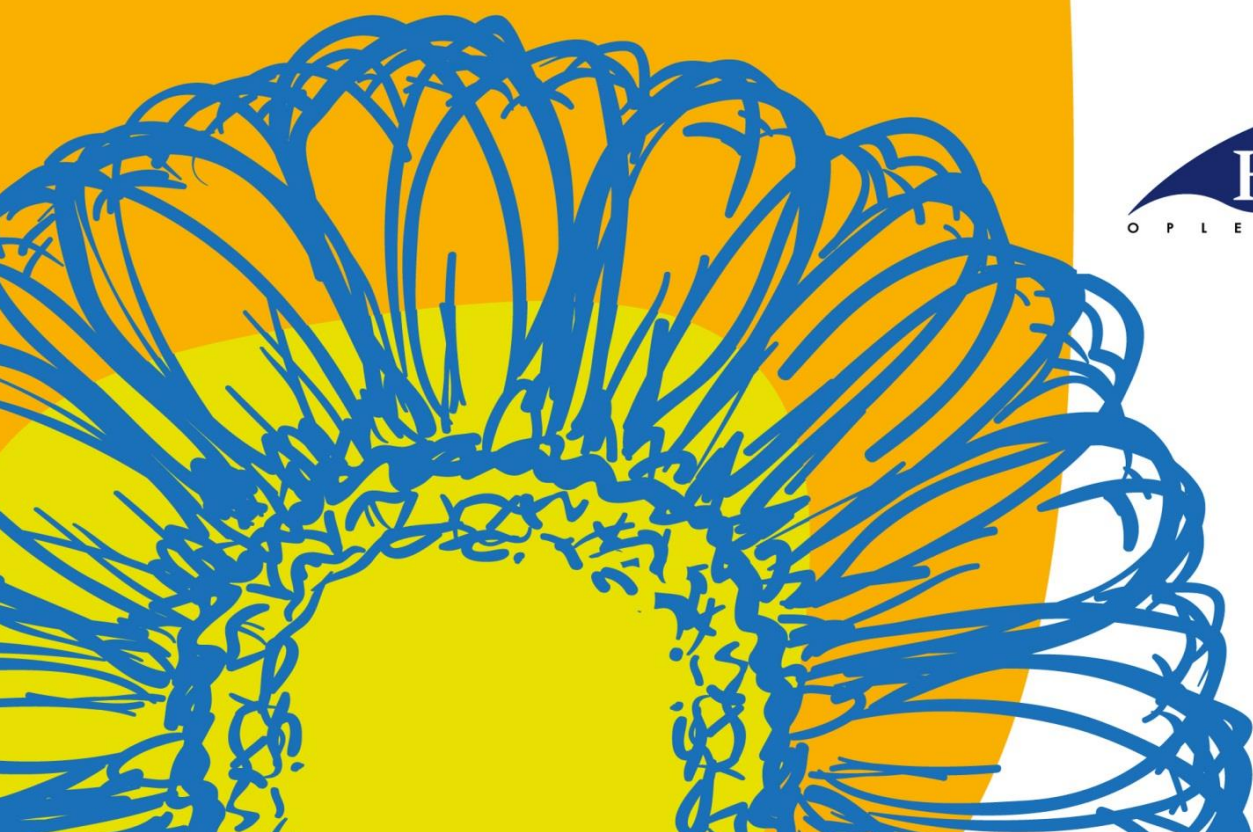


# Materiaalkennis

Bloem & vormgeving

In- en Outdoor



# Bronnenbundel

## Materiaalkennis



niveau 3 BOL

Auteur: Docenten Bloem & Vormgeving

# Inhoud

Inhoud.....	3
1. Snijbloemenverzorging en advies .....	4
1.2 Bacteriën en schimmels in de koelcel .....	7
1.2 Gereedschappen en hulpmiddelen .....	10
2. Winkeltypes.....	15
2.1 Winkelformule .....	15
2.2 Inkoop/ handelskanalen .....	16
2.3 Routing .....	19
2.4 Service.....	19
2.5 Huisstijl .....	20
Logo.....	21
3. Verkopen.....	22
3.1 Behoeften van de klant .....	22
3.2 Het verkoopgesprek in onderdelen .....	23
3.3 Verbale en non-verbale communicatie.....	29
3.4 De telefoon als visitekaartje .....	31
3.5 De klant is koning.....	33
4. Ondergronden.....	35
4.1 Keramiek.....	35
4.2 Glas .....	45
4.3 Hout .....	52
4.4 Mandwerk .....	53
4.5 Kunststof.....	56
4.6 Metaal .....	58
4.7 Beton en asbestcement .....	60
5. Kaarsen.....	62
6. Lint .....	71
7. Productpresentaties .....	73
7.1 Bloemen presenteren.....	73
7.2 Planten presenteren.....	77
7.3 Bloemwerk presenteren .....	77
7.4 Presenteren .....	78
7.5 Buitenpresentatie .....	81
8. Verkoopprijsberekening .....	84
9. Bronnenlijst .....	89

# 1. Snijbloemenverzorging en advies

Iedereen die in de bloemenbranche werkt, zal je bij de vraag 'Wat is een snijbloem' raar aankijken. Iedereen herkent een snijbloem, maar onder woorden te brengen wat een snijbloem is, valt vaak niet mee. Een snijbloem is een bloem van een eenjarige, tweejarige of vaste plant, van een bol- of knolgewas of van een heester, die om haar sierwaarde wordt afgesneden. Afsnijden is nodig omdat je de bloem ten slotte op een andere plaats wilt gebruiken dan waar zij wordt gekweekt. Sommige bloemen worden direct verhandeld en eindigen bij de consument in de vaas. Andere worden verwerkt in bloemwerk voor speciale gelegenheden.

Snijbloemenverzorging houdt minimaal in dat je de bloem water en voeding geeft. Water is nodig om de bloem in leven te houden. Voeding zorgt er voor dat de bloem zich maximaal kan ontwikkelen.

Niet alleen de bloemist is verantwoordelijk over de snijbloemenverzorging. Dit begint al bij de kweker. Hieronder de snijbloemenverzorging van kweker tot consument:



## Kweker

- Direct na de oogst is de bloem afgesneden van water, voeding en groeiregulatoren. De bloem verouderd dan snel, tenzij ze de juiste verzorging krijgt;
- Afsnijden van de snijbloem moet op het juiste moment = snijrijpstadia of oogstrijp;
- De bloem moet niet te vroeg afgesneden worden want dan komt ze niet open;
- De bloem moet niet te laat afgesneden worden want dan verwelkt ze te snel bij de consument;
- De snijbloemen elk op dezelfde lengte afgesneden, gebost met elastiek of met ijzerdraad bijeen gebonden, en eventueel gehoest in cellofaan;
- De snijbloemen gaan in veilingfusten op laag water met snijbloemenvoeding om de bloemknop dicht te houden.



## Veiling/groothandel

- De bloemen die in de koelcel horen worden in de koelcel gezet en de bloemen die op kamertemperatuur horen worden buiten de koelcel gezet;
- Het kan zijn dat de snijbloemen op de veiling in dozen gaan (zoals chrysanten en gerbera's);
- Er wordt gezorgd dat alle bloemen en planten goed bereikbaar zijn voor de bloemisten om beschadigen te voorkomen.



## Bloemist

- De emmers worden goed schoongemaakt;
- De bloemist snijdt de snijbloemen voor de eerste keer aan met een scherp mes en haalt het blad en eventuele doorns voor 1/3 - 1/2 van de stelen;
- De bloemen worden op water gezet, eventueel met bloemenvoeding;
- De bloemen worden geprijsd en in de winkel en/of koeling gezet.

## Advies voor de consument

- Gebruik een schone vaas (schoonmaken met chloor en omspoelen);
- Doe het bijgeleverde zakje bloemenvoeding de vaas en vul deze voor de helft met water;
- Snijd de stelen schuin aan met een scherp mes;
- Zet de bloemen direct in de vaas;
- Haal het in water hangend blad van de stengel;
- Plaats de vaas niet in de zon, naast een warmtebron of naast rijpend fruit i.v.m ethyleengas;
- Vul zo nodig het vaaswater op tijd aan.

## Bloemen afsnijden

- Schuin afsnijden;
- Met een scherp mes;
- Veilig → Niet duwen met de duim maar trekken met heel de hand. Duim blijft altijd op ruime afstand van het mesblad;
- Hoek van 45° → optimale oppervlakte voor de wond;
- Gladde wond → goed, water kan soepel de vaten in;
- Rafelige wond → fout, bacteriën gaan zich ophopen.



Figuur 1.1 Dit is de verkeerde manier van schuin afsnijden

## Speciale behandeling

### *Gerbera's*

Gerbera's worden bij de kweker gesneden en daarna in rekken op een laag water gezet met voorbehandelingsmiddel of chloor. Daardoor kunnen ze zich vóór het vervoer nog volzuigen met water. Vervolgens worden ze in speciale dozen verpakt, waarin ze droog liggen. Het is belangrijk dat de bloemist de bloemen, nadat ze zijn binnengekomen, eerst enkele uren laat optrekken en ze daarna in een klein laagje water zet. Gerbera's hebben behaarde stengels. Als de Gerbera's in een hoge laag water staat kruipt het water via de haartjes omhoog naar de bloemknop waardoor deze kan gaan rotten. Ook blijft gemakkelijk vuil hangen aan de haartjes waardoor er extra bacteriegroei optreedt. Dat voorkom je door ze in een klein laagje water te zetten.

### *Heesters*

Heerstertakken als sering (*Syringa vulgaris*) en sneeuwbal (*Viburnum opulus*) worden vaak in de winter en in het voorjaar geoogst. Zij hebben houtige stengels waardoor het water minder snel kan worden getransporteerd. Ze verdampen vaak ook meer water dan ze kunnen opnemen. Daardoor gaan ze slap hangen. Het is verstandig de heestertakken op handwarm water te zetten, zodat ze het water sneller opnemen. Een houdbaarheidsmiddel toevoegen helpt ook. Er is speciaal heestervoedsel te koop.

### *Mimosa*

Mimosa (*Acacia dealbata*) wordt door de kweker in plastic zakken inclusief gebruiksaanwijzing verpakt. Ook levert de kweker er speciaal snijbloemenvoedsel bij. De bloemen moeten namelijk in de plastic zak op warm water 6 à 8 uur blijven staan, zodat de gele bloemhoofdjes opkomen. Ook de consument moet mimosa zo behandelen.

### *Euphorbia's*

Euphorbia's (*Euphorbia fulgens*) worden op handwarm water gezet. Wanneer je ze opnieuw aansnijdt, komt er wit melksap uit. Door ze in warm water te zetten stolt dit sap. Het witte melksap is giftig en kan bij mensen die er gevoelig voor zijn, brandblaren veroorzaken.

### *Bolbloemen*

Aan de onderkant van de steel zit vaak een wit gedeelte. Hierdoor kan de bloem moeilijk water opnemen. Bovendien worden bolbloemen vaak droog aangevoerd. Na binnenkomst snijd je het witte gedeelte eraf en laat je de bloemen optrekken. Onder aan hyacinten (*Hyacinthus orientalis*) zit daar doorgaans nog een stuk van de bol. Ook dit gedeelte moet je wegsnijden. Wil je verschillende voorjaarsbloemen bij elkaar zetten, let er dan op narcissen (*Narcissus cultivars*) een slijm afgeven waar andere bloemen niet tegen kunnen. Je kunt de narcis het beste apart op water zetten om dit probleem te voorkomen.



Figuur 1.3 Allerlei bolbloemen

## Watertoevoer bevorderen

Elke bloem heeft behoefte aan water, maar de ene bloem heeft meer water nodig dan de andere. Voor een goede wateropname moet je een stukje van de steel afsnijden vlak voor je de bloemen op water zet. Een verse snede kan namelijk gemakkelijker water opnemen. Voor een mooie wond, waaraan geen rafels hangen en die de vaten niet afknijpt, is een scherp, schoon mes een vereiste. Bloemen goed schuin afsnijden is niet zo eenvoudig en vergt wel enige oefening.

Voor een goede wateropname is het belangrijk dat het water schoon is. Je houdt het water schoon door ervoor te zorgen dat er geen blad in het water komt. Verwijder daarom de bladeren van zo

ongeveer tweederde van de steel. Zorg daarbij voor zo min mogelijk beschadiging, omdat de wonden bacteriegroei bevorderen.

Vaak ontstaat er verstopping door micro-organismen als bacteriën, schimmels en gisten. Deze micro-organismen kunnen zich niet alleen ophopen in het water, ze kunnen ook stoffen afscheiden die de wateropname belemmert. Bovendien kunnen ze zich ophopen in de steel of op het snijvlak, waardoor watertoevoer beperkt wordt of zelfs helemaal stopt. Het is ook mogelijk dat vaatverstopping wordt veroorzaakt door een combinatie van deze factoren.

### **Verdamping beperken**

Tijdens het droogleggen van bloemen gaat de verdamping door, terwijl er geen aanvoer van water plaatsvindt. Er komt lucht voor in de plaats. Als je de bloemen vervolgens in het water zet, belemmert de lucht het watertransport in de vaten die zijn afgesneden. In het ergste geval kan het transport van water zelfs helemaal stoppen. Het is dus belangrijk om bloemen die net zijn aangesneden, zo snel mogelijk te voorzien van water. Om de watertoevoer te bevorderen en de verdamping te beperken is het verstandig om het blad van de bloemen te halen, als je ze op water zet. Daarmee rem je bovendien bacteriegroei in het water. Verder kan je verdamping tegen gaan door de bloemen in een koeling te zetten. Pas daarmee wel op dat de bloemen niet op de tocht staan.

### **Voeding toedienen**

Het is van groot belang dat de bloem optimaal water op kan nemen. De bloem heeft behoefte aan koolhydraten (suiker) zodat de gehele steel voorzien kan worden van water. Suiker zorgt er niet alleen voor dat bloemen gemakkelijker water opnemen, maar ook dat ze het water langer vasthouden doordat de huidmondjes makkelijker sluiten. Dit beïnvloed zowel de snelheid waarmee de bloem zich ontwikkelt, als de kwaliteit en de kleuren. De voeding kan er zelfs voor zorgen dat bloemen die te vroeg zijn afgesneden bij de kweker, alsnog open kunnen komen. Verder kan het zijn dat bloemen minder gevoelig zijn voor ethyleen.



*Figuur 1.2 Chrysal voeding*

Naast vaatverstopping is ook ethyleen van invloed op de houdbaarheid van snijbloemen. Ethyleen is een gasvormige koolwaterstof dat wordt geproduceerd bij de verbranding van organische materialen. Je kunt daarbij denken aan uitlaatgassen van auto's en vliegtuigen, en aan sigaren- en sigarettenrook. Ook rijpend en rottend fruit en rottende groenten zijn producten die ethyleen uitstoten. Ethyleenschade is te herkennen aan bladvergeling, stengelstrekking (extreme groei van de stengel) en de krimp van bloemen.

### **Koeling**

Een manier om het verouderingsproces tegen te gaan, dus om de bloemen langer goed te houden, is opslag in een koelcel. De verdamping wordt beperkt, doordat koude lucht eerder verzadigd is. Verder zorgt de lagere temperatuur ervoor dat alle processen die zich in een snijbloem afspelen, vertragen. De bloem verouderd daardoor minder snel en verbruikt minder suiker.

## **1.2 Bacteriën en schimmels in de koelcel**

Als je bloemen langer wilt bewaren, kun je ze bewaren in een koelcel of gekoelde ruimte. Niet alle bloemen kun je even lang koelen. Voor elke bloem geldt daarbij een verschillende periode.



## Aanwijzingen voor de koeling

In het algemeen mag je bloemen niet langer dan drie dagen koelen. Als je ze langer koelt, loop je het risico dat de bloemen:

- niet meer opengaan
- slap gaan hangen
- ineens openklappen
- heel snel verwelken
- het ontstaan van schimmels- en bacteriegroei



Figuur 1.5

## Temperaturen en de soort bloem

De meeste bloemen kun je het best bewaren in een koelcel met een temperatuur tussen 6 en 8°C. Niet iedere bloem kan echter evenveel kou verdragen. Bol- en knolgewassen kunnen een temperatuur van 5°C goed verdragen. Tropische bloemen kunnen vaak niet tegen kou. Sommige tropische bloemen krijgen al 'kouschade' bij 12°C. De celwanden worden dan te stevig, zodat de water doorgifte niet optimaal is. Daardoor wordt de bloem slap en snotterig.

***Bolbloemen en tropische bloemen hebben dus een verschillende tolerantie voor kou.***



Figuur 1.6 narcis en strelitzia

## Het onderhoud van de koelcel

Het onderhoud van de koelcel is erg van belang voor de houdbaarheid van bloemen. De volgende zaken zijn daarbij erg van belang:

- zorg dat de koelcel regelmatig wordt opgeruimd, geveegd en eventueel wordt uitgesopt
- vermijdt zoveel mogelijk vochtvorming (denk aan emmers die omvallen of een lekkende koelcel)
- zorg dat al het plastic van de bloemen af is, dit voorkomt bacterie- /schimmelvorming (smet)
- zet soort bij soort bij elkaar, hiermee behoud je het overzicht
- zet oudere bloemen vooraan zodat deze ook als eerste gebruikt gaan worden
- zet de bloemen niet te dicht op elkaar, dit voorkomt ook bacterie- /schimmelvorming



- (smet), maar het voorkomt ook beschadiging
- zet grotere emmers achteraan en kleine emmers vooraan, hiermee behoud je ook meer overzicht

### Het onderhoud van de koelcel

Het onderhoud van de koelcel is erg van belang voor de houdbaarheid van bloemen. De volgende zaken zijn daarbij erg van belang:

Een gemiddelde houdbaarheidsperiode van een bloem is tussen de 5 en 10 dagen. Wanneer bloemen in een koelcel bewaard worden gaat het rijpingsstadium gewoon verder. Dit betekent echter dat als de bloemen 4 dagen in de koelcel hebben gestaan ze nog maximaal 6 dagen goed blijven. ***De houdbaarheid van een bloem is dus niet langer, maar een bloem blijft langer gesloten en ziet er dus verser uit.***







Figuur 1.4 Bloemen in een koelcel bewaren








### Werking van de koeling

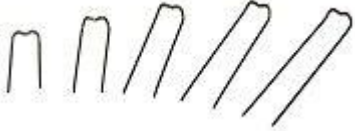






Als bloemen bij een lagere temperatuur bewaard worden, vertragen alle processen die in een bloem aan de gang zijn. De bloem veroudert daardoor minder snel. Ook verbruikt de bloem minder suiker en wordt de bacterievorming vertraagd. Te lang koelen is niet goed. Hoewel de processen vertraagd worden, gaan deze dus gewoon door. Uiteindelijk kunnen bacteriën de vaten verstoppen. Ook heeft de bloem op een gegeven moment zijn volledige suikervoorraad verbruikt.

***Bloemen kunnen dus niet tegen een te lange koelperiode.***






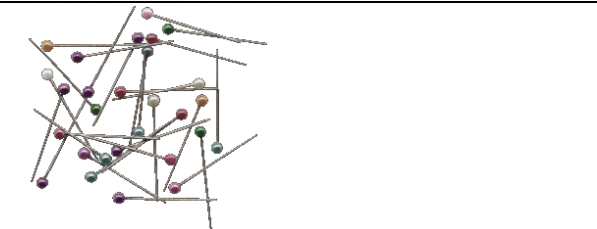
## 1.2 Gereedschappen en hulpmiddelen

	Naam: Toepassing:
	Naam: Toepassing:
	Naam: Toepassing:
	Naam: Toepassing:
	Naam: Toepassing:
	Naam: Toepassing:
	Naam: Toepassing:

	<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>
	<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>
	<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>
	<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>
	<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>
	<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>
	<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>

	<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>
	<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>
	<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>
	<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>
	<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>
	<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>
	<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>



		<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>
		<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>
		<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>
		<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>
		<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>
		<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>

		<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>
		<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>
		<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>
		<p>Naam:</p> <p>Toepassing:</p>

## 2. Winkeltypes

Plaatsen waar je bloemen kunt kopen kunnen sterk van elkaar verschillen. Zo is er bijvoorbeeld het bloemenstalletje op de markt, maar ook de chique speciaalzaak in de stad. Bloemenzaken kunnen ook totaal verschillend ingericht zijn. Zo zien bloemenzaken die losse bloemen verkopen er anders uit dan winkels die bloemen per bos verkopen. Hieronder worden een aantal locaties benoemd waar men bloemen kan kopen.

### 2.1 Winkelformule

In welk type bloemenwinkel voel jij je als bloemist of als binder het prettigst? In een bloemenwinkel werken betekent niet alleen bloemen en planten verkopen, hard werken en geld verdienen. Je hebt ook te maken met het omgaan met mensen. Het kan zijn dat je graag met mensen omgaat en het leuk vindt met hen te overleggen hoe een bloemstuk er uit moet gaan zien. Misschien ben je heel creatief en denk je iedere keer als je bloemen inkoopt: wat kan ik hier van maken? Ook kan het zijn dat je voorkeur uitgaat naar het bedrijfsleven met abonnementsbloemwerk en in interieurbeplanting. Je ziet wel dat je in dit vak verschillende keuzes kan maken.

Bloemenbureau Holland (BBH) en het Hoofdbedrijfsschap Detailhandel (HBD) hebben ieder een indeling gemaakt naar drie verschillende typen bloemenwinkels. De indeling is grof, maar toch goed herkenbaar.

Een duidelijke scheiding tussen de niveaus van de groepen is niet te maken. De niveaus hebben altijd een overlap. In dit hoofdstuk houden we rekening met het type winkel. In een inloopzaak zijn de verlichting en de presentatie immers anders dan in een bloemencadeauzaak.

