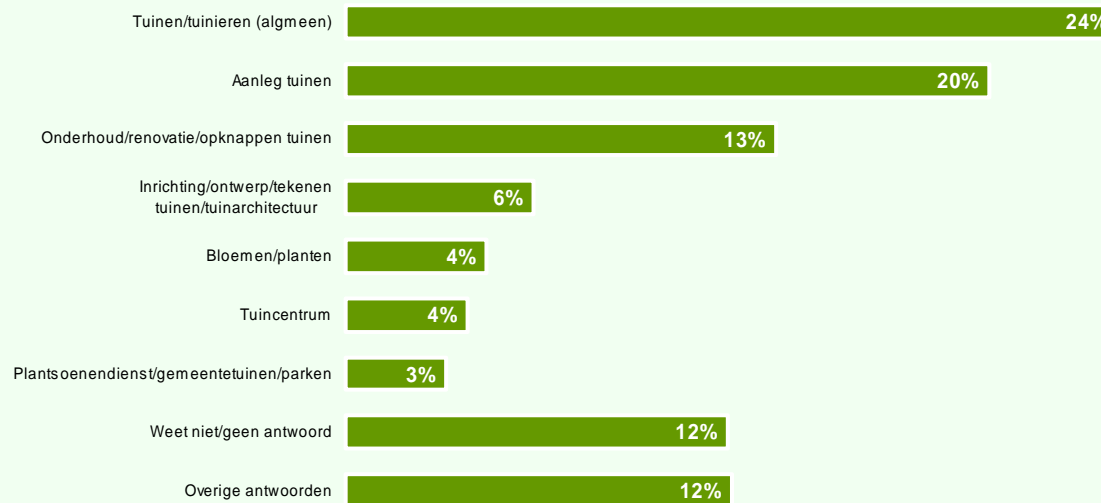


- De groep die veel over de hovenierssector denkt te weten, woont vooral in weinig en niet-stedelijke gebieden, in zeer stedelijke gebieden denkt men het minst over de hovenierssector te weten
- Jongeren (15 t/m 35) denken het minst over de hovenierssector te weten, ouderen (50+) denken het meest te weten over de hovenierssector
- Het zijn met name Nederlanders die wel eens gebruik maken van de diensten van een hovenier, die zeggen dat men veel van de sector af weet

Top-of-mind hovenierssector: uiteenlopende antwoorden

- Men denkt bij de hovenierssector vooral aan tuinieren en de aanleg van tuinen
- Daarnaast wordt een groot aantal uiteenlopende onderwerpen genoemd, zoals *onderhoud, inrichting, bloemen/planten*, maar ook *grasmaaien, beplanting, bomen, bestrating/ terrassen aanleggen, groenvoorziening, schoffelen/ harken/ spitten, groen, dieren en buiten/ vrij leven*.

Waar denkt u aan bij de hovenierssector? Open vraag. Eerstgenoemde antwoord (TOM).
Basis: allen (n=522)

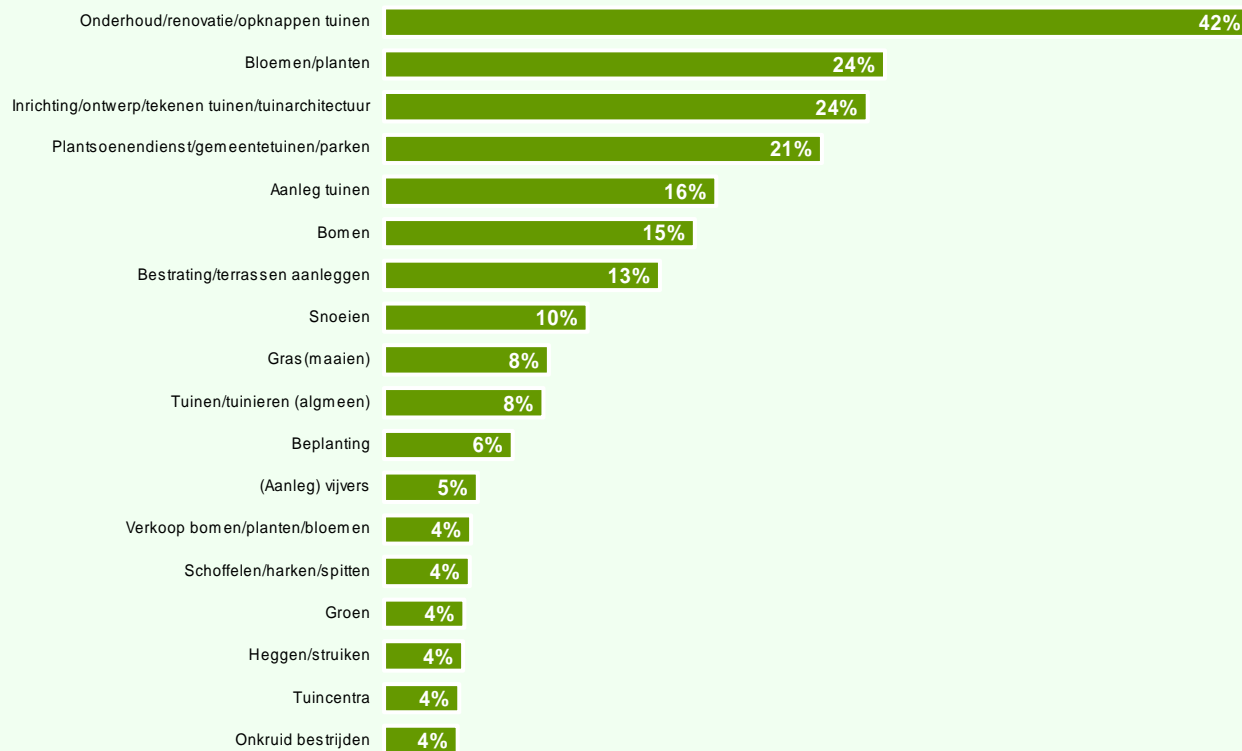


- Jongeren (15 t/m 35) en Nederlanders uit zeer stedelijke gebieden noemen *tuinen (algemeen)* het meest
- *Aanleg tuinen* wordt vooral genoemd door Nederlanders uit niet-stedelijke gebieden en door 50-plussers
- Nederlanders uit niet-stedelijke gebieden denken het meest aan *bloemen/ planten*
- Nederlanders uit zeer stedelijke gebieden noemen vaker *inrichting/ ontwerp/ tekenen tuinarchitectuur*
- Jongeren en Nederlanders uit sterk stedelijke gebieden kiezen vaker voor de *weet niet-* categorie

Onderhoud & opknappen tuinen als tweede en derde genoemd

- *Onderhoud/ renovatie en opknappen van tuinen* is het meest genoemde tweede en derde antwoord op de open vraag waar men aan denkt bij de hovenierssector (optelling van alle tweede t/m zevende genoemde antwoorden)

Waar denkt u aan bij de hovenierssector? Open vraag. Totaal spontane antwoorden.
Basis: allen (n=522)

