

3 Coronadossier: een terugblik op de afgelopen maanden **9** Rechten en plichten van werkgevers en werknemers **11** Online niet meer weg te denken **17** Scholen en VBW zetten volgende stap in ontwikkeling vakonderwijs **20** Highlights uit de nieuwe CAO

Elles Wijnen:

"Corona was voor ons een achtbaan met VBW als veilig vangnet"

Pagina 6



Corona-
dossier

Voorwoord



John Thijert
info@vbw.nu

Beste collega's,

Het voorwoord van mijn kant kan eigenlijk niet ergens anders over gaan dan de situatie waar de wereld in terecht gekomen is. Allereerst hoop ik natuurlijk dat het qua gezondheid goed met jou en je naasten gaat.

Onze branche

Naast de individuele gezondheid van iedereen is ook de gezondheid van onze bedrijven van belang. Bepaalde bedrijfstakken worden keihard geraakt en anderen doen juist goede zaken op dit moment. Voor onze branche geldt het misschien wel allebei. VBW heeft zich de afgelopen periode ingezet om ondernemers te steunen die het moeilijk hadden en daarvoor veel lobby gevoerd bij de overheid. Tegelijkertijd heeft VBW de kansen gepakt die er lagen en is er, in zeer korte tijd, een prachtige promotiecampagne ontwikkeld (#Mooiwatbloemistendoen).

Compliment aan jou en je medewerkers

De afgelopen periode hebben we geweldige voorbeelden langs zien komen van bedrijven die zich goed hebben aangepast aan de nieuwe samenleving. De winkels zijn ingericht naar de richtlijnen van het RIVM en er zijn verkoopkansen benut. Een compliment is dan ook op zijn plaats. Niet alleen voor jou als ondernemer maar voor het hele team dat keihard heeft doorgewerkt en zich flexibel heeft opgesteld. Er is in veel gevallen een bijzondere saamhorigheid ontstaan en die moeten we koesteren. De toekomst is moeilijk te voorspellen, maar laten we vasthouden aan de slogan van de overheid: "Alleen samen krijgen we corona onder controle". Ik wens jullie alle goeds voor de komende periode.

John Thijert, voorzitter VBW

Corona-
dossier

Bloemist

Colofon

Redactie

Bram Rijkers
Marco Maasse
Mark Heemskerk
Sandra Keegel

Redactieadres

Horaplantsoen 20
6717 LT Ede

Foto's

VBW

Vormgeving

Muntz

Drukwerk

CommunicatiePartners

Productie

VBW Bloemist is een uitgave van
Vereniging Bloemist Winkeliers
www.vbw.nu

Deze Bloemist is tot stand gekomen
met steun van het Sociaal Fonds
Bloemenspecialzaken

Inhoud

- 3 Coronadossier: een terugblik op de afgelopen maanden
- 7 Coronadossier: "Val was hard, herstel was beter"
- 8 Coronadossier: 'VBW Training en Coaching' helpt jouw bedrijf door de coronacrisis!
- 9 Coronadossier: Rechten en plichten van werkgevers en werknemers
- 10 Coronadossier: Financiële injectie via BBZ?
- 11 Online niet meer weg te denken!
- 12 Ambianze zet in op online
- 13 BTW-lobby VBW
- 14 Renault introduceert aantrekkelijke Trafic Business
- 15 Plantion volop in beweging
- 16 Zeven tips om nu digitaal te gaan werken
- 17 Scholen en VBW zetten volgende stap in ontwikkeling vakonderwijs
- 20 Highlights uit de nieuwe CAO
- 21 Tot € 2.700,- voor praktijkbegeleiding bbl-leerlingen
- 22 Promotiecampagne is schot in de roos

Coronadossier: een terugblik op de afgelopen maanden

Bloemist mag rekenen op support van VBW tijdens coronacrisis





Het coronavirus leek nog heel ver weg, maar op 27 februari werd de eerste besmetting in Nederland geregistreerd en daarna kwam alles in een stroomversnelling.

12 maart: Overheid grijpt in

Op 12 maart worden vanuit de overheid de eerste maatregelen afgekondigd. Er wordt opgeroepen om zo veel mogelijk thuis te werken en mensen met klachten dienen thuis in quarantaine te gaan.

15 maart: VBW lobby

Op 15 maart worden de scholen gesloten, gaat de horeca dicht (alleen afhalen is nog mogelijk) en is de kinderopvang alleen nog toegankelijk voor de vitale beroepen. De lobby van VBW richting de overheid is in volle gang. Samen met andere branches en de koepels van MKB Nederland en Detailhandel Nederland zetten we ons in om de belangen van de bloemist zo goed mogelijk te behartigen. Vanuit de overheid worden op 16 maart de eerste steunmaatregelen afgekondigd. Er komen verschillende steunmaatregelen:

- Noodfonds overgang werkgelegenheid (NOW)
- Tijdelijke Overbruggingsregeling Zelfstandig Ondernemers (ToZo)
- Tegemoetkoming Ondernemers Getroffen Sectoren (TOGS)
- Er kunnen kredieten, tegen gunstige voorwaarden, worden afgesloten
- Betaling van belastingen kan worden opgeschort

24 maart: bloemist mag open blijven

VBW heeft in haar lobby weten te bereiken dat deze regelingen allemaal toegankelijk zijn voor bloemisten die getroffen worden door de crisis. Daarnaast heeft VBW bereikt dat bloemenwinkels open mogen blijven, mits er wordt voldaan aan een aantal voorwaarden. In die periode is er bovendien intensief contact geweest met Google, omdat er ongewild bij zoekopdrachten wordt aangegeven dat de gezochte bloemist gesloten is.



'Voor bijzondere situaties wordt naar maatwerk gezocht.'

28 maart: werkkostenregeling verruimd

VBW voert lobby voor verruiming van de werkkostenregeling, dit levert succes op. De regeling wordt verruimd van 1,2% naar 1,7% (voor een loonsom tot €400.000,-). Het bezorgen van bloemen valt daar bijvoorbeeld ook onder, wat in de coronatijd veel wordt gedaan.

30 maart: bloemist herstelt zich

De eerste weken zijn zwaar voor de bloemist. Echter, zie je daar langzaam aan verandering optreden. Consumenten worden opgeroepen om zo veel mogelijk thuis te blijven en daarmee komt er aandacht voor bloemen en bloemisten. Bedrijven bestellen massaal bloemen voor hun medewerkers en ook consumenten steken elkaar met bloemen een hart onder de riem.



1 april: start #mooiwatbloemistendoen + promotie lokale versondernemers

Een lang gekoesterd plan van VBW komt in een stroomversnelling. De campagne #mooiwatbloemistendoen wordt – met dank aan met name Fleurop, het Sociaal Fonds en Plantion – vervroegd gelanceerd. Er worden speciale filmpjes ontwikkeld voor Pasen en Moederdag, om de meerwaarde van bloemisten te laten zien. Bovendien wordt een TV-spot ingezet in de reclameblokken van de STER. Daarnaast neemt VBW het voortouw om, samen met andere versbranches, een gezamenlijke campagne te ontwikkelen ('Vers en met Liefde') die vervolgens ook via de landelijke media (TV) veelvuldig wordt uitgezonden.



