

**4** Lobbyresultaten van 2014 **6** Training 'Klanthousiasme' **9** Niets te verliezen met VBW Incasso **10** 'Mijn Tent wordt Top' **15** Verkiezing 'Mijn Bloemist van het Jaar' van start **22** Nieuw: VBW Inkoopdienst

Exclusief voor VBW-leden

# Ontvang een promotiecheque voor jouw winkel

Kijk snel op pagina 16!





John Thijert  
info@vbw.nu

## Geef aandacht

Beste collega,

Vanuit VBW kunnen we er eigenlijk niet genoeg op hameren: als bloemist moet jij je blijvend onderscheiden. Met een eenduidige en duidelijke boodschap. We weten allemaal dat de retail in zwaar weer verkeert en dat de concurrentie - naast supermarkten, benzinestations ook de grote bloemenorganisaties - stukjes markt wegkaapt.

### Koning Willem-Alexander

Dat de bloemenbranche het moeilijk heeft, concludeerde ook koning Willem-Alexander. Ik werd aan hem voorgesteld op de nieuwjaarsreceptie in het Koninklijk Paleis op de Dam in Amsterdam en sprak hem persoonlijk. Namens het mkb was ik uitgenodigd als voorzitter van VBW. Een kort en bemoedigend gesprek, waarin de koning zijn waardering voor ons vak uitsprak.

### Succes

Het is aan ons om deze bemoedigende woorden een passend vervolg te geven. In 2015 zetten we opnieuw de schouders eronder. VBW reikt jou en jouw medewerkers de benodigde ondersteuning aan om van jouw zaak een succes te maken. Van de training 'Klanthousiasme' tot de masterclass 'Mijn Tent wordt Top' en natuurlijk het aanstaande congres in juni: Het Nieuwe Ondernemen. Pak jouw kansen en leg jouw klant in de watten. De klant is koning.

Ik wens iedere bloemist een succesvol 2015!

Met vriendelijke groet,

John Thijert  
Voorzitter VBW

## inhoud

- |   |  |
|---|--|
| <b>3</b> VBW Congres 2015:<br>Het Nieuwe Ondernemen | <b>15</b> Verkiezing 'Mijn Bloemist van het Jaar' van start      |
| <b>4</b> Lobbyresultaten 2014                       | <b>16</b> Ontvang een promotiecheque<br>t.w.v. € 100,-           |
| <b>5</b> Weg met de regeldruk!                      | <b>17</b> Bij VBW Online is jouw<br>promotiecheque € 150,- waard |
| <b>6</b> Training 'Klanthousiasme'                  | <b>18</b> Mijn Bloemist Vrijwilligersweken                       |
| <b>8</b> DC Bloem Online helpt bij<br>boekhouden    | <b>20</b> Kort Nieuws  |
| <b>9</b> Niet te verliezen met VBW Incasso          | <b>21</b> Column Sanne   |
| <b>10</b> Start 'Mijn Tent wordt Top' 2015          | <b>22</b> Nieuw: VBW Inkoopdienst                                |
| <b>12</b> Uitgelicht: Feedback                      |  |
| <b>14</b> 2014: Stijging van resultaten             |  |

## bloemist

### Colofon

#### Redactie

Bram Rijkers (VBW)  
Marco Maase (VBW)  
Richard van Bruinnesen (Muntz)

#### Redactieadres

Da Vincilaan 5  
6716 WC Ede

#### Foto's

VBW en Leo de Jong (Muntz)

#### Vormgeving

Muntz

#### Drukwerk

BDU

#### Productie

VBW Bloemist is een uitgave van  
Vereniging Bloemist Winkeliers  
[www.vbw.nu](http://www.vbw.nu)

#### Verklaring kleurthema's:

Algemeen en lobbynieuws ●  
Bedrijfsvoering ●  
Mijn Bloemist en vakmanschap ●  
Opleidingen ●  
Personeel ●

Deze Bloemist is tot stand gekomen met steun van het Sociaal Fonds Bloemendetailhandel en het Productschap Tuinbouw.



stichting sociaal fonds: gevestigde bloemendetailhandel



Productschap Tuinbouw



Noteer in  
je agenda!  
10 juni 2015  
VBW congres

VBW Congres 2015 in het teken van

# 'Het Nieuwe Ondernemen'

Op woensdag 10 juni organiseert VBW voor de tweede keer een groot bloemistencongres. Dit jaar staat het in het teken van 'Het Nieuwe Ondernemen'. Het congres vindt plaats bij FloraHolland in Naaldwijk. Aan de hand van een interactief programma en onder leiding van deskundige sprekers, zullen we het 'Het Nieuwe Ondernemen' vanuit diverse invalshoeken belichten. Er zal o.a. aandacht zijn voor de vraag hoe de consument in de nabije toekomst winkelt en hoe je daarop kan inspelen.

In 2013 organiseerde VBW bij Plantion een eerste succesvolle congres, dat in het teken stond van de bloemist van de toekomst. Het congres van dit jaar borduurt voort op dat succes. Naast een aantrekkelijk programma, biedt het congres ook voldoende mogelijkheden om te netwerken, waarbij je in een ontspannen sfeer met collega's en sectorgenoten kan bijpraten.

Nadere info over het programma volgt. Houd hiervoor [www.vbw.nu](http://www.vbw.nu) in de gaten.

Het VBW Congres wordt mede mogelijk gemaakt door:



# VBW lobbyt

## Wat zijn de lobby-resultaten van 2014?

Als geen ander weet Marco Maasse, algemeen directeur VBW, dat zichtbaarheid, kennis en aanwezigheid beslissend zijn voor een succesvolle lobby. In diverse gespreken met relevante organisaties zet hij de (VBW-)bloemist met zijn behoeften helder op de kaart, met als doel gunstige besluiten voor bloemisten! Een overzicht van de belangrijkste resultaten die VBW op lobbyvlak heeft bereikt in 2014.

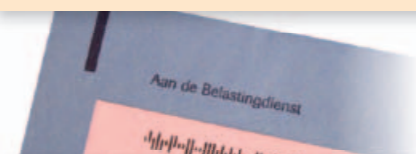


### Verlengd BTW-convenant

Vele bloemisten profiteren er rijkelijk van en daar is het ook voor. Samen met het ministerie van Financiën en de Belastingdienst zette VBW i.s.m. Flow accountants een heldere BTW-verrekeningsmethode op voor een bijzondere groep met een bijzondere BTW-problematiek. Dankzij het succes werd de huidige, succesvolle methode tot en met eind 2017 verlengd.

### OV-Jaarkaart ook voor mbo-leerlingen

Om de bezoeken aan de AOC's van de VBW-Bloemistenacademie te stimuleren en te verhogen, is het prettig als ook het vervoer goed en goedkoop is geregeld. Met het ministerie van Onderwijs & Wetenschappen ijverde VBW met succes voor de OV-Jaarkaart voor mbo-leerlingen.



