

VBW JAARVERSLAG

2016



voor de bloemist



Inhoudsopgave

Introductie

1. VBW

- Doelstellingen VBW
- VBW-organisatie
- VBW financieel, vermogen en risicospreiding
- VBW en duurzaamheid

2. Activiteiten en bereikte resultaten 2016

- Naar meer professioneel ondernemerschap
- Naar meer en betere marketing & profilering
- Naar meer en beter en professioneel werkgeverschap
- Naar meer vakmanschap en vakonderwijs

3. Financiële resultaten 2016

- Verkorte balans per 31 december 2015
- Rekening van baten en lasten 2015

4. Woord van dank

3

4

4

5

6

7

8

8

12

15

18

22

22

23

26

Introductie

Graag biedt VBW je het jaarverslag 2016 aan. We blikken terug op een jaar waarin het herstel in de bloemendetailhandel voorzichtig doorzette. Mede door het aantrekken van de economie en het groeiende consumentenvertrouwen kwam de gemiddelde omzetstijging uit op 4,2 procent t.o.v. 2015. Bovendien wisten bloemisten hun sterke marktpositie (marktaandeel 51 procent) vast te houden. De bruto winst van de bedrijven stond in 2016 echter wel onder druk, dit vooral veroorzaakt door de gestegen inkoopwaarde.

Bloemisten konden ook in 2016 niet achterover leunen. Want het zijn vooral bloemisten die duidelijke segmentkeuzes maken en hun formule daarop afstemmen die succesvol zijn. 2016 stond dan ook in het teken van het ontwikkelen van een strategie en programma om bloemisten daarbij te ondersteunen. Daarom vonden er tal van activiteiten plaats op het gebied van omzetstimulering, kostenbeheersing, marktontwikkeling, deskundigheidsbevordering en instroom en opleiding van jong talent.

Met deze activiteiten ondersteunde VBW bloemisten opnieuw om zichzelf te ontwikkelen en hun bedrijfsvoering verder te professionaliseren. In lijn met de richtlijn voor de Jaarverslaggeving C1 voor kleine organisaties (RJK C1) "Kleine organisaties zonder winststreven" is in dit jaarverslag ook de samenvatting van het financiële jaarverslag 2016 opgenomen.

Wij hopen je met dit jaarverslag nader te informeren over de bruisende VBW-activiteiten en de financieel gezonde situatie van de vereniging.



1. VBW



VBW (Vereniging Bloemist Winkeliers) is de ondernemende brancheorganisatie voor bloemisten in Nederland. Deze ondernemers verkopen bloemen, planten, bloemwerk, potten en aanverwante producten aan consument en bedrijfsleven vanuit een bloemenwinkel. Binnen het totaal van de omzet neemt de verkoop van bloemen en planten minimaal een aandeel van 50% van hun omzet in.

Doelstellingen VBW

In de statuten van VBW staan de formele doelstellingen van de vereniging omschreven:

- De vereniging heeft ten doel de behartiging van de belangen van haar leden met betrekking tot de uitoefening van het bloemistenbedrijf.
- De vereniging tracht haar doel te bereiken langs wettige weg en wel door:
 - Het bevorderen van de afzet, bijvoorbeeld door het organiseren van gemeenschappelijke reclame, het verbeteren van handelsgebruiken, kredietwezen en het onderling verstrekken van inlichtingen/informatie;
 - Het "door derden doen" aanbieden van diensten;
 - Het meewerken aan de totstandkoming van en het afsluiten of aangaan van collectieve arbeidsovereenkomsten.
- De vereniging kan haar werkzaamheden tot derden uitstrekken.

De missie van VBW (wat doet VBW) is: VBW heeft als doel het ondernemersperspectief en de bedrijfsmatige vitaliteit van de individuele en gezamenlijke gevestigde bloemisten in Nederland te bevorderen.

De visie van VBW (hoe doet VBW dit) is: VBW richt haar activiteiten op de verbetering van de ondernemerscompetenties, de bedrijfsprocessen en de externe omstandigheden voor de aangesloten bedrijven en de branche als geheel. Dit gebeurt vooral in de vorm van een persoonlijk en digitaal kennis- en adviescentrum met bijbehorende dienstverlening.

VBW zet zich actief in voor bloemisten in het algemeen en voor haar leden in het bijzonder. We zetten zwaar in op de thema's bedrijfsvoering, goed werkgeverschap, groen vakonderwijs en natuurlijk profilering en vakmanschap (via Mijn Bloemist). Voor al deze thema's voeren we een krachtige lobby en bieden we onze leden goede informatie, passende dienstverlening en advies.

VBW-organisatie

VBW is een goed georganiseerde ledenorganisatie in de rechtsvorm vereniging. Het hoogste orgaan is de **Algemene Ledenvergadering**, die besluit over beleid, begroting en samenstelling bestuur en ledenraad.

Het bestuur, bestaande uit 3 bloemisten, is belast met het besturen van de vereniging.

Het VBW-bestuur bestaat vanaf november 2016 uit de volgende personen:

- John Thijert, voorzitter en tevens verantwoordelijk voor de portefeuille CAO en vakonderwijs;
- Martin Groen, verantwoordelijk voor de portefeuille vakmanschap;
- Jan Poels, verantwoordelijk voor de portefeuille ondernemerschap.