9 april: De bloemist anticipeert goed

Inmiddels is de term '1,5 meter samenleving' bij iedereen ingeburgerd. Dankzij de ondersteuning vanuit VBW en de flexibele en innovatieve houding van de ondernemers wordt er in de winkels goede invulling gegeven aan de richtlijnen.

6 mei: Langzaam uit de 'lockdown'

Op 6 mei worden de eerste, voorzichtige versoepelingen aangekondigd en wordt er een tijdslijn bepaald voor de langere termijn. Belangrijk daarbij is dat iedereen zich nadrukkelijk blijft houden aan de voorschriften en de eigen verantwoordelijkheid neemt. VBW ontwikkelt een brancheprotocol voor de 'nieuwe' 1,5 meter-samenleving. Een protocol dat ondersteuning biedt voor de veiligheid van klanten en medewerkers.

'VBW ontwikkelt een
brancheprotocol voor de
'nieuwe' 1,5 meter samenleving.'



26 mei: tweede noodpakket

De overheid biedt verdere ondersteuning voor bedrijven die in zwaar weer verkeren, deze trad per 1 juni in werking. De belangrijkste punten hieruit zijn:

- Vernieuwde NOW 2.0 (Noodmaatregel Overbrugging voor Werkgelegenheid) wordt verlengd met 3 maanden tegen verbeterde voorwaarden;
- Tegemoetkoming Vaste Lasten (TVL) wordt geïntroduceerd en biedt ondersteuning tot een bedrag van €50.000,-;
- De Tijdelijke Overbruggingsregeling Zelfstandig Ondernemers (TOZO) wordt met 3 maanden verlengd tegen nieuwe, soepelere voorwaarden;

VBW blijft de ontwikkelingen op de voet volgen en zal waar mogelijk en waar nodig de belangen van de bloemisten blijven verdedigen. Kijk voor meer informatie in het coronadossier op vbw.nu/corona.

Lees verder >



“Corona is voor ons als een achtbaan geweest met VBW als veilig vangnet”

“In het begin waren er slapeloze nachten. Natuurlijk op de eerste plaats de zorgen over gezondheid, maar daarnaast natuurlijk de financiële situatie. We hebben veel contact met VBW gehad en al een nood scenario klaarliggen.

Toen bleek dat we open mochten blijven heb ik besloten om de winkel helemaal ‘coronaproof’ in te richten. Bloemen werden afgeschermd met een lint en er is een scherm geplaatst bij de kassa. Onze omzet bleef maar stijgen, ik had besloten gratis te bezorgen in ons dorp mits de mensen telefonisch of per mail bestelden, om zo te stimuleren dat ze binnen bleven. En dit was een succes.

Tussen alle bedrijvigheid door hebben mijn man en ik zeker de berichtgeving van het VBW gevolgd. We waren blij met de hulp van VBW want er kwam zoveel op ons af. Je voelt dan dat er mensen zijn waar je op terug kunt vallen.”

Elles Wijnen van Flowerzz in Reuver

Corona-
dossier

“Het was fijn om terug te kunnen vallen op VBW”

“De afgelopen periode was voor ons erg hectisch. In eerste instantie overheerste de onzekerheid en waren we blij met de informatie die we ontvingen vanuit VBW. Hierdoor kon ik de ontwikkelingen goed volgen en afstemmen met de accountant. Al snel volgde enorme drukte: Pasen en Moederdag waren een gekkenhuis. We moesten improviseren en extra bezorgers inzetten om alles te verwerken.

Nu zijn we inmiddels weer op iets rustiger vaarwater, maar nog steeds draaien we ver boven vorige jaren. Het was fijn om terug te kunnen vallen op een vereniging die staat voor je branche, die weet wat er speelt en wat de ontwikkelingen zijn, zodat je gemakkelijk de juiste beslissingen kunt maken.”

Marie-Louise Geerts van Gestel van ‘Mooi Groen’ uit Reusel



Flow Accountants over corona-effecten:

“Val was hard, herstel was beter”



Corona-
dossier

Binnen de bloemistenbranche worden de effecten van corona inmiddels zichtbaar. Brancheaccountant Flow Accountants doet in de persoon van Francesco de Haan verslag van de eerste vier maanden van het jaar.

De val was hard

Toen het coronavirus Nederland bereikte sloeg de paniek bij de consument behoorlijk toe. Bloemen stonden niet op de boodschappenlijstjes. Gelukkig was de val van korte duur. Na ongeveer twee weken mindere omzetten volgden plussen.

Omzet- en margestijging

Francesco geeft een toelichting: “De start van het jaar verliep eigenlijk best goed. In januari werd een gemiddelde omzetplus gerealiseerd van 8,2% . In februari nam de groei al een beetje af om vervolgens in maart naar een flinke dip te zakken. De cijfers laten voor maart een omzetzakking van bijna 11% zien, volledig te verklaren door de coronauitbraak.

‘Op de korte termijn zal het naar verwachting nog goed blijven.’

Medio maart volgde de intelligente lockdown. Mensen kwamen thuis te zitten en dankzij het lekkere weer nam onder anderen de verkoop van tuingoed een vlucht, maar ook de bezorging van bloemen steeg sterk. Dit resulteerde in april in een stijging van de gemiddelde omzet van bijna 24% waarmee het gemiddelde over de eerste 4 maanden uitkwam op een stijging van 5,6%. Gemiddeld steeg de marge in de eerste 4 maanden met 2,5%. De personeelskosten lieten bovendien een daling zien van ruim 3%, al dient hierbij opgemerkt te worden dat overuren hier deels nog niet in zijn meegenomen. De verkoopkosten

stegen iets, waarschijnlijk toe te schrijven aan het leveren via verzendorganisaties”.

Grote verschillen in de branche

De successen zoals behaald over de maand april gelden voor een groot deel van de klanten van Flow. Echter, er zijn ook verliezers. Winkels op treinstations, in de grensstreken en op luchthavens gingen hard onderuit. Bloemisten die veel leveren aan de evenementenbranche, hotelwezen en de horeca hebben het eveneens moeilijk.

Effecten op lange termijn?

Onzekerheid is slecht voor het consumentenvertrouwen. Francesco wil dan ook nadrukkelijk waarschuwen voor de ontwikkelingen op langere termijn: “Op de korte termijn zal het naar verwachting nog goed blijven. Consumenten zullen het geld in mindere mate uitgeven aan vakanties en uitstapjes. Het consumentenvertrouwen is in korte tijd snel gedaald, de werkloosheid stijgt sneller dan ooit en ook veel bedrijven hebben of krijgen het zwaar. Dit zal ongetwijfeld effect hebben op onze branche.”

Support your local

Vanuit het bedrijfsleven, gemeenten en overheid wordt gestimuleerd om bij de lokale ondernemer te kopen. Je krijgt nu veel nieuwe klanten in je winkel, doe er dus alles aan om deze te behouden. Maak van je klanten fans van jouw bedrijf. Blijf goed kijken naar de kansen die er liggen. Zorg daarnaast dat je goed inspeelt op veranderend koopgedrag van off- naar online.

Meer informatie? T: 033 - 445 17 00 |

E: welkom@flowaccountants.nl | www.flowaccountants.nl

Aanbod online trainingen

'VBW Training en Coaching' helpt jouw bedrijf door de coronacrisis!