### Laag BTW-tarief op bloemen en planten

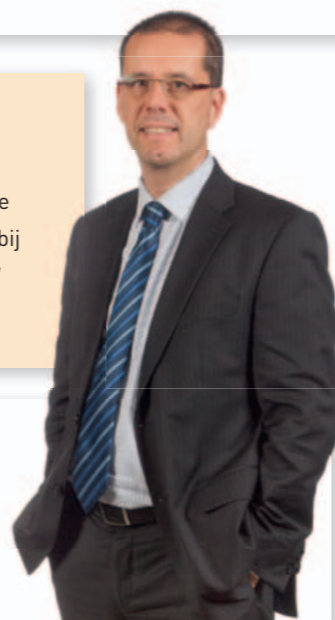
Bijna leek het erop dat ook in 2014 bloemen en planten onder het hoge tarief gingen vallen. De lobby van o.a. VBW met ingang bij het ministerie van Financiën en van Economische Zaken voorkwam erger.

### Aantrekkelijk fiscaal beleid 2015

De lobby's met verschillende instanties en met name het ministerie van Financiën, hebben uiteindelijk geresulteerd in een fiscaal beleid waarin rekening wordt gehouden met kleine (ambachtelijke) ondernemers zoals bloemisten. Van reguleringen rond BTW (tarief en verrekening) tot behoud zelfstandigenaftrek.

### Versoepeling Ontslagrecht

De wet Werk & Zekerheid is per 1 januari 2015 gefaseerd ingegaan met als start de aanpak van de flexibele contracten. In haar lobby bij het ministerie van Sociale Zaken benadrukte VBW de speciale rol van de bloemist als werkgever.



### Minder onnodige regeldruk

Via een directe ingang bij het ministerie van Economische Zaken startte VBW een levendige discussie over het beperken van de administratieve lastendruk voor bloemisten. Dat ging ook niet aan de minister voorbij. Het welwillende oor is er. Wordt vervolgd in 2015.

### Ambachtseconomie op agenda 2<sup>e</sup> Kamer, Kabinet en SER

De brief met advies over de ambachtseconomie aan de Sociaal Economische Raad trof doel in politiek Den Haag. Daarnaast kreeg ook premier Rutte de 'ambachtsagenda' voorgelegd. Met als resultaat serieuze erkenning en aandacht voor het ambacht en concreet overleg met de overheidsspecialisten. Was getekend, VBW.

### Opstart VBW Bloemistenacademie

AOC's die graag willen meedoen aan een eigentijdse groene opleiding met een lesinhoud met als basis commercie, vakman- en ondernemerschap en klantgerichte communicatie: de VBW Bloemistenacademie is in 2014 behoorlijk opgetuigd. Uiteraard na intensieve lobby's bij verschillende instellingen, instanties en kenniscentra. Het is de bedoeling dat de Bloemistenacademie in de zomer 2015 echt van start gaat, dit in goede samenwerking met de AOC's. Ook een resultaat van goede lobby.



### Groei instroom groen onderwijs

Gevraagd en ongevraagd gaf VBW in 2013/14 diversie instanties en scholen advies over de positionering en promotie rondom de instroom van nieuwe 'groenleerlingen'. Uiteraard gericht op een bloeiende VBW Bloemistenacademie. En dat hielp. Overigens mede gestimuleerd door promotie van de bloemist op TV via diverse programma's (waar ook VBW direct en indirect bij betrokken was).

### FloraHolland schuift bloemist naar voren

In haar nieuwe strategie (2015) schuift FloraHolland de bloemist op een sterke plek op de voorgrond die alle aandacht verdient. VBW lobbyde in 2014 bij FloraHolland door het belang van de bloemist in en vóór de gehele keten te benadrukken.

### Ketensamenwerking Mijn Bloemist

Klinkende namen - FloraHolland, Waterdrinker, FleuraMetz, Smithers-Oasis en Alflora - die graag Mijn Bloemist ondersteunen als strategische partners. Met exclusieve producten en aanbiedingen en met advies over ondernemen/bedrijfsvoering voor de bloemist. Een groene lobby die een gezamenlijke boodschap naar de consument oplevert. Voor meer omzet en meer rendement.

### Bloemistenpromotie prominent op landelijke TV en media

De Bloemenoverval en Hollands Beste Bloemist op televisiezender SBS6 promoten volop het vakmanschap van Mijn Bloemist en de VBW-vakbloemisten. Menige branche zou jaloers zijn met al die media-aandacht. De lange lobby-armen van VBW reikten tot ver in de 'Hilversumse conference rooms'.

### Bloemistenvakmanschap zichtbaar op Floraliën 2014

Floraliën 2014, het sierteeltoevenement in de Brabant-hallen met het Nederlands Kampioenschap Bloemsierkunst, telde ruim 75.000 bezoekers. Volle bak ook bij de vakavond. Professionaliteit en complimenten alom dankzij gedegen en intensief (voor)overleg van VBW.

## Weg met de regeldruk! VBW als... wetgever?

Recent lag de vraag bij elke VBW-bloemist in de digitale brievenbus: we gaan hinderlijke en overbodige regeldruk voor de bloemist stevig aanpakken. Help je mee? De lobby voor minder administratieve lasten is in volle gang!

VBW heeft een directe ingang bij het ministerie van Economische Zaken. Minister Kamp heeft ook al blijk gegeven oren te hebben naar de voorstellen van VBW. Als VBW haar zaken goed motiveert is het niet ondenkbaar dat voor bloemisten en slaggers, bakkers, kappers en

schoenmakers de regeldruk op belangrijke thema's in het ondernemerschap wordt verminderd. Eerste stap is het vaststellen waar de regeldruk hinderlijk en overbodig is en hoe we dat anders kunnen aanpakken. Daar richten we een werkgroep voor op waarin er plaats is voor een groep van ca. 10 bloemisten.



### Denk met ons mee!

Erger jij je ook aan overbodige (administratieve) eisen uit Den Haag, Brussel of het lokale bestuur? Meld je dan aan en draag bij aan het lichter maken van het ondernemersleven van jou en je collega's. Aanmelden kan door een mail te sturen naar Janneke v/d Velden, [jannekevandervelden@vbw.nu](mailto:jannekevandervelden@vbw.nu).

# Training 'Klanthousiasme'

Ontwikkel de klantgerichtheid van jou en je medewerkers



## Teamwork!

Ter stimulering van de teamgeest is het aan te raden dat je als werkgever deze training samen met je medewerkers volgt!



Deelnemers aan het woord

## 'Vol vertrouwen'

**Dionne Hogeboom, medewerkster Passie-Flora Salland in Raalte**

'Ik heb de pilot gevolgd en kijk er met een goed gevoel op terug. De training 'Klanthousiasme' maakt je bewust van je eigen houding. Hoe stel je je met lichaamstaal en woorden open en uitnodigend op voor de klant? Dat zijn handelingen waar je normaal niet bij stilstaat. Ook sterk vond ik het belang van echt goed luisteren en doorvragen om een doelgericht en persoonlijk advies te geven. De training geeft je inzicht in de klant en in je eigen optreden. En je kunt het direct in de winkel toepassen. Dat werkt echt enthousiasmerend. Fijn was ook dat de onderlinge sfeer ontspannen was.'



Inspelen op de wensen van de klant, soms lijkt het vanzelfsprekend. Maar toch is het voor velen geen uitgemaakte zaak. Om die reden ondersteunt VBW haar leden en hun medewerkers graag op dit vlak met de training 'Klanthousiasme'. Want klantgerichtheid leidt tot meer tevreden klanten.