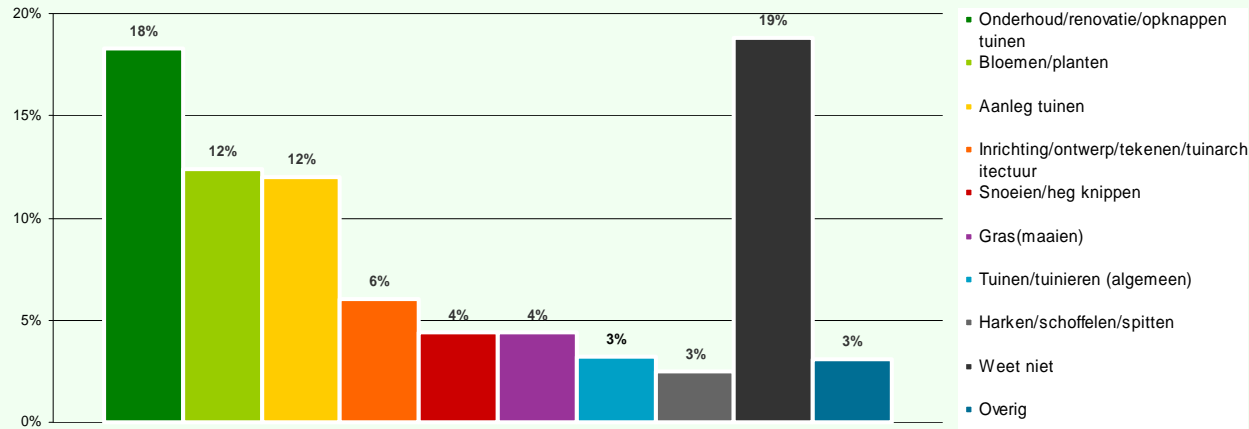


- *Plantsoenendienst* wordt vaker genoemd door Nederlanders uit zeer sterk stedelijke gebieden

Bijna één vijfde weet geen producten of diensten te noemen

- Op de open vraag aan welke producten, diensten etc. men denkt bij de hovenierssector, noemt ongeveer één vijfde *onderhoud/ renovatie & opknappen van tuinen*
- Buiten *bloemen en planten*, worden voornamelijk activiteiten vaak genoemd
- Verder geeft men uiteenlopende antwoorden, zoals gereedschap/ materiaal, tuinman/ tuinders, bestrating/ terrassen aanleggen, plantsoendienst/ gemeentetuinen/ parken, aarde/potgrond, groenvoorziening, alles wat met tuinen te maken heeft, onkruid verwijderen, beplanting, zagen/kappen, bomen.

Aan welke producten, diensten, activiteiten en werkzaamheden denkt u bij de hovenierssector?
Open vraag. Eerstgenoemde antwoord (TOM). Basis: allen (n=522).

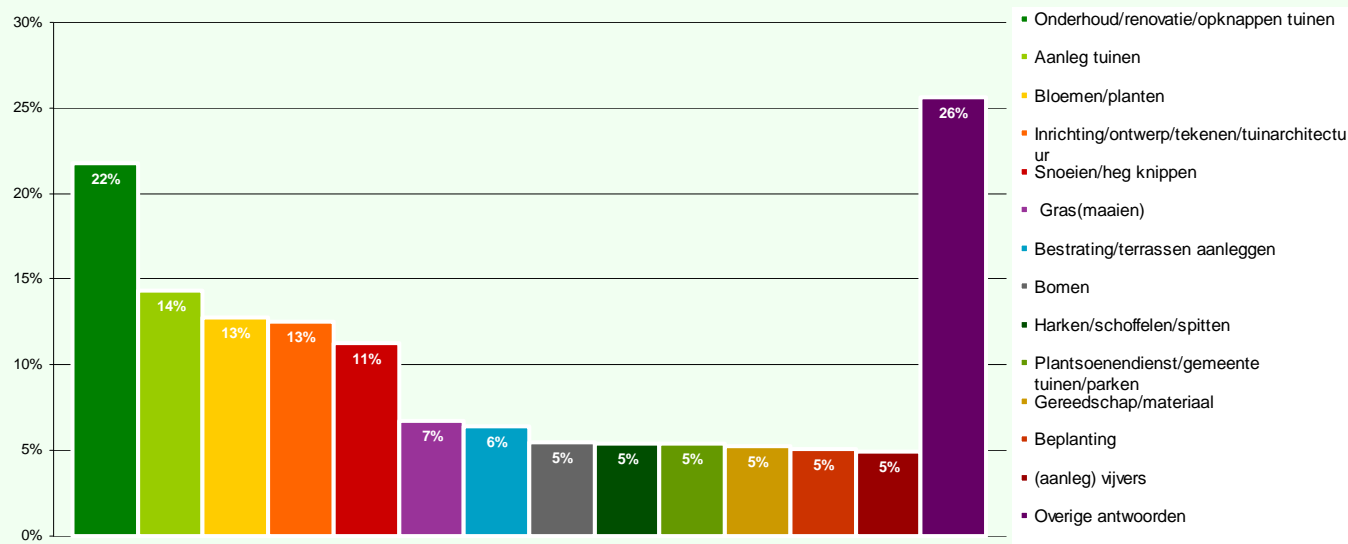


- *Bloemen en planten* worden voornamelijk genoemd door 50-plussers (20%)
- Nederlanders uit niet-stedelijke gebieden noemen *grasmaaien* het meest (17%)
- *Inrichting..tuinarchitectuur* wordt het meest door leeftijdsgroep 36-50 genoemd (9%)
- Bewoners van sterk stedelijke gebieden noemen vaker *weet niet* (24%) dan Nederlanders uit niet stedelijke gebieden (13%)

Beeld hovenierssector grotendeels versnipperd

- *Onderhoud/ renovatie & opknappen van tuinen*, gevolgd door *aanleg tuinen* en *bloemen/ planten* vormen ook de meest genoemde tweede t/m zevende antwoorden op de open vraag aan welke producten, diensten, activiteiten en werkzaamheden men denkt bij de hovenierssector.
- Er is daarnaast wederom een grote categorie met versnipperde antwoorden: twee vijfde noemt overige antwoorden zoals stenen, heggen, struiken, onkruid verwijderen, zagen/kappen, groenvoorziening, bemesting, etc.

Aan welke producten, diensten, activiteiten en werkzaamheden denkt u bij de hovenierssector? Tweede t/m achtste antwoord. Open vraag. Basis: allen (n=522).



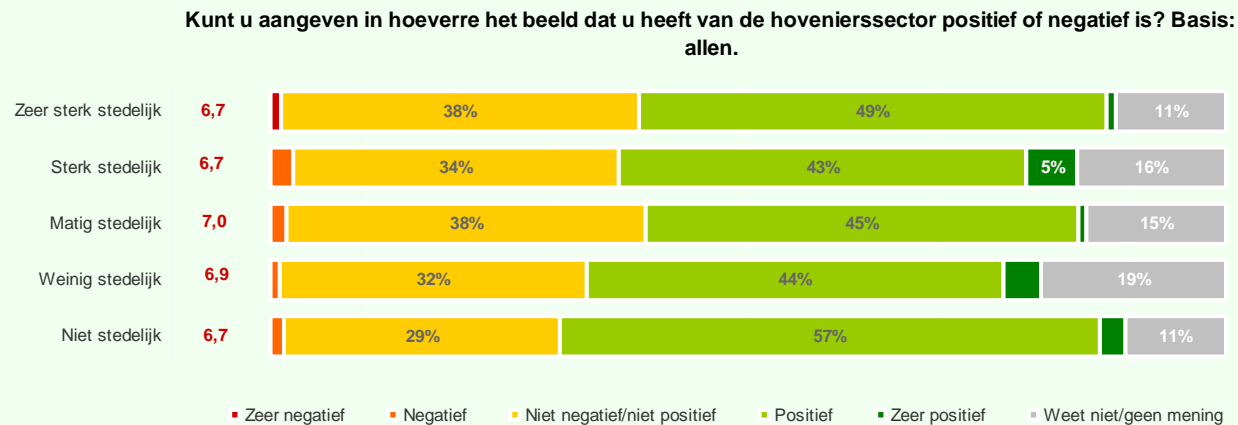
- Bewoners uit niet-stedelijke gebieden noemen vaker *snoeien heg/ knippen* (16%) dan bewoners uit zeer sterk stedelijke gebieden (4%)
- Jongeren noemen *inrichting...tuinarchitectuur* vaker als tweede (10%) dan 50-plussers (2%)