Het zijn bijzondere maanden geweest voor iedereen. Hoewel alles langzaam weer op gang komt, zullen we allemaal moeten wennen aan de nieuwe 1,5 meter samenleving. Een samenleving die veel aanpassingsvermogen vraagt. Dat geldt ook voor thema's als coaching, workshops en trainingen.

Online trainingen

René en Michelle Raadsheer van VBW Training en Coaching verzorgen sinds enkele weken online trainingen. Een online training is live, waarbij er kennis wordt overgebracht. "Hoewel de fysieke trainingen inmiddels weer zijn gestart (conform RIVM-richtlijnen), zal het online trainingsaanbod ook verder worden uitgebreid. Bepaalde thema's lenen zich hier uitstekend voor. Onderwerpen die tijdens de online trainingen worden behandeld zijn: Leidinggeven en timemanagement in coronatijd en boeketstrategie.

Het mooie van een online training is dat er interactie mogelijk is tussen de trainer en de ondernemers die ingelogd zijn. Groot voordeel is dat de kosten voor de deelnemers lager zijn en dat de reistijd wordt beperkt. Nog efficiënter met je tijd omgaan dus."

10 minutengesprek

Speciaal voor VBW-leden hebben René en Michelle het '10 minutengesprek' geïntroduceerd. Leden kunnen hier hun vragen kwijt en krijgen binnen de 10 minuten het antwoord of in ieder geval de richting naar het antwoord. Vooraf aanmelden is voldoende, er wordt dan een tijdstip ingepland waarop je online (via Microsoft Teams) je vragen kan stellen.

Tip van René

Deze coronatijd is voor iedereen nieuw. Niemand kan een voorspelling doen hoe de wereld er over een jaar uitziet. Voor veel mensen is het lastig om met deze onzekerheid om te gaan. "Begin de dag met een kort groepsgesprek met het hele team, waarin je iedereen de gelegenheid biedt om zijn of haar zegje te doen. Blik met elkaar terug op de vorige dag en bespreek de doelstelling voor de nieuwe dag. Wat staat er vandaag te doen, wie doet wat met als uitdaging om bijvoorbeeld de gemiddelde besteding €0,50 te verhogen. Het creëert betrokkenheid en uiteindelijk ook een beter rendement."

Tot slot

De afgelopen tijd heb je waarschijnlijk veel nieuwe klanten in je winkel gehad of online kunnen bedienen. Zorg dat je die klanten aan je weet te binden, investeer in het leren kennen van je klanten en bouw een relatie op. Dat kan bijvoorbeeld al door e-mailadressen te verzamelen en ze te bedienen met een (persoonlijke) nieuwsbrief. Op die manier hou je na de coronatijd de klanten vast.



Michelle en René Raadsheer

Kijk op vbw.nu/coaching of vbw.nu/trainingen of neem contact op via 0318 - 52 75 68 (keuze 6). VBW Training en Coaching wordt uitgevoerd door Double Quality Counseling (DQC).

Gevolgen van corona

Rechten en plichten van werkgevers en werknemers

Hoe ga je in deze tijd om met verlof van medewerkers?
Wat kun je doen als er minder werk is voor je medewerkers? Hoe ga je om met overuren?
Hieronder een kort overzicht van rechten en plichten.

Verlof

Medewerkers hebben doorgegeven in welke periode zij hun vakantie op willen nemen en werkgevers hebben ook de vakantieplanning voor dit jaar al gereed. Veel medewerkers zullen deze zomer echter niet op vakantie gaan. Ze trekken hun verlof in en willen bijvoorbeeld in het najaar op vakantie. Hoe ga je daar als werkgever mee om? In beginsel kan een aangevraagd en goedgekeurd verlof niet eenzijdig door de werknemer worden ingetrokken. Het intrekken en eventueel opnieuw plannen van de vakantie moet in overleg met de werkgever. Werkgever kan de intrekking weigeren net zoals de nieuwe aanvraag voor vakantie geweigerd kan worden. Er moet echter wel sprake zijn van gewichtige redenen. Verder dien je op grond van goed werkgeverschap samen met je medewerkers te zoeken naar een passende oplossing.

'Je kunt medewerkers in elk geval niet verplichten vakantiedagen op te nemen.'

Minder werk

Er bestaat een kans dat er minder werk is of dat je de veiligheid op de werkvloer niet kunt waarborgen. Het is de vraag voor wiens rekening deze afwezigheid van medewerkers komt. Je kunt medewerkers in elk geval niet verplichten vakantiedagen op te nemen. Maar je zou wel kunnen vragen of zij vrijwillig vakantiedagen willen opnemen. Een oplossing kan ook gezocht worden in het werken op aangepaste tijden of het inhalen van de gemiste uren in de weer wat drukker periodes in de toekomst.

Overwerken

Het komt voor dat een deel van de medewerkers in deze periode veel overwerkt. Werkgevers kunnen gebruik maken van de ruimte in het jaarurenmodel door de planning aan te passen. Je kunt met plus- en minuren werken en medewerkers in een

rustige periode minder inzetten. Maak hierover wel vooraf duidelijke (schriftelijke) afspraken met de medewerkers. Als je een werknemer met een vaste arbeidsomvang meer wilt laten werken, dan kan je een tijdelijk tweede contract (of een addendum) voor bepaalde tijd opstellen. Let er wel op dat er een hogere ww-premie voor het tijdelijke tweede contract geldt vanwege het flexibele karakter van overeenkomst.

'Het jaarurenmodel biedt ruimte voor de inzet van plus- en minuren.'

Het arbeidsrecht is nog steeds van toepassing. Werkgevers en werknemers hebben rechten en plichten die wettelijk zijn vastgelegd. Ook goed werknemerschap en goed werkgeverschap valt daaronder. Dat we nu in een coronacrisis verkeren doet daar niets aan af.



Meer informatie?

VBW juridische dienst biedt ondersteuning op al je juridische vragen. Neem contact op met (0318) 52 75 68 (keuze 2).

Financiële injectie via BBZ?

Door de coronacrisis zijn er ondernemers in de problemen gekomen. Hiervoor is er vanuit de overheid een noodpakket ontwikkeld waar deze ondernemers een beroep op kunnen doen. Voorwaarde hierbij is wel dat de problemen direct zijn te herleiden naar de coronacrisis. Ongeacht of jij al dan niet direct getroffen bent, maar heeft jouw bedrijf wel een extra financiële injectie nodig? Dan kun je een beroep doen op bedrijfskapitaal door het Besluit Bijstandsverlening Zelfstandigen (BBZ). Dat is een regeling als alle andere mogelijkheden (bijvoorbeeld geld lenen bij een financier of de bank) onmogelijk zijn gebleken. Het betreft altijd een tijdelijke lening met een rente- en aflossingsverplichting. Onder omstandigheden kan (een deel) later worden kwijtgescholden.

Corona-
dossier



BBZ is onderbelicht

Philip Vijfhuize van Vijfhuize bedrijfsadvies, geeft een toelichting:

“De BBZ-regeling is een overheidsfinanciering die door de gemeente waar je woont kan worden verstrekt. Deze regeling is jarenlang onderbelicht geweest, maar kan goede uitkomst bieden voor bedrijven die een eenmalige, financiële injectie nodig hebben om weer op een gezonde manier te kunnen ondernemen. Wanneer je als ondernemer in zwaar weer zit, of je een belangrijke investering moet doen, is het de moeite waard om deze regeling te gebruiken.”

