



De bewuste bloemist

**Tips en voorbeelden
over MVO**

Vooraf

Voor je ligt de brochure 'de bewuste bloemist'. Deze brochure is ontwikkeld voor (ambulante) bloemisten die in hun bedrijf aan de slag willen met Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). Aan de hand van praktische tips en voorbeelden van collega-ondernemers wordt uitleg gegeven over de meerwaarde en inhoud van MVO.

Deze brochure is in samenwerking tussen de brancheorganisaties VBW (gevestigde bloemisten) en CVAH (ambulante handel) opgesteld. Aan de inhoud ervan hebben tal van organisaties hun medewerking verleend, specifiek noemen we: klankbordgroep MVO (bestaande uit 10 bloemisten die actief zijn met MVO in hun bedrijf), MVO-Nederland, Energiecentrum MKB, MPS, Milieukeur, Fair Flowers Fair Plants (FFP), Bioflora en Business Bloemisten Nederland (BBN).

Het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) en Produktschap Tuinbouw hebben dit MVO-project mogelijk gemaakt.

Inhoudsopgave

Wat is MVO en hoe kan je ermee aan de slag?	3
Energiebesparing	5
Logistiek (transport en bezorging)	9
Verpakkingen	12
Afval	15
Schoonmaak	17
Personeel	19
(Lokale) sociale betrokkenheid	22
Inkopen van duurzaam product	24
Communicatie en promotie	27
Checklist; zelf aan de slag met MVO	29



Wat is MVO en hoe kun je ermee aan de slag?

Wat is MVO?

MVO staat voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Een andere benaming is 'bewust ondernemen'. Simpel gezegd komt het erop neer dat je als ondernemer oog hebt voor de maatschappij waarin je bedrijf actief is.

MVO is een vorm van ondernemen waarbij drie P's centraal staan: people, planet en profit. Een veelgehoorde uitleg van het begrip is: streven naar optimale winst (profit), waarbij de zorg voor mensen (people) en het milieu (planet) centraal staan.

Waarom MVO?

Door bewust te ondernemen toon je je betrokken bij je omgeving. Bovendien draag je bij aan een leefbaar klimaat. Nu, maar ook voor de generaties

na ons. Het is een misvatting dat MVO geld kost. MVO biedt bloemisten juist kansen. Steeds meer (zakelijke) klanten (zullen) vragen om een duurzaam en eerlijk geteeld product. Bijvoorbeeld bij overheids- en financiële instellingen is deze vraag actueel. En ook in de maatschappij om ons heen neemt duurzaamheid steeds concretere vormen aan. Denk bijvoorbeeld aan de duurzame producten in de supermarkt (het label 'puur en eerlijk' van AH bijvoorbeeld).

Kortom, de duurzaamheidsontwikkeling zullen toenemen en zijn niet meer te stoppen! Door met je bedrijf hierop in te spelen creëer je kansen, waarmee je de continuïteit van je bedrijf kunt versterken. Recente onderzoeken wijzen uit dat 'bewuste bedrijven' gemiddeld een hoger

rendement scoren, innovatiever zijn en dat de medewerkerstevredenheid hoger is.

Hoe kun je aan de slag met MVO?

Veel ondernemers denken dat het lastig is om met MVO aan de slag te gaan. Het tegendeel blijkt echter waarheid te zijn. MVO zit in kleine stapjes, sommige daarvan zijn met weinig moeite te nemen. Ze kosten weinig tijd en geld en kunnen al direct resultaat opleveren (denk bijvoorbeeld aan het plaatsen van LED-lampen).

Om MVO in je bedrijf goed in te vullen adviseren we de volgende stappen te doorlopen:

1. Bespreek met je medewerkers de MVO-mogelijkheden. Dit levert frisse ideeën op en zorgt tegelijkertijd voor draagvlak binnen het team.
2. In aansluiting op punt 1: maak je keuzes en bepaal de doelstellingen: wat wil je bereiken?
3. In aansluiting op punt 1 en 2: maak een planning. Geef aan wat je op welk moment wilt uitvoeren (neem hier ruim de tijd voor). Het is aan te raden om medewerkers verantwoordelijk te maken voor (deel)activiteiten. Dit vergroot de betrokkenheid en motivatie.
4. Start met de uitvoering van de planning. Betrek ook leveranciers hierbij. Zij kunnen je helpen bij het realiseren van je doelstellingen.
5. Communiceer je ambities: informeer (potentiële) klanten over je MVO-activiteiten. Je zult zien dat dit gewaardeerd wordt.
6. Evalueer de voortgang: bespreek regelmatig de voortgang van MVO-activiteiten met je medewerkers.

MVO kan in de bloemenwinkel op meerdere fronten opgepakt worden.

MVO en de bloemist

Op de volgende gebieden kan de bloemist actief aan de slag met MVO:

- Energiebesparing
- Logistiek
- Schoonmaak
- Afvalverwerking
- Verpakking
- Communicatie
- (Lokale) sociale betrokkenheid
- Goed werkgeverschap
- Duurzaam inkopen

De uitwerking van deze thema's is verderop in deze brochure te vinden.

MVO-certificering

Het kan zijn dat (zakelijke) klanten vragen om een bewijs van je MVO-activiteiten. Dit bewijs kun je bijvoorbeeld leveren door je bedrijf voor MVO te laten certificeren. Certificering is mogelijk via de Barometer Duurzame Bloemist. De Barometer is een instrument waarmee doelstellingen op het gebied van duurzaamheid concreet, meetbaar en controleerbaar worden gemaakt.