Nederlanders hebben redelijk positief beeld van sector

- Als gemiddeld rapportcijfer geven Nederlanders de hovenierssector een 6,8



- 50-plussers zijn het meest positief over de hovenierssector: 61% is (zeer) positief en zij geven het hoogste rapportcijfer (7.1)
- Jongeren (15-35) zijn het minst positief (35% is positief), hebben vaker geen mening (20% *weet niet*) of zijn noch positief/ noch negatief (40%).
- Er zijn geen significante verschillen voor stedelijkheid, maar op het oog lijkt men wel positiever te zijn in niet-stedelijke gebieden:



Conclusie algemeen beeld/imago hovenierssector

Kennis hovenierssector is beperkt

- De meeste Nederlanders denken weinig te weten over de hovenierssector
- Nederlanders die aangeven veel over de hoveniersector denken te weten, wonen vooral in niet-stedelijke gebieden. Nederlanders in zeer sterk stedelijke gebieden, denken het minst te weten over de hovenierssector
- Jongeren denken het minst te weten over de hovenierssector; 55-plussers het meest

Uiteenlopend beeld van hovenierssector

- De eerste associatie bij de hovenierssector is *tuinen* en de *aanleg van tuinen*
- Als tweede denken de meeste Nederlanders aan *onderhoud* en *opknappen van tuinen*
- Het beeld is relatief goed ingevuld: slechts 12% van de Nederlanders kan niets bedenken en één op de vijf weet geen producten of diensten te noemen (dat zijn voornamelijk jongeren en Nederlanders uit sterk stedelijke gebieden)
- Het beeld van de hovenierssector is echter niet eenduidig: men denkt aan een groot aantal uiteenlopende onderwerpen, voornamelijk activiteiten

Beeld hovenierssector voornamelijk positief en verder neutraal

- De helft van de Nederlanders heeft een positief beeld van de hovenierssector; een derde heeft een neutraal beeld en 15% weet het niet
- 55-plussers zijn het meest positief en jongeren het minst (en hebben vaker geen mening)
- De hovenierssector wordt beoordeeld met een rapportcijfer 6.8. Dit is vergelijkbaar met de glastuinbouw die in een vergelijkbaar onderzoek (2007) beoordeeld werd met een 6,7

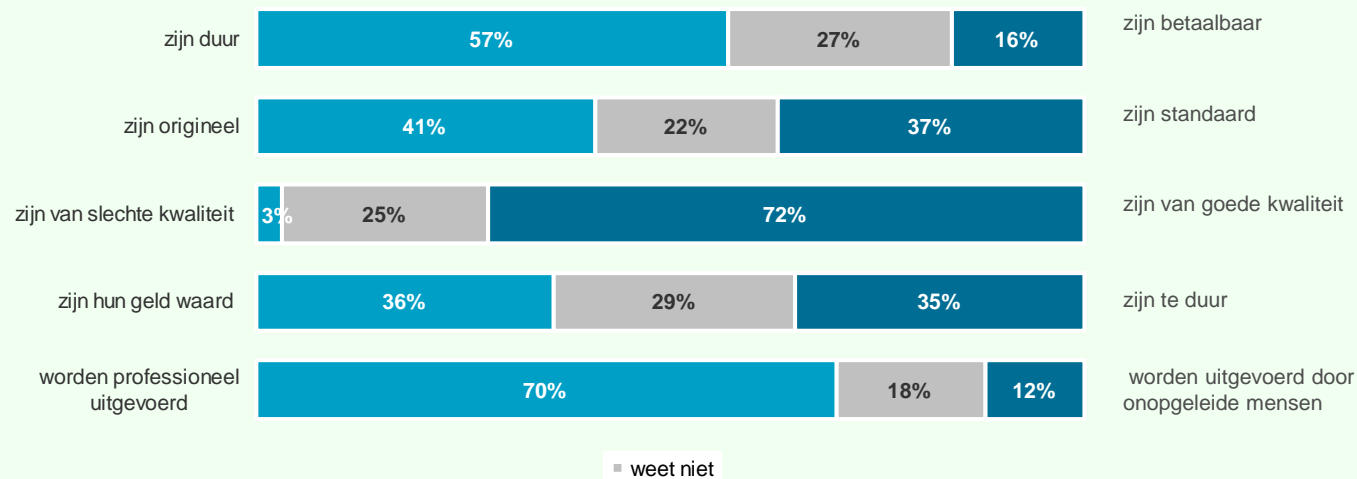
3. Beoordeling producten/diensten en belang sector

- Producten / diensten sector van goede kwaliteit & professioneel
- Groen in woonomgeving belangrijk geacht voor welzijn
- Groen in omgeving wordt volgens kwart slecht onderhouden
- Belang van hovenierssector voor woon & leefomgeving erkend
- Conclusie beoordeling producten / diensten en belang sector

Producten/ diensten sector van goede kwaliteit & professioneel

- Het merendeel van de Nederlanders kiest de product- /diensteigenschappen: *zijn van goede kwaliteit* en *worden professioneel uitgevoerd*
- Ook kiest een meerderheid voor *zijn duur* (als tegenovergestelde van *betaalbaar*), maar niet voor *zijn te duur* (ongeveer even veel mensen kiezen voor *zijn hun geld waard*)

De producten/ diensten van de hovenierssector... (keuze uit twee tegenovergestelde waarden) Basis: allen (n=522).

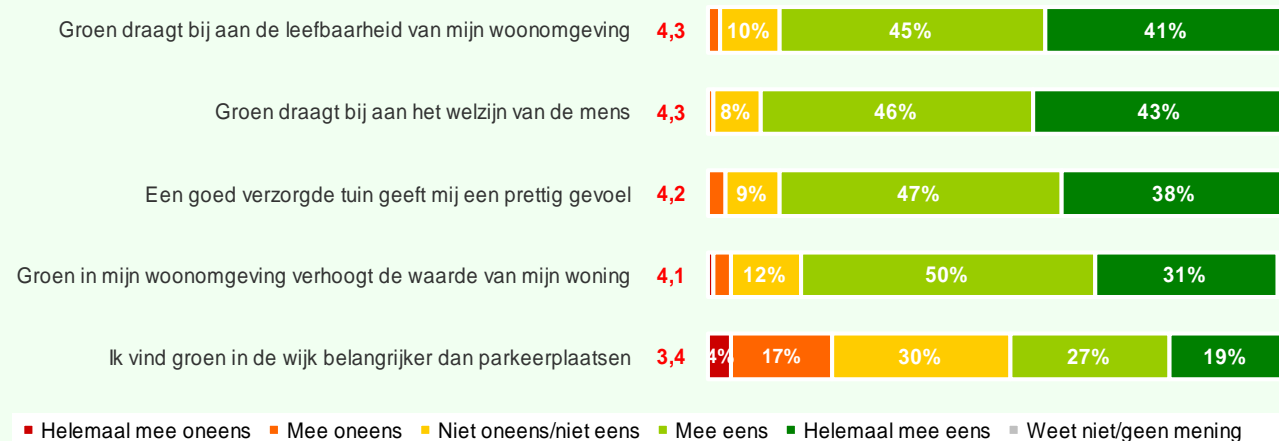


- Nederlanders uit niet-stedelijke gebieden vinden producten/ diensten van de hovenierssector vaker *te duur* (47%) dan Nederlanders uit de andere gebieden
- Jongeren (14%) en Nederlanders uit zeer stedelijke gebieden (18%) kiezen vaker voor *worden uitgevoerd door onopgeleide mensen*
- Nederlanders die niet of nooit een hovenier inschakelen beoordelen de producten/diensten vaker als duur. Circa 40% vindt de producten/diensten **te duur**.