Hieronder de verschillende winkeltypen in een tabel;

Indeling BBH	Indeling HBD	Omschrijving van winkeltype
Groep 1 Laag segment Populair	<b>Inloopwinkel</b> voor de eigen gebruiksmarkt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eenvoudige basis winkelinrichting</li> <li>• Veel bloemen, veel planten</li> <li>• Weinig randassortiment (potten, vazen of andere bijartikelen)</li> <li>• Regelmatige en duidelijke prijsaanbiedingen</li> <li>• Productie is belangrijk, maximale zelfbediening</li> </ul>
Groep 2 Midden segment Bloemen cadeauwinkel	<b>Bloemen cadeauwinkel</b> voor de cadeau markt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verzorgde winkelinrichting (stijlvol)</li> <li>• Bloemen per steel, bijzondere planten</li> <li>• Ruim randassortiment (potten, vazen of andere bijartikelen)</li> <li>• Ruim aanbod aan bloemwerk in diverse prijsklasse</li> <li>• Personeel is allround en vaak bekend met nieuwe trends</li> <li>• Service verlening is groot</li> </ul>
Groep 3 Hoog segment Luxe winkel	<b>Luxe winkel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Luxe winkelinrichting (stijlvol)</li> <li>• Hoge prijzen</li> <li>• Niet alledaags bloemwerk</li> </ul>
Groep 4 Hoog segment	<b>Buisnesszaak</b> voor de zakelijke markt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vaak is de secretaresse van de directeur de kant</li> <li>• Vooral abonnementen op bloemwerk en interieurbeplanting</li> <li>• Veel directe mail</li> <li>• Serviceverlening is groot</li> <li>• Veel verkoop op rekening</li> <li>• Verkoopvloeroppervlak is vaak ingericht als showroom.</li> </ul>

## 2.2 Inkoop/ handelskanalen

### Kweker

Over het algemeen verkoopt een kweker het grootste gedeelte van zijn bloemen aan de veiling, maar bijna alle kwekers hebben wel een kleine verkoop ruimte of een stalletje waar zij de bloemen rechtstreeks aan consumenten verkopen. Vaak is deze manier van aankopen een stuk goedkoper voor de consument omdat er geen tussenhandel is die ook zijn aandeel moet krijgen in de winst op de bloemen.

### Veiling

Zoals hierboven al is genoemd, verhandeld de kweker het grootste deel van zijn bloemen via de veiling. De kweker voert zijn bloemen aan bij de veiling en betaald de veiling een bepaald bedrag voor het veilen van zijn bloemen. In Nederland worden bloemen bijna



alleen nog geveild door middel van een veilingklok. Groothandels, grossiers, importeurs, en bloemisten kunnen via deze klok bieden op een partij bloemen, wie de het hoogste bod heeft uitgebracht rekent af bij de veiling en mag de bloemen meenemen.



*Figuur 2.1 De bloemenveiling in Aalsmeer*

### **Groothandel**

Groothandels kopen het grootste gedeelte van de bloemen in op de veiling. Bloemisten kunnen bij de groothandel terecht om bloemen te kopen, meestal gebeurd dit per emmer of per bos. Deze hoeveelheden zijn een stuk kleiner dan de partijen die je op de veiling kunt kopen. De groothandel is niet toegankelijk voor particulieren. Alleen bedrijven zoals bloemisterijen kunnen hier inkopen.

### **Grossiers**

Grossiers zijn bloemen groothandelaren die hun waren inkopen op de veiling en daarna langsgaan bij bloemisten om de bloemen weer te verkopen. Dit is vooral erg makkelijk voor wat kleinere bloemenzaken die niet veel tijd of personeel hebben om zelf naar de veiling toe te gaan.



### **Markt**

Op bijna elke weekmarkt staat ook wel een stalletje dat bloemen verkoopt. Over het algemeen kopen markthandelaren in op de veiling omdat zij een relatief grote hoeveelheid bloemen verkopen. Vaak zijn de bloemen die de consumenten op de markt kopen goedkoper dan bij een bloemenwinkel, omdat markthandelaren geen geld kwijt zijn aan een winkelpand dat onderhouden moet worden.



*Figuur 2.2 bloemen kraam op de markt in 's-Hertogenbosch*

### **Supermarkt**

Steeds meer supermarkten verkopen tegenwoordig ook bloemen. Deze staan vaak in kant en klare bosjes bij de kassa. Maar sommige grote supermarkten hebben ook hun eigen bloemisterij afdeling waar de consument terecht kan om boeketten samen te laten stellen.

### **Tuincentrum**

Veel wat grotere tuincentra hebben naast planten en tuinbenodigdheden ook een snijbloemen afdeling waar de consument bloemen kan kopen.

### **Loopzaak**

Een loopzaak is een ietwat oneerbiedig woord voor een bloemenwinkel waar consumenten binnen komen en eigenlijk meteen weer met een boeket naar buiten kunnen lopen. Vaak maakt deze bloemist kant-en-klare boeketten op voorhand die mensen maar hoeven te pakken en af te rekenen. Bij dit type bloemenzaken zijn de boeketten vaak wat goedkoper dan bij een speciaalzaak, omdat de bloemist minder tijd nodig heeft voor zijn klanten.

### **Speciaalzaak**

Een speciaalzaak is een bloemenwinkel in een meestal wat exclusiever segment. De bloemen staan vaak los gepresenteerd, dus nog niet in bosjes zodat de klant zelf kan kiezen en samenstellen wat hij wil. De prijs van een boeket ligt over het algemeen wat hoger dan in een loopzaak omdat de bloemist veel aandacht en tijd besteed aan wat de klant wil. In dit soort zaken worden ook vaak veel bijproducten verkocht zoals speciale vazen en potten en decoratie materiaal. Er wordt ook meer aandacht besteed aan het uiterlijk en de presentatie van de producten die er verkocht worden.

## 2.3 Routing

De routing is de weg die de klant volgt of bij voorkeur zou moeten volgen om zo veel mogelijk te kopen voor hij uiteindelijk bij de kassa komt om af te rekenen. Het bepalen van de routing is niet altijd mogelijk. Bij winkels met een geringe vloeroppervlakte praat je niet over een routing. Uit onderzoek is gebleken dat de klant het liefst linksom, dus tegen de klok in, door de winkel ,loopt, waarbij hij zich voornamelijk rechts orienteert. Dat betekent voor een zaak van normale omvang dat hij eerst de rechterwand, dan de achterwand en pas daarna de linkerwand bekijkt. Vooral supermarkten houden met dit fenomeen rekening. Daar worden de moetgroepen (artikelen die iedereen nodig heeft) aan de rechterkant van de paden geplaatst. Je kunt hier uit twee dingen concluderen.

- De kassa moet aan het eind van de route worden geplaatst.
- Het middengedeelte wordt vaak overgeslagen. Je kunt de aandacht van de koper naar dat middengedeelte leiden door daar aanbiedingen, acties en displays te plaatsten.

## 2.4 Service

Een klant loopt een winkel binnen, pakt het gewenste artikel, rekent af en gaat weer naar buiten. Zo eenvoudig kán het zijn, maar zo simpel is het meestal niet, want de klant kan voor verschillende problemen komen te staan zoals bijvoorbeeld:

- Waar laat de klant zijn vervoermiddel?
- Waar kan hij informatie krijgen?
- Op welke afdeling moet hij zijn?
- Hoe ga je met het artikel om?
- Waar laat hij meerdere artikelen?
- Waar pakt hij het artikel in?
- Hoe kan hij betalen?
- Hoe krijgt hij dat grote artikel thuis?
- Wat moet hij doen als het artikel niet bevalt?

Als je problemen van een klant oplost, verleen je een dienst. Je helpt de klant bij de aanschaf van een artikel. Het verloop van de opeenvolgende activiteiten die je verricht om de klant te helpen, noemen we dienstverlening. Bij al deze dienstverlenende activiteiten hou je rekening met de wensen en/of behoeften van de consument. Het is een aanvulling op de verkooptaak van de winkel. Deze aanvullende dienstverlening, waarbij de nadruk ligt op de voor- en nazorg, inclusief controle, onderhoud en reparatie, noemen we service. Het zijn toegevoegde activiteiten ten behoeve van de consument, die voor de verkoop niet beslist noodzakelijk zijn. Enkele mogelijkheden van service zijn:

- demonstreren
- garantie
- ruilmogelijkheden
- reparatie
- bezorging
- kredietverlening
- klachtenbehandeling

Service heeft niet alléén met het oplossen van problemen te maken. Het betekent ook dat je het bezoek van de klant aan jouw winkel aantrekkelijker wilt maken. Bij service ligt de nadruk op de voor- en nazorg. Hieruit kun je afleiden dat je niet alleen gedurende de aankoop service verleent. Zowel voor, tijdens als na de verkoop verleen je service aan de klanten.

Consumenten hebben verschillende wensen. De eerste klant wil zo snel mogelijk de winkel in en uit. Een tweede wil tijdens het bezoek aan de winkel helemaal in de watten worden gelegd. Een derde wil zo goedkoop mogelijk uit zijn en nummer vier betaalt graag wat meer in ruil voor extra service. Sommige problemen van de klant kun jij, als verkoopmedewerker, met één handeling zelf oplossen. Voor het oplossen van andere problemen zijn hulpmiddelen in de winkel nodig. We noemen dit voorzieningen. Bij problemen die jij zelf voor de klant kunt oplossen, spreken we van persoonlijke dienstverlening of persoonlijke service. Alle voorzieningen die je de klant aanbiedt en waarbij géén verkoopmedewerker betrokken is, noemen we niet-persoonlijke dienstverlening of niet-persoonlijke service.

Deze niet-persoonlijke dienstverlening kun je opsplitsen in twee soorten. Alle voorzieningen die je buiten de winkel aanbiedt, zijn externe voorzieningen. De voorzieningen die je binnen de winkel treft, noemen we de interne voorzieningen.

## 2.5 Huisstijl

Met een huisstijl schep je als ondernemer een bepaald beeld. Voor de klant kan dat beeld ervoor zorgen dat hij vaste klant wordt of voortaan zijn boodschappen ergens anders doet. Door een goede huisstijl te ontwikkelen en deze consequent door te voeren zullen je klanten jouw producten na verloop van tijd overal herkennen. Een voorbeeld van een goede en consequent doorgevoerde huisstijl is de welbekende grote gele M op een rood vlak, zelfs met deze beschrijving weet je over welke fastfoodketen het gaat. Als je er binnenkomt, zie je voortdurend dezelfde kleuren geel en rood: in de kleding van het personeel, in het meubilair en in het verpakkingsmateriaal. En dan maakt het niet uit of je in New York City, Hendrik Ido Ambacht of in Mekka bent.

Tallose zaken dragen bij aan een huisstijl: productaanbod, presentatie, verlichting, compositie, geur, en zelfs het soort achtergrondmuziek. Vooral voor bedrijven met meerdere vestigingen is een huisstijl erg belangrijk. Onderdelen die tot de huisstijl behoren, zijn de volgende:

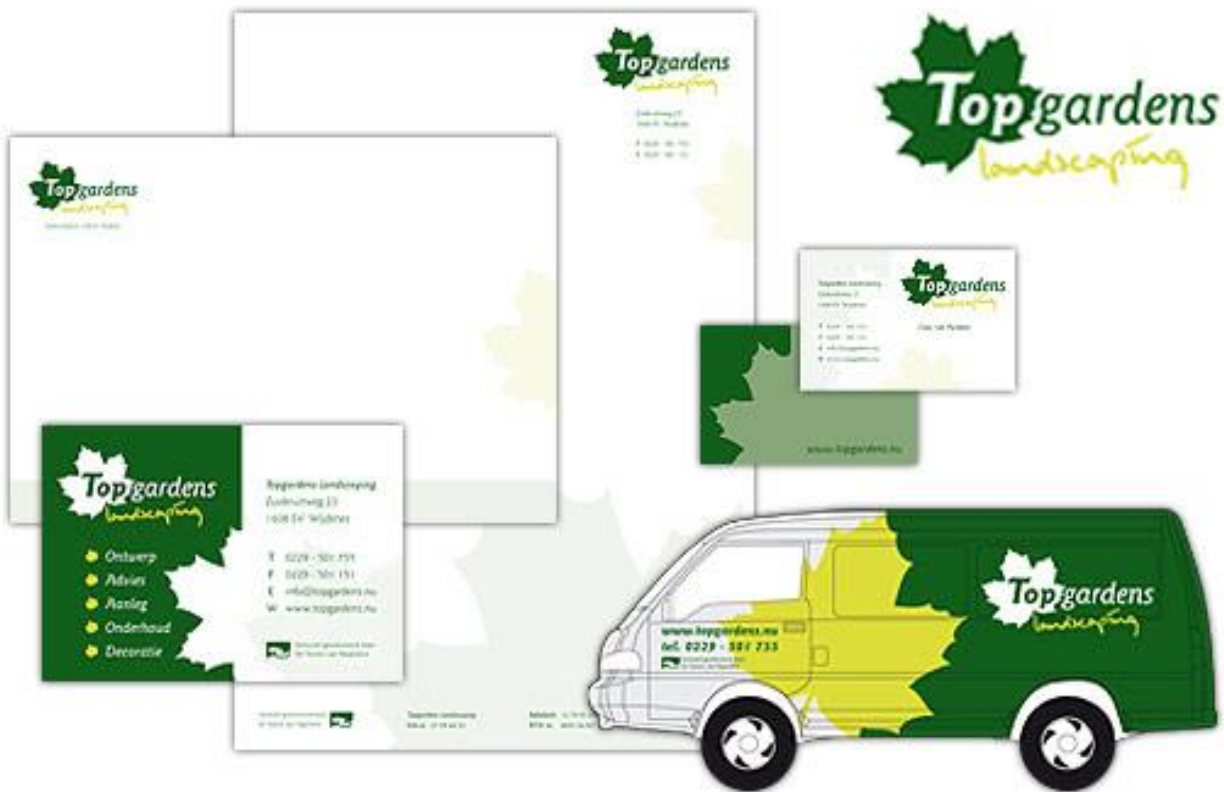
- kleur;
- beeldmerk of logo;
- lettertype;
- vorm;
- materiaalgebruik.

Al deze onderdelen roepen associaties op. Bij lichtroze en lichtblauw denk je direct aan baby's. Bij een kinderkledingzaak is dat slim, maar voor een bloemenwinkel is het minder geschikt. Een logo of beeldmerk is een zeer effectief middel. Denk maar eens aan het logo van de Fleurop-bloemist. Een huisstijl werkt alleen als die consequent wordt toegepast, dus op:

- winkelpand
- verpakkingsmateriaal



- briefpapier
- facturen
- visitekaartjes
- bedrijfsauto
- kleding personeel
- prijskaartjes
- alle vormen van reclame



Figuur 2.3 Voorbeeld van een consequent doorgevoerd logo en huisstijl van een tuinarchitect.

## Logo

Het kiezen van een logo valt vaak niet mee. Om te beginnen moet het eenvoudig zijn, want eenvoud vergroot de herkenbaarheid. Een duidelijk lettertype draagt daar toe bij. Verder moet er voldoende contrast zijn tussen voor- en achtergrond. Het logo moet niet te klein maar ook niet te groot zijn en het moet ook nog aansluiten bij je winkel. Kortom een goed logo moet goed werken op een klein formaat als een visitekaartje, maar ook op de zijkant van een vrachtwagen. Om verzekerd te zijn van een goed logo en een goede huisstijl is het vaak goed om een grafisch ontwerper het werk te laten doen. Die denken de hele dag in beelden en ze weten precies wat een millimeter meer of minder voor verschil kan maken in het uiteindelijke beeld. De huisstijl is een belangrijk middel om aan (toekomstige) klanten te laten zien wat voor soort winkel je hebt. De keuzen die je daarbij maakt, worden natuurlijk gedeeltelijk bepaald door de omgeving waar je winkel is gevestigd. Als er uit een naburig bejaardencentrum geregeld klanten komen, is een flitsende schreeuwerige huisstijl minder geslaagd. Eigenlijk is een huisstijl een middel om te communiceren met je doelgroep. Jij weet welke mensen je wilt bedienen met je winkel. Door de juiste huisstijl te kiezen laat je aan die mensen zien dat ze bij jou aan het juiste adres zijn. Het is bovendien een middel om je te onderscheiden van je concurrenten die tenslotte ook dezelfde rozen verkopen als jij.

## 3. Verkopen

Stel je voor dat je tachtig wordt. En dat je sinds je tiende elke dag wel een boodschap hebt gedaan. Dan betekent dat dat je in je hele leven meer dan 20 000 verkoopgesprekken zult voeren. Meestal zullen dit korte gesprekken zijn: je zegt wat je hebben wilt, hoort hoeveel je moet betalen, rekent af en je vertrekt. Maar als je nu op straat aan willekeurige voorbijgangers gaat vragen wat een verkoopgesprek is, zullen velen dat niet weten. Dus kennelijk is een verkoopgesprek zo vanzelfsprekend dat je er verder niet bij stilstaat. Dat verandert als je aan de andere kant van de toonbank komt te staan. Als je van je twintigste tot je vijftenzestigste werkt en elke dag twintig klanten helpt, voer je als verkoper bijna 300 000 verkoopgesprekken. Misschien schrik je van dat aantal. Maar met vakkennis en voldoende sociale vaardigheden sla je je daar met gemak doorheen. Dit hoofdstuk leert je hoe je klanten kunt benaderen, hoe je hun behoeften kunt peilen en hoe je hen in de winkel en aan de telefoon te woord kunt staan.

*Goedemorgen,  
kan ik u helpen?*

*Figuur 3.1 Standaard is niet altijd goed*

### 3.1 Behoeften van de klant

Iemand die een winkel binnengaat, heeft een bepaalde behoefte. Zonder behoefte had hij net zo goed thuis kunnen blijven. Soms is een behoefte heel sterk. Als je honger hebt, haal je bij de bakker of een supermarkt iets te eten. Maar een behoefte kan ook heel vaag zijn. Je moet bijvoorbeeld een cadeautje kopen, maar je hebt nog geen flauw idee wat. Als verkoper is het de bedoeling dat je uitvindt wat voor behoefte iemand heeft en die zo mogelijk te versterken. Pas dan zal een klant tot aankoop overgaan.

#### Behoeftepeiling

Uitvinden wat de behoeften van een klant zijn, doe je in het verkoopgesprek. Als direct duidelijk is wat de klant wil, zal dat gesprek kort zijn. Iemand die bij de bakker een halfje wit haalt, heeft geen behoefte aan informatie over de ingrediënten en eventuele bereidingsadviezen. Die wil betalen en weer weg. Maar als je een leek bent op computergebied, wil je je eerst uitgebreid laten voorlichten als je overweegt zo'n apparaat aan te schaffen. Dan wil je precies weten wat je er allemaal mee kunt doen. Als verkoper weet je zodra een dergelijke klant de winkel binnenkomt, dat hij misschien een computer wil kopen. Maar je weet niet wat die klant er allemaal mee wil doen. Navragen of een klant

wil tekstverwerken, spelletjes wil doen, wil internetten, of alles bij elkaar is in dit geval het uitvinden wat precies de behoeften zijn van de klant.

### **Waar komen behoeften vandaan?**

Omdat je honger hebt, neem je iets te eten. Als je niets te eten hebt, moet je het eerst kopen. Je gevoel van honger is een reden om iets te eten te kopen. Je noemt dat een behoefte. Redenen om iets te kopen kunnen zeer divers zijn.

Om te leven moet je eten en drinken. Anders ga je dood. Daarom zijn eten en drinken je belangrijkste behoeften. Je noemt ze primaire (levens)behoefte. Andere belangrijke behoeften zijn kleding en meubilair (tafel, stoel en bed). Maar zaken zoals kleding en meubels zijn er in allerlei soorten en maten. Waarom heb je dan als klant uitgerekend behoefte aan een bepaald artikel? Dat is een kwestie van smaak. En smaken verschillen, zoals je weet.

#### **Behoeft creëren**

Blader in een tijdschrift, kijk tv of reis met de trein en voortdurend kom je het tegen: reclame. Eigenlijk is reclame niets anders dan behoefte creëren. Door voortdurend een product of alleen maar een naam onder de aandacht te brengen kunnen consumenten nieuwsgierig worden. Naar hoe iets smaakt of hoe iets er in werkelijkheid uitziet of naar wat ze ermee kunnen doen. Door die nieuwsgierigheid is het begin van de behoefte geschapen. Eenmaal in de winkel kunnen klanten afhaken omdat het product tegenvalt of omdat de prijs te hoog is. Maar als er meer klanten tot koop overgaan (terwijl ze dat eigenlijk niet van plan waren) dan jij hebt uitgegeven aan reclame, is de campagne succesvol.

Een andere manier om behoeften bij groepen consumenten af te leiden is marketing. Als uit je verkoopgegevens blijkt dat een grote groep klanten belangstelling heeft voor een bepaald soort artikel, kun je daar gebruik van maken. Als je bijvoorbeeld veel gemengde boeketten verkoopt, moet je daar misschien meer in gaan variëren. De behoefte aan die boeketten blijkt al aanwezig, maar door uitbreiding van je assortiment kun je de behoefte versterken. Zo zijn er allerlei marketingtechnieken die de behoeften van de klant in kaart brengen.

### **3.2 Het verkoopgesprek in onderdelen**

Een film heeft een begin, een midden en een einde: aan het begin worden de personages voorgesteld en de situatie geschetst. Vervolgens krijg je allerlei verwickelingen en ten slotte de ontknoping. Zo is het eigenlijk ook in een verkoopgesprek. Je begint met het contact leggen met de klant en als alles goed gaat, eindig je met het afrekenen. Het verkoopgesprek kun je nog verder opsplitsen. Het kan uit de volgende onderdelen bestaan:

- ontvangst en begroeting;
- klant benaderen;
- ontdekken van behoefte;
- koopweerstand overwinnen;
- demonstratie;
- meerverkoop of bijverkoop;
- afsluiten van verkoop.

## Ontvangst en begroeting

Zeg een klant goedendag bij binnenkomst. Dit zorgt ervoor dat de klant zich welkom voelt en dat hij weet dat hij is opgemerkt. 'Goedemorgen' of 'goedemiddag' is voldoende, maar het mag bij bekende klanten ook best persoonlijk zijn zoals: 'Dag, mevrouw Jansen.' Zorg ervoor dat je de klanten correct begroet. Een binnensmonds 'môgguh' geeft een klant niet direct het gevoel dat hij welkom is en zal daarom niet erg worden gewaardeerd. Het eerste contact is zeer belangrijk en bepalend voor de rest van het gesprek. Begroet daarom iedere nieuwe klant enthousiast maar zonder dat het een maniertje wordt. Ook terwijl je bezig bent met een klant, kun je nieuwe klanten begroeten. Zonder ze direct te benaderen laat je merken dat je hun binnenkomst hebt opgemerkt en op prijs stelt.