De vereniging kent een **ledenraad**, bestaande uit 8 bloemisten. De ledenraad fungeert als adviesorgaan naar het bestuur en heeft een aantal controlerende functies. De ledenraad heeft via de financiële commissie zicht op de financiën van de vereniging. Tijdens de Algemene Ledenvergadering 2016 zijn Jaap Wisse en Lindsey Zuidgeest toetreden tot de ledenraad. Marion Lemmen en Pascal Zijlmans waren herkiesbaar en kregen opnieuw het vertrouwen van de leden.

De **interne organisatie** is klein en slagvaardig en verzorgt direct of indirect de uitvoering van de VBW-activiteiten. Alle medewerkers van VBW zijn in dienst van de VBW Service & Advies b.v., dochtermaatschappij van de vereniging. Voor een groot aantal activiteiten maakt VBW gebruik van externe partners, die onder naam van VBW desbetreffende activiteiten uitvoeren.

De vereniging is eigenaar van het pand Da Vincilaan 5 en realiseert via verhuur aan externen een wezenlijke bijdrage in de kosten van het gebouw.

Via een aantal **commissies en werkgroepen** dragen leden van VBW bij aan de inhoudelijke ontwikkeling en uitvoering van beleid. Zo kent VBW de CAO-commissie, Onderwijscommissie, Mijn Bloemistcommissie, tijdelijke commissies (zoals Communicatie en Regeldruk) en Regioteams.

VBW financieel, vermogen en risicospreiding

VBW is een bijzonder gezonde vereniging. Middels de financiële ruimte in de vereniging en daaronder VBW Service & Advies b.v. worden tal van activiteiten en ontwikkelingen uitgevoerd en gerealiseerd. VBW is een vereniging zonder winstoogmerk en beoogt een jaarlijks resultaat van of net boven € 0 te realiseren. Behaalde rendementen worden nu of in de toekomst geïnvesteerd in de diverse beleidsthema's.

VBW investeert vooral in activiteiten en projecten die leiden tot professioneler ondernemerschap waarmee bloemisten een betere marktpositie en rendement kunnen realiseren. Het vrije vermogen van VBW moet minimaal een omvang van de jaarlast van VBW bedragen (waarin inbegrepen de jaarkosten van medewerkers). Voor het resterende vermogen kent VBW een terughoudend en risicomijdend vermogensbeleid, waarbij er een optimale balans moet worden ingevuld tussen rendement en risico.

VBW heeft ook haar organisatie met zo min mogelijk risico's ingericht. De vereniging is eigenaar van het pand, dat via onderverhuur bijdraagt in de exploitatie. De belangrijkste kostenposten worden gerealiseerd in een dochtermaatschappij, waarbij de vereniging zoveel mogelijk gevrijwaard is van risico's. Een aantal uitvoerende taken (op gebied van informatievoorziening en ledenservices) zijn zelfs bewust uitbesteed, met alle flexibiliteits- en risicovoordelen die daaruit voortvloeien.

Het grootste risico voor VBW is de marktpositie van de bloemisten en het aantal aangesloten leden bij de vereniging. Via goed beleid is het de ambitie om het ledenaantal



te stabiliseren (en waar mogelijk te laten groeien). Daarmee is dit risico alleszins beheersbaar en beïnvloedbaar.

Voor nadere details over de bereikte financiële resultaten en de begroting voor het komende jaar verwijzen we naar bijgevoegde informatie.

VBW en duurzaamheid

De voortschrijdende maatschappelijke trends van en vraag om duurzaamheid biedt nieuwe kansen voor de bloemist. Niet alleen de consument is gevoelig voor 'eerlijke' producten, ook overheden, gemeentes en bedrijven stellen – voornamelijk ook bij aanbestedingen – eisen aan een duurzame bedrijfsvoering; van de herkomst van bloemen en planten, het gebruik van niet-milieubelastend binnenstadvervoer tot het voeren van bepaalde duurzaamheidscertificeringen en toepassen van goed en verantwoord personeelsbeleid.

VBW biedt haar leden op regelmatige basis informatie aan over maatschappelijk verantwoord ondernemen (via haar nieuwsbrief en via website), stimuleert haar leden te werken met milieuvriendelijke materialen en verwijst ook expliciet naar de Barometer Duurzame Bloemist en MVO-Nederland. VBW werkt samen met overige duurzaamheidspartners in de branche.

In haar eigen organisatiebeleid streeft VBW naar optimale duurzaamheid. Daarom heeft VBW het pand in Ede laten voorzien van een duurzame warmte/koude-opslaginstallatie, die klimaatneutraal zorgt voor een goed werkklimaat. Ook op andere gebieden wordt gezocht naar de meest duurzame ondernemingsvormen.

2. Activiteiten en bereikte resultaten 2016

Naar meer professioneel ondernemerschap



Algemene lobbyresultaten

- Minder onnodige regels en een lagere regeldruk. Zo kwam er mede op aandringen van VBW een milder BHV-regiem voor bedrijven met minder dan 25 medewerkers.
- Lancering 'Kansrijk', de groeiagenda voor het mkb.
- 5 miljard lastenverlichting lastenverlichting voor burgers en bedrijven.
- Behoud overheidsregelingen voor financiering: BMKB ongewijzigd.
- Eén financieringsloket: nationalefinancieringswijzer.nl.
- Behoud BTW-tarieven.
- De toegang van het mkb tot aanbestedingen moet verbeteren en inbestedingen door het Rijk moeten worden teruggedraaid.