Groen in woonomgeving belangrijk geacht voor welzijn

- Vrijwel alle Nederlanders erkennen het belang van groen voor de leefbaarheid van de woonomgeving, het welzijn van de mens en de waarde van groen in de woonomgeving voor de waarde van de woning
- Alleen parkeerplaatsen lijken voor sommigen nog belangrijker

Wilt u aangeven in hoeverre u het oneens of eens bent met deze uitspraken?
Basis: allen (n=522)

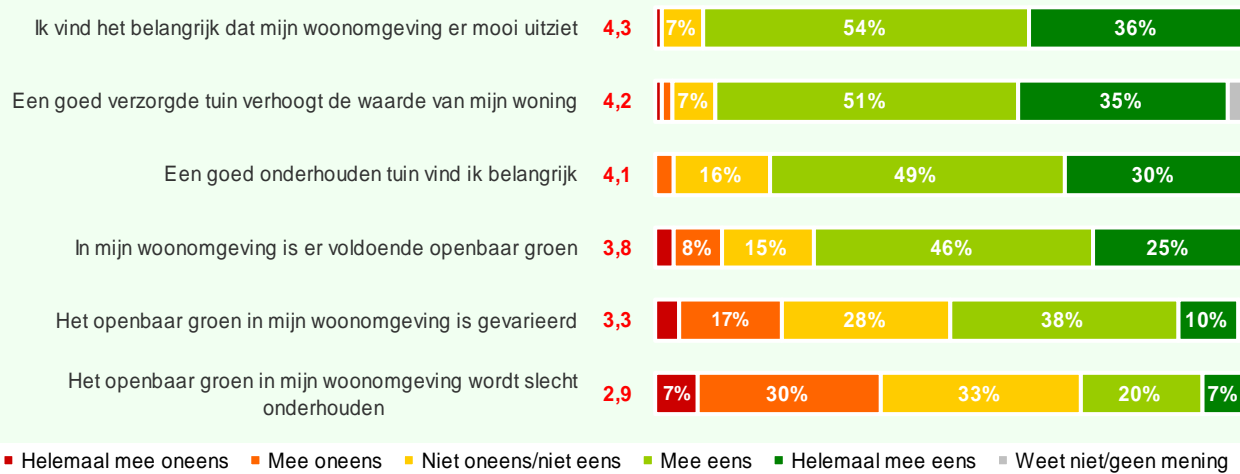


- Nederlanders uit matig stedelijke gebieden zijn het sterker eens met de stelling *een goed verzorgde tuin geeft mij een prettig gevoel*
- Nederlanders uit zeer sterk stedelijke gebieden zijn het minder vaak eens met de stellingen *Ik vind groen in de wijk belangrijker dan parkeerplaatsen* en *Groen draagt bij aan de leefbaarheid van de omgeving*
- Jongeren zijn het minder sterk eens met alle stellingen

Groen in omgeving wordt volgens kwart slecht onderhouden

- Nederlanders vinden een goed onderhouden tuin erg belangrijk
- Men is minder tevreden over het openbare groen: volgens 11% is er niet voldoende openbaar groen en volgens 21% is het openbare groen in de omgeving niet gevarieerd
- Volgens meer dan een kwart wordt het openbare groen slecht onderhouden

Wilt u aangeven in hoeverre u het oneens of eens bent met deze uitspraken?
Basis: allen (n=522)

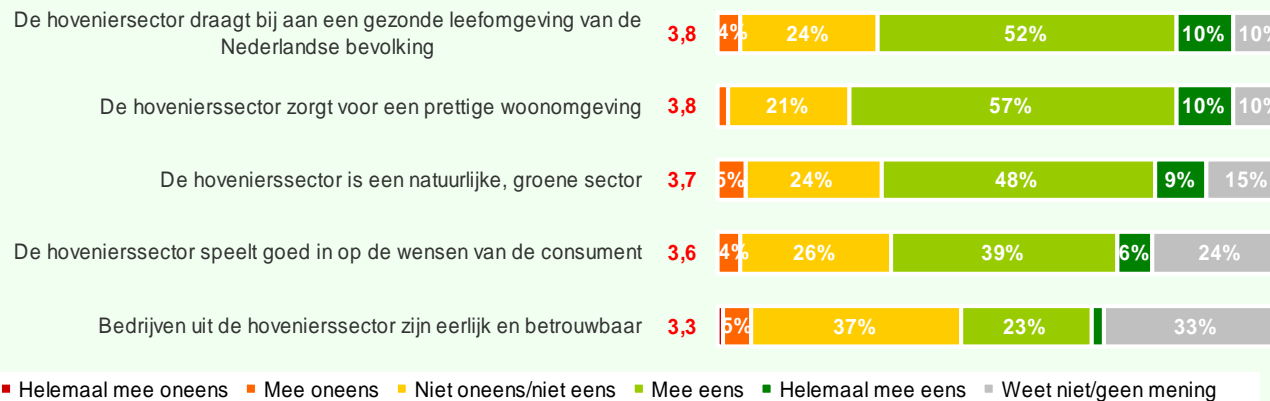


- Vooraf 50-plussers vinden dat het openbare groen slecht wordt onderhouden, maar zij zijn het er wel vaker mee eens dat het openbare groen gevarieerd is
- Nederlanders uit (zeer) sterk stedelijke gebieden zijn het minder vaak eens met de stelling *In mijn woonomgeving is er voldoende openbaar groen*

Belang van hovenierssector voor woon & leefomgeving erkend

- Bijna tweederde van de Nederlanders onderschrijft de bijdrage van de hovenierssector aan een gezonde leefomgeving en prettige woonomgeving
- Verder ziet een merendeel de sector als een natuurlijke, groene sector, maar men heeft er een minder duidelijk beeld van of bedrijven uit de sector eerlijk en betrouwbaar zijn

Wilt u aangeven in hoeverre u het oneens of eens bent met deze uitspraken?
Basis: allen (n=522)



- 55-plussers zijn het er vaker mee eens dat de sector bijdraagt aan een gezonde leefomgeving en een natuurlijke, groene sector is, dan jongeren
- Nederlanders uit de niet-stedelijke gebieden zijn het vaker eens met de stelling *bedrijven uit de hovenierssector zijn eerlijk en betrouwbaar*
- Nederlanders uit de (zeer) sterk stedelijke gebieden kiezen vaker *weet niet* bij *de hovenierssector zorgt voor een prettige woonomgeving en ...speelt goed in op de wensen van de consument*

Conclusie beoordeling producten/diensten en belang sector

Producten en diensten uit de sector van goede kwaliteit, maar duur

- Nederlanders achten de producten en diensten van de hovenierssector van *goede kwaliteit en professioneel*
- Een meerderheid acht de producten en diensten van de hovenierssector echter wel *duur*, maar lang niet altijd *te duur* (net zo vaak *het geld waard*)
- Vooral Nederlanders uit niet-stedelijke gebieden vinden de diensten *te duur*

Nederlander vindt groen in omgeving belangrijk voor welzijn en leefbaarheid

- Vrijwel alle Nederlanders vinden groen in de woonomgeving en een goed onderhouden tuin erg belangrijk, niet alleen voor hun welzijn maar ook voor de waarde van de woning
- Nederlanders uit zeer sterk stedelijke gebieden vinden parkeerplaatsen vaker belangrijker
- Een kwart van de Nederlanders, vooral 55-plussers, vinden dat het openbare groen in hun woonomgeving niet goed wordt onderhouden

Bijdrage hovenierssector aan leefbaarheid omgeving door meerderheid erkend

- Bijna tweederde van de Nederlanders erkent het belang van de hoveniersector voor een gezonde en prettige leefomgeving
- De meeste Nederlanders, en dan met name 55-plussers, vinden de sector groen
- Nederlanders uit niet-stedelijke gebieden achten de sector vaker eerlijk en betrouwbaar

Vergelijk met glastuinbouw

- De hovenierssector draagt volgens de Nederlanders meer bij aan een gezonde leefomgeving dan de glastuinbouw.
- De glastuinbouw scoort beter als het gaat om het goed inspelen op de wensen van de consument.