## Verkeerd aangepakt

Uit onderzoek is gebleken dat klanten liever niet willen kopen in een winkel of er zelfs helemaal niet meer terugkomen, omdat:

- 92% vindt dat ze onvoldoende aandacht hebben gekregen;
- 94% het gevoel heeft dat de verkoper hen gewoon iets wil aansmeren, dat de verkoper geen enkele moeite heeft gedaan om achter hun werkelijke koopbehoeften te komen;
- 93% vindt dat de verkoper weinig of geen productkennis heeft en hen het gevoel geeft van een ondeskundige behandeling;
- 79% vindt dat de verkoper te weinig initiatief heeft genomen.

## Klanten benaderen

Vaak willen klanten in een winkel even rondkijken en zien wat er allemaal te koop is. Ze vinden het dan erg vervelend als er direct een verkoper met allerlei vragen op hen afkomt. Om deze mensen dan al direct te benaderen heeft meestal een negatief effect. Je krijgt dan vaak te horen: 'Nou, ik kijk nog even.' En dan zit je met een probleem, want wanneer ga je er dan weer naar toe? Meestal kun je aan het gedrag van een klant goed zien wat je moet doen. Klanten die rustig al kijkende binnen komen lopen, willen vaak eerst even rondkijken. Pakken zij vervolgens iets vast, dan weet je heel goed dat de klant om een of andere reden in dat product is geïnteresseerd. Dat zou dan een goed moment kunnen zijn om naar zo'n persoon toe te gaan en verder contact te maken.

Klanten geven zonder iets te zeggen een heleboel signalen af. Klanten die geholpen willen worden, kun je herkennen aan:

- duidelijk wachtende indruk maken;
- op de toonbank tikken;
- overduidelijk kuchen of een ander geluid maken; – producten vastpakken om ze te beoordelen;
- op het horloge kijken;
- zoekend rondkijken naar personeel.
- 

Misschien zijn er nog wel meer signalen waaraan je kunt herkennen of een klant benaderd wil worden. Maar soms zijn er klanten die geen enkel signaal afgeven. Spreek dan in ieder geval heel goed met jezelf een bepaalde tijd af. Als iemand binnen die tijd geen signaal afgeeft, ga je er gewoon naar toe en maak je contact.



*Figuur 3.2 Door goed te letten op de signalen die klanten afgeven, kun je op het juiste moment naar ze toegaan*

### **Ontdekken van behoefte**

Het moeilijkste van het hele verkoopgesprek is waarschijnlijk wel het stellen van goede vragen. In veel verkoopgesprekken komen overbodige vragen voor. Vragen die niet ter zake doen, kunnen het ontdekken van de koopwens bemoeilijken.

Een paar voorbeelden:

Er komt een mevrouw in de winkel en deze loopt wat onrustig al kijkend rond. De verkoper zegt: 'Goedemorgen mevrouw, zoekt u iets?'

Er staat een meneer te wachten bij de bloemenhoek. De verkoper zegt: 'Goedemorgen meneer, kan ik u helpen?' Waarop de man heel gevat zei: 'Wat denkt u daar zelf van, meneer?'

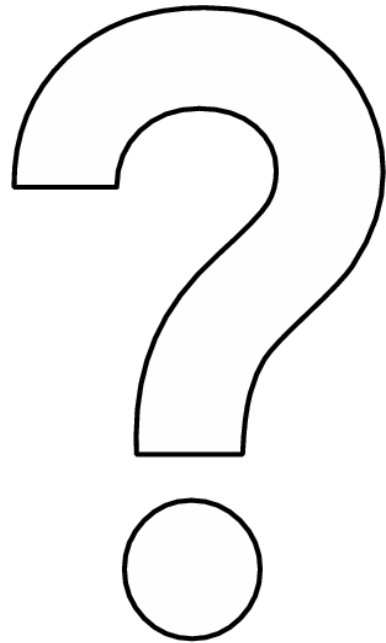
Er loopt een mevrouw door de winkel en ze kijkt goed rond. De verkoper zegt: 'U kijkt zeker nog even?'

Het zijn vragen die eigenlijk overbodig zijn en daarom wellicht onprofessioneel. In de geschetste situaties zou een betere vraag van de verkoper kunnen zijn: 'Goedemorgen mevrouw (meneer), waarmee kan ik u helpen?' Op deze vraag krijg je vaak een duidelijk antwoord. 'Nou, ik zoek iets voor mijn dochter ...' Dan weet je uiteindelijk nog niets, maar je bent in ieder geval met de klant in gesprek. Stel daarom vragen waarmee je de klanten 'dwingt' om een uitgebreid antwoord te geven. Daarmee kun je beter uit de voeten dan met 'ja' of 'nee'. Dan moet je namelijk een volgende vraag stellen die misschien wel weer met 'ja' of 'nee' wordt beantwoord. Gebeurt dat te vaak, dan gaan klanten zich onbehaaglijk voelen. Bovendien zou jij je kunnen gaan ergeren, omdat de klant jou niet 'helpt'.

### **Open en gesloten vragen**

Vragen kun je op diverse manieren stellen. Als je alleen met 'ja' of 'nee' kunt antwoorden, noem je dat een gesloten vraag. 'Kan ik u helpen?' 'Zoekt u iets speciaals?' Het zijn allemaal veelgestelde vragen in winkels. Het antwoord is waarschijnlijk 'ja' en alleen als de klant je van dienst is, zegt hij erachteraan wat hij zoekt. Gesloten vragen beginnen altijd met een werkwoordsvorm: 'Kan ik ...' 'Hebt u ...' 'Is er ...'

Het tegenovergestelde van een gesloten vraag is een open vraag. Met dergelijke vragen 'dwing' je de klant een antwoord te geven waar je iets aan hebt. 'Waarmee kan ik u helpen?' of 'Waarmee kan ik u van dienst zijn?' Open vragen beginnen met een vragend voornaamwoord zoals wie, wat, waar, wanneer, hoe, welke en alle vervoegingen ervan zoals waarom, hoelang, hoeveel, enzovoort. Naast open en gesloten vragen zijn er ook nog keuzevragen. 'Wilt u groen of blauw papier?' 'Wilt u contant betalen of pinnen?' Ook deze vragen beginnen met een werkwoordsvorm. In feite zijn het gesloten vragen. Maar door de keuzemogelijkheid dwing je de klant niet met 'ja' of 'nee' te antwoorden, maar met één van de mogelijkheden. Let daarbij wel goed op hoe je je vraag stelt. 'Kan ik u helpen of kijkt u nog even rond?', lijkt een keuzevraag, maar is dat niet. Het is een dubbele gesloten vraag. Een klant kan 'ja' zeggen en wat moet je dan. Wil hij geholpen worden of wil hij nog even rondkijken? Eigenlijk zou je als klant 'ja, nee' moeten zeggen of 'nee, ja'.



*Figuur 3.3*

Een laatste belangrijke type vraag is de feedbackvraag. Dit is het soort vraag dat je stelt om te controleren of je de klant goed hebt begrepen: 'Dus u wilt ...'

### **Koopweerstand overwinnen**

'Ja, ik vind ze wel mooi, maar .... Tegenwerpingen zijn heel normaal. Je komt ze in vrijwel elk verkoopgesprek tegen. Zeker als het om de verkoop van een wat duurder artikel gaat. Een klant wil van een product het nut inzien. Hij wil weten wat hij ermee kan. Zolang hij dat niet weet, zal hij blijven vragen. Dat kan te maken hebben met het product. Als het erg ingewikkeld is, en bovendien nieuw voor de klant, zal het moeite kosten om alles over het product duidelijk uit te leggen. Het kan ook liggen aan de verkoper. Als je als verkoper niet voldoende moeite doet om je in te leven in de klant, wordt het moeilijk om de werking van een product verder uit te leggen.

Bij het proberen om koopweerstand te overwinnen is het belangrijk om:

- De klant niet te intimideren met cijfers. Computerverkopers praten graag over gigabytes en snelle processoren. Maar al die cijfers zijn abracadabra voor een klant. Die zal er eerder bang van worden en wachten met aankoop dan dat hij over zijn weerstand heen stapt;
- Jezelf niet te herhalen. Door steeds hetzelfde te zeggen geef je de klant de indruk dat je hem dom vindt. Om hem dan nog iets te verkopen wordt erg moeilijk.

### **Nieuwe kansen**

Veel verkopers zijn niet blij met koopweerstand, maar je kunt er ook anders naar kijken. Tegenwerpingen van de klant zijn kansen voor de verkoper. De klant vertelt namelijk heel precies wat hij tegen het aanbod heeft, hij geeft zich in zijn tegenstand juist helemaal bloot. Als de verkoper in staat is de tegenwerpingen te 'breken', heeft hij juist veel grotere kansen om het product te verkopen.



De klant moet, zeker bij de aankoop van een duurder artikel, de mogelijkheid geboden krijgen om tegenwerpingen te kunnen geven. Niemand geeft graag een grote som geld uit zonder zeker te weten dat het geld goed is besteed. Tegenwerpingen bewijzen dat de klant interesse heeft in het product. Een klant zonder tegenwerpingen heeft weinig kooplust, geen belangstelling.

## **Twijfel**

In een verkoopsgesprek kom je regelmatig op een punt dat de klant ineens zegt: 'Ik weet niet. Ik eh ...' Er is sprake van twijfel. Misschien vindt de klant het product niet mooi, misschien is hij bang om te veel te betalen. Dergelijke momenten van twijfel doen zich altijd voor op het moment dat alle redelijke tegenwerpingen met argumenten zijn weggeveegd. Het is dan belangrijk dat je als verkoper de nadruk gaat leggen op de voordelen van de koop. Probeer eventuele angsten bij de klant weg te nemen en daarvoor zekerheden in de plaats te geven.



*Figuur 3.4 Twijfel*

## **Diverse soorten tegenwerping**

In de praktijk kom je allerlei verschillende soorten klanten tegen die elk hun eigen soort tegenwerpingen maken.

### **Om indruk te maken**

Soms wil een klant duidelijk maken dat hij ook verstand heeft van een product. Er ontstaat dan als het ware een wedstrijd met de verkoper. 'Nou, meneer deze plant bloeit ongeveer drie weken.' Waarop de klant zegt: 'Dat is niet waar, hij bloeit bij mij altijd vijf weken.' Een goede reactie op deze tegenwerping zou kunnen zijn: 'Dan verzorgt u hem erg goed.' Daarmee geef je de klant een compliment voor zijn kunde, om zijn groene vingers. Een minder goede reactie zou zijn: 'Zo ziet u maar weer, we verkopen echt kwaliteit.'

### **Om uit de tent lokken**

Dit zijn vaak tegenwerpingen van klanten die verzoeken om meer informatie. 'Ja, ik zou deze vaas wel willen kopen, maar wat nou als hij niet bij de bank kleurt.' Als verkoper heb je dan de mogelijkheid om te wijzen op de service die de winkel biedt.

### **De onuitgesproken tegenwerping**

Dit soort weerstanden wekt de verkoper vaak zelf op. De weerstand is in de ogen van de klant af te lezen, maar hij wil het niet zeggen. Verkopers die vaak zelf aan het woord zijn, zullen hier veel last van hebben. Om deze tegenwerping uit de weg te gaan moet je de klant steeds bij het gesprek betrekken. De verkoper kan na elk argument vragen wat de klant ervan vindt en of alles duidelijk is. Op die manier dwing je de klant zijn tegenwerpingen te vertellen.

## De prijs als tegenwerping

‘Dat is duur, zeg ...’ Tegenwerpingen omtrent de prijs zijn heel gebruikelijk. Een goede verkoper zal proberen te achterhalen waarom een klant zegt dat hij het product duur vindt. Je zou bijvoorbeeld kunnen zeggen: ‘Duur, in vergelijking met wat bijvoorbeeld?’ Of ‘Duur, hoe bedoelt u dat precies?’ Probeer uit te leggen aan de klant waarom het artikel die prijs heeft en probeer aan te geven welke voordelen het product de klant geeft. Misschien heeft het te maken met de zeldzaamheid ervan of met het merk. Misschien vergelijkt de klant het artikel wel met iets wat hij gezien heeft in een andere winkel.

## Demonstratie

Soms helpt het om iets te demonstreren. Soms heb je in de bloemenwinkel klanten die zelf een boeket willen samenstellen, maar niet precies weten hoe. Dan is het goed om wat bloemen bij elkaar te pakken en te laten zien hoe het resultaat wordt. Als een klant kan zien hoe iets eruit gaat zien, maak je het gemakkelijker om te beslissen.

## Bijverkoop

Als een klant heeft besloten om iets te kopen, heb je de mogelijkheid om hem nog meer te verkopen. Je kunt heel afwachtend vragen: ‘Anders nog iets?’ Maar je kunt ook actiever zijn en bijvoorbeeld vragen: ‘Wilt u bij dit boeket nog een kaartje?’ Je kunt een klant ook een advies geven. ‘Dit boeket komt het best tot haar recht in een bolle glazen vaas.’ Misschien heeft de klant thuis geen bolle glazen vaas en besluit hij er alsnog één te kopen.

## Afsluiten van de verkoop

Het afsluiten van de verkoop vindt meestal plaats bij de kassa. Daar controleer je de aankopen op oneffenheden en verwijder je de prijsjes. Vervolgens pak je het product netjes en stevig in. Als de klant het product wil laten bezorgen, moet je de gegevens foutloos en duidelijk opschrijven. Ten slotte moet je snel en correct afrekenen. Zorg ervoor dat je de kassa vlot kunt bedienen en goed weet hoe de pinapparatuur werkt. Probeer geen fouten te maken bij het teruggeven van het wisselgeld.



*Figuur 3.5 Door het wisselgeld uit te tellen wanneer je het teruggeeft, weet de klant en ook jij dat het klopt*

Bij de afsluiting kun je allerlei adviezen geven over bijvoorbeeld verzorging van het boeket of de plant. Je kunt de klant ook bevestigen in zijn keuze, zoals: ‘Nou, met deze plant zal de jarige vast heel blij zijn.’ Ten slotte geef je het aangekochte product netjes in de handen van de klant.

## Afscheid nemen

Zorg ervoor dat de klant met een tevreden gevoel de winkel verlaat. Groet vriendelijk tot ziens en houdt zo mogelijk de deur open. Als de klant zijn handen vol heeft, loop dan even mee naar de auto. Ook bij de groet bij het afscheid geldt: wees correct, maar gebruik geen standaardzinnen. Dus geen binnensmonds gemompel, geen populair doe, ajuus of iets dergelijks, maar ook niet tegen iedere klant 'Tot een volgende keer maar weer.' Zorg er bovendien voor dat het altijd gemeend klinkt.

### 3.3 Verbale en non-verbale communicatie

Als jou iets wordt gevraagd en je weet het antwoord niet, kun je op twee manieren reageren: je kunt zeggen 'Ik weet het niet' of je kunt je schouders ophalen als teken dat je het niet weet. In het eerste geval gebruik je woorden en spreek je van verbale communicatie. In het tweede geval gebruik je van gebaren en spreek je van non-verbale communicatie.



*Figuur 3.6 Communicatie*

#### Verbale communicatie

Als je werkt in een beroep waarin je veel met mensen omgaat (en in een winkel doe je dat), zul je aandacht moeten besteden aan de manier waarop je praat. Je hoeft heus geen prachtige volzinnen te maken, maar klanten moeten je wel kunnen verstaan. In Nederland leer je op school zogenaamd Algemeen Beschaafd Nederlands (ABN). Als je dat in de winkel spreekt, is het altijd goed. Als je thuis gewend bent om dialect te spreken en de klanten en het personeel in de winkel doen dat ook, dan mag dat. Gemeenschappelijk taalgebruik schept dan een band die voor een winkelier met zijn klanten van groot belang kan zijn. Maar als je het dialect van je klanten niet spreekt, probeer het dan ook niet. Het komt gekunsteld over en het werkt averechts. Intonatie en stemvolume zijn belangrijk in verbale communicatie.

Met stemverheffing gaan spreken, duidt er vaak op dat je opgewonden bent. Een klant krijgt dan het gevoel dat het zijn schuld is, maar hij weet niet waarom. Het is dus beter om rustig te blijven en net zo te praten als anders: niet te zacht, maar ook niet te hard. En al helemaal niet schreeuwend.

Bij al deze regeltjes moet je er ook nog voor zorgen dat je niet overkomt als een automaat. Als je altijd dezelfde zinnestjes gebruikt, wordt dat op een gegeven moment voor klanten vervelend. Hiermee kun je klanten verliezen.

## Non-verbale communicatie

Je wenkbrauwen fronsen als je iets niet snapt of lachen als iets leuk is, het is zo normaal dat je er niet eens bij nadenkt dat je op deze manier communiceert. Als iemand jou een leuke mop vertelt, is het voor de verteller veel leuker om hard te lachen dan om heel droog op te merken: 'Ja, dat was een goeie grap.'

Non-verbale communicatie gaat meestal onbewust. Iemand spreekt zich niet echt uit, maar de gebaren, de houding of alleen maar de oogopslag spreken boekdelen. Het is dan ook goed om daar op te letten in een winkel. Non-verbaal communiceren kun je op verschillende manieren doen.

### Wees bewust van wie je bent

Lichaamstaal is een taal die je niet moet onderschatten. In de totale communicatie is meer dan 60% lichaamstaal. Er blijft dus minder dan 40% van de totale communicatie over voor de intonatie en de letterlijke woorden die je uitspreekt. Een goede beheersing van lichaamstaal kan een gesprek maken of breken.

#### – Ogen

Als er een klant binnenkomt, moet je proberen al bij de begroeting oogcontact te maken. Hiermee geef je te kennen dat je de klant hebt opgemerkt. Dat moet je niet overdrijven. Ga de klant niet aanstaren tot je hem recht in de ogen kijkt. Later in het verkoopgesprek moet je de klant ook zo veel mogelijk aankijken. Probeer daarbij niet krampachtig zijn ogen te ontwijken. En kijk in ieder geval niet voortdurend naar het plafond of de grond. Als je het moeilijk vindt om iemand recht aan te kijken, richt je ogen dan op het plekje tussen de ogen van de klant. Zo lijkt het of je hem aankijkt, maar leidt het je niet af. Door een bange of verlegen blik kan een klant zich onprettig gaan voelen. Een bescheiden glimlach helpt juist om een klant op zijn gemak te stellen.

Deze eerste seconden met de begroeting, het oogcontact en een glimlach zijn van een groot belang. Zij geven aan dat de verkoper een prettig persoon is. Een goed begin is in dit geval het halve werk.

#### – Gebaren

Met je handen en armen kun je ook een heleboel uitdrukken. Veel mensen leggen een hand op hun hart om uit te drukken dat ze eerlijk zijn. Anderen steken twee vingers omhoog als ze zweren dat iets waar is. Sommige verkopers hebben de neiging om steeds hun haren glad te strijken. Of elke keer als ze een vraag aanhoren in hun gezicht te krabben. Vaak heb je het zelf niet eens door. Maar zulke gebaren kunnen negatief worden opgevat door een klant.



Figuur 3.7 non verbaal

#### – Houding

Als twee mensen met elkaar praten en het is een prettig gesprek, nemen ze vaak elkaars houding aan. Je zit gezellig met je vriendin een glaasje te drinken en jij neemt een slok. Heel vaak zal zij heel snel daarna, zo niet direct ook een slok nemen. Het is een soort wet van oorzaak en gevolg. Ontspant de een zich, dan volgt de ander vrijwel automatisch. Je noemt dat spiegelen. Dit spiegelen is in de meeste verkoopgesprekken heel positief. Maar soms kan het ook heel gevaarlijk zijn. Stel dat de klant tijdens het gesprek een negatieve, beetje chagrijnige houding gaat aannemen, dan kan dat jou zo beïnvloeden dat jij dit misschien ook gaat doen. In dit laatste geval is het erg belangrijk dat je zelf in ieder geval

een positieve en open houding blijft houden in de hoop dat de klant zich aan jou gaat spiegelen.

## Ergernissen

Een verkoopgesprek wordt door klanten soms eindeloos gerekt. Je ziet de verkoper wat ongedurig worden. Hij merkt jou op, knikt vriendelijk en beweegt zijn lippen zo dat jij kunt lezen: 'Ik kom zo bij u.' Als even later de klant is vertrokken, komt de verkoper naar je toe en zegt: 'Sorry dat u zo lang moest wachten. Deze klant heeft de neiging om lang te blijven zeuren.'

Het is één van de vele dingen waar je je als klant aan kunt storen: het gedrag van andere



klanten. Dat een verkoper zich verontschuldigt, is erg netjes. Maar om daarbij kritiek te leveren op die andere klant is niet goed. Jij krijgt te zien dat de verkoper weinig respect heeft voor de klanten. Misschien ben jij straks na het verlaten van de winkel

wel onderwerp van gesprek

Ook de winkeleigenaar kan zich de ergernis van klanten op de hals halen. Bijvoorbeeld door personeel onvriendelijk te bejegenen waar anderen bij staan. Of door juist wat neerbuigend te zeggen: 'Schatje, wil jij mevrouw Janssen even helpen?'

Een grote ergernis is ook het uitgebreid voeren van privé-gesprekken aan de telefoon, terwijl je als klant staat te wachten. Privé-gesprekken op het werk zijn toch al niet wenselijk. Maar als je er soms één moet voeren, doe dat dan zo veel mogelijk in een voor klanten afgesloten ruimte.