Op tijd actie ondernemen

“Om van de regeling gebruik te kunnen maken, dien je aan een aantal voorwaarden te voldoen. Je bedrijf dient in ieder geval levensvatbaar te zijn. Ook mag een eventuele partner in je gezin niet meer verdienen dan de bijstandnorm. Het is belangrijk om de financiële problemen niet te lang voor je uit te schuiven.

Met de BBZ kun je in één keer overige schulden aflossen en heb je nog maar met één regeling te maken. De doorlooptijd van een aanvraag voor de BBZ is ongeveer 3 maanden en door de crisis wellicht nog wat langer, houd daar dus rekening mee.”

‘Met de BBZ kun je in één keer overige schulden aflossen.’

Meer informatie

Voor meer informatie of ondersteuning bij de aanvraag, kun je contact opnemen met Philip Vijfhuize:
06 - 18 55 30 65 of philip@vijfhuize.nl



Online niet meer weg te denken!

De coronacrisis heeft nog eens extra benadrukt wat we eigenlijk al wisten. Online zichtbaarheid en verkoop worden steeds belangrijker. De afgelopen periode is de verkoop via internet enorm gestegen. Het ziet er naar uit dat dit de komende tijd verder zal toenemen. De nieuwe 1,5 meter samenleving is hier een belangrijke factor in. VBW gaat hier, aanvullend op de ondersteuning die op dit moment al beschikbaar is, intensief op inzetten. Dit nieuwe project zal zich gaan richten op de verschillende facetten van online ondernemen:

Online aanwezigheid

Via Google zijn alle bloemisten te vinden als je op naam van de winkel zoekt. Dan worden ook contactgegevens, openingstijden en foto's zichtbaar. In veel gevallen kan de zichtbaarheid en vindbaarheid sterk worden verbeterd. Hoe meer aandacht je hier als ondernemer aan besteedt hoe hoger je wordt geplaatst op Google.

Website

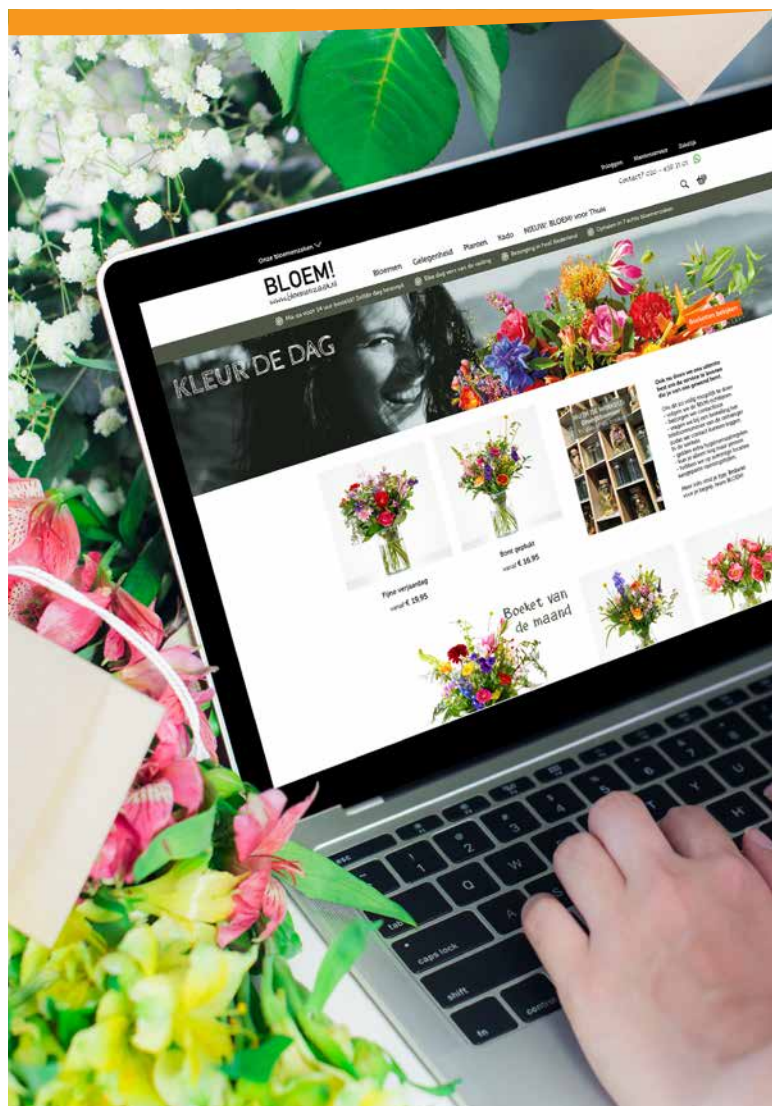
Veel bloemisten hebben wel een website, in een aantal gevallen een echt eigen website. De kwaliteit en de uitstraling hiervan loopt sterk uiteen, van heel professioneel tot heel erg basis. Een website is jouw online 'visitekaartje' en daarmee belangrijk om deze actueel en aantrekkelijk te hebben. Ook de website moet jouw kwaliteit en positionering onderstrepen. Veelal kan dit aanzienlijk beter.

Webshop

Veel bloemisten maken gebruik van de webshop die wordt aangeboden door een verzendorganisatie. Wanneer het gaat om een echte eigen webshop zie je ook weer grote verschillen. Een webshop moet sfeer uitstralen en door middel van goed fotomateriaal een duidelijk beeld aan de consument geven wat de mogelijkheden zijn. Hier valt voor veel bloemisten, letterlijk en figuurlijk, nog veel winst te boeken.

Social Media

Naast een goede website/webshop wordt er in toenemende mate gebruik gemaakt van de overige social mediakanalen zoals Facebook, Instagram, Pinterest. Ook hierbij geldt dat mooie beelden en liever nog filmpjes de sfeer van jouw winkel kan overbrengen. Dit gebeurt nu veel ad hoc, maar het is goed om hier ook een bepaalde strategie in te kiezen.



Data

Naast het hebben van goede online-instrumenten is het nog veel belangrijker om goede (klant)data te hebben en op basis van deze data commercieel en communicatief een goed programma te bieden. Bloemisten hebben vaak al onbewust veel data tot hun beschikking, maar hebben deze data onvoldoende gerubriceerd en/of maken er in de praktijk nog niet zoveel gebruik van.

Vervolg

Online wordt steeds meer een verlengstuk van de winkel. Nu consumenten door de coronacrisis meer online hebben besteld, bestaat de kans dat ze dit met enige regelmaat blijven doen. Voor bloemisten een kans om hier op de juiste manier mee om te gaan. VBW gaat een inventarisatie doen om de wensen en mogelijkheden in kaart te brengen. We gaan handige tools ontwikkelen en oplossingen bieden. Input van onze ondernemers is hierbij natuurlijk van belang. We zijn op zoek naar goede voorbeelden en goede ideeën, maar ook naar jullie vragen en behoeften. Mail je input naar info@vbw.nu.