4. Imago hovenierssector

- Beeld hovenierssector tweeledig
- Imago hovenierssector ambachtelijk, kleinschalig, handmatig
- Hovenierssector: zowel natuurlijk als professioneel
- Werknemers hovenierssector zijn praktisch en hardwerkend
- Conclusie imago hovenierssector

Beeld hovenierssector tweeledig

- Meer dan tweederde van de Nederlanders vindt de sector een professionele beroepsgroep, maar 40% denkt wel dat er veel beunhazen actief zijn
- Ook heeft men een tweeledig beeld van de aard van de sector: bijna de helft is het ermee eens dat hoveniersbedrijven staan voor creatieve producten/ diensten, maar tegelijkertijd is 44% het ermee eens dat het vooral commerciële bedrijven zijn waarbij vooral het winstoogmerk telt.

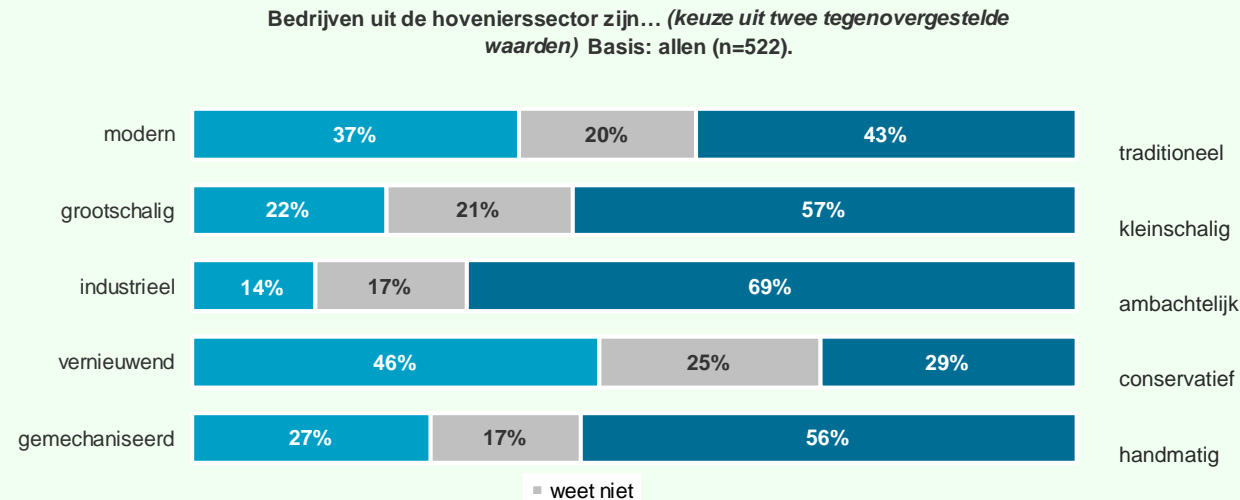
Wilt u aangeven in hoeverre u het oneens of eens bent met deze uitspraken?
Basis: allen (n=522)



- Jongeren zijn het vaker eens met de stelling dat Nederland er een stuk minder groen uit zou zien zonder de hovenierssector
- Ouderen zijn het vaker eens met de stelling dat de sector staat voor creativiteit
- Nederlanders uit de niet-stedelijke gebieden zijn het vaker oneens met de stelling dat de hovenierssector een professionele beroepsgroep is
- Jongeren geven minder vaak aan dat er veel beunhazen actief zijn in de sector, Nederlanders uit de stedelijke gebieden geven vaker aan dit niet te weten
- Nederlanders die regelmatig/soms een hovenier inschakelen zien minder vaak de bedrijven als commerciële bedrijven met vooral een winstoogmerk

Imago hovenierssector ambachtelijk, kleinschalig, handmatig

- De meeste Nederlanders kennen de sector voornamelijk waarden toe als ambachtelijk, kleinschalig, handmatig en (in mindere mate) traditioneel
- Slechts een kleine groep vindt de sector conservatief

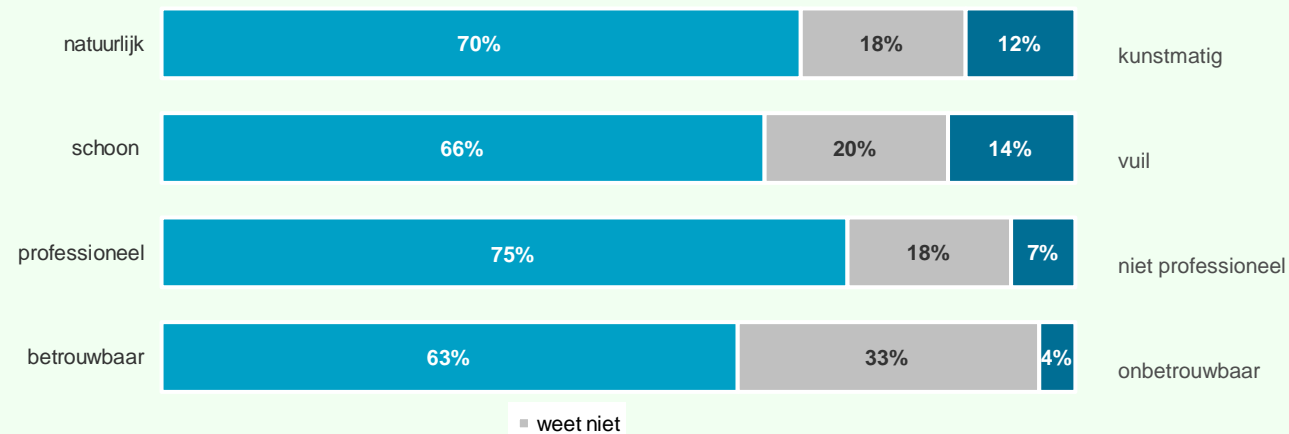


- Nederlanders uit niet-stedelijke gebieden vinden bedrijven uit de hovenierssector vaker *modern en vernieuwend*
- 55-plussers vinden de sector vaker *ambachtelijk*, maar ook *gemechaniseerd*
- Nederlanders uit zeer sterk stedelijke gebieden vinden de sector vaker *conservatief*

Hovenierssector: zowel natuurlijk als professioneel

- Bedrijven uit de hovenierssector worden zowel waarden toegekend als natuurlijk en schoon en tegelijkertijd wordt de sector gezien als professioneel

Bedrijven uit de hovenierssector zijn... (keuze uit twee tegenovergestelde waarden) Basis: allen (n=522).