### 3.4 De telefoon als visitekaartje

Tegenwoordig wordt er steeds meer verkocht via de telefoon. Klanten bellen even op om wat te laten bezorgen en laten de rekening opsturen. Vaak zijn deze klanten al bekend in de zaak en weet de bloemist dat hij hen kan vertrouwen. Dit scheelt een heleboel tijd voor de klanten en voor de bloemist. Toch worden er veel fouten gemaakt in het telefoonverkeer. Dit is niet zo gek als je bedenkt dat de klant en de verkoper geen oogcontact hebben. De klant kan niet zien wat de verkoper bedoelt en andersom. Het is daarom van groot belang dat de verkoper zo duidelijk mogelijk is en niet in vage termen en onbegrijpelijke zinnen praat.

**Voor een professioneel en commercieel telefoongebruik is een aantal punten van belang:**

- Zorg dat er pen en papier bij de telefoon klaarligt. Niets is zo vervelend als een gesprek onderbreken voor dit soort onbenulligheden.
- Neem de telefoon aan binnen twee tot zes belsignalen. Van eerder opnemen kan de klant schrikken, bij later opnemen gaat de klant zich ergeren aan het tempo van de winkel.

- Neem bij het aannemen direct het woord en meld je met duidelijke stem als volgt:  
'Goedemorgen', dan noem je de naam van het bedrijf, vervolgens je eigen naam en dan 'waarmee kan ik u helpen?'
- Probeer de naam van de klant te onthouden of schrijf hem op.
- Wees kort en bondig aan de telefoon en beantwoord alle vragen van de klant zo goed mogelijk.
- Bij een bestelling herhaal je alle gegevens, zodat je zeker weet dat er geen fouten in zitten.
- Bij het afscheid noem je de naam van de klant even. 'Tot ziens mevrouw Janssen.'
- Eventueel kun je nog iets toevoegen als: 'Wij zorgen ervoor' of 'Wij zien u graag in onze winkel.'

### **Niet zo, maar zo:**

Je bent een klant aan het helpen en de telefoon gaat. Je kunt natuurlijk het telefoontje afhandelen. Maar daarmee laat je de klant die je al aan het helpen was, wachten. En dat is niet netjes. Het beste is om even aan de klant vragen of je telefoon mag aannemen. Aan de bellende klant vraag je om een momentje geduld en je plaatst hem even in de wachtstand. Nog beter is om de klant om zijn telefoonnummer te vragen en hem zo direct terug te bellen. Wacht niet te lang met terugbellen. Niet of laat terugbellen is een enorme bron van ergernis.

### **Tips voor aan de telefoon**

Hier volgt nog een aantal tips die je kunt gebruiken voor een professioneel telefoongesprek:

- Ga altijd rechtop staan of rechtop zitten. Het is heel goed hoorbaar als je ergens lusteloos tegenaan hangt of in elkaar gezakt zit.
- Spreek met een 'glimlach'.
- Spreek duidelijk (niet harder/zachter dan normaal.)
- Spreek in hele zinnen.
- Houd het gesprek kort en bondig. Er zijn misschien meer klanten die willen bellen.
- Haal sigaret of kauwgom uit je mond. Drink of eet niets tussendoor.  
Probeer te voorkomen dat een klant moet wachten. Ogenblikjes worden snel miuten en soms worden klanten zelfs vergeten.
- Zorg ervoor dat er altijd papier en een goede pen klaarliggen.
- Laat je niet storen of afleiden.
- Zorg ervoor dat de muziek zacht staat en vermijd contact met mensen in de winkel.
- Vertel duidelijk wat de klant kan verwachten, dit voorkomt teleurstellingen. – Val de klant niet in de rede.
- Ga geen discussie aan met de klant.
- Wees zakelijk, vriendelijk en beleefd.
- Gebruik minimaal één keer de naam van de klant in het gesprek.
- Geef geen namen en telefoonnummers door aan onbekenden.
- Heeft de klant een vraag waarvan je het antwoord even na moet kijken, vraag dan of je de klant even terug mag bellen. Vergeet niet het telefoonnummer op te schrijven met de bijbehorende vraag voordat je ophangt en vergeet niet terug te bellen.



- Vraag gerust om assistentie als je zelf niet de juiste antwoorden weet. Geef dit wel aan bij de klant, zodat die weet wat ze kan verwachten.
- Herhaal aan het einde van het gesprek nog even de afgesproken opdracht en het adres. Noteer in elk geval het telefoonnummer van de klant, zodat je bij problemen eventueel nog contact op kunt nemen met de klant.
- Als er op het bedrijf de mogelijkheid bestaat om het toestel door te verbinden, zorg er dan voor dan je deze vaardigheid bezit voordat je het in het echt moet doen. Een klant er per ongeluk uitgooien is zeer onbeleefd.
- Blijf ook bij het afscheid beleefd door bijvoorbeeld ‘tot ziens’ te zeggen of ‘bedankt voor het bellen’. Veel mensen storen zich aan een familiair afscheid zoals ‘ajjuus’, ‘doei’, ‘haie’ of ‘houdoe’.

Een goed zakelijk telefoongesprek voeren is niet gemakkelijk. Het gaat heel anders dan de telefoon thuis aannemen. Je leert het niet van vandaag op morgen. Het is vooral een kwestie van goed oefenen. Maar je komt al een heel stuk verder als je kritisch naar jezelf kunt luisteren. Elke keer als je de hoorn op de haak legt, ga je bij jezelf na wat er goed ging en wat niet. De volgende keer kun je dat misschien verbeteren.

### **3.5 De klant is koning**

Je zult vast wel weten dat je in het verkoopvak allerlei verschillende mensen tegenkomt. Aardige, vervelende, boze mensen, jonge en oude mensen. Je hebt het niet voor het kiezen. Je zult je echter als verkoper altijd dienstbaar op moeten stellen. Ga met de klanten om zoals zij dit prettig vinden. Als verkoper moet je altijd aardig en beleefd blijven, ook al is de klant nog zo onrechtvaardig, want je weet: de klant is en blijft koning. Juist in de bloemenbranche waar veel concurrentie heerst, kan een goede klantenbehandeling voordelen scheppen. Als je weet dat klanten kunnen kiezen uit veel winkels, zul je boven uit de massa moeten steken. Daarom is het ook belangrijk dat ieder personeelslid leert om goed met klanten om te gaan. Het spreekt daarbij voor zich dat de baas zelf het goede voorbeeld geeft. Alleen op die manier krijg je verkopers die passen bij de winkel en bij de klanten.

#### **Klantgericht**

Je kunt de klant als koning beschouwen en als een lakei hem alles naar de zin maken. Maar het is beter om klantgericht te zijn. Probeer je eens in de schoenen van de klant te verplaatsen. Wat zou jij er nou van vinden als er een verkoopster of verkoper voor je staat die jou zo behandelt? Hierna volgen enkele stappen om klantgerichter te worden:

- Open het gesprek met een vriendelijke begroeting en als er een vaste klant binnenkomt van wie je de naam weet, noem je zijn naam.
- Overdonder de klant niet met allerlei argumenten die hem niet interesseren. Doceer nooit, maar communiceer.
- Stel voldoende vragen om achter het werkelijke koopmotief van de klant te komen.
- Beweer niet te veel, bewijs het.
- Blijf altijd vriendelijk en beleefd. Ook al is de klant heel boos of gaat hij de deur uit zonder iets te kopen.
- Probeer voor jezelf erachter te komen waarom een klant niets heeft gekocht en leer daarvan.

Je hebt in dit hoofdstuk geleerd hoe je klanten kunt benaderen. Er zijn in het begin wat aantallen genoemd over het aantal verkoopsgesprekken dat je misschien gedurende je winkelloopbaan zult voeren. Het kan dan op den duur een sleur worden, waarbij je klanten helpt 'op de automatische piloot'. Als je elke klant benadert alsof het de eerste is, zal een klant zich zeker geveleid voelen, en blij de winkel verlaten.



## 4. Ondergronden

### 4.1 Keramiek

Bloempotten en vazen zijn er in allerlei soorten en maten. Van zo klein als een vingerhoed tot zo groot dat het je in je rug schiet bij alleen het zien van de pot. Verreweg de meeste van die potten en vazen zijn van keramiek.

Onder keramiek verstaan we alles wat van gebakken klei is gemaakt. Dakpannen, borden en bloempotten, het is allemaal keramiek. Als je eens om je heen kijkt en alle verschillen in serviesgoed bij familie en kennissen ziet, kun je je misschien voorstellen dat er veel verschillen zijn in grondstoffen en wijze van verwerking. Dit is ook zo bij bloempotten en vazen. Denk maar eens aan het verschil tussen een roodstenen bloempot (vaak voor in de tuin) en een bloemenvaas. In de bloemenzaak werk je onder meer met bloempotten, plantenbakken en vazen. Bij het gebruik van deze artikelen of bij de verkoop ervan is het handig als je meer van de eigenschappen af weet.

Aardewerk kun je onderverdelen in poreus en waterdicht. Andere onderverdelingen zijn geglazuurd of ongeglazuurd, geschikt voor snijbloemen of voor planten en, heel simpel, groot of klein. Als je iets meer weet over de grondstoffen en vervaardiging van aardewerk, ben je ook meer op de hoogte van de eigenschappen. Sommige pottenbakkers vervaardigen veel producten die speciaal zijn gericht op de bloemendetailhandel. Bekende bedrijven zijn Mobach uit Utrecht en Cor unum uit 's-Hertogenbosch.



*Figuur 4.1 Mobach- aardewerk*

### **Wat is klei?**

Klei is een soort aarde die is ontstaan door het verweren en uiteenvallen van rotsen. Meestal wordt klei door sterke rivierstromingen weggesleurd en weer afgezet in rivierbeddingen, waar het water langzamer stroomt. Daarom zie je langs rivieren ook altijd steenfabrieken.

Tijdens de verplaatsingen van de klei verandert de samenstelling van de grondstof door allerlei vormen van verontreiniging. Het eindproduct komt dan ook in talloze varianten voor. Hoewel vaak zeer onzuiver kan de klei vaak toch verwerkt en gebruikt worden. Door toevoeging van extra grondstoffen kun je de eigenschappen van het aardewerk verbeteren. Chamotte, gebakken vermalen kleikorrels, maakt het eindproduct steviger en ruwer. Door toevoeging van kalk wordt het aardewerk juist gladder. Door klei te bakken wordt het hard. Het is een beetje afhankelijk van de samenstelling wat de maximumtemperatuur is die de klei kan verdragen. Als je klei te heet bakt, breekt het of begint het te smelten.

### **Roodstenen aardewerk**

Het bekendste roodstenen aardewerk is de roodstenen bloempot. In de bloemenwinkel verkoop je deze potten voor twee verschillende doeleinden.

– Als pot om een kamerplant in te poten. Deze potten worden verkocht op doorsnede (een pot van 15 cm heeft aan de open bovenkant een doorsnede van 15 cm). De verhouding van halsopening/bodem is bij al deze potten gelijk. Je vindt ze dus bijna altijd van hetzelfde model. Afwijkende modellen worden vaak gebruikt door de kweker. Een palmpje staat bijvoorbeeld in een hogere pot dan normaal. Een palm heeft een zogenaamde penwortel, die meer hoogte dan normaal nodig heeft om zich te ontwikkelen. Een Rhododendron simsii (kamerazalea) zie je vaak in een brede, lage pot met een iets groter gat aan de onderkant, omdat deze een breed wortelstelsel heeft. De roodstenen bloempotten zijn poreus. Ze zijn gebakken bij 1000 °C.

– Als pot voor in de tuin. De modellen zijn verschillend van vorm en soms zeer fantasierijk. Ze zijn afkomstig uit de hele wereld, wat je bijvoorbeeld aan de kleurverschillen goed kunt zien. Ook in de eigenschappen van deze potten vind je grote verschillen. De meeste kun je 's winters niet buiten laten staan, omdat ze dan kapot vriezen. Andere kunnen wel tegen vorst. De potten die qua vorm afwijken van de gewone bloempotten maar niet vorstbestendig zijn, worden bij 1000 °C gebakken en zijn poreus. Soms worden deze potten in een siliconenbad behandeld om ze alsnog winterhard te maken. De andere vorstbestendige potten worden gebakken bij minimaal 1200 °C.



*Figuur 4.2 Roodstenen potten worden machinaal vervaardigd.*

## Bloempottenindustrie

Niet alleen steenfabrieken maar ook pottenbakkers zaten in Nederland veelal aan de grote rivieren. Zij bakten vooral bloempotten voor de binnenlandse markt. Momenteel zijn er nog twee Nederlandse fabrieken van roodstenen potten. Ze zitten in Milsbeek (Limburg) en gebruiken maasklei. Maasklei geeft een minder mooi afgewerkt product en daarom voegt één van de twee fabrieken een extra kleisoort toe die uit een groeve in Limburg komt. Zo ontstaat er met Nederlandse klei een mooi afgewerkt product.

Veel roodstenen potten komen uit Duitsland en Italië. Vooral in het stroomgebied van de Rijn in Duitsland vind je een kleisoort met een heel fijne structuur. Het geeft een heel goed eindproduct. In Italië worden ook veel potten geproduceerd, maar de klei die ze hiervoor gebruiken is minder fijn van structuur. Bij de groothandel komen de verschillen tussen de Duitse potten en Italiaanse potten tot uiting in de prijs. De Duitse klei is veel gevraagd, ook voor bijvoorbeeld de dakpannenindustrie, en daardoor een stuk duurder.

## Aardewerk

Veel van de vazen en potten die wij in de winkel gebruiken, vallen onder de verzamelnaam aardewerk. De meeste van deze vazen en potten zijn voorzien van een glazuurlaag. Door de glazuurlaag zijn ze waterdicht. Er zijn twee methoden om dit product te vervaardigen:

– De gevormde klei laten drogen (leerhard). Als de klei geheel droog is (witdroog of rauw, erg bros), kun je het glazuur erop aanbrengen en vervolgens de pot bakken op 1150 °C.



Figuur 4.3 Aardewerk kan op karren worden gepaatsd om te drogen

– Na het vormen en het drogen de pot eerst bakken op 1000 °C. De pot is daarna nog poreus; je noemt dit biscuit. Op deze gebakken pot wordt de glazuurlaag aangebracht. Daarna wordt de pot opnieuw gebakken op 1150 °C.

Aardewerk wordt veel gebruikt voor potten en vazen, maar ook voor serviesgoed. Bij de meeste huishoudzaken, maar ook bij de bloemisten, vind je aardewerk. Als je de vaas een aantal keren hebt gebruikt, zie je vaak dat er kleine scheurtjes ontstaan in het glazuur. Bovendien springen er, als je deze vazen een beetje ruw behandelt, snel stukjes van de rand.

## Glazuur

Glazuur is een glasachtig materiaal dat het aardewerk sterker maakt, een glanzend uiterlijk en eventueel een kleur geeft én waterdicht maakt. Je lost de grondstoffen op in water. Eenmaal op het aardewerk zal het biscuit of de leerdroge klei het water onttrekken aan het glazuur. In de oven verdampt het water vervolgens en wordt de glazuurlaag hard. Om de glazuurlaag aan te brengen kun je kiezen uit:

- 1 – Dompelen: hierbij pak je je voorwerp bij hals en voet en dompel je het onder in de glazuur. Nadeel van deze methode is dat je erg veel glazuurvloeistof moet aanmaken.
- 2 – Overgieten: zet je voorwerp op een rooster in een bak en giet de glazuurvloeistof eroverheen.
- 3 – Ingieten: om de binnenkant te glazuren kun je je voorwerp vullen met vloeistof en het
- 4 bewegen zoals iemand dat doet die wijn gaat proeven.
- 5 – Kwasten: op plaatsen waar je met één van de eerdergenoemde methoden niet goed bij kunt, kun je met een kwast de glazuurlaag en desgewenst een decoratie aanbrengen.
- 6 – Spuiten: machinaal glazuren wordt gedaan door middel van spuiten.  
Craquelé: speciale glazuurtechniek waarbij na het bakken barstjes ontstaan zonder dat de eigenschappen van de glazuurlaag verloren gaan.

## Steengoed

Steengoed noem je ook wel gres of stoneware. Het zijn producten van klei die op temperaturen van 1150-1350 °C worden gebakken. Deze artikelen zijn harder en goed waterdicht. Door de hoge baktemperatuur smelt een klein gedeelte van de grondstof, waardoor een glazig uiterlijk ontstaat. Je noemt dat sintering. Onder steengoed vallen de producten van veel pottenbakkers die leveren aan de bloemendetailhandel. Een bekend voorbeeld van steengoed zijn de vazen en potten die worden verkocht als 'Keulse potten'. Ze zijn er in het bruin en in het grijs met donkerblauwe decoratie.

## Porselein

Porselein is een hard, doorschijnend keramisch product dat niet poreus is. Het is doorgaans wit van kleur. Als grondstof wordt porseleinaarde, veldspaat en kwarts gebruikt. Het is afhankelijk van de verhouding van de drie grondstoffen welke eigenschap overheerst. Veel porseleinaarde zorgt voor verminderde doorschijnendheid, maar maakt dat het product goed bestand is tegen temperatuurverschillen. Door meer veldspaat toe te voegen wordt porselein meer doorschijnend, maar ook brosser.

Hiervoor is een indeling gemaakt van keramiek naar eindproduct. Je kunt ook indelen naar wijze van vervaardigen. Dat maakt het vaak beter mogelijk aan de hand van bepaalde eigenschappen de verschillen in prijs te verklaren.



## Handmatig vervaardigen



**Vormen:** één van de meest bekende manieren om van klei iets te maken. Wie heeft er vroeger geen potje gemaakt, opgebouwd uit 'slangetjes' klei? Deze methode, om met slangetjes klei een pot of vaas op te bouwen, wordt nog steeds toegepast voor bijzondere exemplaren. Boetseren is een andere manier om klei te vormen, maar wordt niet zo vaak toegepast voor vazen en potten. Ook worden er potten en vazen met de hand gemaakt door platen klei met elkaar te verbinden. Dat is vaak een tijdrovende methode.

*Figuur 4.4 Kneden met de hand*



**Draaien:** Dit is een manier waar veel mensen kennis mee hebben gemaakt. In de praktijk wordt dit nog veel toegepast. Je kunt zeggen dat als er geen snellere en goedkopere manier is om een vaasje of potje naar wens te produceren dan op deze manier. Je hebt er een draaischijf voor nodig. Dat kan een elektrisch aangedreven schijf zijn, maar een zogenaamde schopschijf voldoet evengoed. Het vergt alleen meer inspanning.

*Figuur 4.5 Handgedraaide vaas. Te herkennen aan de binnen en buitenkant gevormd door de handen en de symmetrische vorm*



*Figuur 4.6 Het voorbereiden van de klei (het soepel maken)*



*Figuur 4.7 De klei wordt op het midden van de schijf geplaatst*



*Figuur 4.8 Centreren van de klei*





*Figuur 4.9 De klei wordt met de duimen 'geopend'*



*Figuur 4.10 Optrekken van de klei*



*Figuur 4.11 De wanddikte van de vaas bepalen*



*Figuur 4.12 Vormen en afwerken van de vaas*



**Gieten:** Je kunt ervoor kiezen om een voorwerp te vervaardigen via de gietmethode. Je hebt daarvoor een mal nodig. De mal is meestal van gips, omdat dat water aan de klei onttrekt. Als de mal is gebruikt, kun je hem schoonmaken en goed laten drogen om hem opnieuw te gebruiken. Maar een mal alleen is niet voldoende. Je moet de klei zodanig bewerken dat die vloeibaar is en gegoten kan worden. De vloeibare klei giet je in de mal. Je laat het enige tijd staan, totdat er zich een laagje klei aan de wand heeft gevormd. Vervolgens giet je de overtollige vloeibare klei eruit. Daarna laat je de vorm met inhoud staan, totdat de klei leerhard is. Je opent de mal en je kunt het voorwerp eruit halen. De eerste bewerking is dan het verwijderen van de gietnaad.

*Figuur 4.14 De vloeibare klei wordt in een gipsen mal gegoten*



*Figuur 4.15 Na enkele uren heeft het gips vocht onttrokken aan de klei. De mal wordt leeggegoten en er blijft een dunne wand achter*



*Figuur 4.16 Na het drogen kan de schaal uit de mal worden verwijderd*

### **Vloeibare klei**

Klei vloeibaar maken is een vak apart. Elke fabriek heeft daarvoor zijn eigen recept, waarvan de samenstelling vaak geheim wordt gehouden. In grote lijnen komt het hierop neer: kleipoeder wordt gemengd met water waaraan waterglas en sodasilicaat wordt toegevoegd. Dit wordt grof gemengd. Tijdens het mengen komt er ook lucht bij. Maar dat is niet bevorderlijk voor het eindproduct. Daarom wordt het mengsel in een ander vat nog eens vier dagen lang, 24 uur per dag, langzaam geroerd, zodat alle lucht verdwijnt. Pas dan is de vloeibare klei klaar voor gebruik.

### **Machinaal vervaardigen**

- **Gieten:** eigenlijk is deze techniek hetzelfde als met de hand, maar er zijn onderdelen uit het proces geautomatiseerd. Je kunt de vloeibare klei in grote hoeveelheden aanmaken, opslaan en dit met een doseerpistool verdelen over gipsmallen die op de lopende band voorbijkomen. Onderdelen blijven toch



handwerk. Denk maar eens aan het openen van de mallen en het weghalen van de gietnaden.

- **Persen:** dit is de meest geautomatiseerde manier van kleiverwerking. Het wordt toegepast op voorwerpen die in grote hoeveelheden worden geproduceerd. Het is dus erg voordelig. Helaas kunnen niet alle vormen zo worden geproduceerd. Persen gebeurt namelijk met een mal en een contramal. De mal bepaalt de buitenkant van het voorwerp, de contramal de binnenzijde. De contramal zal na het persen van de klei weer verwijderd moeten worden.