In de Barometer zijn op drie niveaus criteria opgesteld: brons, zilver en goud. Deze criteria zijn op hoofdlijnen onder te verdelen in twee thema's: duurzaam inkopen en duurzame bedrijfsvoering. Duurzaam inkopen heeft betrekking op de inkoop van duurzame producten waarbij aansluiting is gezocht met bestaande keurmerken (bijvoorbeeld MPS, FFP). Duurzame bedrijfsvoering heeft betrekking op duurzaamheidsthema's binnen de onderneming, waarop je als bloemist zelf invloed kunt uitoefenen (denk aan energiebesparing, afvalverwerking en schoonmaakmiddelen).

De thema's die in deze brochure aan de orde komen, liggen in lijn met hetgeen in de barometer Duurzame Bloemist is bepaald. Meer informatie over de Barometer is o.a. te vinden op de website van VBW, www.vbw.nu.



Energiebesparing

Geen bloemenwinkel kan zonder energie. Helaas rijzen de prijzen vaak de pan uit, maar ook het milieu wordt soms nodeloos belast. Redenen temeer om kritisch naar het energieverbruik te kijken en waar mogelijk te besparen! Het Energiecentrum onderzocht in samenwerking met VBW bij vijf bloemisten het energieverbruik. De resultaten van deze onderzoeken zijn verwerkt in de onderstaande tips om de duurzaamheid en het rendement van jouw bedrijf te verhogen.

1. Kies voor groene energie


Groene elektriciteit wordt opgewekt uit duurzame bronnen, zoals wind, waterkracht, zon en biomassa. Door middel van het gebruik van groene energie draag je direct bij aan de reductie van het broeikasgas CO₂.

Groene energie is vaak niet duurder, waardoor overstappen geen geld hoeft te kosten! VBW heeft voor haar leden een mantelcontract gesloten met Oxxio, een leverancier van groene stroom. Oxxio helpt je graag bij het overstappen op groene energie. Kijk voor de tarieven op www.oxio.nl/vbw.

2. Breng energieverbruik in kaart en stuur hierop

Een goede analyse van je energieverbruik geeft een goed inzicht in het energiegebruik en de energiekosten van jouw bedrijf. Vergelijk bijvoorbeeld de energierekeningen van een aantal achtereenvolgende jaren (of weken/maanden/kwartalen, indien mogelijk). Houd bij de vergelijking rekening met bijzonderheden zoals avondgebruik, de aanschaf van nieuwe apparatuur of wijzigingen in de bedrijfsvoering.





Een eenvoudig middel voor het registreren en vergelijken van het energieverbruik is de (digitale) slimme meter van Oxxio en de Oxxio Energiemanager. Hiermee kun je online het energieverbruik per uur of per dag bekijken via je eigen persoonlijke, beveiligde pagina. Als je weet wat je verbruikt en wanneer, dan kun je ook direct en gericht maatregelen nemen om het energieverbruik te beperken.

3. Energiescan: bekijk hoe je geld kunt besparen

Is jouw energierekening een behoorlijke kostenpost? Je kunt met simpele aanpassingen vaak makkelijk besparen. Het Energiecentrum ontwikkelde voor bloemisten een digitale energiescan, in te vullen via www.vbw.nu. Je ziet snel wat je gemiddelde verbruik is ten opzichte van de branche en waarop je kunt besparen, zoals bijvoorbeeld op verlichting, verwarming en koeling. Indien gewenst kun je ook een uitgebreide doorlichting laten verzorgen. Je voert een aantal kenmerken in met als resultaat: een uitgebreid en toegesneden advies waarbij rekening is gehouden met jouw specifieke omstandigheden. Na de doorlichting kun je het uitgebreide rapport downloaden.

4. Bespaar op verlichting

Bloemisten verbruiken meer dan 50% van de elektrische energie aan verlichting. Je kunt eenvoudig besparen:

- Plaats bewegingsmelders of tijdschakelaars: verlichting schakelt automatisch in bij nadering van mensen. Dit gebeurt door een bewegingsschakelaar of infrarood aanwezigheidssensoren. Ook het uitschakelen bij afwezigheid van mensen wordt hierdoor geregeld. Aanwezigheidssensoren kun je bijvoorbeeld toepassen op het toilet of bij buitenverlichting. Je bespaart al snel 10 - 20%.

- Vervang de ouderwetse verlichting door hoogfrequente tl-verlichting. De energiebesparing is meer dan 40%. Bij een oppervlakte van 250 m² betekent een besparing van 40% een extra winst van € 1000,- per jaar.
- Kies (bij vervanging) voor LED-lampen en spaarlampen.
- VBW werkt samen met Delta Pro Lighting. Graag helpt Delta Pro Lighting je bij het in kaart brengen van en besparen op je verlichtingskosten.

5. Bespaar op verwarming

Bijna het gehele gasverbruik bij de bloemist is bestemd voor de verwarming en gas is kostbare energie. Besparen op gasverbruik is daarom zinvol:

- 's Nachts en in het weekend (wanneer niemand in de winkel is), kan de temperatuur omlaag. Elke graad lager levert een besparing op van 6% (bovendien heb je hierdoor in de zomer minder koeling nodig).
- Is je CV-ketel ouder dan 12 jaar? Overweeg dan om deze te vervangen door een HR-ketel. Je bespaart al snel 10 tot 20%.
- Breng isolatie aan op wanden en muren. Hiermee bespaar je 5 tot 10% op verwarmingskosten.