Zie pagina 12 voor een praktijkvoorbeeld >

Online ondernemen in de praktijk

Ambianze zet in op online



Pascal Zijlmans



Mochten er nog ondernemers zijn die eraan twijfelden, dan hebben de afgelopen maanden wel bewezen dat online zichtbaarheid en verkoop niet meer zijn weg te denken binnen het moderne ondernemerschap. In de periode waarbij consumenten werden opgeroepen zo veel mogelijk binnen te blijven werd het internet fors meer gebruikt voor de aankopen. De komende jaren zal dit naar verwachting nog verder toenemen.

WhatsApp

Twee jaar geleden was Pascal Zijlmans van Ambianze uit Kaatsheuvel een van de eerste bloemisten die WhatsApp ging gebruiken voor bestellingen. Pascal: "Ik kwam eigenlijk op het idee door Vodafone, zij boden de mogelijkheid om via WhatsApp met de klantenservice te communiceren. Ik werd hierdoor veel sneller geholpen dan via de telefonische wachtrij of de e-mail". Ik wilde deze service ook aan mijn klanten bieden. Deze manier van communiceren bleek een groot succes. We hebben hierdoor

direct contact en de klant kan zijn of haar vraag ondersteunen door middel van foto's. We hebben gemerkt dat WhatsApp door de consument veel makkelijker en sneller wordt gebruikt. Men is tegenwoordig heel erg gewend om langs deze weg te communiceren."

Eigen webshop

Pascal heeft naar eigen zeggen vooral verstand van bloemen en alles wat daarbij hoort. Voor de online zaken heeft hij Marit fulltime aangesteld. Op dit moment is zij druk bezig met het inrichten van een eigen webshop. "We wilden heel graag een eigen webshop, waar we ons eigen assortiment kunnen aanbieden en onze eigen

sfeer en huisstijl kunnen laten zien. Belangrijk voordeel van een webshop is dat je 24/7 bereikbaar bent voor de consument. Marit heeft hiervoor veel research gedaan en in verschillende brainstormsessies bespreken we de invulling. Hierbij kijken we naar de gebruiksvriendelijkheid, de aantrekkelijkheid, het assortiment, het uiterlijk en natuurlijk de inrichting van de webshop. Essentieel hierbij is natuurlijk het beeldmateriaal. We hebben hiervoor een fotograaf ingehuurd en zo ons assortiment voor de webshop prachtig op beeld vast laten leggen. Het is de bedoeling dat de webshop vanaf augustus operationeel is.”



'Met een webshop ben je 24/7 bereikbaar voor de consument.'

Social Media

Ambianze Bloem & Sfeer maakt ook veel gebruik van verschillende social media-kanalen. Belangrijkst zijn Facebook voor de consument en LinkedIn voor de zakelijke markt. Maar Ambianze is ook te vinden op Instagram. Pascal: “Social Media blijft een enorm belangrijk communicatiemiddel. Groot voordeel is dat het relatief goedkoop is en je er een grote doelgroep mee kunt bereiken in een korte tijd. Daarnaast kun je met social media heel snel schakelen en op actuele gebeurtenissen inspelen.”

Out of the box

Tot slot doet Pascal een oproep richting zijn collega's: “Durf uit je eigen comfortzone te stappen en probeer de dingen eens anders te bekijken en anders te doen. Het helpt daarbij om ook buiten de branche te kijken of om mensen bij je bedrijf te betrekken die op een andere manier naar de branche kijken. Dit kan zeer verhelderend werken.”

Meer informatie

Wil je meer weten over de activiteiten van Ambianze volg ze op Facebook voor de meest actuele informatie.



BTW-lobby VBW

Zoals al eerder gemeld zal het huidige BTW-convenant per eind van dit jaar aflopen. VBW heeft daarom met Flow Accountants op 8 juni vervolgoverleg gehad met de Belastingdienst en het Ministerie van Financiën inzake het BTW-convenant.

VBW streeft ernaar om voor de bloemist opnieuw tot een brancheafspraken te komen, waarin duidelijkheid en gemak middels een vaste brancheopslag op de BTW-hoog-producten in combinatie met een gekozen forfaitaire methode. Via uitgebreide berekeningen hebben we de Belastingdienst en Financiën kunnen

informer over de gewenste werkwijze in de branche. “Den Haag” gaat zich nu beraden op onze informatie en bij voorkeur zullen we voor de zomer nog tot een vervolgesprek komen. Daarin zal dan duidelijk moeten worden in hoeverre er wel of geen ruimte is voor branchespecifieke afspraken. Wordt vervolgd.

Renault introduceert aantrekkelijke Traffic Business

Renault introduceert de Business-uitvoering van de Traffic. Het betreft een rijk uitgevoerde en gunstige geprijsde versie met als doel een lage bijtelling voor iedereen die zijn of haar bedrijfswagen van de zaak ook privé gebruikt.

De voordelen op een rijtje:

- Renault Traffic Business met rijke uitrusting en aantrekkelijke prijsstelling;
- Gunstige fiscale waarde voor lagere bijtelling bij privégebruik;
- Leverbaar in twee carrosserievarianten, twee motorvarianten en beschikbaar met automatische EDC versnellingsbak;
- Per direct te bestellen vanaf € 19.970,-*, levering vanaf najaar 2020.

Rijke uitrusting

De nieuwe Renault Traffic Business is standaard uitgerust met onder andere airconditioning, LED-koplampen, MediaNav multimedia- en navigatiesysteem met smartphone-connectie via Apple CarPlay of Android Auto, een met leder bekleed stuurwiel en parkeersensoren aan de achterzijde.

De Business-uitvoering is leverbaar als Gesloten Bestel en als Dubbele Cabine, beide in de lengte- en hoogtemaat L2H1. Er is ook keuze uit twee dieselmotoren: de Energy dCi 120 met handgeschakelde versnellingsbak en de krachtigere Energy dCi 145 met automatische EDC-transmissie.

De Renault Traffic Business is per direct te bestellen voor prijzen vanaf € 19.970,-*. Met een netto bijtelling vanaf € 219,- per maand voor de Traffic Business Gesloten Bestel L2H1 met Energy dCi 120-motor betaalt de rijder circa € 70,- per maand minder bijtelling ten opzichte van een vergelijkbaar uitgeruste versie. De levering van de Renault Traffic Business start in het najaar.

* Exclusief BTW, BPM en kosten rijklaar maken.

Meer informatie? Ga langs bij je lokale Renault-dealer en vraag naar de VBW/bloemisten-deal of kijk op www.vbw.nu/renault



Plantion volop in beweging



Plantion is een bruisende marktplaats voor bloemisten, hoveniers en detaillisten, waar het iedere dag een drukte van belang is. Na het uitbreken van de coronacrisis heeft Plantion veel werk verzet om, volgens de RIVM-richtlijnen, de producten en diensten zo goed mogelijk af te stemmen op de veranderende omstandigheden en behoeftes.

Uitstekende medewerking

Eva Asijee (Hoofd Klokverkoop) geeft een toelichting op de afgelopen periode: "Het begin van de coronacrisis kwam in de hele sector keihard aan. De trieste beelden van de grote hoeveelheden bloemen en planten die vernietigd moesten worden staan nog helder op het netvlies. Maar al snel kwam de gedrevenheid om de schouders eronder te zetten. Het is bijzonder om te zien hoe goed iedereen heeft meegewerkt om de vereiste aanpassingen door te voeren. Medewerkers, telers en klanten hebben er met elkaar voor gezorgd dat Plantion prima bleef functioneren en producten en diensten kon blijven aanbieden. Na de eerste zware weken kwam er herstel."