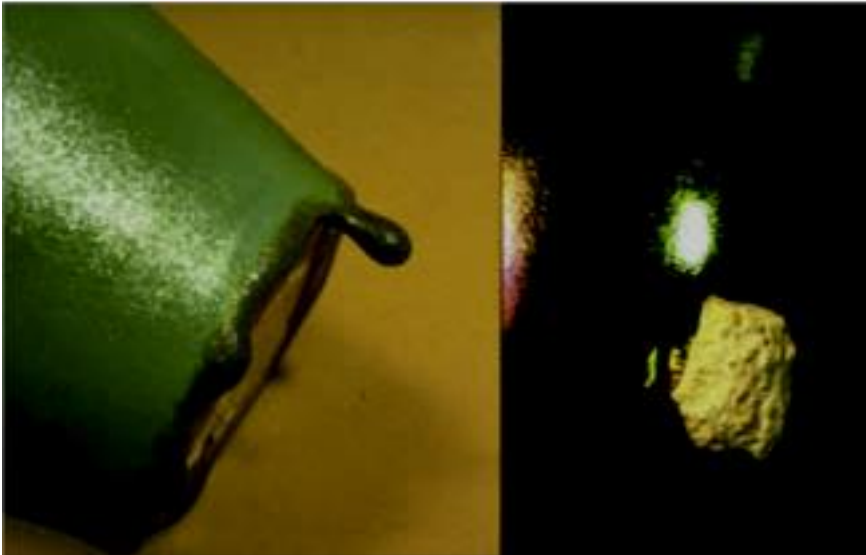
*Figuur 4.17 Persen kan alleen als de contramal er nog uit kan*

- **Draaien:** machinaal draaien lijkt erg veel op met de hand draaien, maar je hebt een mal nodig voor de buitenkant. Ook bij deze methode zijn de vormen die je kunt vervaardigen beperkt.

### **Prijs en kwaliteit**

Aan de hand van de vorige gegevens kun je vaak al een oordeel vellen over de prijs van een stuk keramiek. Is het uniek of één uit een serie? Zijn de grondstoffen duur of juist voordelig? Is er veel handenarbeid voor nodig of kan een machine een hoge productie halen? Dit zijn allemaal factoren die je jezelf kunt afvragen. Een speciale, lage prijs wordt vaak gemaakt voor de zogenaamde b-keuze of tweede kwaliteit. Eigenlijk zijn het producten waar iets aan mankeert. Voorbeelden hiervan zijn roodstenen potten die in een iets te warme oven hebben gestaan en zo wat vervormd of verkleurd zijn, geglazuurde vazen waar druppels glazuur zijn uitgelopen, voorwerpen waarop nog resten van de triangel zichtbaar zijn, er kunnen fouten bij de temperatuur in de oven worden gemaakt die verkleuring geven in het glazuur of barsten of beschadigingen veroorzaken. Deze b-producten worden vaak niet zomaar vernietigd, maar tegen lage prijzen aangeboden. Grote partijen met deze eigenschappen vind je vaak terug in de uitverkoop of in de markthandel.





*Figuur 4.18 a) Druppels ontstaan door het uitlopen van te dik aangebracht glazuur; b) Door producten tegen elkaar aan te zetten versmelt het glazuur. Bij het afbreken ontstaat een beschadiging*

## 4.2 Glas

Glazen vazen worden veel gebruikt om bloemen in te zetten. Het is ook zeer gemakkelijk om glas te gebruiken, omdat het goed schoon te maken is, niet zo duur is en meestal doorzichtig, zodat je het waterniveau goed in de gaten kunt houden.

Glas is een materiaal dat in veel vormen kan worden geproduceerd. Het kan doorzichtig zijn, maar ook ondoorzichtig en het is goed te kleuren. Voor onze branche zijn twee soorten van belang: natronglas en kristalglas (loodglas). Het is belangrijk om het onderscheid tussen deze twee soorten te kennen, omdat er verschillen zijn in eigenschappen en grote verschillen in prijs.



*Figuur 4.19 Presentatie van glas*

### Natronglas

Natronglas is het product dat wij kennen als 'gewoon glas'. We kijken er doorheen (vensterglas), maar ook de potjes waarin groenten worden aangeboden, vallen hieronder. Veel vazen en flessen die wij in de bloemenwinkel gebruiken of verkopen, zijn van natronglas. Het herkennen van natronglas is niet zo moeilijk: als je er tegen tikt, hoor je

een doffe klank en het glas is niet zo helder. Als grondstoffen voor natronglas worden kwartzand, kalk en soda gebruikt.

## Kristal

Kristal is een product dat minder vaak voorkomt. Het is een luxer artikel. Omdat kristal langzamer stolt dan glas, is het duurder. Het kost tenslotte meer tijd om het te maken. Bovendien is kristal zachter dan glas. Je herkent kristal aan de zeer heldere klank als je er tegenaan tikt. Het oogt ook mooi helder. Voor kristal gebruik je grondstoffen als zand, loodmenie, potas en soda. Er zijn verschillende kwaliteiten te onderscheiden.

- Kristal superieur. Heeft een loodgehalte van 30%. Deze kwaliteit kristal is herkenbaar aan een goudkleurig stickertje (ø 1 cm.) met daarop 'Cristal superieur'.
- Kristal. Heeft een lager loodgehalte en is niet herkenbaar door speciale merktekens.
- Kristalglas. Verwarrende term. Kristalglas is geperst glas waaraan een metaal is toegevoegd voor de helderheid.

## Geschiedenis van glas

Glas en kristal zijn typisch producten waarvan je denkt dat het door mensenhanden moet zijn gemaakt. Toch bestaat er glas dat in de natuur is gevormd. Je noemt het obsidiaan. Het is een halfedelsteen en heeft vermoedelijk een vulkanische oorsprong. Dat is niet zo vreemd, want om glas te maken zijn hoge temperaturen nodig.

In Noord-Italië, in Padua, Mantua en Ravenna, vind je de oudste Europese glasindustrie. Nog bekender is misschien het eiland Murano bij Venetië. Door het glas te verhitten en vervolgens met tangen te kneden worden hier nog steeds de meest wonderlijke dingen gemaakt. Rond het begin van onze jaartelling werd in Sidon, in Libanon, ontdekt dat je glas ook kunt bewerken door te blazen door een buis. Die techniek wordt nog altijd toegepast. Daarnaast kun je op machinale wijze glas vormgeven. In Nederland bevindt de glasindustrie zich in Leerdam. Die stad is zo bekend als glascentrum dat het zelfs een merknaam is geworden, Royal Leerdam. De wijn- en borrelglazen van dit merk zijn schitterend in al hun eenvoud.

## Glas vervaardigen

Glaswerk kun je op diverse manieren produceren. De voorbereidingen zijn voor elke manier hetzelfde. Alleen als je de grondstoffen gemengd en gesmolten hebt, kun je er iets mee doen. De nauwelijks vloeibare massa kun je op de volgende manieren bewerken.

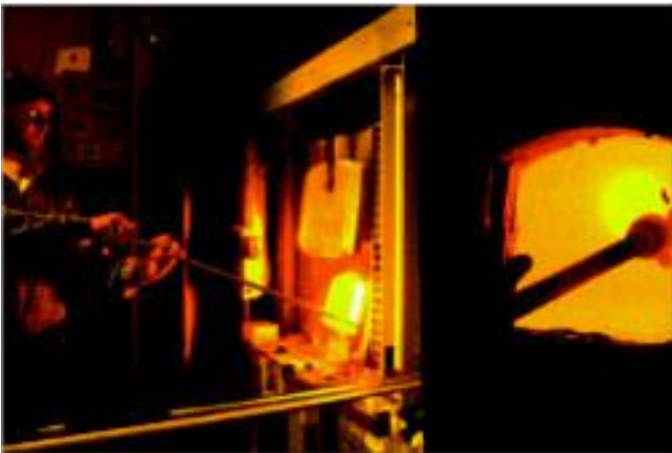
- **Vormen.** De glasblazer doopt zijn pijp in het vloeibare glas. De druppel die eraan blijft hangen, blaast hij tot een bel. Die bel kan hij met metalen tangen en scharen en met houten instrumenten, die klotsen worden genoemd, verder de vorm geven die hij wenst.
- **Persen.** Het vloeibare glas wordt in een vorm gegoten waar een andere vorm in wordt geperst. Eventuele patronen van de vorm worden overgebracht op het glas.
- **Blazen.** De glasblazer blaast de druppel aan het uiteinde van de pijp tot een bel. Die bel blaast hij daarna in een houten of metalen mal in de gewenste vorm.

Voor elke manier geldt dat het glas na bewerking ongeveer 600 °C is. Die temperatuur moet langzaam worden teruggebracht tot ongeveer 20 °C. Het is belangrijk dat dit langzaam gebeurt, omdat het glas anders 'springt'. Het afkoelen gebeurt in een koeloven.

Persen en blazen kan ook machinaal. Van een wijnglas wordt de voet geperst en de kelk geblazen. Nadat ze aan elkaar zijn gelast, wordt het 'kapje' er afgesneden.



*Figuur 4.20 Met behulp van een blaaspijp wordt een hoeveelheid glas (1180 °C) uit de oven gehaald. Men noemt dit een 'post'*



*Figuur 4.21 Met een natte krant wordt de vorm al draaiend in bedwang gehouden*



*Figuur 4.22 Nadat de metaaloxiden op het postje zijn gesmolten, worden de kleuren met een tangetje in de gewenste positie gebracht*



*Figuur 4.23 Door voortdurend te draaien wordt de glasmassa in bedwang gehouden. Het is een continu gevecht tussen de zwaartekracht en de centrifugaalkracht*



*Figuur 4.24 Holblazen van glas. Daarna wordt de vorm verder uitgeblazen in een natgemaakte perenhouten mal om de bodem tegen te houden*

*Figuur 4.25 Er is een nieuwe glaslaag aangebracht. De kleur zit nu in het glas. Met een natte krant wordt de glasmassa verder gevormd*



*Figuur 4.26 Tijdens het proces wordt het glas voortdurend op temperatuur gebracht om het te kunnen bewerken*

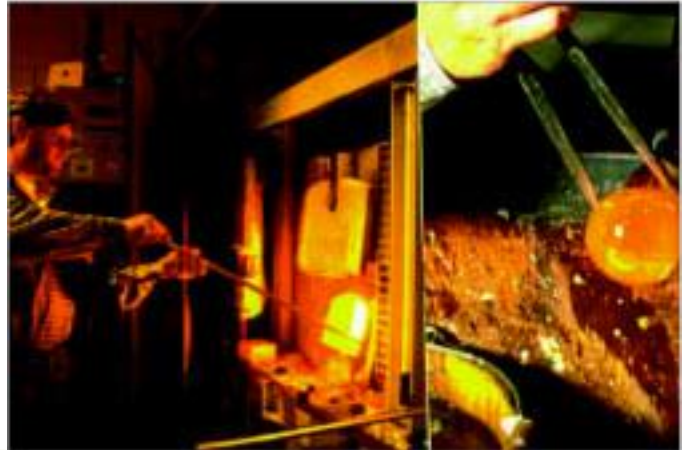




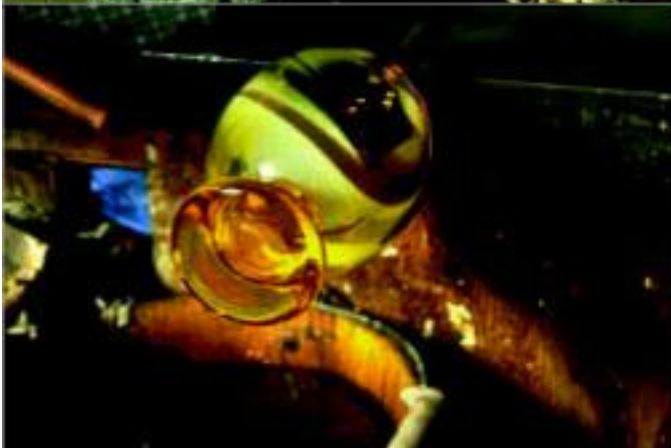


*Figuur 4.27 Door middel van slingeren wordt de vorm uitgerekt*

*Figuur 4.28 Met een blaaspijp wordt een nieuwe 'post' glas uit de oven gehaald om de voet van de vaas te maken*



*Figuur 4.29 a) Snel wordt de voet op de vaas 'geknipt'; b) Met een natte krant wordt de voet verder gevormd*



*Figuur 4.30 De gevormde voet wordt hol gemaakt. De holte heet de 'ziel'. Door middel van koude lucht ontstaat er een stollingsproces in de gevormde voet*



*Figuur 4.31 Uit de oven wordt met behulp van een blaaspijp een 'hulpstuk' gehaald. Dit hulpstuk noemen we de 'pontil'. Deze wordt aan de voet van de vaas gesmolten. De blaaspijp aan de hals van de vaas wordt nu afgetikt*

*Figuur 4.32 De hals van de vaas wordt op de gewenste wijde gebracht (het ruimer maken van de hals)*



*Figuur 4.33 De hals wordt met een schaar recht afgeknipt*

*Figuur 4.34 De hals wordt met perenhout vlak gemaakt*



*Figuur 4.35 a) De vaas wordt van de blaaspijp afgetikt. Het breekpunt blijft wat ruw en is het 'pontilmerk'; b) Binnen 35 seconden moet de vaas in een afkoeeloven van 535 °C worden gezet. Na*





twee uur wordt de oven uitgezet en koelt het glas in ongeveer 25 uur af. Dan is de spanning uit het glas. Gebeurt dit niet dan springt het glas uit elkaar.

## Decoratietechnieken

Glas kan op verschillende manieren worden verfraaid. Omdat de manier van bewerken van invloed kan zijn op de wijze hoe je ermee om moet gaan, moet je weten hoe de verfraaiingen zijn aangebracht. Enkele methoden die je veel ziet zijn:

- **Transfers:** stickers die op het glas worden bevestigd. Dit is erg gevoelig bij het schoonmaken. Wel is het een voordelige manier. Deze techniek wordt veel gebruikt om stadswapens op souvenirsglazen aan te brengen.
- **Slijpen:** door het glas tegen een slijpsteen te houden worden er streepjes weggeslepen. Door een aantal streepjes bij elkaar ontstaat er een motief.
- **Graveren:** met een graveerpen kun je tekenen wat je wilt. Zo kun je bijvoorbeeld ook teksten schrijven op glas.
- **Zandblazen of zandstralen:** hierbij wordt het glas bewerkt door een straal zand die onder hoge druk staat. Het resultaat is matachtig glas. Je kunt dit doen voor het gehele product, maar ook voor een deel ervan door de andere delen af te schermen.
- **Screen:** bij deze techniek wordt door middel van een soort sjabloon de verf op het glas aangebracht. Die verf wordt vervolgens ingebrand.



Figuur 4.36 Graveren, zandstralen en beschilderen

### Verouderde decoratietechnieken zijn:

- **Etsen:** bij deze techniek bedek je het glas met een waslaag. Daarin kun je de gewenste decoratie tekenen. In een bad van

fluorwaterstof wordt die tekening vervolgens 'uitgebeten'. Etsen wordt nauwelijks nog toegepast, omdat het duur is en door het gebruik van fluorwaterstof gevaarlijk.

- **Beschilderen:** door tot poeder gemalen gekleurd glas in olie op te lossen, wordt het vloeibaar. Met een penseel kun je het op het glas brengen. Daarna lost in een oven de olie op en wordt de kleurstof ingebrand.

## Gebruik van glas

Soms kies je voor glas als ondergrond, omdat het een lichte, transparante uitstraling heeft. Een ander motief, bijvoorbeeld de prijs, kan ook een reden zijn om glas te gebruiken. In elk geval is glas goed waterdicht. Als je glas gebruikt als ondergrond voor bloemen, moet je er rekening mee houden dat je bijna altijd ziet wat erin zit. Dat kan een heel fraai lijnenspel van stelen zijn, maar als het een rommeltje is, zie je dat ook direct. Het is verstandig om van tevoren te bedenken of je misschien iets nodig hebt om ongewenst zicht te voorkomen. Daarvoor kun je steentjes, glasstukjes, knikkers, blad, folie, enzovoort gebruiken.

## Presentatie van glas

Keramiek waar stof op ligt, is niet fraai. Maar glaswerk met vette vingerafdrukken zal nog minder uitnodigen om te kopen. Glas moet dus altijd netjes zijn en vraagt dus veel onderhoud in een presentatie.



Figuur 4.37

## 4.3 Hout

In de bloemenwinkel worden ook houten producten gebruikt en verkocht. In welke vorm is erg afhankelijk van de heersende trends en mode. Er zijn jaren geweest dat er erg veel klompen werden opgemaakt met plantjes. Ook een goed gevulde regenton is enige tijd erg populair geweest. Wat de trend ook is, als je iets van hout gebruikt of verkoopt, moet je

rekening houden met de eigenschappen ervan. Hout is een organisch materiaal dat een poreuze en vezelvormige structuur heeft. Het is sterk, maar het werkt. Dat wil zeggen dat hout onder vochtige omstandigheden zwelt terwijl het krimpt bij droogte. Duurzame houtsoorten lopen gevaar door schimmels te worden aangetast als het vochtgehalte gedurende langere tijd hoger is dan 21% en de relatieve luchtvochtigheid hoger is dan 70%. Je snapt dat in een bloemenwinkel aantasting van hout heel goed mogelijk is. Je kunt hout wel behandelen, zodat vocht er geen invloed meer op heeft. Verven is een mogelijkheid; het hout is dan niet meer poreus.



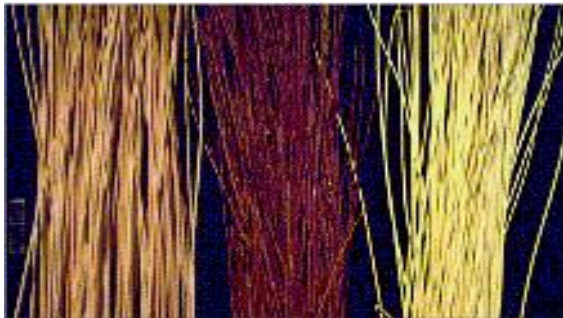
*Figuur 4.38 Een natuurlijke combinatie*

Als je hout verwerkt als ondergrond voor bloemwerk, weet je zeker dat het in aanraking komt met vocht. Zorg dan dat het hout goed is bewerkt, of gebruik, net als bij mandwerk, plastic in de ondergrond. Als houten ondergronden zijn opgeslagen, moet je ook rekening houden met de eigenschappen. Van een houten vaas of pot, die langere tijd op een goed verwarmde plaats heeft gestaan, kunnen de naden los zijn geraakt.

#### **4.4 Mandwerk**

Al eeuwenlang gebruiken mensen natuurlijke materialen als ondergrond voor bloemwerk. Erg bekend zijn de grote biedermeiermanden. Ook op foto's uit de jaren 20 en 30 van jubilerende verenigingen of andere feestelijke groepsfoto's zie je vaak bloemwerk in manden. Een mand heeft een heel natuurlijke uitstraling en past daardoor bloemwerk. Een groot probleem is geweest dat manden niet waterdicht

goed bij  
altijd  
zijn.  
papier  
glas



mooi  
de

Vroeger werd dat opgelost met vetvrij in de mand. Later werd er vaak blik of gebruikt. Tegenwoordig is een voordelige en lichte kunststof pot een alternatief. Veel bekender zijn echter mandjes met een kant-en-klare

voering van plastic. Het probleem daarbij blijft het gevaar van lekkage door gaatjes in het plastic. Mandwerk dat wij nu gebruiken, wordt vervaardigd over de hele wereld. Soms zijn de gebruikte materialen bekend, maar er zijn zo veel verwerkbare materialen dat het onmogelijk is alles te kennen. Toch is het wel belangrijk dat je weet welk materiaal is gebruikt. Alleen dan kun je iets zinnigs zeggen over de eigenschappen van het product.

*Figuur 4.39 Verschillende soorten teen*

### Vervaardiging van manden

In Nederland liggen de arbeidskosten hoog. Daarom worden de arbeidsintensieve manden vaak in landen met goedkope arbeidskrachten vervaardigd. Maar ook in Nederland worden er nog steeds manden gevlochten. Vaak kom je het tegen op braderieën of bij presentaties van oude ambachten. Mandenvlechters gebruiken meestal Hollandse materialen. Hun producten kom je in bijna elk huishouden tegen: de hondenmand, de wasmand, het mandje voor op de fiets, enzovoort. Voor het vlechten van manden zijn de twijgen van de Salix, oftewel de wilg, zeer geschikt. De zogenaamde wilgentenen (ook wel griendhout genoemd) worden speciaal voor het vlechtwerk gekweekt.

Van de wilgentenen kunnen verschillende uitvoeringen voor manden worden gebruikt.

- **Bufteen.** Om deze teen te krijgen moet je haar na het afsnijden 24 uur koken en daarna schillen. De teen krijgt dan een roodbruine kleur. Je ziet buftenen mandjes vaak aan de fiets hangen of als hondenmand of leetuurmand.
- **Grauwe teen.** Dit is de teen in haar oorspronkelijke staat, met de bast er nog omheen. Zij wordt afgesneden en verwerkt. Grauwe teen wordt vaak gebruikt voor aardappelmanden, eendenfuiken en dergelijke.
- **Witte teen.** Dit is een geschilde teen. Als je de afgesneden grauwe teen op water zet, wordt de bast week. Die kun je er dan gemakkelijk afhalen met een schilijzer of

schilmachine. Bekend product dat van witte teen wordt gemaakt, is de ouderwetse (en nu weer populaire) wasmand.

### Eerlijke handel

Bij de productie van mandwerk, maar ook van andere producten, in zogenaamde lagelonenlanden kunnen misstanden als kinderarbeid en andere vormen van uitbuiting voorkomen. Om dat tegen te gaan controleren westerse organisaties steeds vaker de herkomst en de omstandigheden waaronder hun producten worden gemaakt. Max Havelaar is zo'n organisatie die bananen, koffie en chocola verkoopt. Je kunt Max Havelaar- producten kopen bij de supermarkt en ze zijn herkenbaar aan een speciaal logo. Andere producten als mandwerk kun je kopen in zogenaamde fair- trade winkels. Vaak betaal je wat meer dan in andere winkels, maar je weet dan wel zeker dat er van misstanden geen sprake is en dat de vlechters een eerlijke prijs voor hun producten hebben gekregen.

Soms zie je gekleurd mandwerk. Kleuren kan door ze direct te verven, maar ook door materialen eerst te bleken en ze daarna in een kleurbad te leggen.