6. Bespaar op productkoeling

Overweeg of je zonder koelcel kunt (het is al door meerdere bloemisten bewezen dat het kan). Bij gebruik van productkoeling moet je jezelf realiseren dat dit zeer kostbaar is. Bloemisten verbruiken ongeveer 20% van hun energie aan productkoeling:

- Houd de deuren van de koelcel zo kort mogelijk open en gebruik bij voorkeur een deurdranger.
- Het maandelijks ontdooien en schoonmaken van de koelwanden of de verdamperunit levert een besparing op van 5 tot 10%.
- Maandelijks de condensor en de roosters reinigen zorgt voor een besparing van 5 tot 10%.

7. Luchtbehandeling

Uit onderzoek blijkt dat veel energiebesparende maatregelen ziekteverzuim terugdringen. Zoals tijdig onderhoud aan de airco. Hiermee bespaar je bovendien geld. Hoe zit dat? Een goed binnenklimaat draagt bij aan een hogere productiviteit en een lager ziekteverzuim. De temperatuur is hierin een belangrijk aspect. In de zomer wordt daarom steeds vaker airconditioning toegepast:

- Beperk het gebruik van de airco zoveel als mogelijk en probeer waar mogelijk te kiezen voor natuurlijke ventilatie.
- Om de luchtkwaliteit goed te houden is het zaak de filters regelmatig te reinigen. Vervuilde filters doen hun werk minder goed waardoor in extreme gevallen zelfs schimmels en bacteriën via de airco naar binnen worden geblazen met alle gevolgen van dien. Maar vervuilde filters verhogen ook het energieverbruik met zeker 10 tot 15% omdat de luchtstroom wordt belemmerd.
- Regelmatig en deskundig onderhoud aan de airco voorkomt gezondheidsproblemen en bespaart 10 tot 15% energiekosten. Fabrikanten adviseren om minimaal een keer per jaar het systeem te laten controleren op lekkage, werkdruk en verontreiniging.
- Kies voor ventilator in plaats van airco. Een ventilator verbruikt minder energie dan de traditionele airconditioning. Waarom? Omdat alleen de ventilator energie verbruikt. Het gebruik van ventilatoren zorgt voor vermindering van het gebruik van de airco, en daarmee ook het energieverbruik tot wel 80%.
- Het effect van buiten- en binnenzonwering wordt vaak onderschat. Een zonwering kan warmtekachten verminderen en voor een groot deel voorkomen. Dankzij zonwering is er minder ruimtekoeling nodig, waardoor op investeringskosten en energiekosten kan worden bespaard.

8. Let bij de aanschaf van apparatuur op het energielabel

Let bij de aanschaf van apparatuur op het energieverbruik, vraag hiervoor naar het energielabel. Producten met energielabel A zijn het zuinigst in gebruik, apparaten met energielabel G zijn het minst zuinig.

Tot slot: subsidiemogelijkheden in de vorm van Energie-investeringsaftrek (EIA)

De EIA is bedoeld voor ondernemers die willen investeren in energiebesparende technieken en toepassing van duurzame energie in hun onderneming. Door de EIA leveren dergelijke investeringen je als ondernemer dubbel voordeel op. Niet alleen bespaar je op je energiekosten, je betaalt ook minder inkomsten- of vennootschapsbelasting. De Energie-investeringsaftrek (EIA) is een fiscale regeling van de ministeries van Financiën en Economische Zaken. SenterNovem en de Belastingdienst voeren de EIA uit.

Meer informatie

- www.energiecentrum.nl
- www.senternovem.nl/eia
- www.oxio.nl/vbw

Energiecentrum

VBW heeft een convenant met het Energiecentrum waarin is overeengekomen dat beiden zich inzetten om bloemisten te informeren en te stimuleren om energie te besparen. Heb je vragen over dit onderwerp en/of kun je de antwoorden niet vinden op de site van het Energiecentrum (www.energiecentrum.nl) aarzel dan niet om contact op te nemen met VBW of met de Helpdesk van het Energiecentrum, tel. 030 63 69 155.



Energiebesparing in de praktijk

Bloembinderij Margriet (Geldermalsen):

In aansluiting op een energiescan heeft Margriet Aukes de verlichting in haar bloembinderij 'Margriet' in Geldermalsen laten vernieuwen. Er is gekozen voor een energiezuinig verlichtingsconcept. "Met behulp van het Energiecentrum hebben we uitgerekend dat de investering in drie jaar is terugverdiend. Daarnaast kwamen we in aanmerking voor de Energie-Investeringsaftrek (EIA) op onze inkomstenbelasting. Wat nog eens 11% scheelt op de investeringskosten. Omdat ik mijn energiekosten nu keurig bijhoud, zie ik dat ze bijna gehalveerd zijn!" Margriet heeft lol van haar investering in energiebesparing. "Ik ben iemand die tamelijk bewust leeft. Een beter klimaat en een schoon milieu draag ik een warm hart toe. Als je dan ziet dat je op deze manier ook nog eens het rendement van de bloembinderij kunt verbeteren, schenkt dat veel voldoening."



TRANSPORT
EN
BEZORGING

Logistiek

Logistiek komt in de bloemendetailhandel voornamelijk tot uiting op 3 manieren: transport bij de inkoop van producten (bijvoorbeeld het op en neer rijden naar de veiling en/of groothandel), het bezorgen van producten op verzoek van klanten en het woon- / werkverkeer van jezelf en de medewerkers. Ook het vervoer van en naar de markten (ambulante handel) valt hieronder. Logistiek is een belangrijk thema, omdat hier vaak aanzienlijke duurzaamheidswinsten zijn te behalen, denk bijvoorbeeld aan het beperken van de CO2-uitstoot. Bovendien zorgt minder vervoer en efficiënter vervoer voor kostenbesparing en een vermindering van de verkeersdruk (beperking files).