- Er is bereikt dat er een MKB-toets voor nieuwe regels komt, waarbij de toepasbaarheid aan de praktijk wordt getoetst, voor bedrijven tot 25 medewerkers komt er waar mogelijk/nodig aangepaste wetgeving en de ontwikkeling van wetgeving zal vanaf heden meer ingericht zijn op de MKB-bedrijven.
- Ook de bestaande regeldruk moet afnemen. Daarvoor komt er een publiek-private commissie komen die het kabinet adviseert en concrete knelpunten identificeert. Barrières in wet- en regelgeving die in de weg staan van het ondernemerschap, vernieuwing, innovatie en/of investeringen moeten worden weggenomen.
- Kortere betaaltermijnen. Per 1 juli gaat de aangescherpte wet late betalingen van kracht. Grote ondernemingen mogen dan geen betalingstermijn van meer dan 60 dagen opnemen. Wij zetten in op het continueren van Betaalme.nu – met een betaalnorm van 30 dagen - waarbij bijna 50 grote ondernemingen zijn aangesloten.

Branchespecifieke activiteiten en resultaten

- Behoud van fysieke veilingklok bij Royal FloraHolland. Door een intensieve lobby, gesprekken, brieven en artikelen bereikte VBW dat bloemisten de mogelijkheid houden om in te kopen via de fysieke veilingklok en dat Royal FloraHolland in haar digitaliserings-strategie meer rekening houdt met bloemisten.
- Beschikbaar stellen van waardecheques t.w.v. ruim € 1.100,- aan VBW-leden.
- Uitvoeren van de professionele en praktische masterclass 'Mijn Tent wordt Top' (zes avonden) die opleidt tot beter ondernemerschap in de bloemendetailhandel.
- Uitvoeren training 'Klanthousiasme' voor bloemisten en hun medewerkers.
- Behoud lage BTW-tarief op bloemen en planten

In 2016 voerde VBW een intensieve lobby richting Royal FloraHolland. Doel was het **behoud** van de mogelijkheid om in te kopen via de **fysieke klok**. VBW benadrukte via meerdere kanalen de waarde van de klokkopende bloemist. Die bloemist draagt o.a. bij aan een gezonde prijsvorming en goede opbrengstwaarde voor de kwekers en biedt mogelijkheden om nieuwe producten te testen in de markt. In de optiek van VBW is het cruciaal voor de sierteeltsector dat bloemisten kunnen blijven inkopen via de fysieke klok. VBW zette daarom in op het behoud van de fysieke klok op meerdere locaties (Rijnsburg, Eelde, Naaldwijk en Aalsmeer) met een vraaggestuurd aanbod, tegen zo laag mogelijke



kosten en met duidelijke serviceafspraken op logistiek gebied. Mede door de inzet van VBW besloot Royal FloraHolland om haar digitaliserings-strategie aan te passen en bleef in ieder geval een deel van de fysieke veilingen in 2016 open voor bloemisten.

Vrijwel ieder jaar, zo ook in 2016, stelt het kabinet haar begroting en jaarplannen op.

Geregeld wordt dan ook weer het instrument van **BTW-verhoging** onder de loop genomen.

VBW is er in 2016 ook weer in geslaagd om de BTW op bloemen en planten op het lage tarief van 6% te houden.

In april verstuurde VBW een persoonlijke brief naar politieke kopstukken van alle grote partijen om werk te maken van het **verminderen van de regeldruk**, zoals eerder met de overheid was afgesproken in het Actieprogramma Regeldruk. In overleg met verschillende ministeries boekte VBW op dit terrein enkele mooie resultaten. Zo bereikten we dat er een mild BHV-regime gaat gelden voor bloemisten met minder dan 25 medewerkers. Zij hoeven dankzij de inzet van VBW geen vaste BHV'er op te leiden, mits ze werken aan een goed veiligheidsbewustzijn en daarbij een goed plan van aanpak maken.

Ook later in 2016 bleef VBW de belangen van bloemisten behartigen in Den Haag. Dat gebeurde op grote thema's die een zeer grote impact of potentiële impact op de bedrijfsvoering van bloemisten hebben. Zo stuurde VBW een brandbrief naar Lodewijk Asscher, minister van Sociale Zaken & Werkgelegenheid, en alle fractievoorzitters van partijen uit de Tweede Kamer. In de brief pleitte VBW om de **Wet Werk & Zekerheid (WWZ)** aan te passen voor ondernemers die hun bedrijf willen beëindigen om economische redenen. Zij moeten in dat geval hoge transitievergoedingen betalen, waardoor ze eigenlijk niet kunnen stoppen zonder in financiële problemen te komen. Eerder lobbyde VBW al met succes voor aanpassing van de WWZ als het gaat om loondoorbetaling bij ziekte. Mede door inspanning van VBW krijgen werkgevers de transitievergoeding die volgt op de twee jaar loondoorbetaling voortaan vergoed door het UWV. Verder pleitte VBW voor regelingen die bloemisten **compenseren** voor de geplande **verhoging van het minimumloon en het minimumjeugdloon**.

VBW besloot om een groot deel van het bedrijfsresultaat van 2015 in 2016 te delen met haar leden. VBW-leden ontvingen daarom voor **ruim € 1.100,- aan waardecheques**. Met de cheques konden bloemisten gratis producten of diensten aanvragen, zoals een pioenenpakket, een plantenbox, een advertentie in een huis-aan-huiskrant of gratis marketing- of bedrijfsadvies. Er werd intensief gebruikgemaakt van de waardecheques door de VBW-leden.