Enorme stijging Klok Voorverkoop

Kopen bij Plantion kan op verschillende manieren. Eva: "De Klok Voorverkoop steeg door de crisis enorm met maar liefst factor 5. Via deze weg wordt kwekers de mogelijkheid geboden een deel van hun aanbod voorafgaand aan de klokveiling aan te bieden aan bloemisten. Vanwege de coronacrisis is deze mogelijkheid uitgebreid en kan de teler nu de helft van zijn

aanbod via Klok Voorverkoop aanbieden. Ook op de Digitale Marktplaats was een stijging duidelijk merkbaar. We hebben onze online mogelijkheden geoptimaliseerd, zo werd ook voor alle klokzoekers een Kopen op Afstand licentie gerealiseerd, om bloemisten zo goed mogelijk te kunnen bedienen."

'Al snel kwam de gedrevenheid om de schouders eronder te zetten.'

De toekomst

Het is moeilijk te voorspellen wat er de komende maanden gaat gebeuren. Plantion is inmiddels helemaal ingericht naar de nieuwe RIVM-richtlijnen en dat functioneert goed. Dat betekent dat het aantal plekken op de tribune is gehalveerd en dat daarnaast ook alle andere voorschriften worden nageleefd.

Benieuwd naar alle mogelijkheden, producten en diensten van Plantion? Neem dan een kijkje op de website www.plantion.nl of neem contact op met Plantion (T: 0318- 66 17 00 of info@plantion.nl) of VBW (T: 0318-52 75 68, keuze 6 of info@vbw.nu).

Plantion
Verbindend in
bloemen en planten



Zeven tips om nu digitaal te gaan werken

Heel veel ondernemers werken nu nog met mappen, briefjes voor de bestellingen en kassabonnetjes. Elk jaar/maand gaan de mappen naar de accountant voor de belastingaangifte. De facturen worden gemaakt en handmatig verstuurd via de mail. Dat werkt, op zich, maar je doet jezelf wel tekort. Want de administratie kan sneller, beter en makkelijker. Hieronder de 7 tips van DC AutomatiseringsGroep:

1. Je raakt niets meer kwijt

Een order kwijtraken. Het kan de beste overkomen. In DC Online vind je onmiddellijk wat je zoekt. Het handigst is om alle inkomende bestellingen meteen in je digitale administratie in te voeren. Dan heb je alle gegevens gelijk digitaal en overzichtelijk.

2. De kans op fouten verkleint

Een digitale administratie is minder foutgevoelig, je maakt niet zo snel een fout bij het overtypen van een naam of rekeningnummer. Als je de administratie bijhoudt met DC Online, zijn veel gegevens automatisch al opgeslagen.

3. Het scheelt veel ruimte

Je kunt de archiefkast met mappen vaarwel zeggen. Jouw administratie staat gewoon op de computer, of beter nog in de Cloud. Daar kun je de gegevens onmogelijk kwijtraken of verliezen door brand/defecte computer. Het bewaren van de administratie wordt veel makkelijker, het kost immers geen ruimte.

'Je bent niet plaatsgebonden, dus als je iets op het werk bent vergeten te doen, dan kun je thuis inloggen om het af te maken.'

4. Duidelijk en actueel overzicht

Als je administratie digitaal is, zie je in één overzicht hoeveel geld er binnen komt en uitgaat. Je kunt je bedrijf ook meteen bijsturen wanneer dat nodig blijkt te zijn.

5. Je kunt er altijd bij

Een digitale administratie die in de Cloud zit, kun je altijd bij. Je bent niet plaatsgebonden, dus als je iets op het werk bent vergeten te doen, dan kun je thuis inloggen om het af te maken.



6. Minder tijd voor uw boekhouder

Jouw boekhouder is minder (betaalde) tijd kwijt aan het doorspitten van de administratie en het opstellen van jaarrekeningen. Wanneer je samen in DC Online werkt, gaat dit een stuk efficiënter.

7. Goed voor het milieu

Je administratie digitaliseren scheelt op de lange termijn een flinke hoeveelheid papier. Dat is goed voor het milieu en voor jou. Zo heb je minder kosten aan papier, printen, enveloppen en postzegels. Win-win. En vergeet niet, klanten vinden het steeds belangrijker dat je maatschappelijk verantwoord onderneemt.

Meer informatie? DC AutomatiseringsGroep,

T: 0345 – 54 50 80, E: info@dcag.nl, www.dcag.nl



DC AutomatiseringsGroep

Scholen en VBW zetten volgende stap in ontwikkeling vakonderwijs

VBW is continu bezig met het versterken van de branche. Scholing en opleiding is daar een essentieel onderdeel van. In nauwe samenwerking met een groep AOC's (Agrarische Onderwijscentra) wordt er hard gewerkt om te komen tot meer instroom en kwalitatief hoogwaardige uitstroom. Met de scholen die een ambitieus programma 'Bloem' hebben heeft VBW een samenwerkingsovereenkomst gesloten onder de naam 'Floral Education Center'. Dit kwaliteitskeurmerk van VBW vervangt daarmee de eerdere 'Bloemistenacademie'. Voorlopig wordt de samenwerking aangegaan met de volgende scholen: Aeres, Cita Verde, Clusius, Curio, Zone en Wellant.

Samenwerking en kwaliteitslabel Floral Education Center

Met het label Floral Education Center beogen VBW en de participerende scholen zich samen verder te ontwikkelen op onderwijsinhoud en de vorm van het leren, waarin praktijkleren en goede examinering belangrijke thema's zijn. Ook instroomstimulering en het bieden van een goede cursusinstructuur voor huidige medewerkers zijn voorzien in Floral Education Center.

Kernthema's onderwijsinhoud

VBW stelt via het kwaliteitslabel Floral Education Center (FEC) strengere eisen aan de inhoud van het bloemistenonderwijs. De inhoud wordt gekenmerkt door 4 kernthema's:

- Innovatief vakmanschap bloem/groen en styling;
- Communicatie en klantgericht;
- Commercieel, financieel en duurzaam ondernemerschap en bedrijfsvoering;
- Passie voor de klant, bloem en plant.

Lees verder >



Binnen deze kernthema's wordt samen met de onderwijsinstellingen het onderwijsprogramma ingericht, met als basis het onderwijsdossier dat komend najaar door het Ministerie van Onderwijs wordt vastgesteld. Dat geldt voor zowel de BOL als BBL opleidingen naar ook de derde leerweg via cursussen. Gezamenlijk worden nieuwe, eigentijdse en vooral stimulerende opleidingsvormen ontwikkeld waarbij de praktijkcomponent beter tot zijn recht komt.

Naast de vaste kernthema's wordt er ook gewerkt met (verplichte) keuzedelen. Een uitgebreid pakket op verschillende niveaus waar VBW certificaten voor afgeeft. Per niveau heb je de volgende verplichte, vakmatige keuzedelen:

- **Niveau 2:** Trends en bloemwerk, klantgericht communiceren, digitale vaardigheden basis, duurzaamheid;
- **Niveau 3:** Trends, conceptueel bloemwerk en marktinnovaties, ondernemend gedrag (niveau 3), duurzaamheid, experimenteren met (natuurlijke) materialen en technieken;
- **Niveau 4:** Trends, conceptueel bloemwerk en marktinnovaties, ondernemend gedrag (niveau 4), ondernemerschap, duurzaamheid.