1. Beperk (gemotoriseerd) vervoer

Vaak nemen we de auto terwijl we ook hadden kunnen kiezen voor een alternatief vervoermiddel. Is het bijvoorbeeld altijd noodzakelijk dat medewerkers met de auto naar het werk komen, of zou je kunnen stimuleren dat ze vaker de fiets

nemen (bijvoorbeeld door hen een fiets ter beschikking te stellen, het zogenaamde fietsplan)? Ook kun je carpoolen bevorderen. Dit kan aanzienlijke besparingen opleveren! Ook is het bij bezorging mogelijk om aan alternatieven te denken, bijvoorbeeld ludieke milieubewuste vormen van bezorgen, of de keuze voor een elektro-auto. Houd wel het tijdsaspect (en daarmee de kosten) in de gaten. Naast milieuwinst zorgt een ludieke manier van bezorgen voor de nodige media-aandacht voor jouw winkel (gratis promotie)!

2. Kies voor duurzame brandstof

Bij vervoer kun je denken aan het overstappen op het gebruik van duurzame brandstoffen (zoals aardgas). Dit levert milieuwinst en een directe kostenbesparing op.

3. Doe aan rittenplanning

In veel gevallen is het mogelijk om ritten te combineren, bijvoorbeeld bij de bezorging.

Een efficiënte rittenplanning beperkt de uitstoot van uitlaatgassen en zorgt daarnaast voor een financieel voordeel (tijdswinst en minder brandstofgebruik). Wellicht is het de overweging waard om gebruik te maken van een bezorgdienst (die al dan niet voor meerdere bloemisten bezorgt). Een bezorgdienst is in staat om een efficiënte rittenplanning te maken, daarnaast beperkt dit jouw financiële risico. Tot slot is het mogelijk om ritten van en naar de veiling/groothandel te combineren met het wegbrengen van bijvoorbeeld afval.

4. Vermijd de spits!

Probeer als het lukt bij bezorging of inkopen de spits te vermijden. Rijden buiten de spits is sneller, het zorgt voor minder oponthoud en het maakt gelijkmatig rijden mogelijk (niet steeds optrekken, afremmen etc.). Het zorgt dus voor minder brandstofverbruik en levert tijdswinst op. Bovendien zorgt het voor minder irritatie.

5. Zuinig energielabel

Bij de aanschaf van een nieuwe auto kun je letten op het energieverbruik van de auto (zie het energielabel). Elke nieuwe auto is voorzien van een dergelijk label. Het geeft informatie over het brandstofverbruik, de CO₂-uitstoot en de zuinigheidscategorie. Het A-label is het zuinigst, een G-label het minst zuinig. In het geval je bijtelling over de auto betaalt, betaal je bij zuinigere auto's minder (mogelijk slechts 14% in plaats van 25%).

6. Schone motoren (de emissienorm)

Vanuit Europa zijn voor (bestel)auto's en vrachtwagens emissienormen opgesteld: voertuigen mogen steeds minder schadelijke stoffen uitstoten. Houd bij aanschaf van een voertuig rekening met de eisen. Het is aan te raden om een voertuig te kopen dat aan de hoogste eis voldoet (Euro-4 of Euro-5 norm). Vraag hierom bij de verkoper! Ook zijn de emissienormen via de website van het RDW digitaal in te zien (www.rdw.nl). Tot slot kunnen dieselrijders denken aan het plaatsen van een roetfilter, dat zorgt voor een beperking van de uitstoot van roetdeeltjes (fijn stof). Door de veiling

is dit zelfs al verplicht gesteld. Zonder roetfilter mag je het veilinggebouw niet meer in. Nieuwere dieselauto's beschikken standaard over een roetfilter, bij oudere modellen kan deze worden ingebouwd. Hiervoor zijn subsidiemogelijkheden.

7. 'Het Nieuwe Rijden'

Het programma 'Het Nieuwe Rijden' is een meerjarenprogramma dat tot doel heeft om bestuurders aan te zetten tot een energie-efficiënter aankoop- en rijgedrag. Behalve een positief effect op het brandstofverbruik en de CO₂-uitstoot heeft 'Het Nieuwe Rijden' ook een gunstige uitwerking op de uitstoot van overige emissies, de verkeersveiligheid, ongevalschades, comfort, ziekteverzuim, het onderhoud van voertuigen, de levensduur van voertuigcomponenten en op geluidhinder. Voorbeelden binnen dit programma zijn: maak niet teveel toeren, kies de hoogst mogelijke versnelling en controleer regelmatig de bandenspanning. Indien gewenst kun je een cursus 'Het Nieuwe Rijden' volgen.

8. Samenwerken

Binnen de logistiek is het wellicht mogelijk om samen te werken. Bijvoorbeeld door met collega's gezamenlijk transport voor bloemen te organiseren. Naast de milieuwinst realiseer je bovendien direct financieel voordeel! Naast collega's kun je bijvoorbeeld ook afspraken maken met leveranciers. In het verlengde hiervan kun je ook overwegen om bloemen niet te bezorgen via dozenpost. De dozen leggen vaak onnodig lange routes af en dit betekent een grotere aanslag op het milieu. Als alternatief voor dozenpost zou je kunnen denken aan de eerder genoemde bezorgdienst of verzending via verzendorganisaties.