In 2016 beleefde de **masterclass 'Mijn Tent wordt Top'** zijn derde jaar. De praktische masterclass draagt bij aan nog beter ondernemerschap in de bloemendetailhandel. Daarbij staat de klant centraal in plaats van het product en wordt gestuurd op cijfers in plaats van gevoel. 'Mijn Tent wordt Top' bestaat uit 6 regionale avondbijeenkomsten, die verdeeld over een jaar plaatsvinden. Per regio kunnen maximaal 12 VBW-leden deelnemen. Met 60 deelnemende bloemisten zat de masterclass in 2016 direct vol.



In 2016 beleefde de training **Klanthousiasme** zijn tweede jaar. Om de klant op de juiste wijze in de watten te leggen, goed te luisteren naar zijn wensen en deze juist te interpreteren, zette VBW deze training voor medewerkers op. Uitgangspunt is dat klantgerichtheid leidt tot meer tevreden klanten. De training bestaat uit een basis- en verdiepingsmodule. Elke module kent twee avonden plus praktijkopdrachten. De training werd regionaal of incompany gegeven. Ruim 250 bloemisten en medewerkers namen deel.

Waardevolle bijeenkomsten waren ook bij de **VBW-Businessclubs** en de **VBW-Studieclubs**. Bij de **VBW-Businessclub** ontmoet een klein aantal gelijkgestemde bloemisten uit een niet-concurrerend verzorgingsgebied elkaar. De clubs zijn bronnen van praktische ondernemerskennis en -ideeën met het accent op herkenbare cases die het ondernemerschap raken.

Een belangrijk speerpunt voor VBW in 2016 vormde het **versterken van ondernemerschap**. VBW stimuleerde bloemisten om na te denken over hoe ze ondernemen en welke segment- en formulekeuzes ze daarbij maken. Om ondernemers te ondersteunen, werden in opdracht van TNO en op basis van consumenten en segmentatieonderzoek verschillende kansrijke bloemistenpersona's ontwikkeld. Dit zijn types bloemisten met bijbehorende doelen, behoeften, klantsegmenten, verkoopkanalen, aanbod, activiteiten en ketenrelaties. De uitkomsten van het onderzoek vormen voor VBW basis om bloemisten in de komende jaren actief te ondersteunen bij de stap naar een nog beter rendement.

Succesvol ondernemen draait niet alleen om het verzilveren van kansen, maar ook om het beheersen van kosten. VBW bouwde daarom in 2016 de diensten van VBW Bedrijfskosten verder uit. **VBW Bedrijfskosten** helpt bloemisten om te besparen op onder meer afvalverwerking, energie, beveiliging en telefonie, door op zoek te gaan naar de meest efficiënte oplossing. VBW Bedrijfskosten begeleidt bloemisten bij een overstap naar een andere leverancier en houdt met een jaarlijkse contractencheck in de gaten of VBW-leden niet te veel betalen.

Naar meer en betere marketing & profilering

Branchespecifieke activiteiten en resultaten

- Onderzoek naar veranderend koopgedrag in bloemen en planten door TNO.
- Ontwikkelen van een ondersteuningsprogramma voor bloemisten, gebaseerd op veranderend koopgedrag en trends in retail.
- Jaarprogramma Mijn Bloemist met acties:
 - Mijn Bloemist Tulpenweken
 - Mijn Bloemist Vrijwilligersweken
 - Mijn Bloemist Pioenweken
 - Vitamine Plant
- Marktbewerking consument met inzet relevante content via diverse kanalen: magazine Mijn Bloemist, Bloem en Plant van de Maand op website van Mijn Bloemist, social media van Mijn Bloemist en een e-mailnieuwsbrief (XX abonnees). In totaal worden via de Mijn Bloemist-media circa XXXX consumenten (direct) bereikt.
- Introductie van VBW Marketing, dat als aanvulling op Mijn Bloemist VBW-leden helpt om marketingkansen te verzilveren.
- VBW Online ondersteunde bloemisten bij het bereiken van hun doelgroep via social media en het vergroten van online omzet via webshops.
- Intensivering samenwerking met strategische Mijn Bloemist-partners (FloraHolland, Waterdrinker, Alflora, Smithers-Oasis) voor o.a. speciale producten voor Mijn Bloemist.
- Verder uitwerking van samenwerking met Plantion en gezamenlijke promotie en acties richting klanten van Plantion.
- In iedere uitgave van het magazine Bloemist verschenen artikelen over marketing, onderwerpen uit de masterclass 'Mijn Tent wordt Top' en cases over succesvolle marketingacties door leden van VBW.
- VBW is in het TV-programma Kassa opgekomen voor de online prestaties van de bloemist.
- VBW heeft via een goede PR-campagne tweemaal een economisch halfjaarbericht over de bloemist in de media gebracht, met als resultaat aandacht van landelijke en regionale TV, print en radio.



In opdracht van VBW en VGB (brancheorganisatie groothandel) en in samenwerking met Royal FloraHolland en BBH deed TNO **onderzoek naar het veranderende koopgedrag van consumenten** als het gaat om bloemen en planten. Op basis hiervan werd in 2016 gestart

met het ontwikkelen een strategisch ondersteuningsprogramma voor bloemisten. Doel van het ondersteuningsprogramma is het versterken van ondernemerschap en het verbeteren van rendement, onder meer door middel van segmentkeuzes en een datagedreven marktbenadering.