Praktijkleren

Het leren in de praktijk krijgt binnen het Floral Education Center extra aandacht. De samenwerkende partijen erkennen het grote belang van nieuwe onderwijsvormen en daarbij ook het praktijkleren. Hiervoor worden nieuwe structuren ontwikkeld en nieuwe praktijkvormen. Carrousselstages (thema-stages, te volgen bij daarvoor geselecteerde leerbedrijven) behoren daarbij

ook tot de mogelijkheid, waarbij er vooral gekeken zal worden welk onderdeel het beste bij welk stagebedrijf gevolgd kan worden. Daarbij wordt het mogelijk om ook buiten de branche bepaalde competenties op te doen.

'De samenwerkende partijen erkennen het grote belang van nieuwe onderwijsvormen en daarbij ook het praktijkleren.'

Docenten gaan verplicht deelnemen aan bij/nascholingsprogramma's via een docentenopleidingsprogramma en docentenstages. VBW gaat investeren in het verzorgen van gastlessen op de onderwijsinstellingen waarbij een breed aantal onderwerpen behandeld zullen worden zoals: segmentatie en positionering, kwaliteit, trend en inspiratie, marketing, ondernemerschap, bedrijfsvoering (administratie, calculeren, kengetallen), inkoop en werkgeverschap/werknemerschap.

Erkennen preferente leerbedrijven

Het erkennen van leerbedrijven gebeurt door Samenwerkingsorganisatie Beroepsonderwijs Bedrijfsleven (SBB). VBW zal, samen met de onderwijsinstellingen, middels eigen kwaliteitscriteria komen tot preferente leerbedrijven, die vervolgens ook via SBB speciaal zichtbaar worden gemaakt. Met betrekking tot de voorwaarden van de leerbedrijven zijn aanvullende afspraken gemaakt:

- De praktijkbegeleider heeft minimaal hetzelfde niveau (kennis/ervaring) als de leerling die de Beroeps Praktijk Vorming (BPV) in het bedrijf komt volgen;



Marieke Kersten-Reijmer

"Wij participeren binnen het Floral Education Center omdat we het enorm belangrijk vinden onze opleidingen/ trainingen af te stemmen met het bedrijfsleven. Daarnaast vinden wij het als Aeres VMBO-MBO locatie enorm belangrijk om jonge mensen in de VMBO leeftijd te enthousiasmeren voor de bloemenbranche. Hierin zoeken we ook de verbinding en samenwerking met de VBW/ inspiratieteam en diverse bloemisten. Juist de hippe / duurzame aspecten van het bloemenvak anno 2021 willen we uitstralen en deze jonge doelgroep de andere aspecten van het werken in de bloemenbranche laten zien."

Marieke Kersten-Reijmer van Aeres MBO te Velp



- De praktijkbegeleider heeft in de afgelopen 4 jaar een praktijkopleiderscursus gevolgd; deze cursus wordt aangeboden door de school;
- Het leerbedrijf neemt het op zich om de benodigde materialen voor (school)opdrachten beschikbaar te stellen;
- School en leerbedrijf hebben goed contact over invulling, voortgang en uitvoering van de BPV;
- Het BPV-bedrijf toont zich actief bij schoolbijeenkomsten, voorlichtingsmomenten enz;
- VBW spant zich in om leerbedrijven bewust te maken van hun taak en verantwoordelijkheid, middels goede voorlichting en begeleiding;
- VBW spant zich in om leerbedrijven inhoudelijk/organisatorisch te optimaliseren tot volwaardig leerbedrijf;
- VBW en de participerende scholen zorgen samen voor praktische en toepasbare BPV-opdrachten, waarmee de school de BPV-periode zo effectief mogelijk kan invullen.

Instroomstimulering: het groene hart

Samen met de deelnemende scholen ontwikkelt VBW een nieuw instroomstimuleringsprogramma. Vanuit een nieuwe visie op het werken bij de bloemist, met daarin de belangrijke kernthema's, gaan we samen met de scholen investeren in een nieuwe wervingscampagne en werkwijze. Zo gaan we onder VMBO-ers en zij-instromers op zoek naar gepassioneerde studenten met een groen hart: hart voor de klant en hart voor het product. Met het laten zien van het mooie van werken in de branche gaan

we nadrukkelijker onder VMBO-studenten de medewerkers van de toekomst werven voor een kwalitatieve vervolgopleiding op MBO-nivo.

Cursusprogramma

Naast de reguliere dagopleiding is ook het bieden van een volwaardig cursusprogramma onderdeel van Floral Education Center, uitgevoerd door de deelnemende scholen. Speciaal voor zij-instromers, maar ook voor werkenden in de branche (die vanaf volgend jaar allen ook een cursusbudget van de werkgever gaan krijgen) wordt met ingang van komend schooljaar een passend cursusprogramma ontwikkeld en aangeboden. De eerste contouren van het cursusprogramma zijn al uitgewerkt.

Meer informatie

De komende tijd zal er meer inhoudelijke informatie beschikbaar komen en zullen de verschillende onderwijsinstellingen de jaarprogramma's gaan presenteren. Wil je meer informatie, neem dan contact op met VBW via 0318 - 52 75 68.



Highlights uit de nieuwe CAO

Vlak voor het uitbreken van de coronacrisis konden we melden dat VBW, samen met vakbond AVV, een nieuwe CAO heeft afgesloten voor de bloemisten. De CAO kent een looptijd van 3 jaar (januari 2020 tot en met 31 december 2022). De nieuwe CAO-tekst en loontabel zijn terug te vinden op de website van VBW. De CAO-afspraken zijn ook vastgelegd in een praktisch boekje.

Loonontwikkeling per 1 juli 2020

In de nieuwe CAO is opgenomen dat salarisaanpassingen zijn gerelateerd aan de verhogingen van het Wettelijk minimum Loon (WML). Deze worden, vanuit de overheid, tweemaal per jaar aangepast; op 1 januari en op 1 juli. Daarnaast is in de loontabel per 1 juli ook een klein stukje compensatie m.b.t. pensioen verrekend en is de loonaanpassing per 1 januari j.l. voor de functiegroepen B-F ook meegenomen

Handige rekenhulp

Afgesproken is dat de lonen volgens de nieuwe tabel worden aangepast. Dat betekent dat in situaties van beloning boven de loontabel je goed moet rekenen. Om je (of je accountant) hierbij gemak te bieden, biedt VBW een handige rekenhulp. Kijk voor meer info op vbw.nu/cao

Coronacrisis

Naar aanleiding van het uitbreken van de coronacrisis is VBW het gesprek aangegaan met de vakbond AVV. We zien nu in veel gevallen een positieve omzetontwikkeling. Om die reden is afgesproken de veranderingen in de CAO per 1 juli 2020 "gewoon" door te zetten. Het is echter moeilijk te voorspellen welke economische gevolgen er nog gaan komen. Er is daarom dan ook afgesproken dat in het najaar er een vervolgoverleg zal komen, om op grond van de ontwikkelingen dan te besluiten of de vervolgstappen in de CAO gezet kunnen worden.

Meer informatie?