Meer informatie

- www.mkb-mobiliteit.nl
- www.fuelswitch.nl
- www.groenopweg.nl
- www.hetnieuwerijden.nl (kies voor 'professionals')
- www.senternovem.nl
- www.platformschonevoertuigen.nl



Logistiek in de praktijk (1)

Gorkink Natuurlijk (Apeldoorn):

Tessa van der Meer van Houtum en Erika Oldenhof van Gorkink Natuurlijk te Apeldoorn zijn actief bezig om Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) in hun bedrijfsvoering te integreren. Toen hun Mercedes Vito toe was aan vervanging, kon het niet uitblijven dat de aanschaf van nieuwe auto's op basis van MVO-principes zou worden gedaan. Uit praktisch oogpunt werd ervoor gekozen om de Vito te vervangen door 2 auto's, die gezamenlijk minder milieubelastend zijn. Een Peugeot Bipper (met een verminderde CO₂ uitstoot (CX van 0.3 L en SCX van 0.828)) wordt voornamelijk voor het bezorgen gebruikt.

Daarnaast is een Peugeot 107 aangeschaft. Deze auto manoeuvreert zich gemakkelijk door de binnenstad van Apeldoorn en wordt gebruikt voor het bezoeken van klanten. Niet alleen is de Peugeot 107 een van de meest milieuvriendelijke auto's in zijn segment, door zijn minimale CO₂ uitstoot hoeft geen BPM betaald te worden. Daarnaast is de wegenbelasting laag. Kortom, twee auto's die vriendelijker zijn voor het milieu en voor de portemonnee!

Logistiek in de praktijk (2)

Bloembinderij Annelieke Leijstra (Tzum):

"Alles kan op de fiets" is een uitspraak van Annelieke Leijstra van de gelijknamige winkel in Tzum wanneer het bezorgen betreft. Tzum is een klein dorp met een groot buitengebied. Wanneer Annelieke in het dorp bezorgt, dan doet ze dit waar mogelijk op de fiets. "Even een frisse neus halen én bovendien scheelt het enorm in de brandstofkosten!"

Bezorgingen buiten Tzum gaan wel met de auto. Hierbij doen we wel aan rittenplanning door zoveel mogelijk te combineren, zodat er brandstof en andere kosten bespaard kunnen worden. Dat we niet kunnen garanderen dat een boekje dezelfde dag wordt bezorgd, wordt door klanten niet als struikelblok ervaren, zeker niet als we de reden uitleggen.



Verpakkingen



Verpakkingen zijn er in vele soorten en maten. Verpakking kom je tegen bij producten die je inkoop. En waarschijnlijk zet je ook zelf verpakkingsmateriaal in de markt, door bijvoorbeeld de boeketten te voorzien van een leuke cadeauverpakking. Een mooi verpakt product doet verkopen! Let wel verpakkingen kosten geld. Het is van belang om hier efficiënt mee om te gaan, ook uit milieuoverwegingen. Hierna volgen enkele tips die het gebruik van verpakkingen in jouw winkel kunnen verminderen, of die zorgen voor een beperktere milieubelasting:

1. Probeer aantal verpakkingen te beperken

Het klinkt heel logisch, maar het kan echt. Is het bijvoorbeeld noodzakelijk dat je kiest voor bloemen die per 5 zijn "ingehoest", of heb je ook keuze voor meer stelen in hoest? Het voordeel is dat je minder afval hebt en je bovendien minder tijd kwijt bent aan het ontdoen van de verpakkingen. Hetzelfde geldt voor de verkoop. Vaak kun je een boeket net zo mooi inpakken in papier/folie uit 1 stuk in plaats van bijvoorbeeld te kiezen voor 3 stuks.

Bovendien kost het minder papier, dus het levert je direct geld op! Blijf hierin scherp, probeer elkaar te stimuleren om met zo min mogelijk verpakking, het boeket zo mooi mogelijk te presenteren. Ook zou je bij vaktechnische avonden van bijvoorbeeld een studieclub eens met elkaar van gedachten kunnen wisselen over het thema 'economisch verpakken'.

2. Kies voor duurzame verpakking, bijvoorbeeld statiegeldfust

Het is te overwegen om bij de inkoop van bloemen en planten te letten op het verpakkingsmateriaal dat is gebruikt. Zo heb je vaak de keuze uit (statiegeld)fust of eenmalige verpakkingen. In dat geval is het aan te raden om fust te nemen. Dit kan opnieuw worden gebruikt (het beperkt dus je afval) en is bovendien vaak prettiger in gebruik!

Bij plantenspotten kun je kiezen voor potten die zijn vervaardigd uit natuurlijke polymeren, zoals

zetmeel. Natuurlijke polymeren zijn direct gewonnen uit biomassa zoals bijvoorbeeld zaden van graangewassen (maïs, tarwe) en bijvoorbeeld uit knolgewassen (aardappels). We realiseren ons dat in veel gevallen de kweker bepaalt in welke pot de plant wordt aangeleverd. Op het moment dat we echter niet de vraag naar duurzame potten vergroten, zal er geen ontwikkeling plaatsvinden. Tot slot kun je bij verpakking letten op de aanwezigheid van duurzaamheidslabels. Deze geven aan dat het betreffende verpakkingsmateriaal biologisch afbreekbaar is. Denk bijvoorbeeld aan het logo voor recycling (papier, karton).