Om de bloemist naar de consument te promoten als een creatieve vakman, liep ook in 2016 de **consumentencampagne Mijn Bloemist**. Doel van de campagne is het aantal bezoeken aan de bloemist te verhogen. Dat gebeurt door middel van campagnes, inzet van Mijn Bloemist-media (o.a. promotiemagazine, website en social media) en het consequent communiceren van vijf kernwaarden die het onderscheidende vakmanschap van de bloemist uitdragen. Het gaat om de kernwaarden:



- Verse bloemen, sterke planten
- Met zorg geselecteerde bijzondere producten
- Verrassende en voor jou gemaakte bloemcreaties
- Deskundige vakspecialisten
- Persoonlijk advies en service

De Nationale Tulpendag in januari vormde de aftrap van de landelijke **Mijn Bloemist Tulpenweken**. Bijna 400 VBW-bloemisten deden mee. Een flinke stijging t.o.v. 2015 toen 267 VBW-bloemisten met lokale promotieacties inhaakten op deze campagne van Mijn Bloemist. De Mijn Bloemist Tulpenweken geven de verkoop van tulpen traditiegetrouw een boost en dat was ook dit jaar het geval.

Om vrijwilligers in het zonnetje te zetten, organiseerde Mijn Bloemist in maart de **Mijn Bloemist Vrijwilligersweken**. Consumenten werden opgeroepen vrijwilligers in hun omgeving te bedanken met een prachtig anjerboekje. Een recordaantal van 223 VBW-bloemisten deed mee aan de campagne. VBW ondersteunde hen met een POS-promotiepakket en zorgde voor landelijke aandacht. Via met name Mijn Bloemist-kanalen werden ruim 600.000 consumenten bereikt. Bloemisten konden actiematig anjers inkopen bij de handelspartners. 13% van de deelnemende bloemisten zag de verkoop van anjers tijdens de Mijn Vrijwilligersweken toenemen.

De landelijke **Mijn Bloemist Pioenweken** in mei brachten de pioen onder de aandacht van de consument. De campagne gaf de bloemist alle mogelijkheden in te haken. Mijn Bloemist voerde samen met o.a. Bloemenbureau Holland, Plantion en Royal FloraHolland landelijke consumentencommunicatie. Voor de 399 deelnemende VBW-bloemisten was er een POS-promotiepakket (met volop mogelijkheden voor lokale promotie) en waren er inkoop- en voordeelacties (gekoppeld aan een actie) bij de handelspartners.



Om bloemisten nog beter te ondersteunen bij het verzilveren van marktkansen, introduceerde VBW in 2016 **VBW Marketing**. VBW Marketing is een aanvulling op de bestaande marketingactiviteiten onder het label van Mijn Bloemist. Via VBW Marketing kunnen bloemisten ondersteuning krijgen bij tal van marketingactiviteiten. Van het opzetten van lokale marketingcampagnes of het organiseren van een klantevent tot het ontwikkelen van een huisstijl of het vormgeven van advertenties en flyers.

De introductie van VBW Marketing is tevens een aanvulling op de activiteiten van **VBW Online**. VBW Online hield bloemisten in 2016 op de hoogte van trends en ontwikkelingen op het gebied van internetmarketing en social media. Een groeiend aantal VBW-leden liet zich adviseren, ontzorgen en ondersteunen, bijvoorbeeld door het beheer van social media uit te besteden. VBW Online besteedde in 2016 tevens veel aandacht aan het vergroten van online omzet via webshops. Een groeiend aantal bloemisten koos bovendien in 2016 voor FlowerPoints, een slim spaarsysteem waarmee bloemisten snel een waardevol elektronische klantenbestand opbouwen.



Het **VBW Inspiratieteam** richtte zich in 2016 op het uitwerken van kansen in de onderbelichte doelgroep 'mannen'. Uit onderzoek blijkt dat bijna een miljoen Nederlandse mannen nooit bloemen krijgt, maar dit wel leuk zou vinden. Het VBW Inspiratieteam, in 2016 bestaande uit Dini Holtrop, Roxanne van Schellen en Marcel van der Haar, zette aan de hand van het onderzoek drie typen mannen op een rijtje die kansrijk zijn voor de bloemist. Het gaat om de stoere man, de zakenman en de familieman. Voor elke subdoelgroep werden bijpassende arrangementen bedacht en manieren om mannen te verleiden tot een bezoek aan de bloemist. De informatie werd gedeeld via verschillende kanalen van VBW, waaronder de Business Clubs.

In 2016 was er via Mijn Bloemist en de VBW Business Clubs onder meer aandacht voor het benutten van kansen op de zakelijke markt. VBW ondersteunde bloemisten met een **training** waarin het analyseren van klantbehoeften, het voeren van een verkoopgesprek en zakelijke marketingacties aan bod kwamen. Ook ontwikkelde VBW communicatiemiddelen voor de zakelijke markt. Het gaat bijvoorbeeld om voorbeeldoffertes met tips voor het berekenen van de verkoopprijs, een format voor een bedrijfsbrochure en mailings voor (zakelijke) bloemen-dagen zoals Secretaressedag en Kerst.

Met dank aan de steun van de strategische partners Royal FloraHolland, Plantion, Bloemenbureau Holland, Waterdrinker, FleuraMetz, Alflora en Smithers-Oasis heeft VBW in 2016 opnieuw een intensief marktbewerkingsprogramma kunnen aanbieden.

Naar meer en beter en professioneel werkgeverschap

Algemene lobbyresultaten

- Samen met andere brancheorganisaties en MKB Nederland startte VBW een lobby gericht op goede compensatieregelingen voor de aangekondigde verhoging van het minimumjeugdloon
- Aanpassing WWZ als het gaat om transitievergoeding bij ontslag om bedrijfseconomische redenen en compensatie voor transitievergoeding bij langdurige arbeidsongeschiktheid.
- Via MKB NL heeft VBW het gesprek over de wet loondoorbetaling bij ziekte opgestart; de huidige termijn van 2 jaar is voor veel ondernemers een onhaalbare en onbetaalbare omvang.
- Evaluatie werkkostenregeling: met het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid is afgesproken dat het ondernemersgeluid prominent in deze evaluatie naar voren zal komen. De evaluatie zal voor het eind van 2017 worden afgerond.