De training Klanthousiasme bestaat uit een basis- en verdiepingsmodule, die je afzonderlijk kunt volgen. Om dagelijkse praktijksituaties te oefenen, worden ook acteurs ingezet die de rollen van de klanten invullen. Elke module bestaat uit twee avonden plus praktijkopdrachten. De training 'Klanthousiasme' wordt regionaal gegeven en kan bij voldoende deelnemers (twaalf) ook in-company worden gegeven.

### Onderwerpen van de basismodule:

- Het verkoopgesprek
- De juiste vragen stellen
- Luisteren, samenvatten, doorvragen
- Verbeteren verbale en non-verbale gedrag
- Oefenen dagelijkse praktijksituaties met trainingsacteur

### Onderwerpen van de verdiepingsmodule:

- Verschillende klanten, verschillende communicatiestijlen
- Hoe om te gaan met klachten?
- Oefenen dagelijkse praktijksituaties met trainingsacteur

### Investering

De normale kosten bedragen € 500,- per deelnemer per module. VBW-leden betalen echter slechts € 95,- per deelnemer per module! Het overige deel (€ 405,- per deelnemer per module) neemt VBW voor haar rekening.

**Interesse? Ga naar [www.vbw.nu/klanthousiasme](http://www.vbw.nu/klanthousiasme) en geef jou en je medewerkers op!**

## 'Praktische handvatten'

**Gerbrand Tijssen, De Lelie in Vaassen**

'Welk type klant komt je winkel binnen en hoe speel je op hem of haar in? En wat voor type ben jezelf eigenlijk? De training Klanthousiasme zet je helemaal scherp. Het drukt je met de neus op de niet te ontkennen feiten over het communiceren met klanten. Je krijgt praktische handvatten die je direct kan toepassen. Ik vond het vooral prettig dat de training op een luchtige manier en in een ongedwongen sfeer werd gegeven. Ook mijn medewerkers gaan hier zeker heen. Ik zeg, bloemisten... hier ga je jouw voordeel uithalen.'



# 'Geschreven voor bloemisten'

DC Bloem Online helpt bloemist bij boekhouden

Van bloemisten voor bloemisten. Al ruim dertig jaar ontwikkelt DC AutomatiseringsGroep (DCAG) software voor administraties en kassa's vanuit een bloemistenachtergrond. Unieke software waar de bloemist direct mee aan de slag kan. Zoals DC Bloem Online.

DC Bloem Online is een eigentijds facturatiesysteem voor bloemisten waarmee overal en op elke tijd kan worden gewerkt dankzij de cloud-koppeling. Omdat programma en gegevens zich op een externe server bevinden, heb je toegang vanaf elke computer en tablet. Bovendien hoeft je geen back-ups meer te maken. DC Bloem Online is geschikt voor elke bloemist. Van een kleine winkel met tien facturen per maand of een grote met driehonderd per maand; de software past zich aan jouw behoefte aan.

## DC Kassa

DCAG levert ook DC Kassa. Een volledige computerkassa die uitmunt in bloemisten-gebruikersgemak en die is gekoppeld aan DC Bloem Online. Aankopen op rekening worden direct verwerkt voor automatische facturatie. Het programma wikkelt de totale afrekenadministraties in een keer af. De administratiepakketten van DCAG stellen elke bloemist in staat op efficiënte en professionele wijze de boekhouding af te handelen.

## Meer informatie

Wil je meer informatie over de diensten van DCAG? Bel dan naar 0345-545080, mail naar [info@dcag.nl](mailto:info@dcag.nl) of kijk op [www.dcag.nl](http://www.dcag.nl) of [www.vbw.nu](http://www.vbw.nu).



## 'Direct facturen online versturen'

Johan de Ruiter, Bloemenmagazijn Johan in Utrecht

'De facturatiesoftware DC Bloem Online gebruik ik al zo'n 25 jaar. De reden is simpel: het is geschreven voor bloemisten. Voor bloemisten die niet boekhoudkundig onderlegd zijn en wars zijn van overbodige toeters en bellen. Zo creëer je in DC Bloem Online al heel eenvoudig rubrieken en productgroepen voor het verwerken van de BTW-percentages.

## Omzetcijfers

De facturen die ik aanmaak in DC Bloem Online, 350 per maand, verstuur ik ook gelijk online via de e-mailkoppeling. Het werkt gemakkelijk en scheelt portokosten en vouwwerk. Noodzakelijk voor mij zijn ook de totaaloverzichten. Hoe staat het met de omzet in het midden van de maand? Hoeveel orders staan er nog in het systeem en wat is de gemiddelde factuurprijs? DC Bloem Online helpt me sturen op cijfers.

De recente versie werkt vanuit de cloud. Gemakkelijk als ik niet op de zaak ben en toch nog iets wil nakijken of invoeren. Betekent ook dat het gedoe met back-ups tot het verleden behoort. En heb je een keer een vraag, dan krijg je gelijk iemand van de helpdesk aan de lijn en wordt je prima geholpen.'

# 'Niets te verliezen, alles te winnen'

VBW Incasso

'Het principe van VBW Incasso, no cure, no pay, is heel helder. Je dient je vordering bij ons in en wij gaan erachter aan. Dat kost je niets.' Hans Otten van VBW Incasso is er kort en duidelijk over. 'Slagen wij in onze opdracht, dan krijg je het totale factuurbedrag terug. Zo niet, dan kost het je niets en ontvang je van ons een afboekbrief waarmee je de afgedragen BTW kunt terughalen bij de fiscus. Je hebt dus niets te verliezen en alles te winnen.'

'Inmiddels hebben 75 VBW-leden één of meerdere vorderingen aan ons overgedragen. Dat kunnen kleine bedragen zijn van boeketjes rond Valentijnsdag, maar er is ook een behoorlijk aantal dure bloemwerken voor trouwerijen en uitvaarten bij. Voor de bloemist zijn dat uren vol creativiteit en aandacht voor de klant. Dat kan behoorlijk in de papieren lopen. Jammer als hij dat op z'n beloop laat.'

'Gelukkig vinden steeds meer bloemisten de weg naar VBW Incasso. Je hoeft je ook niet te schamen als jouw opdrachtgever weigert te betalen en je de vordering uit handen geeft. Die klant ben je op dat moment waarschijnlijk al kwijt. Overigens horen wij geregeld van bloemisten dat de klant na enige tijd weer gewoon in de winkel komt. Nee heb je, ja kun je krijgen. VBW Incasso gaat achter jouw centen aan.'

## Voorwaarden indienen vordering

Je kan vorderingen op elk moment indienen. Belangrijk is dat je jouw klant na het verstrijken van de betalingstermijn (30 dagen) minimaal één schriftelijk verzoek tot betaling hebt gestuurd

['betalingsherinnering' per brief of e-mail] verstuurd (en je hebt hiervan een kopie). Dit is een wettelijk vereiste om VBW Incasso in te kunnen schakelen.

## Voordelen VBW-Incasso

- Incasso op basis van 'no cure, no pay'.
- Persoonlijke en klantgerichte aanpak waarbij behoud van goede relatie tussen jou en klant centraal staat.
- In maximaal 4 maanden 15 keer contact met de wanbetaler om hem te bewegen te betalen.
- Bewezen succesvolle aanpak.
- Geen minimum factuurbedragen of beperkingen aan de ouderdom van de vordering.
- BTW terug van de fiscus indien het onverhoopt niet lukt om de vordering te incasseren.