3. Hergebruik je verpakkingsmaterialen

Bedenk bijvoorbeeld dat de dozen die ter bescherming van de potterij dienden, een prima verpakkingsmiddel zijn om aan je klant mee te geven. Eenvoudig en goedkoop!

4. Kies bij papier voor ongebleekt of chloorvrij gebleekt papier

Gebleekt papier is schadelijk voor het milieu, kies daarom voor ongebleekt papier of papier dat zonder chloor is gebleekt. Dit laatste is onder andere herkenbaar aan het TCF-logo (totally chlorine free). Het bruine kraftpapier is een voorbeeld van ongebleekt papier. Je leverancier kan je helpen bij het maken van een keuze.

5. Kunststof: PE of PP

Bij kunststof is het aan te raden om te kiezen voor Polyetheen (PE) of Polypropyleen (PP). Polypropyleen wordt vervaardigd uit aardolie, maar kan biologisch worden afgebroken. Deze kunststoffen worden gekenmerkt door een relatief lage milieubelasting.

6. Plastic tasje of...?

Bij de uitgifte van plastic tasjes kun je denken aan draagtassen van biologisch afbreekbaar plastic. Deze zijn te herkennen aan het kiemplant-logo. Vraag hierom bij je leverancier. Ook kun je denken aan het uitgeven van papieren tasjes of aan statiegeld tassen.

7. Afval

Het thema 'verpakking' kent een nauwe relatie met het thema 'afval'. Dit thema wordt later uitvoerig behandeld. Hier wordt o.a. nader ingegaan op de mogelijkheid om eenmalige verpakkingen in te leveren bij inzamelpunten op de veiling/groothandel.

Tot slot: de verpakkingsbelasting

Sinds 1 januari 2008 bestaat in Nederland de zogenaamde Verpakkingsbelasting. Volgens het 'Besluit Verpakking' van 2006 zijn winkeliers verantwoordelijk voor het innemen en recyclen van verpakkingen die zij in omloop brengen. Bovendien moeten zij zich inspannen zo min mogelijk verpakkingen te gebruiken. Mede dankzij een lobby van VBW en HBD zijn ondernemers die minder dan 15.000 kg verpakkingen per jaar in omloop brengen, (administratief en financieel) vrijgesteld van dit besluit.

Meer informatie:

- Dossier Ministerie van VROM over verpakkingen: www.vrom.nl
- Dossier Milieucentraal over verpakkingen: www.milieucentraal.nl
- Programma's SenterNovem: www.senternovem.nl
- www.nvc.nl
- Infomil (informatie over verpakkingen, recycling, regelingen en wettelijke kaders: www.infomil.nl)
- Adviesbureau op gebied van 'Verantwoord Verpakken': www.verantwoordverpakken.nl
- www.hbd.nl (duurzaam ondernemen)

Verpakken in de praktijk:

Bloemkracht 8 (Bunnik):

Op een steenworp afstand van Utrecht bevindt zich landgoed Amelisweerd. Op dit landgoed heeft Maria de Groot in een voormalige nostalgische appelschuur haar bedrijf Bloemkracht 8, gespecialiseerd in bloemenabonnementen voor de zakelijke markt. Een bijzonder bedrijf in onze branche want Bloemkracht 8 werkt voornamelijk met duurzaam geteelde bloemen, die voornamelijk worden betrokken via een biologisch tuinbouwbedrijf, dat is gevestigd op de voormalige moestuinen van het landgoed. Doordat de bloemen in de volle grond geteeld zijn, zijn ze slechts in de warmere periode van het jaar beschikbaar. In de tussenliggende periode verkoopt Bloemkracht 8 gangbaar geteelde bloemen met een duurzaamheidskeurmerk, bijvoorbeeld MPS-A, ingekocht op de veiling.

Ook duurzame verpakkingen onderstrepen het MVO-beleid van Bloemkracht 8. Een verjaardagsboekje bijvoorbeeld wordt ingepakt in 100% recyclebaar papier. 'Het lijkt misschien minder mooi' aldus Maria, 'maar op dit papier staat duidelijk vermeld dat het 100% biologisch afbreekbaar is. Dit wordt gewaardeerd door onze klanten, gelet op hun voorkeur voor deze verpakkingen.' Tot slot maakt Bloemkracht 8 zo veel mogelijk gebruik van duurzame ondergronden voor haar bloemenabonnementen. Ter illustratie: er zijn vazen van gerecycled glas ingekocht.

Afval

Afval is een belangrijk thema, gelet op de enorme hoeveelheden die vrijkomen. Vooral groenafval komt veel voor in onze branche. Dit hoofdstuk geeft inzicht in de mogelijkheden om de hoeveelheid afval terug te dringen/te recyclen om zodoende te kunnen besparen en het milieu minder te belasten.

1. Hoe om te gaan met afval in jouw bedrijf?

Het verwerken/voorkomen van afval kan op de volgende manieren (gerangschikt van de beste naar de slechtste manier):

- voorkomen van afval
- volledig hergebruik van afval (Cradle to cradle)
- recyclen-downcyclen
- verbranden met energieopwekking
- verbranden
- begraven

2. Probeer de hoeveelheid afval te beperken

Het klinkt wellicht vreemd, maar je hebt zelf de mogelijkheid om de hoeveelheid afval te beperken. Bij de inkoop kun je bijvoorbeeld kiezen voor duurzame (statiegeld-)verpakkingen in plaats van eenmalige verpakkingen. Ook andere vormen voor afvalbeperking zijn denkbaar zoals het hergebruiken van materialen. Dit betekent niet alleen direct een financiële besparing op de afvalkosten maar ook op jouw inkoopkosten!