Branchespecifieke activiteiten en resultaten

- Start van het Sociaal Fonds gespecialiseerde bloemendetailhandel, van waaruit tal van activiteiten en projecten worden gesubsidieerd.
- Workshops over het voeren van jaargesprekken met medewerkers.
- Aandacht in het magazine Bloemist voor belangrijke werkgeversthema's, zoals verzuim en vitaliteit, opleiden, arbeidscontracten, arbeidsongeschiktheid, incasso en juridische conflicten.
- Introductie van VBW Personeelsplanner, waarmee bloemisten eenvoudig meer grip op hun personeelsplanning krijgen.
- Training 'Klanthousiasme' voor bloemisten en hun medewerkers, gericht op het verhogen van de klanttevredenheid.
- Met de subsidieregeling Praktijkleren konden bloemisten die een BBL-leerling nu of straks in dienst hebben via VBW een flinke subsidie ontvangen (tot € 2.700,-). In totaal is bijna € 73.000,- subsidie uitgekeerd.
- Ontwikkeling en introductie van een ondersteuningsprogramma voor bloemisten die hun bedrijf willen overdragen of beëindigen.
- Via het Sociaal Fonds werden budgetten beschikbaar gesteld om medewerkers om- of bij te scholen.
- Ondersteuning van VBW-leden op het gebied van werkgeverszaken door VBW Risk, VBW Incasso, VBW Verzuimloket en VBW ZorgPortaal.

Toelichting

In 2016 werden VBW-leden uitgebreid **geïnformeerd over de nieuwe CAO** via onder meer e-mailnieuwsbrieven, artikelen in Mijn Bloemist en op de website van VBW. Daarin was onder meer veel aandacht voor het belang van de jaargesprekken en juiste functie-indelingen. Per 1 juli 2016 kreeg het salarisgebouw conform de gemaakte CAO-afspraken een extra door-groei-trede van 1,5% voor de functiegroepen B t/m F (voorheen 1 t/m 5).



VBW organiseerde gratis **workshops** over het voeren van **jaargesprekken**. VBW-leden leerden tijdens de workshop hoe je een inhoudelijk en resultaatgericht jaargesprek voert en hoe je daarmee een hogere betrokkenheid bij medewerkers kan kweken. De workshops werden aangeboden via de Business Clubs. Verder ontwikkelde VBW een handig formulier dat ondernemers kunnen gebruiken als leidraad voor het voeren van jaargesprekken met medewerkers.

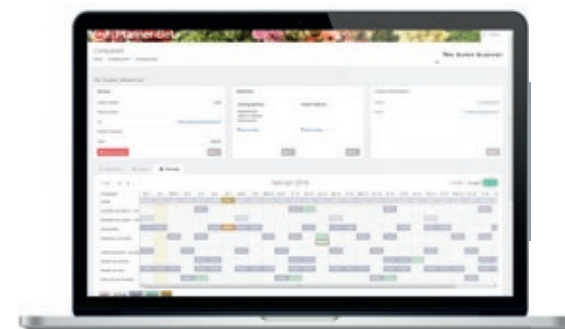
VBW en de branche hebben per 1 januari 2016 een **nieuw Sociaal Fonds** ingesteld; Stichting Sociaal Fonds Bloemenspecialzaken. Het bestuur bestaat uit VBW, CVAH en AVV. Het Sociaal Fonds richt zich op het bevorderen van vitaliteit en vakmanschap van werknemers, het stimuleren van professioneel ondernemerschap en goed werkgeverschap, het ontwikkelen van toekomstgericht vakonderwijs en het verstrekken van heldere en praktische CAO-communicatie. De jaarpremie van het sociaal fonds bedraagt 0,75% over de loonsom, waarvan 0,05% doorbelast mag worden aan de medewerker.

Speciale aandacht was er in 2016 voor bloemisten die willen stoppen met hun zaak. VBW ontwikkelde voor deze doelgroep een **ondersteuningsprogramma bedrijfsbeëindiging**. Het programma bestaat onder meer uit een informatiebrochure, een stappenplan, een workshop en een Marktplaats waar bloemisten hun winkel ter overname kunnen aanbieden.

Onderdeel van de ledenservice van VBW is een uitgebreid **opleidingsprogramma** met praktische trainingen en workshops waar veel gebruik van werd gemaakt door bloemisten en hun medewerkers. De trainingen en workshops zijn speciaal ontwikkeld voor de bloemendetailhandel en dragen bij aan de professionele ontwikkeling van deelnemers en het rendement van bedrijven.



Om de bloemist te ontzorgen bij het plannen van personeel, is de **VBW Personeelsplanner** geïntroduceerd. Een gratis tool waarmee VBW-leden in één oogopslag zien wie er waar en wanneer werkt en wat de resterende vrije uren zijn. Via VBW Personeelsplanner zijn gemaakte uren eenvoudig in te boeken en kunnen bloemisten overal en altijd de planning aanpassen. Dat gebeurt automatisch in lijn met CAO-regels.