Kijk voor actuele informatie op vbw.nu/cao. Heb je vragen over de toepassing van de CAO? Dan kan je bellen met de CAO-Helpdesk, 0318-527568 keuze 1.



Subsidie praktijkleren:

Tot € 2.700,- voor praktijkbegeleiding bbl-leerlingen

Heb je in het schooljaar 2019-2020 een praktijkleerplaats beschikbaar gesteld aan mbo-leerling(en) in de beroeps-begeleidende leerweg (bbl)? Dan kan je vanaf 1 juli a.s. tot € 2.700,- subsidie 'praktijkleren' aanvragen (SPL)!

Wanneer kan je SPL-subsidie aanvragen?

- Als je door SBB erkend bent als leerbedrijf.
- Je een praktijkleerplaats hebt aangeboden aan mbo-leerling(en) die een Crebo-erkende bbl-opleiding volgen (nagenoeg alle opleidingen van de AOC's vallen hieronder).
- Gedurende schooljaar 2019-2020 de praktijkbegeleiding van de leerling(en) hebt verzorgd.

Hoeveel bedraagt de subsidie?

De SPL-subsidie is maximaal € 2.700,- per leerling/praktijkleerplaats, per volledig schooljaar van 40 weken. Indien de leerling gedurende het schooljaar minder dan

40 weken is begeleid, zal de SPL-subsidie naar rato lager worden vastgesteld. Vanuit de overheid is er een totaalbudget vastgesteld voor de SPL-subsidie. Is dit ontoereikend voor alle ingediende aanvragen gezamenlijk, zal de subsidie per leerling worden verlaagd, zodat wél alle ingediende aanvragen kunnen worden gehonoreerd.

Hoe verder?

Je kan de subsidie zelf aanvragen via de website van RVO, maar je kan je ook volledig laten ontzorgen. VBW werkt samen met Van Dijk Subsidieadvies B.V. op "No cure, no pay"-basis. Per gehonoreerde aanvraag betaal je slechts 12,5% commissie met een minimum van €125,-.

Interesse?

Neem contact op met VBW (0318-527568 (keuze 6)), bel met Mark Pluim (06-10933602) of Robert van Dijk (06-46232435). Zij helpen je graag!

#mooiwatbloemistendoen

Promotiecampagne is schot in de roos



#MOOIWATBLOEMISTENDOEN

Begin april lanceerde VBW de campagne #mooiwatbloemistendoen, een campagne bedoeld om de meerwaarde van bloemisten te tonen aan consumenten. Het belangrijkste ingrediënt binnen deze campagne zijn korte promotiefilmpjes die bloemisten lokaal kunnen inzetten.

Tv-commercial

De campagne stond al wat langer op de planning, maar is vanwege corona versneld geïntroduceerd. Juist in deze bizarre coronatijden blijkt de meerwaarde van bloemisten namelijk

als nooit tevoren. Corona vormde voor veel bedrijven en consumenten aanleiding om elkaar bloemen te sturen. Zomaar, of juist om elkaar een hart onder de riem te steken. De eerste filmpjes speelden in op die situaties.

De eerste resultaten zijn uitermate positief. De filmpjes met als thema 'Moederdag' en 'Pasen' zijn door ruim 100.000 personen bekeken. Een gigantisch bereik. Daarnaast is een filmpje waarin oma een hart onder de riem werd gestoken, o.a. als TV-commercial in de reclameblokken van STER vertoond en door ruim 2 miljoen Nederlanders bekeken.



#MOOIWATBLOEMISTENDOEN



ZEG HET MET BLOEMEN

#MOOIWATBLOEMISTENDOEN



VERRAS MAMA MET
HET MOOIESTE BOEKET

#MOOIWATBLOEMISTENDOEN



#MOOIWATBLOEMISTENDOEN



#MOOIWATBLOEMISTENDOEN



“SAMEN GENIETEN
VAN DE LENTE”

#MOOIWATBLOEMISTENDOEN

Jaarrond programma

Daar blijft het echter niet bij. Met de hashtag #mooiwatbloemistendoen zullen jaarrond filmpjes beschikbaar komen om ook de meerwaarde van bloemisten rond seizoenen, producten en bijzondere momenten en/of gelegenheden te tonen.

Zet de filmpjes in met je eigen gegevens!

Via VBW Video (uitgevoerd door Bizzvideo) bestaat voor VBW-leden de mogelijkheid om de diverse filmpjes voor slechts €2,50 te voorzien van de eigen bedrijfsgegevens. Daarmee krijgt het filmpje nog meer waarde. Je wordt namelijk zelf de afzender. Meer info: www.bizzvideo.nl/vbw

#mooiwatbloemistendoen is een gezamenlijk initiatief van:



Smithers-Oasis

OASIS® BIO Floral Foam voor een natuurlijk effect

Als bloemist werk je iedere dag met de mooiste producten uit de natuur. Hoe mooi is het dan om deze lijn in alle producten door te kunnen voeren? Smithers-Oasis biedt een uitgebreid assortiment biologisch afbreekbaar steekschuim* (OASIS® BIO Floral Foam). In een samenleving waarin duurzaamheid een steeds belangrijkere rol krijgt is biologisch steekschuim inmiddels niet meer weg te denken.

Ilona Oostenveld is enthousiast

Bloemstyliste Ilona Oostenveld wordt regelmatig door Smithers-Oasis gevraagd om mee te denken over vernieuwing en is dan ook meestal één van de eersten die deze producten uittest. Over het gebruik van OASIS® BIO Floral Foam is ze enorm enthousiast. Het gebruik van de biologische producten heeft veel belangrijke voordelen. *“Met het gebruik van de biologische producten heb je een goed verhaal naar je klant. Daarnaast heeft OASIS® BIO Floral Foam een mooie natuurlijke kleur wat een bijzonder effect geeft. Net als bij het zwarte steekschuim (OASIS® BLACK IDEAL) mag het steekschuim zichtbaar blijven. Dit betekent dat je minder bloemen gebruikt en daarmee ook minder tijd om toch een prachtige creatie te maken.”*



Ilona verzorgt ook vaak workshops waarbij ze het biologische steekschuim en de toepassingen ervan onder de aandacht brengt bij bloemisten. Dit biedt vaak nieuwe inzichten in de toepassingen.

Ontwikkelingen gaan door

Het streven van Smithers-Oasis is om een volledig afbreekbaar steekschuim te ontwikkelen. Hiervoor wordt veel onderzoek gedaan. Ilona volgt die ontwikkelingen op de voet: *“Je ziet tegenwoordig steeds meer natuurbegraafplaatsen ontstaan. Hoe mooi zou het dan zijn om de bloemstukken, die bij een afscheid horen, te kunnen laten staan in de wetenschap dat deze volledig in de natuur worden opgenomen.”*

Informatie

Alle informatie over de producten van Smithers-Oasis vind je op www.oasisfloral.nl. Alle producten zijn verkrijgbaar via de groothandel. Vraag ernaar. Volg Smithers-Oasis ook op Facebook, Instagram of Pinterest voor actuele informatie en ontwikkelingen.

* ASTM D5511 heeft aangetoond dat dit product 51,5% biologisch afbreekbaar is in 365 dagen en 91% in 3 jaar in biologisch actieve stortplaatsomstandigheden



www.oasisfloral.com