3. 'Cradle to cradle'

Een steeds meer voorkomende term is 'cradle tot cradle'. Dit is het continu hergebruiken van materialen. In de volksmond praten we over



recyclen, maar het is eigen downcyclen (dit betekent dat de kwaliteit steeds lager wordt). Voorbeeld: het ingezamelde kantoorpapier wordt krantenpapier, dit wordt weer karton en uiteindelijk wordt het verbrand.

4. Kies voor een duurzame afvalverwerker

Je hebt vaak de keuze om te kiezen voor een eigen afvalverwerker. In het geval je deze keuze hebt, adviseren wij je om te kiezen voor een duurzame partij. Naast de milieuwinst die behaald wordt, is er vaak ook een financieel voordeel aan verbonden. VBW werkt samen met RnnShanks, een toonaangevend afvalbedrijf dat ruim 87% van het ingezamelde afval recycled en hergebruikt. Voor meer informatie over de tarieven en voordelen kun je contact opnemen met VBW.

5. Zamel afval zoveel mogelijk gescheiden in

Het Nederlandse beleid richt zich in de eerste plaats op de preventie van afval en daarnaast op het hergebruik van afval en een nuttige toepassing ervan. De overheid heeft dit vastgelegd in wet- en regelgeving voor bedrijven en probeert zelf het goede voorbeeld te geven. In steeds meer gemeenten wordt bijvoorbeeld afval gescheiden opgehaald. Als bedrijf ben je er verantwoordelijk voor om je afval zo veel mogelijk te scheiden. Bij gescheiden inzameling



kun je denken aan: groenafval, plasticafval, restafval, glas, klein chemisch afval (KCA) en papier/karton. RnnShanks kan je adviseren wat voor jouw situatie de beste mogelijkheden zijn. Je zou ervoor kunnen kiezen om het groenafval niet te laten afvoeren en dit zelf tot compost te verwerken. Hiermee beperk je (opnieuw) de hoeveelheid afval (en transport) en daarmee kosten. De compost is wellicht op andere wijze weer te gebruiken. Bijvoorbeeld door jouw 'eigen' compost te verkopen of gratis weg te geven als klantenbinder.

6. Centrale aanlevering eenmalige verpakkingen

Om eenmalige verpakkingen op de minst milieubelastende wijze te verwerken bestaat de mogelijkheid om dit centraal in te leveren. Veilingen en cash&carry's bieden hiervoor prima (kosteloze) mogelijkheden (inzamelpunten). Een andere mogelijkheid is om de verpakkingen mee terug te geven aan jouw leveranciers als die afleveren.

Meer informatie:

www.naamvanjouwgemeente.nl:

Informatie over afvalinzameling in jouw gemeente.

Afval in de praktijk:

De Klerk Bloemsierkunst en Interieurbeplanting (Eindhoven):

Op een verantwoorde manier werken volgens de basisprincipes van MVO is voor De Klerk Bloemsierkunst en Interieurbeplanting een tweede natuur. Volgens Jos van der Hulst, Sales & Marketing Manager, bestaat de directie van De Klerk uit mensen met oog voor de natuur waardoor MVO in het bloed van de organisatie zit. In het verleden is op initiatief van de eigenaren Kees van der Hulst en Henk Rovers gestart met MVO en inmiddels wordt dit binnen de gehele bedrijfsvoering toegepast. Voor haar MVO-inspanningen is De Klerk onlangs uitgeroepen tot 'MVO-bedrijf van het jaar in de regio Eindhoven'. De prijs wordt ervaren

als een bevestiging van de juiste koers die in het verleden is ingeslagen. Met name op het gebied van afvalscheiding is het bedrijf erg vooruitstrevend. "Wij scheiden ons afval in 7 disciplines", vertelt Jos. "Op het terrein achter het bedrijf staan verschillende containers voor papier, glas, folie, GFT, hydrokorrels, chemisch- en restafval. Deze worden door een afvalverwerkingsbedrijf gescheiden opgehaald en waar mogelijk gerecycled. Zo wordt het afval van de hydrokorrels bijvoorbeeld gebruikt voor de wegebouw." Het is leuk en goed om deze informatie te delen met klanten, zij waarderen de zorg voor het milieu. Het komt het bedrijfsimago ten goede.

De toekenning van de prijs is niet alleen de verdienste van de directie, benadrukt Jos ten stelligste. "We doen het met ons allen, het hele team draagt een steentje bij. Zonder onze medewerkers was dit niet gelukt." Deze uitspraak typeert de sterke betrokkenheid met de medewerkers. De Klerk voert een beleid, waarbij reële eisen aan de medewerkers worden gesteld. Er wordt gekeken naar persoonlijke capaciteiten. Dat dit zijn vruchten afwerpt mag blijken uit de langdurige dienstverbanden die het bedrijf kent. "Die geven aan dat De Klerk de juiste snaar bij de medewerkers weet te raken", aldus Jos. "MVO is erg laagdrempelig en toe te passen in elk bedrijf, ongeacht de grootte," is zijn conclusie. "Ga regelmatig met je medewerker(s) in overleg en zorg dat je op de hoogte blijft van hun wel en wee." Ter illustratie: De Klerk bestaat uit een team van 45 medewerkers...