### Geïmporteerd mandwerk

Zoals werd opgemerkt, zijn de geïmporteerde manden niet altijd van herkenbare materialen gemaakt. Materialen die we wel kunnen onderscheiden zijn:

- **Rotan:** de stengel van een liaanachtige, klimmende palmsoort (*Calamus siphomaspathus*). Komt veel voor in Indonesië. Hiervan worden de bekende tuinstoelen en andere meubels gemaakt.
- **Bamboe:** zeer snel groeiende grassoort met houtachtige stengels. Je kunt bamboe als stengel verwerken, maar ook in gespleten vorm. Bekend zijn de bamboestokken die bij grote planten als steun dienen.
- **Raffia:** wordt gemaakt van de bladvezels van de Raffiapalm. Het wordt gebruikt als versiering en hulpmiddel bij het inpakken.
- **Kokosvezel:** komt van de bladvoet van de bladeren van de kokospalm. Het materiaal wordt gedroogd en daarna verwerkt. Je kunt het gebruiken bij de verwerking van droogbloemen.

Ten slotte zijn er nog andere materialen uit Europa waar je mandjes van kunt maken:

- **Lavendel en Caluna (heide):** hiervan worden vaak mandjes vervaardigd, waarin ook nog de bloemen (in gedroogde vorm) te herkennen zijn.
- **Berk:** de bast kun je in combinatie met takken verwerken tot mandjes.
- **Brem, maïsblad** en dergelijke kunnen ook worden toegepast.

### Opslag van mandwerk

Mandwerk neemt in de bloemenwinkel, door de aard van het materiaal, een speciale plaats in. Het is een product dat door de herkomst nauw aansluit bij de te verwerken materialen.

Voor de opslag is een speciale plaats en zorg nodig. Bedenk dat vocht een grote invloed heeft op deze producten. Te veel vocht kan lelijke vlekken veroorzaken en leiden tot schimmel. Met name lichte manden zijn hier gevoelig voor. Aan de andere kant beperkt ook te droge opslag de levensduur van het mandwerk. Het wordt dan erg broos. Onder invloed van licht kunnen er verkleuringen optreden. Zo kunnen gebleekte manden gelig worden en bruine manden kunnen vergrijzen. Stof kan zich in en op mandwerk goed nestelen en draagt ook niet bij tot een lange levensduur. Probeer dit dus te vermijden.

### 4.5 Kunststof

Als men in de bloemendetailhandel over kunststof sprak, bedoelde men meestal de plastic cachepotten (ompotten) of de bakjes en gebruiksvazen die als ondergrond konden dienen. De laatste jaren is er meer te koop op dit gebied. Begon de geschiedenis van kunststof eind negentiende eeuw, na de Tweede Wereldoorlog zijn er grote ontwikkelingen geweest. Kunststof heeft als groot voordeel dat het niet zo snel kapot gaat en dat het waterdicht is. Een ander voordeel is dat het niet zo zwaar is. Over smaak valt te twisten, maar vroeger was kunststof niet direct een luxe artikel. Het was in elk geval geen kostbaar product. Er is nu een heel breed aanbod van kunststof producten. Door diverse kunstenaars worden er bijvoorbeeld vazen ontworpen. Het ontwerp wordt op de markt gebracht als een design product en het is dan vaak behoorlijk prijzig. Als blijkt dat de belangstelling groot is, brengt een fabrikant het in grote aantallen op de markt. Gevolg is een mooi product voor een betaalbare prijs, maar waarvan de exclusiviteit verdwenen is. Door deze producten krijg je een heel andere kijk op kunststof.



Figuur 4.40 Oprolvaas Foto: Bloem en Blad

#### Verbazingwekkende vaas

Een mooi voorbeeld van een aparte kunststof vaas is de 'Amazing vase' van Johan Bakermans. Tijdens zijn studie Industrieel Productontwerpen aan de Haagse Hogeschool kreeg Bakermans de opdracht om een verstelbare vaas te maken. Het materiaal dat het meest geschikt bleek te zijn, is rubber. Door de vaas taps toe te laten



lopen (conisch) is de eigenaar ervan in staat om de vaas helemaal naar eigen inzicht te vervormen. De vaas is te koop in felle trendy kleuren, maar ook in zachte pasteltinten. In bloemenwinkels maar ook bij de Bijenkorf en in cadeaushops is de 'Amazing vase' een succes.

### Kwaliteit van kunststof



*Figuur 4.41 Matrijs: vorm en contravorm*

Ook bij kunststof is de staat van het product niet altijd zoals die zou moeten zijn. Kunststof wordt vervaardigd met behulp van een matrijs die uit twee delen bestaat. Je spuit vloeibare grondstof in de matrijs. De grondstof neemt de vorm van de matrijs aan. Na afkoeling kun je de vorm uit de matrijs nemen. Soms zitten er onderaan nog restanten van het spuitpuntje. Deze puntjes zijn vaak scherp en kunnen dus krassen veroorzaken. Soms zijn de naden van de matrijs goed zichtbaar.

Verder kunnen tijdens het vervaardigen van kunststof luchtbelllen ontstaan. Vaak zie je die terug als onregelmatigheid. Kleurverschillen zijn vaak het gevolg van het onvoldoende mengen van de grondstof. Meestal moeten er van kunststof producten enorm veel worden gemaakt. Daardoor vormt b-kwaliteit maar een heel klein gedeelte van de totale productie.



*Figuur 4.42 kunststof pot in combinatie met verlichting*

## **Opslag**

Kunststof opbergen is geen probleem. Het product is niet gevoelig voor vocht en het is meestal zo licht van gewicht dat je het ook hoog kunt wegleggen. Wel is het zo dat kunststof vaak statisch is, zodat regelmatig schoonmaken nodig is.

## **4.6 Metaal**

Metalen voorwerpen zijn door de jaren heen bijna altijd aanwezig geweest in het assortiment van de bloemisten. De populariteit van het materiaal is echter wel steeds heel nadrukkelijk door mode en trends bepaald. Zo kan het ene jaar flitsend aluminium helemaal in zijn, terwijl de klant het jaar erop de voorkeur geeft aan rustiek zink. Een combinatie van snijbloemen en planten met metaal kan problemen geven doordat metalen kunnen oxideren als ze met water in aanraking komen. Dit kan nadelig zijn voor het metalen voorwerp (denk aan het roesten van ijzer). Bovendien ontstaan stoffen die schadelijk zijn voor bloemen en planten.

Dit voorkom je door in de metalen producten eerst plastic (net als bij een mandje) of een binnenpot aan te brengen. Je kunt ook eerst het metaal bewerken met bijvoorbeeld lak, zodat er geen oxidatie plaatsvindt.

## Soorten metaal

- **Metalen:** producten zijn er in allerlei soorten.
- **Koper:** heeft de eigenschap dat het een goed te bewerken metaal is. In de buitenlucht krijgt het een groene oxidatielaag die het tegen verdere aantasting beschermt. Koper is rood van kleur. Er bestaan veel legeringen met koper.
- **Zink:** gemakkelijk te verwerken metaal. Je ziet het als vazen en bakken, maar je kunt het in de winkel of binderij ook tegenkomen als bekleding van een tafel of werkblad.
- **Tin:** metaal dat vloeibaar kan worden verwerkt. Voorwerpen die van tin zijn gemaakt, worden gegoten. Zuiver tin is wit van kleur. Door lood toe te voegen maak je de kleur donkerder en je product zwaarder. Als je tin lange tijd kouder dan  $-13\text{ }^{\circ}\text{C}$  bewaart, valt het op den duur uiteen als poeder. Je noemt dat tinpest.



*Figuur 4.43 Werkblad met zinken blad*

- **IJzer:** wordt verwerkt tot bakken. Soms krijgt het ijzer een bewerking, zodat er geen oxidatie optreedt. Vaak wordt het zonder bewerking afgeleverd en moet je zorgvuldig omgaan met vocht.

*Figuur 4.44 Denk eraan dat gietijzer ook breekbaar is*



- **Lood:** metaal dat door z'n speciale uitstraling vaak wordt verwerkt met bloemen. Als lood in contact komt met de huid, is het giftig. Daarom moet je handschoenen dragen als je met dit metaal werkt.

- **Brons:** legering van koper en tin.
- **Messing:** legering van koper en zink. Wordt vaak gebruikt voor voorwerpen die heel strak zijn uitgevoerd.

### Speciale eigenschappen

De groene oxidatielaag op koper en brons noem je patina. Omdat het tegen verdere aantasting beschermt, is een koperen buis zeer geschikt om te gebruiken als waterleiding. Vroeger werden ook loden en ijzeren buizen gebruikt voor waterleidingen. Maar lood was veel te zwaar en kon bovendien loodvergiftiging veroorzaken. En ijzer kon doorroesten en enorme lekkages veroorzaken.

Brons, dat gemakkelijker te gieten is, wordt vanwege de patinavorming veel gebruikt voor standbeelden die buiten staan. Nu begrijp je ook waarom die beelden altijd groen zijn. Zink wordt, omdat je het gemakkelijk kunt vormen, veel gebruikt voor dakgoten en afdakjes.

Dat je tin vloeibaar moet gebruiken, is al heel lang bekend. Denk maar eens aan de tinnen soldaatjes van vroeger. Nu nog gebruik je speciaal soldeertin om metalen met elkaar te verbinden.

### Decoratiemateriaal van metaal

Metalen kunnen als bak of vaas, maar ook, in de vorm van kippengaas, dienen als ondergrond. Je kunt metalen voorwerpen of vormen ook verwerken in het bloemwerk. Kies metalen dan om hun uitstraling of om het karakter van het materiaal. Het is soms erg praktisch om metaal te gebruiken. Het is tenslotte erg sterk en stevig. Voorbeelden van in bloemwerk verwerkt metaal zijn metaaldraad in verschillende kleuren, pannensponsjes, lasdraden, 'engelenhaar' van metaal. Metalen kunnen ook goed dienen als achtergrond of ondergrond om bloemwerk op te presenteren of aan te hangen. Denk bijvoorbeeld aan het veelgebruikte betongaas.

### 4.7 Beton en asbestcement

De tot nu toe besproken materialen kunnen op allerlei manieren bewerkt en versierd worden. Voor de materialen die in deze paragraaf aan de orde komen, geldt dat niet of nauwelijks. Van oorsprong zijn het ook bouwmaterialen. Asbestcement werd vroeger vaak gebruikt voor plantenbakken. Deze bakken werden buiten gebruikt, maar ook in huis. Vaak dienden ze in huis als binnenbak voor bijvoorbeeld een houten plantenbak. Buiten zie je ze vaak aan balkons hangen. Daarvoor worden vooral de lange rechthoekige modellen gebruikt. Omdat het inademen van asbestvezels kanker kan veroorzaken, mogen bakken van asbestcement niet meer geproduceerd en verhandeld worden. Dat betekent niet dat de bakken zelf ook gevaarlijk zijn. Want als ze in de kamer staan of aan de balkonrand hangen, komen er geen vezels vrij. Het is vooral de productie die veel ziektegevallen heeft voortgebracht. Daarnaast komen bij het zagen van asbestcement vezels vrij. Het grootste gevaar is echter brand. Bij branden kunnen soms grote hoeveelheden asbest vrijkomen. Vandaar dat je dan zo veel mogelijk ramen en deuren gesloten moet houden. Meestal kun je asbestcement herkennen aan een gladde kant en een kant met een structuur van kleine ronde putjes.

### Beton

Nu bakken van asbestcement verboden zijn, gaan mensen op zoek naar alternatieven. Als balkonbak kun je ook prima kunststof bakken gebruiken. In de tuin zie je steeds vaker allerlei creatieve oplossingen met beton. Holle bouwelementen zijn zeer geschikt om ze met potgrond te vullen en er planten in te zetten. Om binnen te gebruiken is beton minder geschikt. Het is erg zwaar en het oogt door de dikte vrij lomp. In de tuin, waar je de ruimte hebt, geeft dat vaak een heel fraai effect. Denk maar eens aan het contrast tussen een stel ranke narcissen die groeien in zulk grof bouw materiaal.

Omdat beton poreus is, kan het niet lang water vasthouden. Het is daarom aan te raden om te zorgen voor een laag plastic folie voordat je ze met potgrond vult.



*Figuur 4.45 Beton heb je in vele vormen*

### **Kwaliteit van beton**

Beton is er in verschillende kwaliteiten. Het goedkoopst is een mengsel van zand en cement. Dit mengsel is gemakkelijk te bewerken, maar geeft een kwetsbaar product. Als je er ook grind door mengt, krijg je een sterker resultaat. Lang en goed mengen zorgt ervoor dat het beton 'dicht' wordt. Er zit nauwelijks nog lucht in en daardoor wordt het minder poreus. Het beton is dan ook beter bestand tegen vorst. In plaats van grind worden soms ook goedkope afvalproducten zoals slakken gebruikt. Beton is wit of grijs. Als je een andere kleur tegenkomt, is het beton bewerkt. Je noemt dat gepatineerd. Het kan natuurlijk ook zo zijn dat het beton groen ziet van de algen. Die aanslag kun je met heet water verwijderen.



## 5. Kaarsen

Een buitenbeentje in het randassortiment in de bloemenbranche zijn de kaarsen. Van keramiek, glaswerk, mandwerk, kunststof, metaal en beton kun je bakken, potten of andere ondergronden maken. Maar niemand zal proberen om een dikke kaars uit te hollen en daar bloemen of planten in te zetten. Een kaars is tenslotte bedoeld om te branden en daardoor wordt hij kleiner. Het zou een flinke bende worden als elke vaas of pot iedere dag wat kleiner werd en uiteindelijk na een tijdje verdween.



Figuur 5.1 Overzicht van verschillende stompkaarsen

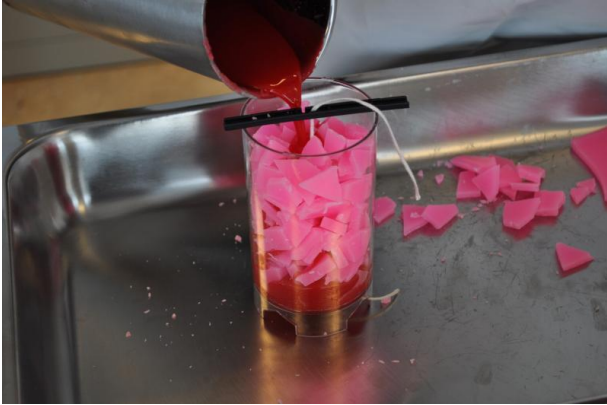
### Waarom kaarsen in een bloemenwinkel?

In veel bloemenwinkels vind je standaard met kaarsen erop of eraan. Er zijn diverse redenen waarom je in een bloemenwinkel kaarsen verkoopt. Van oudsher worden er in bloemwerken voor Kerstmis kaarsen verwerkt. Dit is één van de redenen waarom er kaarsen in de bloemenwinkel aanwezig zijn. Maar ook buiten de kersttijd geldt voor kaarslicht hetzelfde als voor bloemen: het brengt sfeer in huis. Dat verklaart ook de populariteit van tuinfakkels en -kaarsen en de grote verscheidenheid aan (geur)kaarsen. Denk maar eens aan die hele dikke kaarsen met drie, vier of nog meer pitten. Ook in bloemwerk voor Pasen worden tegenwoordig kaarsen verwerkt. Ander speciaal bloemwerk met kaarsen kom je tegen als tafelversiering.

### Hoe gebruik je kaarsen?

Het gebruik van kaarsen in bloemwerk vraagt vakkennis. Als eerste moet je je afvragen wat de bedoeling van de kaarsen is. Als ze aangestoken moeten worden, moet je ervoor zorgen dat de kaarsen kunnen branden. Er mogen geen materialen dicht bij de kaars staan die vlam kunnen vatten en als je meerdere kaarsen in de schikking verwerkt, moet er zo veel tussenruimte zijn dat ze elkaar niet afsmelten. Verder mogen ze geen kaarsvet lekken op de schikking of ernaast. En ten slotte moeten ze gemakkelijk te vervangen zijn.

Je kunt kaarsen ook als decoratief element in je bloemwerk gebruiken. Door kleur en vorm geven ze een schikking vaak iets extra's, zelfs als ze niet branden. Daarbij moet je wel in de gaten houden dat een kaars kan verkleuren, kan vervormen door warmte en gevoelig is voor stof. Sommige kaarsenfabrikanten houden rekening met de behoeften van de bloemist. Zo produceert Molca kaarsen waarvan de kleur is afgestemd op natuurlijke materialen. Daarbij volgt het bedrijf de trends in de bloemenbranche.



*Figuur 5.1b Zelf kaarsen maken*

### **Geschiedenis van de kaars**

Als je het in huis te donker vindt, knip je het licht aan. Heel simpel, je bent niet anders gewend. Maar er is pas elektriciteit sinds halverwege de vorige eeuw. En voor die tijd werd het net zo goed donker. Voor verlichting werden heel vroeger olielampjes gebruikt. Een houdertje met olie en daarin een drijvende pit. De olie zorgde ervoor dat de pit bleef branden, maar ook dat zij niet snel opbrandde zoals een lont bij vuurwerk of explosieven. Deze manier van verlichting had één groot risico: als de houder kapot viel, vatte alle olie vlam en ontstond vaak brand. Misschien om dat te voorkomen werd de kaars uitgevonden. Eigenlijk werkt een kaars volgens hetzelfde principe. Alleen omdat de pit in een vaste stof zit en niet in een vloeibare, is het brand-gevaar nagenoeg geweken. Het is bijna zeker dat de kaars in Italië is uitgevonden. In de Middeleeuwen gebruikten de mensen voor de vervaardiging van kaarsen allerlei soorten planten en vetten. Van vlas of katoen maakten zij een pit waarin zij onderaan een knoop legden. Die pit lieten ze zakken in gesmolten was of vet en haalden die er vervolgens weer uit. De was of het vet stelde dan om de pit. Door dit steeds te herhalen ontstond een kaars van de gewenste dikte. Je noemt dit kaarsen trekken. Tegenwoordig zijn er allerlei verschillende manieren om kaarsen te produceren. In Nederland gebeurt dat, net als in de Middeleeuwen in de kaarsenstad bij uitstek, Gouda.

### **Opslag van kaarsen**

Niet elke bloemist wil het hele jaar door kaarsen verkopen. Hij zal de kaarsen die na de kerst over zijn, moeten opslaan. Bij de opslag moet hij op een aantal zaken letten. Omdat kaarsen kunnen verkleuren, mag hij zijn kaarsen niet in een lichte omgeving bewaren. Het best is een omgeving waar helemaal geen licht komt. Verder moet de ruimte koel zijn, omdat kaarsen door warmte kunnen vervormen. Ten slotte mag de ruimte niet te droog zijn, omdat kaarsen kunnen uitdrogen. Afhankelijk van het materiaal waarvan de kaarsen zijn gemaakt, moet hij dan ook nog rekening houden met de aanwezigheid van muizen.



*Figuur 5.2 Opslag van kaarsen*

## Soorten kaarsen

Om te weten welke kaarsen wel geschikt zijn voor verwerking in een schikking en welke minder of helemaal niet is het goed om wat meer te weten over de diverse soorten en de wijze van productie.

Om te beginnen verschillen kaarsen van vorm:

- **Gotische kaars:** lange, slanke kaars die bovenaan eindigt in een spits.
- **Antiekkars:** iets bredere, kortere rechte kaars. De gotische en de antiekkars zijn bedoeld voor een staande of hangende kandelaar met meerdere kaarsen. Omdat ze in staande kandelaars vaak op tafel worden gebruikt, noem je ze ook wel tafel- of dinerkaarsen. Ze hebben standaardafmetingen en kunnen zodoende in bijna alle kandelaars worden gebruikt.
- **Stompkaars:** dikke cilindrische kaars, doorgaans gedrongen van vorm. Bij kaarsen is de dikte van de pit in overeenstemming met de dikte van de kaars. Zodoende brandt de kaars gelijkmatig op. Bij stompkaarsen is dit niet altijd het geval, zodat het omhulsel blijft staan. Erg in de mode zijn vierkante of ronde stompkaarsen met meer dan één pit. Omdat die pitten niet in het midden van de kaars zitten, is er van gelijkmatig opbranden helemaal geen sprake. Ook van deze kaarsen blijft het omhulsel grotendeels staan.
- **Bolkaars:** kaars in de vorm van een bal. Net als de stompkaars duidt je deze kaars aan door middel van de doorsnede.
- **Drijfkaars:** kaars die niet in een kandelaar staat, maar die drijft in een schaal met water. Vandaar dat deze kaars vaak plat is. Drijfkaarsen zijn er in allerlei vormen en maten. Zorg bij het branden van drijfkaarsen dat de pit droog blijft.
- **Figuur- of sierkaars:** kaars die een grillige vorm kan hebben. Denk daarbij aan een kerstman, een huisje, de Eiffeltoren of een figuur van Walt Disney. Vaak wordt met deze kaarsen speciaal gemikt op kinderen. Door de grillige vorm is het

gelijkmatig opbranden een probleem. Soms branden deze kaarsen maar korte tijd, omdat de pit te snel opbrandt.

- **Sfeer-, thee- of waxinelichtje:** deze kleine kaarsjes worden veel als sfeerlichtjes gebruikt. De meeste fabrikanten hebben het product aan dat gebruik aangepast, zodat van theelichtje nauwelijks nog sprake is. De naam waxinelichtje is helemaal onjuist. Waxinelichtje was jarenlang een merknaam van Verkade, waarbij voor de productie een speciaal soort was werd gebruikt. Meestal zitten ze in een (milieuvriendelijk) aluminium cupje.

## Samenstelling van kaarsen

Naast de vorm kunnen kaarsen ook verschillen in samenstelling. Vaak heeft de gebruikte grondstof gevolgen voor de wijze van vervaardigen.

- Was: natuurproduct dat door de imkers uit de bijenkasten wordt gehaald.
- Paraffine: grondstof die wordt verkregen uit kolen, hout of aardolie.
- Stearine: grondstof die wordt onttrokken aan dierlijke vetten.