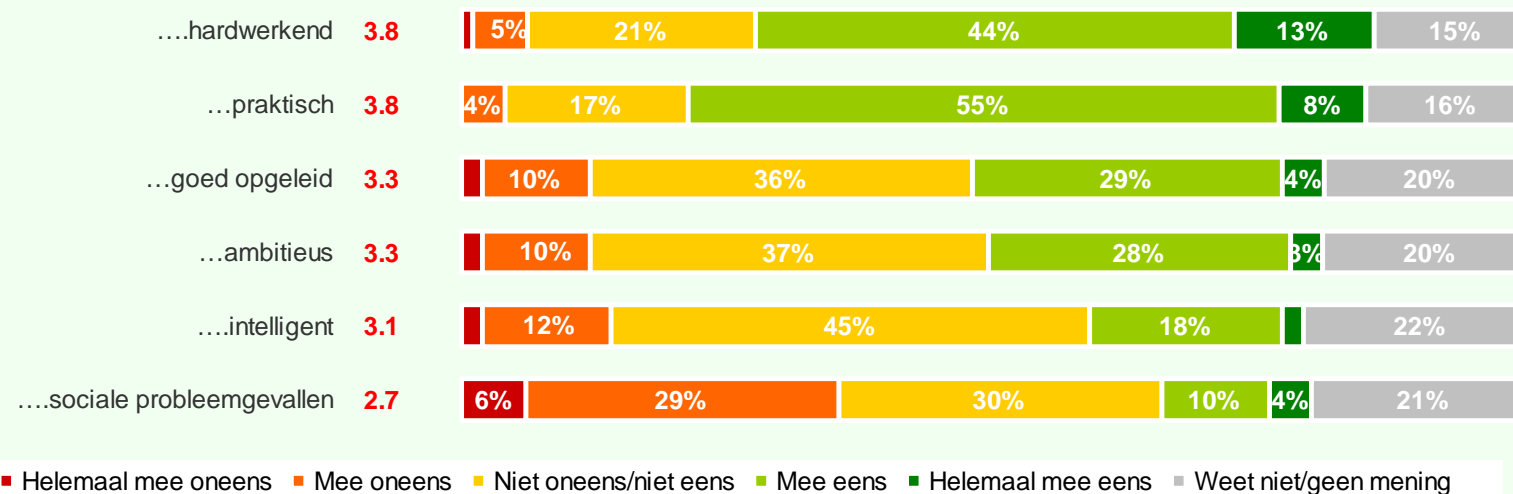


- Nederlanders uit zeer sterk stedelijke gebieden vinden bedrijven uit de hovenierssector vaker *niet professioneel en onbetrouwbaar*
- Nederlanders uit niet-stedelijke gebieden vinden de sector vaker *betrouwbaar*
- Nederlanders uit niet-stedelijke gebieden kiezen minder vaak de antwoordcategorie *weert niet*
- Jongeren kiezen vaker voor *kunstmatic* en *vuil*

Werknemers hovenierssector zijn praktisch en hardwerkend

- Een derde van de Nederlanders is het eens met de stelling dat werknemers uit de hovenierssector goed opgeleid en ambitieus zijn; slechts 12% is het oneens
- Een derde van de Nederlanders is het oneens met de stelling dat werknemers uit de hovenierssector sociale probleemgevallen zijn; 14% denkt dat wel

In hoeverre bent u het oneens of eens met de onderstaande uitspraken over de hovenierssector?
Werknemers in de hovenierssector zijn:...Basis: allen (n=522)



- Bewoners van niet-stedelijke gebieden zijn het vaker eens met de stelling dat werknemers uit de hovenierssector *goed zijn opgeleid*, *praktisch* en *intelligent* zijn dan bewoners van zeer stedelijke gebieden
- Jongeren zijn het vaker oneens met de stellingen dat werknemers uit de hovenierssector *hardwerkend*, *ambitieus* en *praktisch* zijn, maar ook met de stelling dat zij *sociale probleemgevallen* zijn
- Bewoners van niet-stedelijke gebieden zijn het vaker oneens met de stelling dat *werknemers uit de hovenierssector sociale probleemgevallen* zijn dan bewoners van zeer stedelijke gebieden

Conclusie imago hovenierssector

Beeld hovenierssector heeft meerdere kanten

- Aan de ene kant vindt een merendeel van de Nederlanders de hovenierssector een *professionele beroepsgroep*, maar ook denkt een groot deel van de Nederlanders, vooral in de stedelijke gebieden, dat er *veel beunhazen* actief zijn
- Daarnaast is het beeld van de sector tweeledig op een ander vlak: de helft van de Nederlanders, vooral ouderen, ziet de sector als *creatief* en iets minder dan de helft denkt aan *commerciële bedrijven waarbij vooral het winst oogmerk telt*

Imago hovenierssector: professioneel, maar ook traditioneel en natuurlijk

- Veruit de meeste Nederlanders vinden de sector *professioneel*
- Een meerderheid van de Nederlanders kent de sector voornamelijk *traditionele* waarden toe: *ambachtelijk, kleinschalig en handmatig*, maar niet zo zeer *conservatief* (slechts een kleine groep, vooral uit zeer sterk stedelijke gebieden)
- Verder wordt de sector door een groot deel van de Nederlanders gezien als *natuurlijk* en *schoon*

Werknemers uit de hovenierssector vooral praktisch en hardwerkend

- Werknemers uit de hovenierssector worden vooral gezien als *praktisch* en *hardwerkend*
- In beperkte mate worden werknemers gezien als goed opgeleid, ambitieus en intelligent, vooral door bewoners van niet-stedelijke gebieden en minder in zeer sterk stedelijke gebieden
- Nederlanders uit zeer sterk stedelijke gebieden denken ook vaker dat werknemers in de hovenierssector sociale probleemgevallen zijn
- Jongeren en Nederlanders uit zeer sterk stedelijke gebieden denken vaker dat diensten van de hovenierssector worden uitgevoerd door *onopgeleide mensen*

Vergelijk glastuinbouw

- Bedrijven uit de hovenierssector worden vaker beoordeeld als traditioneel, ambachtelijk, kleinschalig en handmatig. Ze zijn natuurlijker maar wel minder vernieuwend.

5. Werken in de hoveniersector

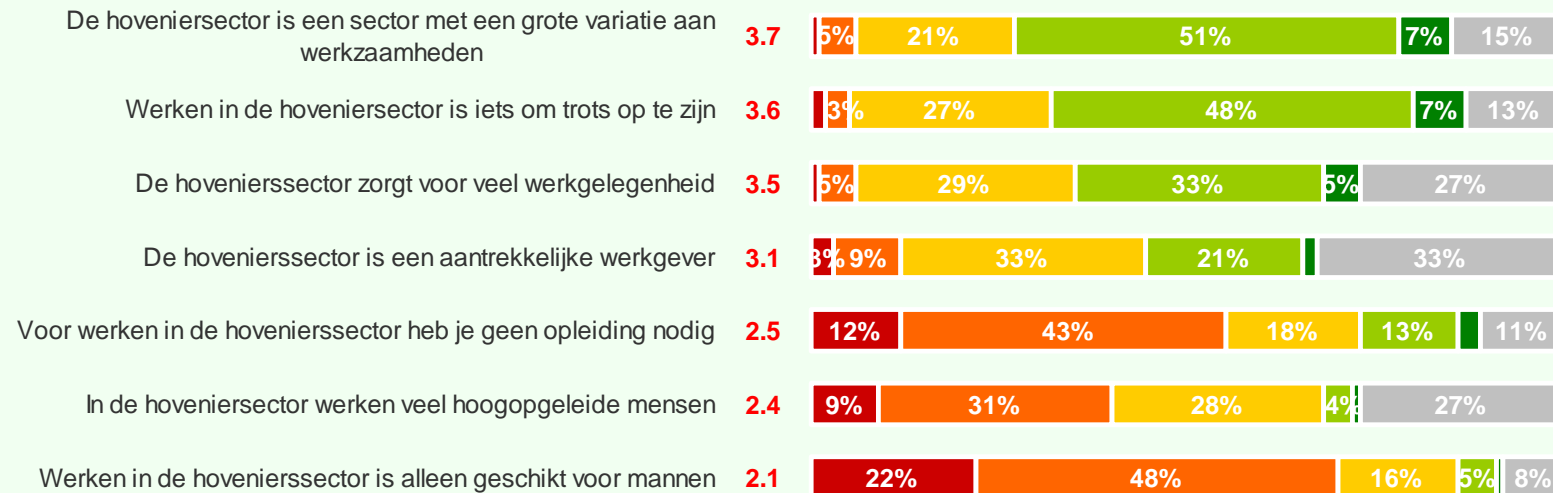
- Hoveniersector biedt grote variatie aan werkzaamheden
- Tweederde Nederlanders onbekend met sector als werkgever
- Plezierige, afwisselende omgeving maar weinig carrièreopties
- Veel positieve associaties bij werken in de hovenierssector
- 8% wil zeker in de hovenierssector werken; 22% misschien
- Conclusie werken in de hovenierssector

Hovenierssector biedt grote variatie aan werkzaamheden

- Daarnaast vinden de meeste Nederlanders dat werken in de hovenierssector iets is om *trots op te zijn*
- Een grote meerderheid is het oneens met de stellingen dat je *geen opleiding nodig hebt om in de hovenierssector te werken* en dat het *alleen mannenwerk* is
- Het is voor een relatief grote groep Nederlanders wel onduidelijk of de sector *veel werkgelegenheid biedt* en of zij *een aantrekkelijke werkgever* is

In hoeverre bent u het oneens of eens met de onderstaande uitspraken over de hovenierssector?