VBW Incasso wordt uitgevoerd in samenwerking met Classic Incasso. Wil je meer informatie? Neem dan contact op met VBW, bel naar 0318-527568 (keuze 6) of stuur een e-mail naar [info@vbw.nu](mailto:info@vbw.nu).



## 'Mooi mijn geld terug'

VBW-lid uit Noord-Brabant

'Ik had vier facturen uit 2014 van vier wanbetalers en stond op het punt deze maar te "vergeten". Verschillende malen had ik herinneringen gestuurd, gebeld en gemaild. Toen moest ik denken aan VBW Incasso. Waarom niet? Wat viel er te verliezen? De facturen – van zakelijke opdrachtgevers – hadden bedragen van 15 tot 125 euro. In de maand die volgde na het overhandigen van de facturen, hield VBW Incasso mij op de hoogte van de ontwikkelingen.

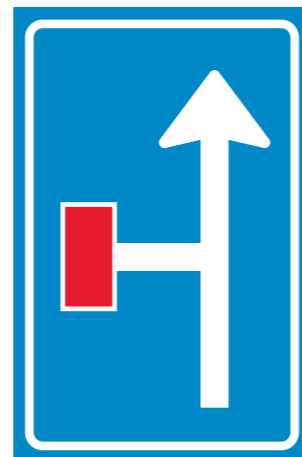
Op het einde van de maand had ik alle bedragen terug. Snel en goed geregeld dus!'



René Raadsheer

‘Mijn Tent wordt Top 2015’ van start

# ‘Zelfreflectie leert je ondernemen’



Op de vloer, voor de spreker, ligt een iPad die in grote duidelijke cijfers een minuut aftelt. Een minuut waarin de bloemist zich moet voorstellen aan de andere bloemisten die ook deelnemen aan de eerste sessie van ‘Mijn Tent wordt Top 2015’. De bloemist blikt gespannen naar de wegtikkende cijfers, hij wil nog zo veel vertellen. Bij nul bedankt René Raadsheer de bloemist. ‘Ben je echt met het belangrijkste begonnen?’

Ondernemerscoach René Raadsheer blikt tevreden terug op 2014, het eerste jaar van ‘Mijn Tent wordt Top’. De masterclass die bloemisten (essentiële) ondernemersvaardigheden bijbrengt blijkt een schot in de roos. De evaluatie is louter positief en roemt de onderwerpen en de

praktische toepassingen op de werkvloer. Ook de opmerkingen van de bloemisten laten niets aan het toeval over. Het woord bewustwording blijkt centraal te staan.

#### Prioriteiten

René: ‘Zelfreflectie loopt als een rode

draad door alle sessies van ‘Mijn Tent wordt Top’. Het helpt je om bewust te worden van je gedrag. Dat is nodig om met andere ogen te kijken naar wat er om je heen gebeurt en waarom het gebeurt.’

‘De antwoorden die je geeft op vragen als “Waar ben ik goed in? En waar niet in? Wat wil ik?” helpen je in dat bewustwordingsproces en zorgen voor actie! De manier waarop je kijkt, bepaalt namelijk jouw acties. Dat gaat over de omgang met mensen en de blik op jouw werk. Zelfreflectie zorgt dat je weet wat je goed doet en dat bepaalt je ontwikkeling. Zelfreflectie zorgt ervoor dat je morgen een betere ondernemer bent!’

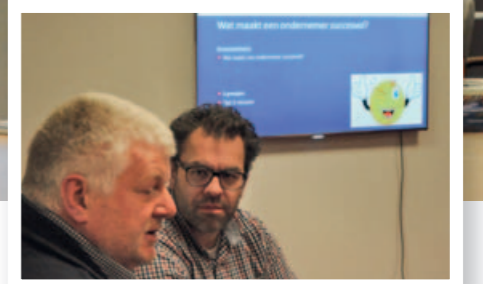
#### Communicatie

‘Daarnaast leggen we in alle sessies veel nadruk op communicatie - omdat we het allemaal de hele dag doen, zou je bijna denken dat we er ook goed in zijn. Dat geldt zowel voor de communicatie naar medewerkers als naar klanten. Ook hier weer de vraag: “Ben jij je bewust van jouw manier van communiceren en wat dat voor reacties bij de ander oproept?” Het bereiken van bedrijfsdoelstellingen doe je samen met je medewerkers. Hoe motiveer je ze? Ook dat is voor een groot deel communicatie.’



#### Verwachtingen

‘Mijn Tent wordt Top’ kent in 2015 zestig deelnemers die, verdeeld over vijf groepen, zes avondsessies volgen. Wisten de deelnemers van de editie van 2014 bij de eerste sessie nog niet precies wat hun te wachten stond, na de laatste sessie gaven zij toe dat hun verwachtingen ‘zwaar overtroffen’ waren. Waarbij communicatie, klantbeïnvloeding en zelfreflectie de sleutelwoorden bleken.



René: ‘Mijn Tent wordt Top’ stimuleert de bloemist op te treden als ondernemer die met een frisse - en open - blik tegen zijn zaak en zijn medewerkers en klanten aankijkt en vooral met die vernieuwde blik naar zichzelf. Als hij dat ziet, ziet de toekomst er ook anders uit. Daar ligt de winst. Je hoeft de kans slechts op te pakken.’

## Deelneemster Marieke de Ruiter, Natuurlijk Bloemen van Marieke in Druten:

‘Vóór de eerste sessie van 2015 hadden we al huiswerk ontvangen: stel jezelf en jouw winkel in één minuut voor

tijdens de sessie. Dat was gelijk al een vliegende start voor tien bloemisten die in een kring zitten. René kwam op fragmenten uit onze presentaties terug. De klant weet direct wat hij aan jou of jouw zaak heeft als je een kort en krachtige pitch hebt.



Waar ik ook veel baat bij had, was het verhaal over hoe je jouw werkdag efficiënt kan inrichten zonder op het einde van de dag met losse eindjes te blijven zitten. Een methode die ik en mijn medewerkers nu elke dag ook met succes toepassen. Medewerkers complimenteren en beoordelen op hun eigen talenten kwam ook aan de orde. Ik vind het fantastisch dat de aandacht van alle deelnemers zo hoog bleef door de interessante en actuele onderwerpen. We zitten tenslotte allemaal in hetzelfde schuitje.’



# En wat geef ik?

In iedere uitgave van 'Bloemist' licht Double Quality Counseling (de uitvoerder van 'Mijn Tent wordt Top') een onderwerp uit de masterclass toe. Dit keer: feedback.

**Uit de titel van dit artikel zou je kunnen opmaken dat we nog volop in de Sinterklaas-periode zitten. Niets is minder waar, want geven kan je het hele jaar door doen. En dan is de vraag; "Wat geef ik?" Dat moet worden toegelicht.**

Wanneer we naar kinderen kijken, dan weten we dat ze ontzettend leuk, maar soms ook lastig kunnen zijn. Hoe ga je daar als ouder mee om? Binnen het gezin doen huisgenoten soms heel gezellig, maar er zijn ook momenten dat je vol onbegrip naar een ander kunt kijken. En hoe is dat voor een ondernemer? Hoe kijkt die naar zijn medewerkers? Is de ondernemer altijd trots en tevreden over de prestatie van zijn medewerker? Zegt hij dat ook? En wat als dat niet zo is? Komen we dan in actie? En hoe kunnen we dat het beste doen?