*Figuur 5.3 Paraffine is een grondstof voor kaarsen en wordt in platen aangevoerd*

## Productie

Er zijn drie manieren om kaarsen te produceren. Maar bij alle drie de manieren blijft het principe hetzelfde: er zit een pit in het midden van de kaars. Die pit bestaat uit drie gevlochten koordjes. De dikte van de pit moet overeenkomen met de dikte van de kaars.

De drie manieren van produceren zijn:

- Dompelen: door een aantal lange lonten over een plank te leggen en die te dompelen in een bad met vloeibare grondstof krijg je uiteindelijk kaarsen. Na iedere dompeling blijft er namelijk ongeveer een millimeter dikke laag grondstof op de pit achter. Deze techniek kan machinaal worden uitgevoerd. Dit verklaart ook waarom je af en toe kaarsen ziet die met de uiteinden naar elkaar toe aan één pit zitten.



- Gieten: hierbij gebruik je een mal. Je hangt er een pit in en je giet de vloeibare grondstof erin. Daarna koel je de mal af met koud water, zodat de grondstof stolt. Mallen zijn meestal van tin of een mengsel van tin en lood, maar er zijn ook mallen van siliconenrubber.
- Persen: onder hoge druk pers je paraffinepoeder om een pit. Nadeel van deze techniek is dat de kaarsen gemakkelijk breken.

### Kleuren van kaarsen

Om kaarsen te kleuren kun je kleurstof aan de grondstof toevoegen. Meestal beïnvloedt dit de brandkwaliteit nadelig. Beter is het om de kaarsen te dompelen in een bad met kleurstof. Als die kleurstof synthetisch is, voorkomt dat gelijk het verkleuren van de kaars. Ten slotte kun je kaars ook nog dompelen in een bad met grond- en kleurstof, die harder wordt dan de kern van de kaars. Op die manier ontstaat een mooi 'kommetje' voor het gesmolten vet. Figuurkaarsen worden vaak met de hand bijgewerkt.



*Figuur 5.4 Gedompelde kaarsen zijn te herkennen aan de langwerpige vorm, de kegelvormige top en de oneffenheden in het oppervlak. Ze worden meestal per tweetal verhandeld*



*Figuur 5.5 Katoenen lonten worden op een rek gespannen*





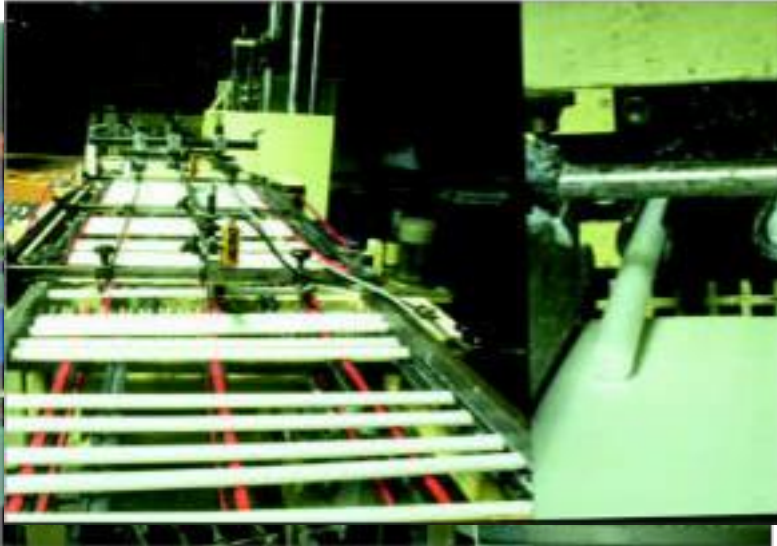
*Figuur 5.6 Mechanisch dompelen (rechts van het midden is de dompelbak te zien)*



*Figuur 5.7 Per dompeling, in de vloeibare paraffine van 80 °C, groeit de kaars 1mm dikte*



*Figuur 5.8 Als de gewenste dikte is bereikt, wordt het overtollige kaarsvet afgesmolten om de kaars los te kunnen snijden*



*Figuur 5.10 Het waterpas maken van de onderzijde*



*Figuur 5.11 Langwerpige kaarsen kunnen ook worden geperst. Ze hebben een gladder oppervlak en worden aan de boven- en onderkant bijgeslepen*

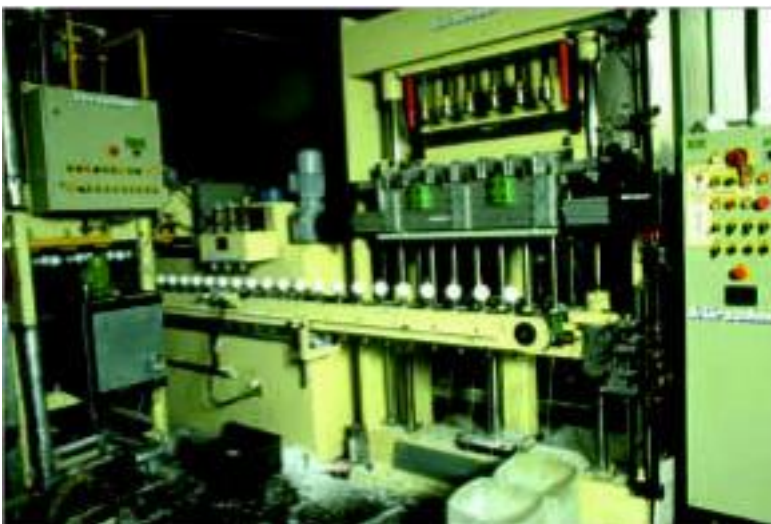


*Figuur 5.12 Grondstof voor geperste kaarsen is paraffinepoeder. Vloeibare paraffine wordt verspoten en stolt op de metalen trommel. Het stolsel wordt afgevoerd.*

*Figuur 5.13 De paraffine wordt tot een lange staaf geperst. Deze staaf wordt op de gewenste kaarslengte afgesneden.*



*Figuur 5.14 De kaarsen worden bijgeslepen*



*5.15 Overzicht van een machine waarin bolkaarsen worden geperst*

## **Kwaliteit van kaarsen**

Het is moeilijk iets zinnigs te zeggen over de kwaliteit van kaarsen. Natuurlijk zijn er verschillen, maar die kun je aan de buitenkant niet zien. Je weet van tevoren niet hoe erg een kaars kan gaan walmen en roeten. Je kunt zelfs als consument niet beoordelen of de pit dik genoeg is voor de kaars. Met het oog op het milieu kun je stellen dat paraffinekaarsen redelijk zijn, stearinekaarsen goed en (bijen)waskaarsen zeer goed.

## **Slot**

Nu je dit hoofdstuk uit hebt, zeg je misschien tegen je zelf: 'Maar ik werk toch in een bloemenwinkel?' En gelijk heb je. Bloemen en planten blijven het belangrijkste. Als je alles wat hier besproken is uit je hoofd leert, maar niets weet van bloemen en planten, kun je nog niets. Toch moet je voor je eigen werk én voor de informatie aan de klant weten wat de eigenschappen zijn van uiteenlopende materialen als glas en metaal, beton en kaarsen. Want je zult merken dat je straks vragen krijgt die zo gek zijn dat je ze niet kunt verzinnen.

## 6. Lint

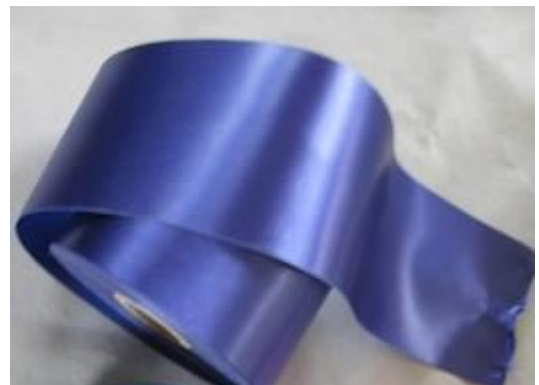
Lint kent vele toepassingen. Het wordt bijvoorbeeld veel gebruikt als extra versiering in bloemwerk en ter versiering bij het verpakken van bloemwerk. Met een lint krijgt het boeket een feestelijke uitstraling. Wapperende linten zijn een uiting van vreugde.

Maar lint wordt vooral toegepast in bruidswerk, rouwwerk en in kerstbloemwerk. Daarbij vervult het een speciale functie. In bruidswerk dient het lint voor een nette afwerking van de steel of als versiering in het boeket zelf. Bij rouwwerk wordt vaak breed lint, voorzien van een tekst, toegepast. Deze tekst kan op het lint worden geschreven, gedrukt en geprint. De linten kunnen in een rouwtak of rouwboeket worden bevestigd of aan een rouwkrans worden gehangen. Dit laatste zie je vaak bij herdenkingen. Bij kerstbloemwerk wordt lint vaak in de traditionele kleuren rood, groen en goud toegepast. Hierbij dient het als ondersteuning van de kleuren en heeft het een versierende functie.

### **Hieronder de belangrijkste soorten lint en hun toepassing.**

#### *Unielint*

Schering (lengtedraad) en inslag (breedtedraad) van unielint zijn hetzelfde. De gebruikte draadsoort is identiek als het gaat om structuur en kleur. Unielint is effen van kleur en wordt vaak toegepast bij rouwarrangementen; bij herdenkingen zie je het dikwijls bevestigd aan kransen.



#### *Moirélint*

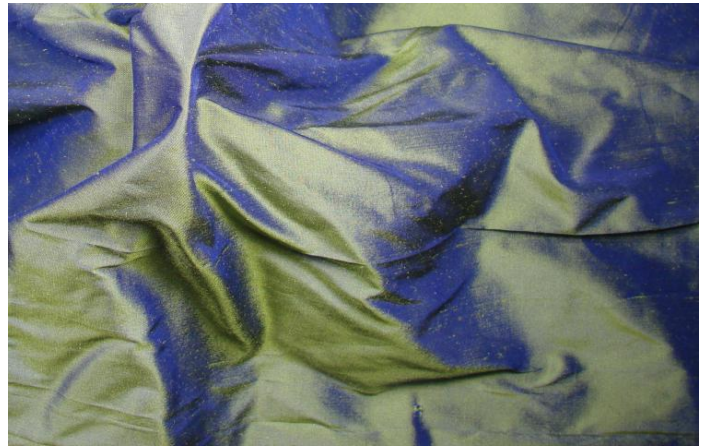
Moiré is een effen lint waarin een vlameffect of houtnerf is geperst. Net als unielint wordt moiré vaak toepast bij rouwarrangementen; bij herdenkingen zie je het dikwijls bevestigd aan kransen.





### *Changeant*

Changeant is een lint dat is gemaakt van een stof met glanzende oppervlakte. Daardoor wordt een speciaal lichteffect bereikt. Schering en inslag hebben een verschillende kleur. Changeant wordt daarom ook wel weerschijnlint genoemd. Door verandering van lichtinval krijg je lichte of donkere kleuren. Changeant zie je eveneens vaak toegepast in rouwarrangementen; bij herdenkingen wordt het dikwijls bevestigd aan kransen. Verder wordt het ook vaak gebruikt tijdens de kerstperiode.



### *Ombré*

Ombré is gemaakt van garen en weefstof met in elkaar overgaande kleuren. De draden van de schering zijn verschillend van kleur. De kleuren van de scheringsdraad lopen bijvoorbeeld van licht naar donker, waardoor een soort schaduwwerking ontstaat. De inslag is één kleur. Ook Ombré zie je vaak toegepast in rouwarrangementen; bij herdenkingen wordt het dikwijls bevestigd aan kransen.



### *Tule*

Tule (een doorzichtig garenweefsel met fijne mazen) gebruik je speciaal voor bruidswerk, om een feestelijke uitstraling te geven. Het heeft vooral een decoratieve functie.



## 7. Productpresentaties

Wat doet een Hollander als hij dorst heeft? Hij gaat voor de etalage van een banketbakker staan. Dan loopt het water hem vanzelf in de mond. Deze mop uit België slaat natuurlijk op de gierigheid van de Nederlanders. Toch zit er wel iets in. Als de bakker zijn taartjes aantrekkelijk uitstalt, doet dat wonderen bij de klant. Je noemt dat presentatie.

Bloemen en planten verkopen over het algemeen zichzelf. Maar als je ze in kranten gerold klaar hebt liggen voor vervoer, zul je nauwelijks klanten krijgen. Een klant wil in de winkel al een indruk van de schoonheid van de bloemen en planten. Dan pas maakt hij een keuze en koopt hij. Dus hoe aantrekkelijker jij presenteert, hoe beter het is voor de verkoop.

### 7.1 Bloemen presenteren

Er zijn mensen die bij het kopen van bloemen niet zelf kiezen maar zich laten leiden door de bloemen. Door de kleur, de vorm of de geur laten klanten zich verleiden. En dan maakt het niet uit waar in de winkel ze staan. Toch moet je daar als bloemist wel over nadenken. Want er zijn diverse dingen waar je rekening mee moet houden.

- Je bloemen moeten bereikbaar zijn. Bij het pakken van een bos moet je ervoor zorgen dat de bloemen niet omvallen, dat jij niet omvalt, en dat je geen andere bloemen beschadigt.
- Je bloemen hebben allemaal bijzondere eigenschappen. Zo zijn er bloemen die erg gevoelig zijn voor waterdruppels. Die bloemen moet je niet neerzetten op plaatsen waar je vaak met druipende bossen overheen reikt. Verder zijn er bloemen die aantrekkelijk zijn als je er bovenop kijkt, terwijl andere bloemen veel mooier uitkomen als je er tegenaan kijkt. Daarom zet je vergeet-mij-nietjes op een lage plaats en Euphorbia fulgens juist hoog.
- Het soort zaak waar je werkt. Winkels die bloemen en planten verkopen maar ook grote hoeveelheden bloemwerk, noem je bloemenspecialzaken. Er zijn ook zaken die voornamelijk bossen bloemen en planten verkopen. Beide soorten winkel presenteren de bloemen verschillend. Bij de laatste zal het aantal bosjes tulpen van één soort aanmerkelijk groter zijn dan bij een specialzaak. Een specialzaak zal een sfeer in de winkel willen creëren. Dit kan gebeuren door het gebruik van mooie displays. Een andere manier is door bloemen aantrekkelijk in een vaas te zetten, bijvoorbeeld een gering aantal bossen tulpen in een bijpassende pot. Vaak zie je in bloemenspecialzaken eenzelfde stijl van inrichting van de gehele winkel.

- plaats waar de zaak is gevestigd. In een winkelstraat komen klanten vaak op hun gemak even kijken. Ze nemen er de tijd voor. Terwijl aan een drukke straat met weinig parkeermogelijkheden, klanten vaak snel in- en uitlopen.



*Figuur 7.1 Snijbloemenpresentatie met hoogteverschillen in zinken emmers*



*Figuur 7.2 Strakke snijbloemenpresentatie in plastic emmers*



*Figuur 7.2.1 Snijbloemenpresentatie in glazen vazen*



## Stijlen

Er zijn diverse stijlen om een winkel in te richten. Enkele voorbeelden die je op dit moment veel ziet, zijn:

- **Country.** Dit is een landelijke manier van inrichten waarbij je veel gebruikmaakt van onbewerkte materialen zoals grenen tafels en zinken of geëmailleerde emmers.



- **Zakelijk.** Bij deze stijl maak je voor de displays gebruik van strakke, koele materialen zoals aluminium en glas. Voor de bloemen gebruik je veelal glazen vazen. Daarbij zullen de boeketten niet al te uitbundig zijn.



- **Romantisch.** Deze stijl is juist zacht en lief. Mooie lappen stof worden aantrekkelijk opgehangen of als tafelbedekking gebruikt. Verder zijn er allerlei symbolen die verwijzen naar de liefde zoals harten en engeltjes. Vaak geldt: hoe subtieler, hoe beter.



- **Modern.** Deze stijl wordt nog wel eens verward met zakelijk. Maar modern hoeft niet strak en koel te zijn. Zo kun je met eigentijdse materialen als felgekleurd plastic een heel aparte sfeer scheppen.



Bij de gegeven indeling ga je uit van een bepaalde sfeer die je wilt nabootsen. Je kunt ook uitgaan van materialen. Dat doet Impuls Team van VBW Centrale Vereniging Bloemendetailhandel in de campagne van 1998. Zij onderscheiden:

- **Naturel.** Materialen zijn belangrijker dan vorm. Hoe eenvoudiger, hoe beter. Onbewerkt hout, metaal en zelfs beton geven een sfeer van puurheid.
- **Verweerde witten.** Linnen, ongebleekt katoen en wol gecombineerd met hout waar de verf afbladdert, roestend metaal en barstende spiegels geven een sprookjesachtige sfeer van verval. Zowel door de tijd als door invloeden van bijvoorbeeld de zee.
- **Zwart-wit.** Materialen en vorm zijn ondergeschikt aan de tegenstelling zwart-wit. De helderheid van die tegenstelling vinden veel mensen modern.
- **Aquatinten.** Waterige kleuren gecombineerd met glas en doorzichtige kunststof geven een kwetsbare maar ook gelukzalige sfeer.
- **Gemengde motieven.** Schotse ruiten naast Franse lelies, kant en fluweel, draperieën, flossen, kwasten en goudgalon. Alles door elkaar geeft het een bont geheel en een rijke, overdadige sfeer.
- **De kolonialen.** Zebra- en tijgermotieven, riet en bamboe, 'warme' materialen als brons en koper gecombineerd met uitheemse kunstvoorwerpen en jachttrofeeën, verwijzen naar de tropen en safari. De sfeer van misschien wel onbereikbare maar toch zo magische verre bestemmingen.

Voor welke manier van inrichten van de winkel je ook kiest, je zult je waarschijnlijk laten leiden door trends. Regelmatig vakbladen, maar ook modetijdschriften en woonmagazines doorbladeren houdt je op de hoogte en brengt je misschien wel op ideeën.



## 7.2 Planten presenteren

*Als het buiten vriest, is deze vlaag extra schadelijk*

Stel je eens een dierenspeciaalzaak voor met konijnen, cavia's, hamsters, allerlei vogels en vissen. Niet al die beesten worden op een dag verkocht. Dus moeten ze worden verzorgd, want anders gaan ze dood.

Zo is het ook bij het presenteren van planten. Naast de aandachtspunten bij het presenteren van snijbloemen, is bij planten de verzorging van levensbelang. Planten vlak bij de deuropening krijgen elke keer dat er iemand binnenkomt een vlaag buitenlucht te verduren. Dat komt de plant niet ten goede. Zorg er dus voor dat ze op een geschikte plek komen te staan. Ook moet je de behoefte van de planten wat betreft licht en temperatuur in de gaten houden. Ten slotte moet je natuurlijk niet vergeten de planten regelmatig water te geven.

### Verzorging

Om de plant te voorzien van voldoende licht heb je diverse mogelijkheden. In een bloemenzaak zorgt vaak alleen het etalageraam voor binnenvallend licht. Je kunt de planten allemaal dicht tegen het raam zetten, maar dat ziet er niet aantrekkelijk uit. Het is daarom beter om te zorgen voor kunstmatige bijverlichting. Grotere zaken lossen dit probleem vaak op door de inrichting van een aparte plantenkas. Ook kun je lichtkoepels aanbrengen in het dak om zo de planten het licht te geven dat ze wensen.

Meestal zullen planten maar korte tijd doorbrengen in de winkel. Wil je planten langer in de winkel houden, dan moeten de lichtvoorzieningen goed zijn geregeld.

Op kamertemperatuur presenteren is voor de planten het best. Dat maakt het wel lastig om ze in een ruimte met snijbloemen te bewaren. Want die hebben het liever een paar graadjes koeler.



Hoe je water geeft, is een beetje afhankelijk van hoe je je planten presenteert. Als je ze op waterschotels zet of in een mooie ompot (cachepot), dan moet je met de gieter één voor één alle planten langs. Maar je kunt de planten ook op een tafel (tablet) met viltdoek zetten. Dat kun je in één keer vochtig maken, zodat alle planten tegelijk water krijgen. Dat bespaart je dan het nodige werk.

## 7.3 Bloemwerk presenteren

Smaken verschillen. Dus is het goed dat een klant kan kiezen. Je moet er bij het presenteren op letten dat het bloemwerk op een opvallende plaats staat. Voor de directe verkoop is het belangrijk dat veel mensen het bloemwerk zien staan. Maar ook klanten die voor een andere boodschap komen, kunnen dan ideeën opdoen voor een volgende keer. Als je een sfeer weet te scheppen die de klant aanspreekt en graag in huis wil nabootsen, zal dat de kooplust opwekken. De meest voor de hand liggende plaats om opvallend te presenteren is natuurlijk de etalage. Maar je kunt ook denken aan het plaatsen van bloemwerk op tafels, zuiltjes of pilaren. Bloemwerk dat klaar staat, moet zo vers zijn dat een klant het direct mee kan nemen. Bloemwerk van een dag oud moet je altijd even nakijken op bloemen en andere materialen die eventueel moeten worden vervangen. Daarnaast moet je, als dat nodig is, het water aanvullen.

## Producten presenteren

Tegenwoordig zijn alle producten te zien. Dat is ook logisch, want in bijna elke winkel is sprake van zelfbediening. Het uitstallen van producten wordt niet langer beperkt tot de etalage, de ruimte achter de winkelruit. Tegenwoordig tref je in de hele winkel presentaties aan. Vandaar dat dit hoofdstuk gaat over presenteren.

## 7.4 Presenteren

Daarmee verschilt etaleren van presenteren. Presenteren betekent letterlijk voorstellen of aanbieden. En daarbij moet je juist wel lijfelijk aanwezig zijn en het woord tot iemand richten. Maar die betekenis is, zeker in winkels wat op de achtergrond geraakt. Soms zie je in een supermarkt nog wel eens iemand een nieuw product onder de aandacht brengen. Dat is dan een presentatie volgens de letterlijke betekenis van het woord. Maar vaak ontbreekt de persoon en vraagt de opvallende plaats en de aantrekkelijke opstelling van het product al om de aandacht van de klant. Zo zie je dat twee uiteenlopende begrippen, etaleren en presenteren, steeds dichterbij elkaar zijn gekomen en dat ze een gemeenschappelijk doel hebben: aandacht trekken.