Basis: allen (n=522)



■ Helemaal mee oneens ■ Mee oneens ■ Niet oneens/niet eens ■ Mee eens ■ Helemaal mee eens ■ Weet niet/geen mening

- Jongeren zijn het vaker oneens met de stelling dat er in de hovenierssector veel hoogopgeleide mensen werken en dat de sector een grote variatie aan werkzaamheden biedt, dan 55-plussers
- Bewoners van niet-stedelijke gebieden zijn het vaker oneens met de stelling dat je geen opleiding nodig hebt om te werken in de hovenierssector
- Bewoners van zeer sterk stedelijke gebieden kiezen vaker 'weet niet'

Tweederde Nederlanders onbekend met sector als werkgever

- Een op de vijf Nederlanders heeft kennissen/ familieleden die werkzaam zijn in de hovenierssector

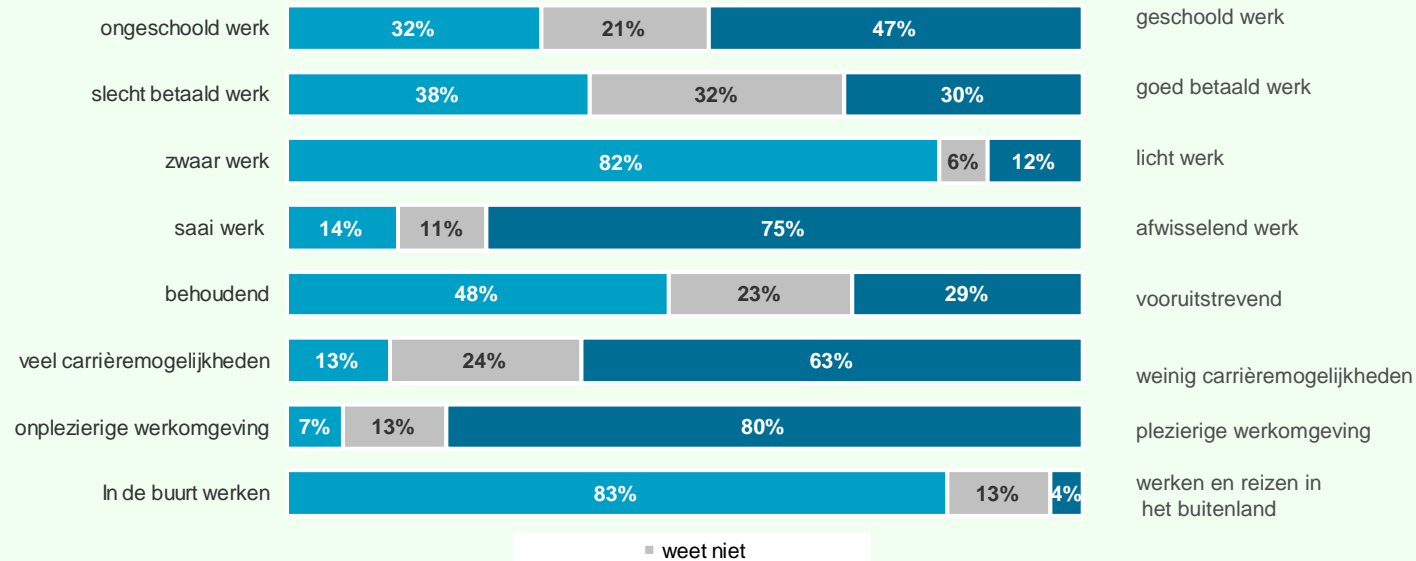


- Jongeren hebben minder vaak iets gelezen/ gezien/ gehoord in de media over de hovenierssector dan Nederlanders uit de leeftijdscategorie 35-55 en 55-plussers

Plezierige, afwisselende omgeving maar weinig carrièreopecties

- De meeste Nederlanders denken bij werken in de hovenierssector aan een plezierige werkomgeving, afwisselend werk en werken in de buurt, maar ook aan zwaar werk en weinig carrièremogelijkheden

Hoe kijkt u aan tegen werken in de hovenierssector? Ik denk bij werken in de hovenierssector aan:... (keuze uit twee tegenovergestelde waarden) Basis: allen (n=522).

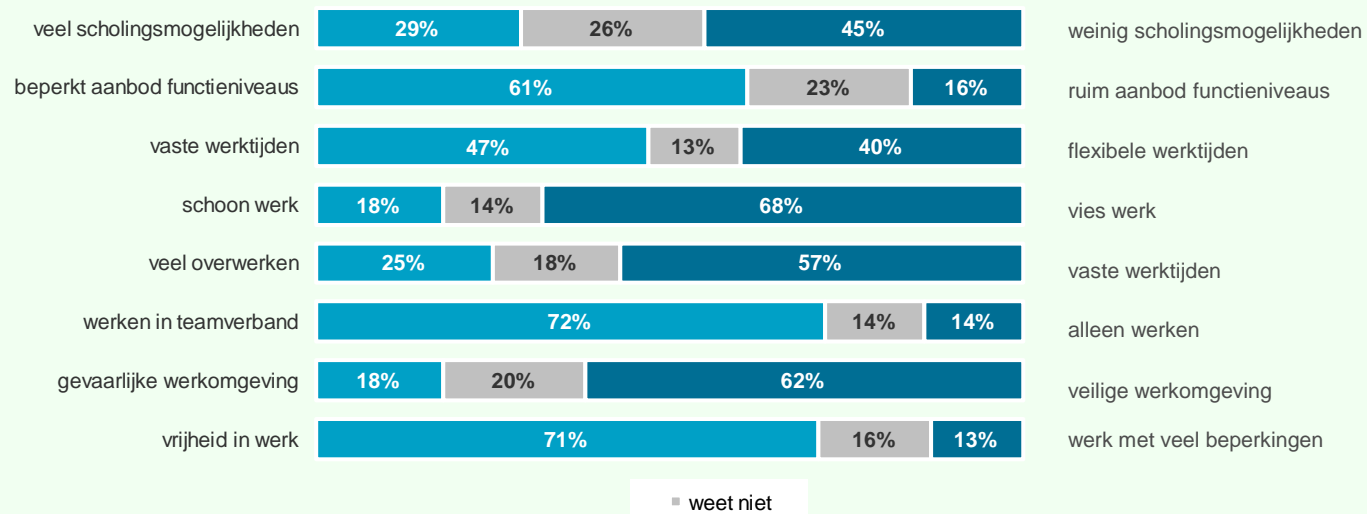


- Jongeren denken bij werken in de hovenierssector vaker aan ongeschoold, saai werk met weinig carrièremogelijkheden
- Nederlanders uit zeer sterk stedelijke gebieden denken vaker aan slecht betaald werk
- Bewoners uit niet-stedelijke gebieden kiezen minder vaak 'weet niet'
- Bewoners uit matig stedelijke gebieden denken vaker aan voortuitstrevend werk

Veel positieve associaties bij werken in de hovenierssector

- Werken in de hovenierssector wordt gezien als vies werk, maar wel in vrijheid in werk, werken in teamverband, vaste werktijden en een veilige werkomgeving
- Nadelen zijn weinig scholingsmogelijkheden en beperkt aantal functieniveaus

Hoe kijkt u aan tegen werken in de hovenierssector? Ik denk bij werken in de hovenierssector aan:... (keuze uit twee tegenovergestelde waarden) Basis: allen (n=522).