In de masterclass 'Mijn Tent wordt Top' is deze vorm van communicatie een heel belangrijk onderdeel. Dat blijkt uit de interesse van de deelnemers wanneer we het onderwerp aansnijden. Dan wordt ook duidelijk er veel vragen zijn over hoe we het goed kunnen toepassen. Genoeg redenen om er aandacht aan te besteden.

## Feedback

Dit term 'feedback' betekent letterlijk 'terugkoppeling'. Terugkoppelen of teruggeven aan een ander hoe hij/zij op jou overkomt. Waarom is dat belangrijk? Stel je eens voor dat je te pas en te onpas iedereen maar vertelt wat je van de betreffende persoon of actie vindt. Dat zou erg raar zijn. Bij het geven van feedback is het dus erg belangrijk dat er een relatie is tussen de gever en ontvanger.

Feedback geef je omdat je een ander duidelijk wilt maken wat hij doet en wat daar het gevolg van is. Let op, ons gedrag

is voor het grootste gedeelte onbewust. Het is daarom van groot belang dat een ander af en toe aangeeft hoe je overkomt. Stel je voor dat je bij de ander iets ziet wat je erg bevalt en je zegt wat je ziet? Anders gezegd: je geeft een compliment. Je zal de ander met jouw opmerking motiveren.

Kijk eens naar het volgende voorbeeld waarin een ondernemer iets zegt tegen zijn medewerker:

"Ik zag net dat je die klant een vaas bij het boeket verkocht. Ik merkte aan hem dat hij dat erg prettig vond en er blij mee was. Dat is nu precies zoals ik het graag zie, want bijverkoop is voor ons erg belangrijk."

Wat heb je met deze manier van communiceren eigenlijk nog meer verteld? Je zegt; "goed gedaan!"; "dit is precies zoals ik het wil";

## Een voorbeeld van de 4G-methode

Stel, een van je medewerkers komt al een paar dagen te laat. Je hebt het even gelaten, maar nu ben je er klaar mee. Je hebt besloten om de betreffende maar eens feedback te geven. Doe dat op een professionele, vakkundige wijze:

- **Welk gedrag zie IK?**  
Ik zie dat je al een aantal dagen net te laat komt en dat vind ik vervelend.
- **Welk gevoel heb IK erbij?**  
Ik heb het gevoel dat je het zelf niet echt in de gaten hebt.
- **Welk gevolg heeft het volgens IK?**  
Ik merk dat we daardoor de dag niet goed kunnen starten.
- **Welk gedrag wens IK?**  
Ik zou graag zien, dat je vanaf morgen om 08.00 uur aanwezig bent.

**Het toverwoord is IK. Ik zie, ik vind, ik merk, ik wil...**

Wat gebeurt er op zo'n moment allemaal met de medewerker? Met zijn energie bijvoorbeeld? En met zijn beeld over wat goed is voor het bedrijf? Hoe belangrijk is dat voor jou als ondernemer? Je bent immers gebaat bij energieke medewerkers die weten welke kant het op moet? Hoe vaak deel jij een compliment uit?

Nu zien we door de dag heen niet alleen maar leuke, positieve dingen. Er zijn ook dingen bij waarvan jij wilt dat het de volgende keer anders gaat. Hoe doe je dat? Hoe kan je ervoor zorgen dat de betreffende medewerker ander gedrag gaat vertonen en toch gemotiveerd blijft?

Het is goed om bij die vraag na te denken hoe leuk het is om feedback te krijgen. Hoe prettig vind je dat zelf? Is het belangrijk hoe men zo iets tegen je zegt? Het is belangrijk om je te realiseren dat wanneer jij feedback gaat geven, een ander deze feedback moet gaan ontvangen.

## 4G-methode

Het is mogelijk om iemands gedrag te sturen en te motiveren in de juiste richting. Het is dan van groot belang, dat je je aan één belangrijke voorwaarde houdt.

**Begin je zin bij het feedback geven altijd met 'ik'.**

Jij hebt immers iets geconstateerd waar je verandering in wilt aanbrengen. De ander doet in jouw ogen wellicht iets niet helemaal goed, maar zelf is hij van mening dat hij goed bezig is. Hou er altijd rekening mee dat de ander niet bewust iets verkeerd doet.

Met de 4G-methode speel je in op het gedrag dat je van de ander gezien hebt. Je deelt het gevoel dat je daar bij krijgt, zegt welke gevolgen de handeling voor jou heeft. Tenslotte geef je aan wat het door jou gewenste gedrag is.

## VBW-ondernemerscoaching

Wil jij ondersteuning bij het geven van feedback, zodat je het beter in de praktijk kunt brengen? VBW biedt in samenwerking met Double Quality Counseling de mogelijkheid tot persoonlijke coaching in jouw onderneming. Er zijn voor VBW-leden aantrekkelijke voorwaarden.

## Meer weten?

Kijk op [www.vbw.nu/coaching](http://www.vbw.nu/coaching)

Door deze methode toe te passen kan de ander de feedback positief ontvangen. Het is hem/haar namelijk nog niet eerder opgevallen en als je je er niet van bewust bent, kun je het ook niet veranderen.

Feedback, een interessant thema, waar in veel gevallen een hoop te winnen is. Feedback zorgt ervoor dat de communicatie met iedereen die voor jou belangrijk is, nog beter wordt. Met alle positieve gevolgen van dien.

**Dus, wat geef jij?**



2014: stijging van resultaten

# 'De branche heeft het echt nodig'

Francesco de Haan

Er gloort licht aan de financiële horizon. Althans in 2014 want niet alleen de omzet is in 2014 met 3,9% gestegen, maar ook zijn de resultaten beter. De uiteindelijke winst bedroeg 8,6% van de omzet in 2014 (6,2% in 2013). Waaraan danken we de stijging?

Francesco de Haan van Flow Accountants reageert opgetogen: 'Het is goed nieuws wat onze klanten uit de bloemenbranche laten zien. En het werd ook wel tijd na een aantal mindere jaren. De stijging is voor een groot gedeelte te danken aan een heel fraai vierde kwartaal. Waarbij ook een licht economisch herstel een rol speelt. Een goede ontwikkeling want de branche heeft het echt nodig.'

## Locatie

Francesco: 'De meeste bloemisten behaalden in 2014 meer omzet dan in 2013. Sommige tot wel 20% meer! Met name diegene met een goede locatie profiteerden meer van de omzetstijging. Want de bloemist met een winkel op de juiste locatie (bereikbaarheid en aanloop) heeft echt een pre; hij profiteert eerder mee van het herstel.'

## Investeren

'Bij de klanten van Flow Accountants is in 2014 de brutomarge met 1,1% van de omzet gestegen ten opzichte van 2013 (54,7% tegenover 53,6%). De personele kosten daalden in 2015 licht van 25,6% van de omzet in 2013 naar 25,4% van de omzet in 2014.'

We zijn blij zijn met de toename van zowel de omzet als het resultaat over 2014. Francesco verwacht dat deze trend zich in 2015 zal voortzetten. 'Maar blijf vooral ondernemen en zet jezelf neer als onderscheidende vakman met een commerciële bril, dat is al een belangrijke bron van winst.'