*Figuur 7.3 Voorbeeld van een productpresentatie*

## Compositie

Bij een compositie denk je misschien direct aan klassieke muziek en aan een eindeloos op een piano spelende oude man die tussendoor driftig noten op het papier kalkt. Maar componeren is niet beperkt tot geluid. Ook een beeld kun je componeren. De schilder Kandinsky bijvoorbeeld gaf zijn schilderijen titels alsof het muziekstukken waren.

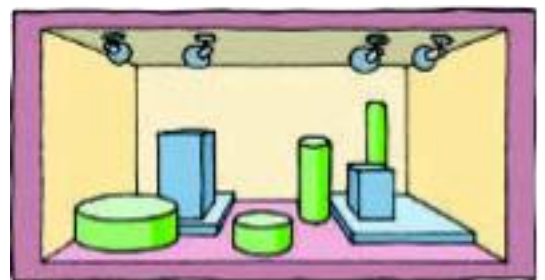
De bedoeling van componeren is dat je iets samenstelt uit een aantal onderdelen, ook wel componenten genoemd. Het resultaat noem je een compositie. Daarbij gelden natuurlijk wel wat regels. Zo moet er sprake zijn van een weloverwogen en evenwichtige verdeling over de ruimte. Als je de boodschappen uit de supermarkt in een keukenkastje zet, noem

je dat geen compositie. Het inrichten van een productpresentatie is dat wel. Je maakt daarbij gebruik van de ruimte, dus van de breedte, de hoogte en de diepte. In die ruimte maak je een ordening van de volgende elementen:

- 1 – artikelen;
- 2 – hulpmiddelen;
- 3 – decoratiemateriaal;
- 4 – kleuren;
- 5 – vormen;
- 6 – verlichting.

### Tien compositieregels voor presenteren:

1. Kies artikelen uit die goed bij elkaar passen wat betreft grondstof, model, kleur en gebruik.
2. Beperk het aantal meetkundige vormen tot één of twee per etalage.
3. Beperk het aantal kleuren tot één of twee per etalage.
4. Gebruik per etalage één soort basisdecoratiemateriaal.
5. Gebruik per etalage één soort opbouw materiaal.
6. Breng compositielijnen aan.
7. Breng verschillen in hoogte en diepte aan. Plaats producten eventueel in groepen door ze voor en achter elkaar te plaatsen.
8. Etaleer in groepen met voldoende tussenruimte.
9. Etaleer los van achtergrond en zijwanden.
10. Verhoog de sfeer en ruimtelijke werking met spots.



7.4 Een voorbeeld van een compositie

## **Artikelpresentatie**

Soms zie je in de supermarkt wel eens een grote rode muur van kratten: de cola is weer in de aanbieding. Het is de meest simpele vorm van artikelpresentatie. Door een product opvallend en op een andere plek neer te zetten trekt het vanzelf de aandacht. Maar het is wel een beetje saai. Ook het andere uiterste kom je nog wel eens tegen: presentaties die als het ware zijn bedolven onder de producten. De winkelier wil zo veel mogelijk laten zien wat hij in huis heeft. Maar vaak wordt het daardoor een rommeltje.

### **Plaats van presentatie**

Vaak is een presentatie een artikelpresentatie. Je zet een artikel niet gewoon op het schap, maar je toont bijvoorbeeld een groter assortiment. Deze manier van verkopen wordt steeds belangrijker in het zelfbedieningssysteem. Overzichtelijkheid, duidelijkheid en servicegerichtheid zijn dan ook de voorwaarden waaraan een presentatie moet voldoen. Dit heeft directe gevolgen voor de plaats van een presentatie. Over het algemeen kun je zeggen dat een wandpresentatie een sterkere aantrekkingskracht heeft dan een presentatie op een middenplek. Bovendien is het achter in de winkel vaak rustiger dan in het voorste deel. Achterin de winkel kun je beter artikelen plaatsen waarnaar de klant bewust komt kijken, bijvoorbeeld een bloemenpresentatie. Wandpresentaties mogen wat hoger zijn dan middenpresentaties, die moeten vooral laag blijven.

### **Het assortiment tonen**

Artikelen die op schappen liggen of aan rekken hangen, komen niet goed tot hun recht. Daarom wordt een deel van die artikelen gepresenteerd in de verkoopruijme op podia, plateaus, panelen en in vitrines. Opgefleurd met decoratie en extra verlicht door halogeenverlichting (spotjes), laten ze het assortiment op een aantrekkelijke manier zien. Door deze presentaties geregeld te vernieuwen houd je de winkel interessant voor het publiek.

### **Presentatiehoogte**

De hoogte waarop artikelen worden geplaatst, is enorm belangrijk. Omdat de meeste mensen gewend zijn om recht vooruit tot een beetje omlaag te kijken, ligt de ideale presentatiehoogte ergens tussen de 110 en 130 centimeter. De presentatiehoogte wordt natuurlijk mede bepaald door de grootte van het artikel. Grote artikelen moet je lager presenteren. Kleinere artikelen op ooghoogte.

### **Presentatiebreedte**

Dit wil zeggen het aantal artikelen dat naast elkaar staat uitgesteld. De breedte in centimeters is ondergeschikt aan de hoeveelheid artikelen. Acties worden daarom vaak breed gepresenteerd, terwijl bij exclusieve artikelen vaak maar één artikel wordt gepresenteerd. Zorg wel dat de presentatie de looppaden niet verspert.

## **Groeperen**

Goed presenteren is een kwestie van keuzen maken: met artikelen die overeenkomen in materiaal, kleur of vorm, schep je 'rust' in je presentatie. Je kunt artikelen op allerlei manieren in groepen verdelen. De gebruikelijkste manieren van groeperen zijn:

- **Consumptieverwant groeperen:** alle artikelen die je voor een bepaald doel gebruikt, zet je bij elkaar. Denk aan cadeautjes zoals bonbons, cd's, boeketten bloemen.
- **Stijlverwant groeperen:** alle artikelen die in dezelfde stijl zijn gemaakt,
- **Themaverwant groeperen:** alles wat met een bepaald onderwerp te maken heeft, wordt gegroepeerd. Moederdag, Valentijnsdag, vakantie en natuur zijn daar



voorbeelden van. Een thema biedt de mogelijkheid om de meest uiteenlopende artikelen bij elkaar te presenteren.

- Kleurverwant groeperen: je stelt een presentatie samen op basis van kleur: rode bloemen, rode vazen, rode harten, enzovoort.

### **Meer manieren van groeperen**

Er zijn nog meer manieren om artikelen in een presentatie te groeperen. Alleen zul je deze manieren in de bloemenwinkel niet zo vaak tegenkomen.

– Herkomstverwant groeperen: dit betekent dat je de artikelen groepeerd naar land of streek. Je kunt bijvoorbeeld een Mexicaanse etalage maken met allerlei artikelen uit Mexico. Het kan ook beperkter, uit je eigen dorp of stad zijn, of uitgebreider, uit heel Afrika of het Verre Oosten.

– Productieverwant groeperen: bij deze wijze van groeperen zet je artikelen bij elkaar die op dezelfde manier en meestal van dezelfde grondstof zijn gemaakt. Bijvoorbeeld van klei: vaas, pot, kaarsenkandelaar, schaal.

– Merkverwant groeperen: artikelen van één merk worden in een groep geplaatst. Denk aan Mobach- aardewerk of Molca-kaarsen.

– Prijsverwant groeperen: alle van producten van artikelen uit dezelfde prijsklasse dezelfde grondstof staan bij elkaar.

Het is natuurlijk ook mogelijk om groeperingen te combineren: een Paasetalage is een themaverwante etalage, maar als je die uitsluitend met gele materialen inricht, is het ook een kleurverwante etalage.

## **7.5 Buitenpresentatie**

Een aantrekkelijk presentatie in de winkel kan een klant alleen maar zien als hij ... in de winkel is. Maar als hij daar niet hoeft te zijn, zal hij je winkel gewoon voorbij lopen. Daarom kun je die klant lokken met een buitenpresentatie.

Met een goede buitenpresentatie kun je winkelpubliek wijzen op de aanwezigheid van jouw winkel, maar je kunt ook een bepaald artikel heel direct onder de aandacht brengen. Je kunt de klant dus op diverse manieren op een idee brengen om toch maar eens binnen bij jou te komen kijken.



*Figuur 7.5 Buitenpresentatie*



## Waar moet je op letten bij het maken van een buitenpresentatie?

Om te beginnen moet je weten wat je precies met een buitenpresentatie wilt bereiken. Want een buitenpresentatie is nogal bewerkelijk. Denk alleen maar aan het elke ochtend naar buiten sjouwen en 's avonds weer naar binnen. Dus als je geen direct doel voor ogen hebt, is een buitenpresentatie misschien wel overbodig.

Natuurlijk moeten alle materialen goed zijn verzorgd. De presentatie moet een indruk geven van de winkel en dus in dezelfde stijl zijn als de winkel. Door aan te geven wat ze kosten, weet de klant wat hij binnen voor prijzen kan verwachten. Verder is het natuurlijk belangrijk dat de presentatie het winkelpubliek niet in de weg staat, maar ook niet kan omvallen. En dat het niet zomaar kan worden meegenomen. En ten slotte houdt je rekening met het weer. Als een regenbui of vrieskou je presentatie helemaal bederft, is dat geen reclame voor je zaak.

Je ziet wel dat een buitenpresentatie heel wat met zich meebrengt, maar een flinke inspanning kan zich dubbel en dwars terugbetalen.

### Bijartikelen

Iedereen koopt wel eens schoenen. Schoenen zijn er in alle soorten en maten. En al die schoenen hebben onderhoud nodig. Vandaar dat er bij aankoop altijd wordt gevraagd of je er schoensmeer, een busje met lak of wat dan ook bij wilt hebben. En verder kun je nog veters kopen, schoenlepels, pantykousjes of speciale bescherming voor (naald)hakken. Al deze artikelen zijn bijartikelen. Eigenlijk is alles wat naast de belangrijkste omzetgroep, of dat nou schoenen of bloemen en planten zijn, wordt verkocht een bijartikel.

In de bloemenbranche kan het aanbod aan bijartikelen per zaak verschillen. Verkoop je vooral bloemen en planten, dan zijn alle andere artikelen bijartikelen. Maar als je ook cadeauartikelen in je assortiment hebt, dan noem je dat geen bijartikelen meer. Maar een zak plantenmest weer wel. Als het gaat om artikelen die je nodig hebt vanwege de aankoop van iets anders (zoals schoensmeer bij schoenen of een vaas bij bloemen), spreek je van een serviceartikel. Andere voorbeelden zijn snijbloemen- en plantenvoeding, gieters, tuingereedschap, maar ook boeken en tijdschriften waarin je kunt lezen over bloemen en planten.



## Impuls aankopen

Een aparte groep artikelen wordt gevormd door de zogenaamde impuls aankoopartikelen. Deze staan op een plaats waar de klant even een momentje moet wachten (toonbank, bindtafel). Vaak zijn ze aantrekkelijk geprijsd en wekken ze kooplust op. Voorbeelden zijn potjes met bolbloemetjes in het voorjaar, hebbedingetjes met hartjes in de tijd van Valentijnsdag of moederdag, de eerste lelietjes-derdalen, maar ook de leuke kaartjes die je bij een boeket kunt stoppen om te feliciteren of beterschap te wensen.

Deze artikelen worden impulsaankopen genoemd, omdat ze door hun aanwezigheid de klant op een idee brengen om dat leuke dingetje ook nog even te kopen.

Je weet nu hoe je allerlei artikelen in je winkel kunt presenteren. Op welke plaatsen je dingen neer moet zetten om het de klant gemakkelijk te maken en zelfs hoe je de klant kunt verleiden tot aankopen die hij niet van plan was. Het enige wat er in dit hoofdstuk ontbreekt, is hoe je jezelf presenteert. Vuile handen zijn in de bloemenbranche vaak moeilijk te vermijden. Maar zorg dat je er verder netjes uitziet. Want een overzichtelijke, schone winkel wordt door klanten zeer op prijs gesteld. Maar als jij er dan onverzorgd bijloopt, zal de klant misschien gaan denken dat je ook niet al te best voor je assortiment zorgt. Naast je uiterlijk is het ook belangrijk hoe je je gedraagt. Als je kortaf en stug tegen je klanten doet, zullen ze niet zo snel als wanneer je ze vriendelijk en behulpzaam tegemoet treedt. Toch is het allerbelangrijkste dat je probeert zo veel mogelijk jezelf te blijven. Dat werkt altijd het best.



## Decoratiemateriaal

Het is eigenaardig hoe verschillend je tegen steeds weer dezelfde dingen aan kunt kijken. Neem nou afgevalen bladeren. Als ze in je tuin liggen, haal je ze waarschijnlijk weg, omdat het zo slordig staat. In het bos vind je dat het erbij hoort, sterker nog in een netjes opgeruimd bos zou je de bladeren missen. En in een winkel op een betonnen vloer vind je bladeren misschien stijlvol, omdat ze de winkel zo mooi aankleden. Maar het blijven gewoon afgevalen bladeren.

Als je het zo bekijkt, bestaat er dus geen decoratiemateriaal. Of alles is decoratiemateriaal. Dat is nogal verwarrend. Eigenlijk moet je stellen dat alles wat je gebruikt ter aankleding of versiering van wat dan ook, decoratiemateriaal is.

Vaak pas je decoratiemateriaal toe om een presentatie aantrekkelijker te maken. Als je ski's wilt verkopen, kun je bijvoorbeeld met watten sneeuw namaken. Zo schep je een bepaalde sfeer. Iemand die nog nooit heeft geskied, weet niet of hij dat leuk vindt. Maar hij weet wel wat sneeuw is en hoe leuk het kan zijn om als er sneeuw ligt buiten bezig te zijn. De watten die je als decoratiemateriaal hebt gebruikt, roepen deze ervaring op.

## 8. Verkoopprijsberekening

BTW in de bloemenzaak.

Als je in de bloemenwinkel een boeket of bloemstuk verkoopt, krijg je van de klant hiervoor een bedrag in euro's betaald.

In dat bedrag dat de klant betaalt, zit ook een bedrag dat de bloemist moet betalen aan de belastingdienst, de BTW.

Hoeveel de BTW is, is afhankelijk van de hoogte van het bedrag en de soort verkoop:

**In "De bloemist en omzetbelasting" van de Vereniging Bloemist Winkeliers (VBW) is te lezen:**

***"Als bloemist lever je goederen en diensten die zijn belast met zowel het algemene tarief (nu 19%) als met het verlaagde tarief (nu 6%).***

*Sierteeltproducten worden belast met het verlaagde tarief. Het gaat om bloembollen, bloemen, planten en boomkwekerijproducten. Ook knollen, stekken, snijbloemen, (ongekleurde en ongeparfumeerde) droogbloemen, eikenbladeren, hulst en kerstbomen vallen hier onder.*

*Alle overige goederen en diensten worden belast met het algemene tarief. Je moet dus 19% BTW in rekening brengen bij onder meer de verkoop van vazen en aardewerk, de verhuur van planten en arbeid (die je bijvoorbeeld verricht voor het onderhoud van plantenbakken).*

*Het bovenstaande onderscheid tussen het verlaagde en het algemene tarief is op zichzelf niet zo ingewikkeld. Moelijker wordt het pas als je bijvoorbeeld een bloemstuk gaat maken.*

*Je combineert dan sierteeltproducten (6% BTW) met producten als steekschuim, lint en kerstballen of valentijnsharten, die in het 19%-tarief vallen.*

*Andere voorbeelden van dergelijke samengestelde producten zijn bloemwerken, kerststukjes, feestkransen, kransen, rouwtakken, bruidsboeketten, autoversieringen en dergelijke, die bestaan uit bijvoorbeeld verse, geprepareerde of gedroogde bloemen, bladeren, takken en decoratiematerialen, eventueel in combinatie met levende planten. Dit alles vormt dan samen één geheel. En voor dat geheel zou je in principe het algemene BTW-tarief van 19% moeten betalen.*

***Omdat bloemisten hierdoor worden benadeeld - je betaalt dan immers 19% BTW over producten die je tegen 6% hebt ingekocht - geeft de Belastingdienst nu formeel toestemming om bij deze samengestelde producten de forfaitaire berekeningsmethode toe te passen bij de aangifte omzetbelasting.***

*Dit brengt met zich mee dat bloemisten de klant bij de verkoop van een samengesteld product het verlaagde tarief in rekening mogen brengen. Voor bij groothandelaren en veilingen ingekochte klant & klare bloemstukken en schaaltes met planten geldt het verlaagde tarief sowieso, of je als bloemist nu wel of niet de forfaitaire berekeningsmethode gebruikt. Voorwaarde is wel dat je het geleverde bloemstuk niet meer zelf bewerkt.*

*Een bloemstukje wordt als eenvoudig aangemerkt als de groothandelaar / veiling het levert voor een inkoopprijs minder € 7,- (exclusief omzetbelasting).*

*Het bezorgen van bijvoorbeeld een bloemstuk wordt gezien als een bijkomende prestatie. Dit houdt in dat de bezorgkosten belast worden tegen hetzelfde tarief als de hoofdprestatie. Bij het bezorgen van een bloemstuk geldt dus het 6%-tarief voor zowel het bloemstuk zelf als voor de bezorgkosten."*

Dit betekent dus dat je op je factuur voor de klant bij zowel bossen bloemen, maar ook bij boeketten en bij bloemwerk 6% BTW mag berekenen.

Alleen als datgene wat je verkoopt geheel uit 19% artikel(en) bestaat, ben je verplicht om 19% in rekening te brengen.

Een voorbeeld hiervan is een kandelaar met kaars, of een losse vaas.

Hoe bereken je nu die BTW?

De artikelen in de winkel zijn altijd inclusief BTW geprijsd. Dit wil zeggen dat geprijsd is tegen 106%. (verkoopprijs exclusief = 100%, BTW is 6%. Samen is dit 106%)

Om nu de berekening te kunnen maken, moet je de verkoopprijs dan ook delen door 106 om 1% te krijgen. Vervolgens vermenigvuldig je met 6 om tot het BTW bedrag te komen.

Een voorbeeld:

Een bloemstuk kost in de winkel €25,=. Dit is inclusief 6% BTW.

Je gaat dan eerst 1 % uitrekenen door €25,= te delen door 106. Vervolgens vermenigvuldig je het antwoord met 6.

$25/106=0,235849$ . (niet nu al afronden!) Dit maal 6 levert op: 1,415094, afgerond 1,42.

Op een BTW-bon zou dan komen staan:

Bloemstuk	€25,=
Inclusief 6% BTW	€1,42





## Opdracht verkoopprijsberekening voor bloemwerk niveau 2.

- 1 Neem bloemen mee voor je praktijkles en ook een lijst met bijbehorende verkoopprijzen van je BPV-bedrijf.  
Dit geldt ook voor de dode materialen.
- 2 Houd in de gaten hoe lang je met het maken van het bloemwerk bezig bent.
- 3 Als het bloemwerk klaar is, kijk je precies wat er aan materialen in zit.
- 4 Vul in bijgaande lijst de kolommen A, B en C in.
- 5 Als je kolom A en B en C hebt ingevuld, ga je berekenen hoeveel kolom B x kolom C is.
- 6 Dat bedrag vul je in in kolom D. Dit doe je eerst voor de dode materialen.
- 7 Tel de bedragen van de dode materialen op en vul het antwoord in in kolom E op de regel "subtotaal dode materialen".
- 8 Doe ditzelfde ook voor de levende materialen.
- 9 Tel de bedragen van de levende materialen op en vul het antwoord in in kolom E op de regel "subtotaal levende materialen".
- 10 Tel nu de twee subtotalen op en vul dit in op de regel "subtotaal materialen" in kolom F.
- 11 Je hebt ook bijgehouden hoeveel minuten je aan het maken van het bloemwerk hebt besteed. Deze tijd vul je in in kolom B, bij het vakje tijd.
- 12 Deze tijd vermenigvuldig je met 50 eurocent per minuut. (zie kolom C)
- 13 De uitkomst vul je in in kolom E.
- 14 Als laatste stap van deze berekening tel je kolom E op. De uitkomst komt helemaal onderaan in kolom F, bij de regel totaal.
- 15 Je hebt nu de verkoopprijsberekening helemaal klaar.

Omdat er ook altijd sprake is van BTW, moet je eerst bijgaand verhaal over BTW lezen.  
BTW in de bloemenzaak.

Stel dat de klant een BTW-bon wil ontvangen. Hoe bereken je de BTW?

Vul bijgaande factuur geheel in.

## Factuur

DE BOSSCHE BLOEMIST

Vlijmenseweg 1A  
5223 GW Den Bosch  
Tel: 073-611 22 22

[www.debosschebloemist.nl](http://www.debosschebloemist.nl)

[info@debosschebloemist.nl](mailto:info@debosschebloemist.nl)



Bank: RABO 1234.56.789

BTW:

NL.9876.54.321.B01

KvK: 1122333

FACTUUR

Factuurnummer:

Naam:

Adres:

PC/Woonplaats:

Datum:

Geleverd bloemwerk

incl.

BTW

€

.....% BTW

€

Besteld door:

Afleveringsadres:

Gelieve deze factuur onder vermelding van het factuurnummer binnen drie weken na dagtekening te voldoen.

## 9.

## Bronnenlijst

Boot.H, Doesburg. J, van der Lugt. B, (2003) *Advanced Dutch Flower Arrangements 1*, Ede VBW Onderwijs en ontwikkeling

Ontwikkelcentrum (2004), *Geur, kleur, sfeer: productkennis*. Ede Ontwikkelcentrum

Ontwikkelcentrum (2004), *Verkopen: productkennis*. Ede Ontwikkelcentrum

Ontwikkelcentrum (2004), *Productverzorging productgroepen bloemendetailhandel A*. Ede ontwikkelcentrum

Van der Kamp.J, van Doesburg.J, (2004), *Advanced Dutch Flower Arrangements 2*. Ede, VBW Centrale Vereniging Bloemendetailhandel.