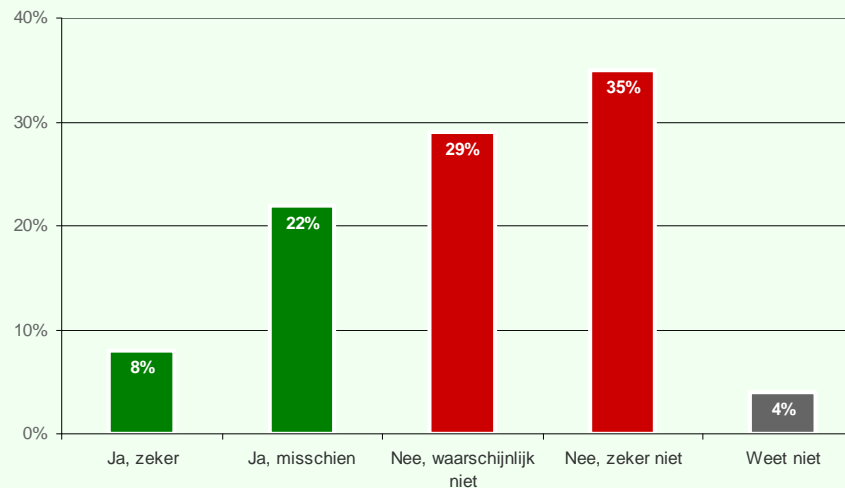


- Jongeren denken bij werken in de hovenierssector vaker aan weinig scholingsmogelijkheden een beperkt aanbod van functieniveaus, een gevaarlijke werkomgeving, werk met veel beperkingen en veel overwerken
- Bewoners uit niet-stedelijke gebieden denken vaker aan vies werk, werk met veel beperkingen, werken in teamverband
- Nederlanders uit zeer sterk stedelijke gebieden kiezen vaker 'we know not'

8% wil zeker in de hovenierssector werken; 22% misschien

- Bijna twee derde van de Nederlanders wil waarschijnlijk niet in de hovenierssector werken

Als u eventuele praktische bezwaren achterwege laat (dus los van uw huidige situatie), en alleen af gaat op uw gevoel, zou u dan in de hovenierssector willen werken?
Basis: allen (n=522).



- Onder 55-plussers is er de grootste animo om in de hovenierssector te werken
- 36-55 jarigen geven het meeste aan *waarschijnlijk niet* in de hovenierssector te willen werken
- Jongeren geven het vaakst te kennen *zeker niet* in de hovenierssector te willen werken
- Nederlanders uit matig-stedelijke gebieden geven vaker aan *zeker* in de hovenierssector te willen werken dan Nederlanders uit zeer sterk stedelijke gebieden

Conclusie werken in de sector

Beeld van werken in de hovenierssector nog niet duidelijk ingevuld...

- Tweederde van de Nederlanders is onbekend met de sector als werkgever
- De meeste Nederlanders denken dat de hovenierssector een *grote variatie aan werkzaamheden* biedt en achten werken in de sector iets *om trots op te zijn*
- Voor een relatief grote groep Nederlanders is het onduidelijk of de sector *veel werkgelegenheid* biedt en of zij een *aantrekkelijke werkgever is*
- De meeste Nederlanders zijn het oneens met de vooronderstellingen dat je *geen opleiding nodig hebt* en dat het *alleen mannenwerk is*

...maar hoofdzakelijk positief

- De meeste Nederlanders denken bij werken in de hovenierssector aan een plezierige, veilige werkomgeving, werken in teamverband, vrij en afwisselend werk en werken in de buurt
- De nadelige kanten die de meeste Nederlanders aangeven zijn: zwaar werk, vies werk, weinig carrièremogelijkheden, weinig scholingsmogelijkheden en een beperkt aantal functieniveaus
- Jongeren denken bij werken in de hovenierssector het meeste aan alle nadelen
- Nederlanders uit zeer sterk stedelijke gebieden geven vaker aan geen antwoord te weten dan bewoners uit niet-stedelijke gebieden
- Op de vraag of men in de hovenierssector zou willen werken reageert twee derde van de Nederlanders afwijzend, vooral onder jongeren is de animo laag
- Ook in zeer sterk stedelijke gebieden is er ook weinig interesse om te werken in de sector, in de matig stedelijke gebieden zijn er wel relatief veel gegadigden
- Onder 55-plussers is de animo het grootst

Vergelijking met glastuinbouw

- Het werken in de hovenierssector wordt vaker beoordeeld als ongeschoold, zwaar, behoudend en weinig scholingsmogelijkheden.
- (Aanmerkelijk) positiever is men over de werkomgeving en verwacht men veel afwisselender werk dan in de glastuinbouw.

6. Algemene conclusies: het ontbreekt aan een eenduidig imago

- De zelfingeschatte kennis van de Nederlander over de hovenierssector is laag: de meeste Nederlanders hebben echter wel associaties bij de hovenierssector, maar deze lopen erg uiteen: het ontbreekt dus aan een eenduidig imago
- De hovenierssector wordt op meerdere aspecten positief beoordeeld door de Nederlandse bevolking, waaruit een meerledige beeldvorming af te leiden is:
 - Hoveniersbedrijven worden gezien als een *professionele beroepsgroep*, die producten en diensten van *goede kwaliteit* afleveren (met als aandachtspunt dat het tegelijkertijd ook met *duur* wordt geassocieerd en dat er volgens sommige groepen sprake zou zijn van *beunhazerij*)
 - Men erkent het belang van de hovenierssector voor een *gezonde en prettige woonomgeving*, hetgeen de meeste Nederlanders zeer belangrijk vinden (met als kanttekening dat slechts een kleine groep Nederlanders zelf gebruik maakt van een hovenier voor de eigen tuin)
 - De sector wordt gezien als *ambachtelijk, kleinschalig* en *handmatig* (waarbij in het oog gehouden dient te worden dat de sector door bepaalde groepen niet als *modern* wordt gezien)
- Als het gaat om werken bij de hovenierssector heeft men een tweeledig imago: men heeft over het algemeen een positief beeld van het werken in de sector als het gaat om de inhoud en arbeidsomstandigheden, maar een minder positief beeld als het gaat om carrièremogelijkheden
- Desondanks is er beperkte animo om te werken in de sector, vooral bij jongeren; ouderen hebben de meeste interesse in een baan in de sector

Imago gestalte geven door in te haken op positieve associaties

- Het ontbreken van een eenduidig imago biedt ruimte om het imago van de sector nog meer gestalte te geven door in te haken op de positieve associaties die men heeft bij de sector
- Doordat de sector op meerdere vlakken positieve associaties oproept, kan de sector zich op verschillende manieren profileren:
 - Profiel 1: natuurlijke, groene sector, belangrijk voor de leefbaarheid van de woonomgeving en welzijn van de mens
 - Profiel 2: traditioneel, ambachtelijk, kleinschalig en handmatig
 - Profiel 3: professioneel, van hoge kwaliteit, praktisch en hardwerkend
- Voor alle drie deze profielen is er genoeg draagvlak onder de Nederlanders.
- Onder specifieke groepen (Nederlanders uit zeer sterk stedelijke gebieden en jongeren), is het imago het meest negatief. Onder deze groepen is de kennis het meest gering, hetgeen ruimte biedt om dit te ontkrachten en het imago positief in te vullen, door zich in de communicatie (zowel geografisch als in aanspreekvorm) specifiek te richten op deze groepen.
- Een andere strategie is het versterken van het imago bij de groepen waar het beeld het meest positief is: ouderen en bewoners van niet-stedelijke gebieden:
 - Ouderen zijn het meest positief over de sector, maken het meeste gebruik van een hovenier en hebben de meeste animo om te werken in de sector. Zij vormen in meerdere opzichten dus een belangrijke groep: als verspreider van het positieve imago, potentiële klant en werknemer.
 - Bewoners van niet-stedelijke gebieden beschikken over de meeste kennis en hebben een genuanceerd, overwegend positief beeld van de sector. Door zich in de communicatie te richten op deze doelgroep, wordt het eenvoudiger om een eenduidig beeld te creëren waar men de sector aan kan afspiegelen.