Naar meer vakmanschap en vakonderwijs

Algemene lobbyresultaten

- VBW is erin geslaagd dat alle MBO-studenten met ingang van het schooljaar 2016/2017 een OV-jaarkaart krijgen, waardoor de reiskosten voor leerlingen ook op het MBO-onderwijs fors zijn gedaald;

Branchespecifieke activiteiten en resultaten

- Verdere uitwerking en start van de Bloemistenacademie.
- Het jaarlijkse branche-evenement VBW Flowercup. Deelnemers kregen dit keer de opdracht om een handgebonden boeket voor mannen te maken.
- In het najaar van 2016 vonden de voorrondes en de finale van het NK Bloemsierkunst Junioren plaats.
- Bijeenkomsten VBW Studieclubs waar productkennis en vakmanschap centraal staan.

Toelichting

In de eerste helft van 2016 werd de laatste hand gelegd aan het programma van **De Bloemistenacademie**, waarna de officiële start in september plaatsvond. De Bloemistenacademie is een samenwerking tussen VBW, twaalf AOC's die bloemisten opleiden en lokale bloemisten uit heel Nederland. De samenwerking bereidt jongeren optimaal voor op een bloeiende carrière in de bloemendetailhandel en moet ervoor zorgen



dat het onderwijs optimaal blijft aansluiten bij de praktijk van de bloemist: nu én in de toekomst. In het onderwijs ligt daarom een zwaar accent op vakmanschap, productkennis, communicatie, ondernemen en marketing.

Een ander belangrijk instrument in het ontwikkelen van het vakmanschap is de **VBW Flowercup**. Dit evenement heeft als doel om creativiteit en vakmanschap in de branche te ontwikkelen. De wedstrijd vormt een belangrijk inspiratieplatform voor vakgenoten. In totaal namen ruim 200 bloemisten deel. De finale van de VBW Flowercup werd 2 november gehouden bij Cultra in Aalsmeer op de VBW-Ledendag. Aan de finale namen 30 bloemisten deel die zich al eerder hadden gekwalificeerd. Winnaar werd Roxanne Schellen van Natuurlijk Rosalie Bloem & Groen Styling.



In het najaar van 2016 vond de finale van het **NK Bloemsierkunst voor Junioren** plaats bij Kasteel Groeneveld in Baarn. De 12 deelnemers maakten een buitenplanten-arrangement in de vorm van een statafel, een steekschuimarrangement en verrassingsopdracht. De winst ging naar Hidde Klink (22), die daardoor Nederland mag vertegenwoordigen op het EK in 2017 in België.

In 2016 nam Dini Holtrop namens Nederland deel aan het **EK Bloemsierkunst** in Genua. VBW ondersteunde haar bij de voorbereiding op deze prestigieuze wedstrijd. Dini behaalde een plek in de middenmoot.

Een objectieve beoordeling bij nationale en internationale vakwedstrijden en in onderwijssituaties is een eerste vereiste om resultaten van hardwerkende studenten en professionals te waarderen. Daarom biedt VBW in samenwerking met Aeres Hogeschool Wageningen een training aan die bloemisten opleidt tot objectieve assessor. In juni 2016 ronden 11 deelnemers de training met succes af, waardoor ze zich **National Certified Judge** mogen noemen.



Samen met de AOC Raad heeft VBW zich in 2016 ingespannen om het belang van een **eerlijkere bekostiging voor groen onderwijs** onder de aandacht te brengen in politiek Den Haag. We konden de miljoenenbezuiniging op groen onderwijs helaas niet ongedaan maken, maar zorgden er samen met onze onderwijspartners wel voor dat er gezocht blijft worden naar oplossingen die bijdragen aan een eerlijke en gelijkwaardige bekostiging in vergelijking met die van ROC's.



**Bloemisten
Academie**

Powered by VBW

Bij de **VBW-Studieclubs** ligt het accent op productkennis en vakmanschap. Vaak vindt een ontmoeting dan ook plaats bij een kweker. Het kijkje achter de schermen werkt vaak stimulerend en inspirerend. In een studieclub wisselt de bloemist met collega-bloemisten en medewerkers nieuwe technieken uit en deelt ervaringen en ideeën om zijn vakmanschap te vergroten. Vrijwel iedere regio in Nederland kent een studieclub die 4 tot 8 keer per jaar bij elkaar komt.

De **VBW-Regioteams** organiseren jaarlijks 1 of 2 grote vakevents, waarbij duizenden vakgenoten op de been worden gebracht. De vakevents door de regioteams vormen zo de ruggengraat van de noodzakelijke vakinnovatie en ontwikkeling. 'Uit je bol bij Keukenhof' van regio Noord-West, de Florale Dinner Show van regio Noord, de Floral Fashion line-up van regio Zuid-West, een XXL-workshop rond het thema 'events' van regio Zuid-Oost en 'It's all about Xmas' van regio Oost waren fraai opgezette evenementen in 2016 waar vermaak en inspiratie op aangename wijze in elkaar overliepen.