Mijn Bloemist  
van het Jaar  
2015-2016

## Start verkiezing Mijn Bloemist van het Jaar 2015-2016

Ruim 100 bloemisten strijden vanaf 2 maart om de titel 'Mijn Bloemist van het Jaar'. Wie wordt de opvolger van Nizza Bloembinders, die de titel in 2013 won?

## De verkiezing Mijn Bloemist 2015-2016 kent drie rondes:

### 1) Provinciale ronde (maart-mei 2015).

Per provincie strijden de deelnemers om de provinciale titel. Provinciale winnaars worden als volgt bepaald

- Consumenten stemmen op hun favoriete bloemist (en deze een rapportcijfer geven)
- Mysteryshoppers zullen de winkels bezoeken en beoordelen
- Een vakjury zal de motivaties van de deelnemers beoordelen.

### 2) Tussenronde (juni-augustus 2015).

In deze ronde strijden de 12 provinciewinnaars aan de hand van een teamopdracht om 3 finaleplaatsen. De teamopdracht is gericht op het creëren van publiciteit en verkopen, door middel van een opvallende verkoopactie. De uitvoering en het resultaat worden beoordeeld door de vakjury.

### 3) Finaleronde (september-oktober 2015).

De 3 finalisten strijden om de titel 'Mijn Bloemist van het Jaar 2015-2016.' De winnaar wordt bepaald aan de hand van 2 mysteryshopperbezoeken en een bedrijfsbezoek door de vakjury.

Komende periode houden we je via onze website op de hoogte van de voortgang van de verkiezing.

De verkiezing Mijn Bloemist van het Jaar 2015-2016 is een initiatief van:



En wordt mede mogelijk gemaakt door:



# Ontvang een promotiecheque t.w.v. € 100,-

Lokale promoties bepalen het succes van jouw winkel! VBW wil hierbij helpen en biedt je daarom een cheque ter waarde van € 100,- aan, te besteden aan de promotie van jouw winkel. Via VBW Online is je cheque zelfs € 150,- waard. Zij hebben een speciaal pakket samengesteld dat je kan inzetten om de band met klanten te versterken. Kijk hiervoor op de pagina hiernaast.

Vraag de promotiebijdrage aan via [www.vbw.nu/promotiebijdrage](http://www.vbw.nu/promotiebijdrage). Hier vind je ook meer informatie en de voorwaarden.



## Voorbeeld voor collega's! 'Geweldig lentefeest!'

De bloemisten van de Achterhoekse Bloemistenclub (ABC) hebben onder de vlag van Mijn Bloemist een bijzondere promotieactie opgezet. Een kleurrijk schouwspel van hyacinten schittert op zaterdag 7 maart in hun winkels.

Samen met hyacintenkwekers is een actie opgezet om meer hyacintenverkoop te realiseren en

aandacht te vragen voor het goede doel. Een gedeelte van de opbrengst die dag gaat namelijk naar de AYA-stichting, een stichting die gelieerd is aan de Radbouduniversiteit en zich inzet voor jongvolwassenen (18 – 35 jaar) die kanker hebben.

### Geweldig lentefeest

Mede-initiatiefnemer Wim Markerink van Bloemsierkunst Markerink in Zutphen: 'Het wordt echt een geweldig lentefeest in de winkels met o.a. demonstraties en bijzondere bloemwerken! De kwekers nemen enorm veel hyacinten mee en verheugen zich ook op het contact met

de consument. Een unieke promotie voor kwekers, klanten en natuurlijk ons vakmanschap. Uiteraard geven we ook de nodige lokale en regionale publiciteit hieraan. Klanten kunnen die dag een geweldige route samenstellen en bij alle winkels langsgaan!'

### ABC

A.B.C. (Achterhoekse Bloemisten Club) is twaalf jaar geleden opgericht en bestaat uit tien bloemisten. Het doel van de club is uitwisseling van relevante vakinhoudelijke zaken op een praktische en vooral opbouwende wijze.

De zeven ABC-bloemisten die deelnemen aan de AYA-actie zijn Timmermans & Mulder in Winterswijk, Bloemsierkunst Bouwmeester in Neede, Bloemsierkunst Wijnbergen in Laren (Gld), Olthuis-Takken Bloemkunst in Doetinchem, Beo Bloembinders in Varsseveld, Bloembinderij De Ank in Zeddam en Bloemsierkunst Markerink in Zutphen.



# Bij VBW Online is jouw promotiecheque € 150,- waard!

VBW Online biedt jou de mogelijkheid om tegen inlevering van de promotiecheque niet voor € 100,- maar voor € 150,- aan promotie voor jouw winkel te maken. De promotiecheque geeft recht op een campagne waarmee je jouw winkel onweerstaanbaar neerzet op Facebook en daarmee (nieuwe) klanten je winkel binnenhaalt.

### Samenstelling promotiepakket

Het promotiepakket bestaat uit 500 Facebookkaartjes met de naam van jouw winkel. Deze kun je uitdelen aan jouw klanten. De bedoeling is dat de klanten jou gaan volgen op Facebook en dat je onder iedere vijftientig nieuwe volgers een boeket verlost.

Uiteraard maakt VBW Online hiervoor een speciale omslagfoto voor Facebook in de door jou gewenste stijl. Daarnaast plaatsen we een advertentie op Facebook die de actie ondersteunt en we versturen een e-mailnieuwsbrief naar jouw klanten. Hierdoor realiseren we een groot bereik, dat moet leiden tot nieuwe 'fans' voor jouw winkel!

### Grijp die gratis promotiekans!

De campagne kost normaal € 150,- maar is tegen inlevering van de cheque gratis. Gegarandeerd dat je punten scoort:

- Je promoot jouw winkel op een leuke manier.
- Je krijgt vele nieuwe volgers op Facebook.
- Je verrast jouw klanten met het Facebooket en de actie.
- Je profileert jouw winkel als een eigentijdse (Mijn) Bloemist.

### Meer informatie

Wil jij ook deze gratis promotie voor jouw winkel, meld je dan aan op [vbw.nu/promotiebijdrage](http://vbw.nu/promotiebijdrage) (klik op de link naar de actie van VBW Online).

## VBW Online!

Kijk voor meer informatie over VBW Online op [vbw.nu/online](http://vbw.nu/online) of bel 0318-527 568 (keuze 3).

# Bedankt Vrijwilliger!

Mijn Bloemist  
Vrijwilligersweken **7-22 maart**



Flowering your life!

## Mijn Bloemist Vrijwilligersweken

Van 7 t/m 22 maart vinden voor de tweede keer de 'Mijn Bloemist Vrijwilligersweken plaats'. Tijdens deze weken roepen we consumenten op om vrijwilligers in hun omgeving te bedanken voor hun inzet met een prachtig anjerboeket. De anjer staat namelijk symbool voor vrijwilligerswerk.

### Haak in!

Uiteraard worden de 'Mijn Bloemist Vrijwilligersweken' gepromoot via landelijke media (o.a. via het Mijn Bloemist-magazine, Facebook, Twitter, Bloemenbureau Holland), daarnaast geeft de campagne jou alle mogelijkheden om er lokaal op in te haken. Je kan bijvoorbeeld actief samenwerking zoeken met lokale vrijwilligersorganisaties. Ter ondersteuning biedt VBW een promotiepakket aan met o.a. posters, boeketkaartjes, flyers en een persbericht.