3. Financiële resultaten 2016

Verkorte balans per 31 december 2016

ACTIVA	31-12-15	31-12-16
Vaste Activa		
Materiële vaste activa	1.037.875	1.019.952
Financiële vaste activa	475.328	768.284
Subtotaal	1.513.203	1.788.236
Vlottende Activa		
Overige vorderingen en overlopende activa	1.694	1.850
Belastingen	27.817	31.638
Liquide middelen	3.169.343	3.184.551
Subtotaal	3.198.854	3.218.039
TOTAAL ACTIVA	4.712.057	5.006.275

PASSIVA	31-12-15	31-12-16
Eigen vermogen		
Algemene reserve	2.202.358	2.493.814
Bestemmingsreserves	227.540	191.903
Subtotaal	2.429.898	2.685.717
Langlopende schulden		
Schulden aan groepsmaatschappijen	2.197.029	2.184.625
Kortlopende schulden		
Crediteuren	7.183	53.820
Overige schulden en overlopende passiva	77.950	82.113
Subtotaal	85.133	135.933
TOTAAL PASSIVA	4.712.060	5.006.275

Solvabiliteitsratio	51,57%	53,65%
(eigen vermogen/totaal vermogen)		
Liquiditeitsratio	37,6	23,7
(vlottende activa/vlottende passiva)		

Bedragen in euro's

Rekening van baten en lasten 2016

BATEN	Definitieve begroting 2016	Resultaat 2016
Contributies VBW	455.000	457.839
Projecten	390.278	648.780
Overige contributies en bijdragen	13.500	13.422
Verhuur bedrijfsruimten	128.000	129.156
Interest	10.000	6.870
Diverse baten	0	0
Totaal Baten	996.778	1.256.067

LASTEN	Definitieve begroting 2016	Resultaat 2016
Kosten Bestuur	54.000	52.253
Kosten Ledenraad en commissies	8.300	6.885
Kosten Huisvesting	57.464	63.960
Externe advieskosten	5.152	7.171
Contributies	50.995	53.950
Communicatie, activiteiten en onderzoek	247.500	245.161
Doorbelaste werkplekkosten	212.000	211.830
Projecten	390.278	648.780
Overige kosten	0	2.577
Totaal Lasten	1.025.689	1.292.567

Exploitatieresultaat	-28.911	-36.500
Resultaat deelneming	70.000	292.956
Saldo van baten en lasten	41.089	256.456

Bestemming saldo van baten en lasten		
Bestemmingsreserve Vakmanschap		-10.000
Bestemmingsreserve Bloemist van de Toekomst		-25.000
Totaalresultaat (naar Algemene Reserve)	41.089	291.456

Bedragen in euro's

Vereniging Bloemist Winkeliers
Ter attentie van het bestuur
Da Vincilaan 5
6716 WC Ede

Beoordelingsverklaring van de onafhankelijke accountant

Bijgesloten samengevatte jaarrekening, bestaande uit de samengevatte balans per 31 december 2016 en de samengevatte winst- en verliesrekening over 2016, is ontleend aan de beoordeelde jaarrekening van Vereniging Bloemist Winkeliers. Wij hebben een goedkeurende beoordelingsverklaring verstrekt bij die jaarrekening. Desbetreffende jaarrekening en deze samenvatting bevatten geen weergave van gebeurtenissen die hebben plaatsgevonden sinds de datum van onze beoordelingsverklaring van 19 oktober 2017.

De samengevatte jaarrekening bevat niet alle toelichtingen die zijn vereist op basis van de gehanteerde grondslagen voor financiële verslaggeving. Het kennismaken van de samengevatte jaarrekening kan derhalve niet in de plaats treden van het kennismaken van de beoordeelde jaarrekening van Vereniging Bloemist Winkeliers.

Verantwoordelijkheid van het bestuur

Het bestuur is verantwoordelijk voor het opstellen van een samenvatting van de beoordeelde jaarrekening in overeenstemming met de grondslagen zoals beschreven in de beoordeelde jaarrekening.

Verantwoordelijkheid van de accountant

Onze verantwoordelijkheid is het geven van een conclusie over de samengevatte jaarrekening op basis van onze werkzaamheden, uitgevoerd in overeenstemming met Nederlands Recht, waaronder de Nederlandse Standaard 2400, "Opdrachten tot het beoordelen van financiële overzichten".

Conclusie

Op grond van onze beoordeling is ons niets gebleken op basis waarvan wij zouden moeten concluderen dat de samengevatte jaarrekening niet consistent is met de jaarrekening over 2016 van Vereniging Bloemist Winkeliers.

Barneveld, 23 oktober 2017

JonkerFieret adviseurs/accountants

(was getekend)

A. Fieret RA RB

Albert Plesmanstraat 2 Barneveld 0342-444353 | Arnhemseweg 31 Ede 0318-612161
Postbus 174, 3770 AD Barneveld | fax 0342-444131 | info@jonkerfieret.nl | www.jonkerfieret.nl

JonkerFieret adviseurs/accountants is een besloten vennootschap. Inschrijvingsnummer KvK: 03 961 | BTW: 875.93.354.B-01
Op al onze diensten zijn de algemene voorwaarden van toepassing, gedeponeerd bij de Rechtsbank te Utrecht. In deze voorwaarden is ondermeer een beperking van de aansprakelijkheid opgenomen.



4. Woord van dank

Samenwerking, daar draait het om. Samenwerking met de mensen in de regio's, met de mensen in Ede en met alle ketenpartners. Dankzij deze samenwerking werden in 2016 mooie resultaten geboekt en kwamen tal van initiatieven van de grond waar bloemisten iets aan hebben. Daarom bedankt VBW alle bloemisten, ketenpartners en andere relaties heel hartelijk voor hun enthousiaste inzet en medewerking in 2016.

Bestuur
Vereniging Bloemist Winkeliers

Martin Groen, John Thijert en Jan Poels





Facebook
voordebloemist



Twitter
voordebloemist



Youtube
voordebloemist



Da Vincilaan 5
6716 WC Ede



Telefoon
0318-52 75 68



Email
info@vbw.nu



Internet
www.vbw.nu