Het promotiepakket is te bestellen op [vbw.nu/vrijwilliger](http://vbw.nu/vrijwilliger).

## De vrijwilligersbloem

Anjer staat voor toewijding en doorzettingsvermogen. Die typische karaktereigenschappen passen ook bij vrijwilligers, die zich belangeloos inzetten voor de medemens en maatschappij. Vanwege deze overeenkomsten wordt de anjer ook wel 'vrijwilligersbloem' genoemd.



## Promotietip

Zoek actieve samenwerking met lokale vrijwilligersorganisaties. Wijs hen op de 'Mijn Bloemist Vrijwilligersweken' en bied bijvoorbeeld alle vrijwilligers een anjer aan. Bevestig aan de anjers een kortingsbon voor een eerstvolgende aankoop in jouw winkel. Hiermee creëer je een kans op nieuwe klanten. Zoek ook contact met de lokale pers en vraag hen aandacht te besteden aan jouw goede initiatief. Zij zullen dit zeker oppakken.



Meld je aan  
op [vbw.nu/vrijwilliger](http://vbw.nu/vrijwilliger)

# Bloemist over Mijn Bloemist

Marion Lemmen van Bloembinderij  
Lemmen in Sevenum

'Ik haak altijd in op de Mijn Bloemist acties en maak er altijd een feest van. Op Nationale Tulpdag hield ik bijvoorbeeld een opvallende tulpenshow in mijn winkel vol kleurrijke tulpen, bijzondere vazen en showobjecten. Dat slaat bijzonder goed aan. Mijn klanten komen speciaal hiervoor naar mijn winkel.

Daarbij zette ik ook een mini-pluktuin in, die gooide dit jaar heel hoge ogen. Veel klanten komen naar me toe om vragen te stellen over de verzorging. Prima contactmomenten dus. En dat is ook precies wat ik wil: het mijn klanten volledig naar de zin maken. Zo pak ik het ook aan met de Rozenweken.

Ik vind de acties van Mijn Bloemist voor de bloemist geweldig. Waar krijg je anders zo veel promotiekansen voor jouw zaak aangeboden? Met Mijn Bloemist kunnen we met z'n allen het ambachtelijke vak bloemist stevig op de kaart zetten.'



## Promotie bloemen en planten in het voorjaar

Elke maand zet Mijn Bloemist een bloem en een plant in de schijnwerpers. Het doel hiervan is om consumenten te verleiden voor deze producten naar jouw winkel te komen. We sluiten aan bij de bloemenagenda en de woonplant van de maand. Komende maanden staan centraal:

maand	snijbloem	plant
maart	Ranonkel, Anjer	Franse Geranium
april	Gerbera	Klimop
mei	Pioen	Chinese Roos

## De consument vertelt over Mijn Bloemist

Regelmatig ontvangen we reacties van consumenten op het Mijn Bloemist magazine en overige Mijn Bloemist activiteiten. Een greep uit de reacties:

'Ik wil jullie graag een compliment maken voor jullie magazine! Er staan veel handige tips en weetjes in, die helpen bij de juiste verzorging van bloemen en leuke suggesties om ze net iets anders te presenteren dan je gewend bent.'

Françoise van den Broek, Winssen

'Wat een leuk idee deze tulpenactie! Iedereen is blij met deze prachtige bloem. Hartelijk dank!'

Louise

'Magazine lekker hip en trendy. Je krijgt direct zin om je huis op te fleuren met bloemen en planten!'

Trudy van Spaandonk

Mijn Bloemist wordt mede mogelijk gemaakt door de volgende partners:



## Kort nieuws



### Bedankt!

Graag bedankt VBW Marian Dekker, Kees Tak en Joop Boots, die per 1 januari 2015 zijn gestopt in het regioteam Noord-West. In de afgelopen jaren hebben zij diverse aansprekende vakevenementen georganiseerd.

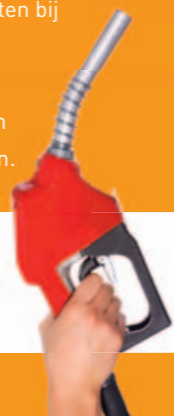
Op dit moment zijn we op zoek naar nieuwe kandidaten die zich willen inzetten in het regioteam Noord-West. Heb je interesse? **Meld je dan bij VBW** ([jannekevandervelden@vbw.nu](mailto:jannekevandervelden@vbw.nu)).

## Meer voordeel met de VBW brandstofpas!

Per 1 januari jongstleden zijn de voordelen van de VBW brandstofpas enorm verbeterd:

- Hogere korting per liter brandstof, oplopend tot 11 cent!
- Extra gemak met de combinatiepas van BP en Texaco
- Een internationale Totalcard en deelname aan het spaarprogramma van Total Club
- 20 procent korting op carwash bij BP
- Je spaart automatisch voor korting op diensten bij VBW Online

Bekijk op [www.vbw.nu](http://www.vbw.nu) het volledige aanbod en vraag direct een (gratis) VBW Brandstofpas aan.



## Word lid van de studieclub!

De studieclub is de manier om samen met collega-bloemisten en medewerkers nieuwe technieken, ervaringen en ideeën over het vak uit te wisselen. Eigenlijk een must voor elke bloemist.

in vrijwel iedere regio is een studieclub actief. Gemiddeld komt deze 4 tot 8 keer per jaar bijeen. Meer informatie vind je op [www.vbw.nu](http://www.vbw.nu).



## Martin Groen vertegenwoordigt Nederland op WK

Van 11 tot en met 13 juni nemen 20 Fleurop-bloemisten uit evenveel landen het tegen elkaar op tijdens de #FleuropInterfloraWorld-Cup2015 in Berlijn. Martin Groen uit Workum vertegenwoordigt Fleurop Interflora Nederland.

Wil jij erbij zijn als deze landskampioenen in Berlijn ware bloemsierKUNST creëren? Een dagticket bestel je al voor € 5,- op [worldcupberlin2015.com](http://worldcupberlin2015.com) (tabblad Timetable).

Volg Martin op zijn 'road to Berlin' via Facebook ([fleurop.nl](https://www.facebook.com/fleurop.nl)) of Martin Groen) en Twitter (@fleurop\_nl (of @groenbloem)).

## column

Sanne Bruil, Relatiebeheerder VBW

## Bron van kennis en inspiratie: de studieclub



Heb jij ook wel eens een moment waarop je even geen idee hebt wat voor bloemwerk je moet maken? Dat de inspiratie even op is? En zou je graag eens in contact willen komen met andere bloemisten om ook hun ideeën te horen? Dan is de studieclub wat voor jou!

Het maakt niet uit of je al jaren in het vak actief bent of nog op school zit. Bij de studieclub is iedereen welkom, om van elkaar te leren en elkaar te inspireren. Verspreid over Nederland zijn diverse studieclubs actief waarbij jij

je kunt aansluiten. Je mag eerst kennismaken met de bloemisten uit de club, pas daarna besluit je of het wat voor je is.

Het mooie van deze clubs is dat je met gelijkgestemden van

gedachten kunt wisselen en je netwerk vergroot. Ik ben er van overtuigd dat het contact wat je hebt met anderen en de kennis die je opbouwt in de studieclub, een meerwaarde is voor je eigen ontwikkeling.

Tijdens de bijeenkomsten (veelal in de avonden) komen diverse onderwerpen voorbij, denk aan: bruidswerk, rouwarrangementen, winkeldochters, inpakken, etc..

De agenda wordt opgesteld in overleg met de leden van de club. Je hebt dus zelf invloed op het programma.

Twijfel je of het iets voor jou is? Draai dan eens een avond mee. Neem contact op met mij of mijn collega's en geef aan dat je interesse hebt. Je leert er echt van.

*Sanne*

## VBW start onderzoek naar toekomstig koopgedrag

Dit voorjaar start VBW een onderzoek naar het toekomstige koopgedrag op het vlak van bloemen en planten. Vragen die centraal staan zijn o.a. welke ontwikkelingen zijn te verwachten bij bestaande klanten? Hoe kunnen bloemisten nieuwe klanten bereiken?

Daarnaast wordt onderzocht welke typen bloemisten er in de toekomst zijn te onderscheiden en hoe zij optimaal invulling kunnen geven aan het veranderende koopgedrag. De uitkomsten worden tijdens het VBW-congres (10 juni, zie pagina 3) met bloemisten gedeeld, daarnaast zal VBW actieve ondersteuning bieden bij de implementatie ervan.

Tot slot is het de wens dat het onderzoek ook een advies geeft over bijpassende inkoopmethodes. Welke ontwikkeling zouden toeleveranciers moeten doormaken om in de toekomst optimaal invulling te kunnen geven aan veranderende consument- en bloemistbehoeftes?

Het onderzoek wordt uitgevoerd in samenwerking met o.a. de brancheorganisatie voor groothandelaren (VGB) en wordt mogelijk gemaakt van steun van het Productschap Tuinbouw.

Productschap  Tuinbouw

# Nieuw!

## VBW Inkoopdienst

Om je dagelijkse bedrijfskosten onder controle te houden, heeft VBW een nieuwe activiteit opgericht, VBW Inkoopdienst. Met VBW Inkoopdienst kunnen VBW-leden besparen op tal van dagelijkse bedrijfskosten. VBW inkoopdienst zoekt naar de meest efficiënte oplossing, begeleidt de overgang naar andere leveranciers en zorgt voor een overzichtelijke facturering. Ook de jaarlijkse contractencheck en de follow-up daarop is in goede handen bij VBW Inkoopdienst.

### Hoe werkt het?

Je geeft aan op welke terreinen je interesse hebt in kostenbesparing. Daarvoor hebben we vaak de huidige jaarnota nodig. VBW Inkoopdienst biedt vervolgens een aantrekkelijk aanbod van speciaal geselecteerde partners. De besparingen kunnen oplopen tot 50%. Als de te realiseren besparing je aanspreekt en je akkoord bent met het voorstel, tekenen we samen een contract en zorgt VBW Inkoopdienst voor de rest.

### Wat biedt VBW Inkoopdienst?

VBW Inkoopdienst biedt besparingsvoordelen op tal van dagelijkse bedrijfskosten.

### Wil je ook besparen op dagelijkse bedrijfskosten?

Stuur je reactie naar VBW Inkoopdienst, wij zoeken contact en nemen initiatief voor de verdere afhandeling. Kijk voor meer informatie op [www.vbw.nu/inkoopdienst](http://www.vbw.nu/inkoopdienst).

Bespaar met VBW

## Waarop kan jij besparen?



### Energie

**Samenwerking met verschillende partijen, zoals Eneco en Gazprom**

- Je koopt in tegen voorwaarden van een grootverbruiker, wij zoeken voor jou de beste prijs in de markt
- Keuze uit 1-, 2-, 3- of 5-jaarscontract

Bespaar gemiddeld 7 tot 10%



### Afval

**Samenwerking met Van Gansewinkel**

- Afval wordt duurzaam afgevoerd en verwerkt
- Waar nodig optimalisatie van dienstverlening (volume/frequentie)

Bespaar gemiddeld 20%



### Telefonie (mobiel)

- Korting op diverse toestellen en abonnementen

Bespaar gemiddeld 20%



### Kantoorartikelen

**Samenwerking met Office Depot**

- Ruim 7.800 artikelen
- Vandaag besteld, morgen in huis
- Geen minimum-orderbedrag

Bespaar gemiddeld 45%



### Koffie en automaten

**Samenwerking met Nescafe**

- Koffieautomaten huren
- Al een koffiesysteem voor € 19,95 p.m.

Al vanaf € 19,95 per maand



### Brandblusmiddelen

**Samenwerking met Saval**

- Je voldoet gegarandeerd aan de eisen van je verzekeraar
- Gemiddelde besparing tot 25% op aanschaf apparaten en op de 2-jaarlijkse controle

Bespaar gemiddeld 25%



### Alarmcentrale en beveiliging

**Samenwerking met G4S**

- Je voldoet gegarandeerd aan de eisen van je verzekeraar
- Bespaar gemiddeld 25% op meldkamerabonnement, 15% op mobiele opvolging

Bespaar gemiddeld 15 tot 25%



### BHV

**Samenwerking met G4S**

- Bespaar 25% op de verplichte BHV-training

Bespaar gemiddeld 25%



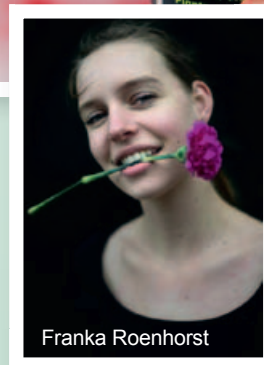
# 'Echt een uitkomst!'

# Kleur de lente met Floralife® Aqua Color



Geef jouw producten eens meer kleur. Onlangs introduceerde Smithers-Oasis de Floralife® Aqua Color spray; een range van maar liefst 37 kleuren om bijna iedere ondergrond te kleuren. Deze kleurspray kan gebruikt worden om bloeiende planten, vers gesneden bloemen en decoratiefruit een kleur te geven alsook aardewerk, potten, rieten manden en houten lijsten.

Floralife® Aqua Color is een product op basis van water waardoor het nagenoeg reukloos en sneldrogend is. Eén van de bijzondere eigenschappen van deze spray is dat het uitermate geschikt is om piepschuim te kleuren zonder het te vervormen.



Franka Roenhorst

## Enthousiast gebruiker

Franka Roenhorst is een enthousiast gebruiker van de Floralife® Aqua Color spray. Zij werkt bij Bloemstylist Hans Zijlstra in Groningen maar gebruikt de spray voornamelijk bij demo's voor eigen opdrachtgevers en wedstrijden.

Franka: 'Het bijzondere van de Aqua Color Spray is dat het niet bijt! Andere verfproducten bijten het piepschuim en de bloemen weg, met deze spray is dat verleden tijd. De ondergrond en de bloemen blijven dus mooi. Ideaal voor bijvoorbeeld Valentijnsdag en kerst. Niet gek dus dat ik bij demo's heel enthousiaste reacties krijg van collega-bloemisten. De Aqua Color Spray is écht een uitkomst!'