Schoonmaak

Een schone omgeving is belangrijk, zowel voor klanten alsook voor medewerkers. Schoonmaak is binnen MVO een belangrijk thema, omdat het gebruik van de juiste middelen voor een beperking van waterverontreiniging kan zorgen. Een bewuste keuze van schoonmaakmiddelen kan bovendien kostenbesparingen opleveren. Enkele tips:

1. Zorg voor een schone en nette werkomgeving

Een schone en nette werkomgeving zorgt voor een verhoogde motivatie van medewerkers en spreekt voor klanten tot de verbeelding. Door te werken in een schone en nette omgeving zal je winkel een positieve uitstraling genieten.

2. Gebruik veilige milieuvriendelijke schoonmaakmiddelen

Milieuvriendelijke schoonmaakmiddelen zijn producten die voorzien zijn van het Europees Ecolabel of het Nordic Swan label (of een label met vergelijkbare inhoud). Je kunt hier naar

vragen bij je leverancier, die kan je verder helpen. Voorbeelden van producten met een van deze labels zijn de reinigingsartikelen van Klok of Neutral (verkrijgbaar bij de supermarkt). Het is aan te raden om geen bleekwater te gebruiken. Dit bevat chloor en is erg slecht voor het milieu. Regelmatig schoonmaken met een natuurlijke zeep of een allesreiniger is even hygiënisch en minder schadelijk voor het milieu. Ook schoonmaakazijn blijkt prima te werken

Probeer daarnaast chemische ontstoppingsmiddelen te vermijden. Kies voor de zuignap of gewone sodakorrels waar je heet water over giet voor het ontsppen van een verstopte afvoer. Kies tot slot voor azijn voor het ontkalken i.p.v. voor chemische ontkalkmiddelen. De NVZ (Nederlandse Vereniging van Zeepfabrikanten) heeft een website gemaakt over het veilig gebruik van schoonmaakmiddelen: www.isditproductveilig.nl. Hier kun je zeer veel informatie vinden over schoonmaakmiddelen; ook bijvoorbeeld over het gebruik van chloor.

3. Beperk het gebruik van chloor

Chloormiddelen worden veelal gebruikt bij het reinigen van emmers en vazen. Chloor ruikt lekker en verbleekt de kleur van de vervuiling, maar maakt niet echt schoon. Om schoon te maken moet je vooral boenen of wrijven en waar nodig een ontvetter of ontkalker gebruiken (chloor doet beide niet). Bovendien bevat chloor milieuvervuilende bestanddelen. Probeer om die reden het gebruik van chloor zoveel mogelijk te beperken en te kiezen voor alternatieven (zoals schoonmaakazijn). Ter illustratie: professionele schoonmaakbedrijven gebruiken al jaren geen chloor meer. Zij maken gebruik van microvezel-systemen, waar geen schoonmaakmiddelen bij nodig zijn.

4. Kies voor de juiste dosering

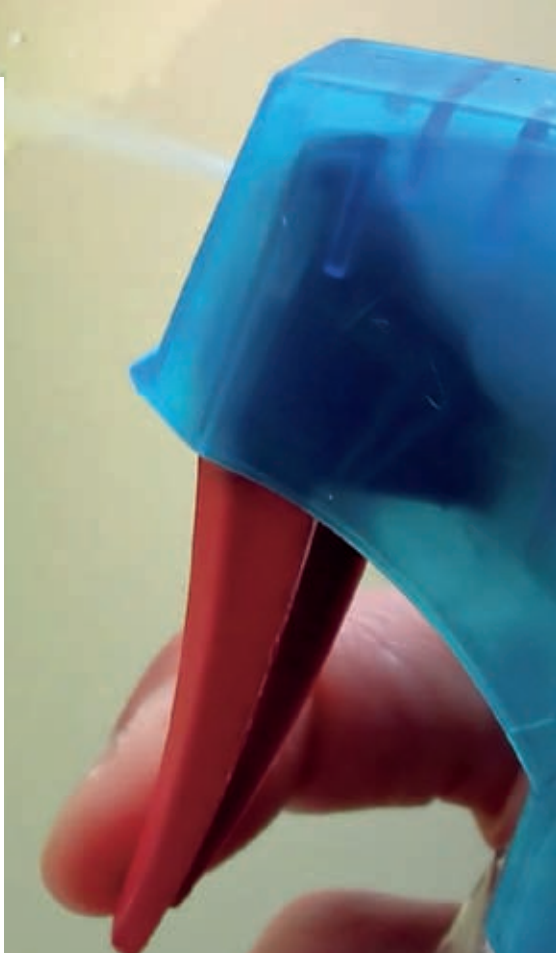
Door op de juiste wijze te doseren wordt een overdosering voorkomen. Dit beperkt de milieubelasting. De juiste dosering staat meestal op de verpakking vermeld.

5. Gebruik navulflacons

Door te kiezen voor navulflacons of grootverpakkingen wordt afval beperkt. Bijvoorbeeld bij multi- of ruitenreinigers is het aan te raden om gebruik te maken van navulverpakkingen.

Meer informatie:

- www.eco-label.com
- www.smk.nl
- www.isditproduktveilig.nl



Schoonmaak in de praktijk:

Bloembinderij Margriet (Geldermalsen):

George Aukes: "Wij gebruiken een ander schoonmaakmiddel dan chloor, te weten: Bio Euro Cleaner. Het is een industriële allesreiniger, die bij ons wordt gebracht door een firma uit België. Wij gebruiken het in plaats van chloor en zijn tevreden over de werking ervan. Voor de vloeren voldoet groene zeep perfect".

Personeel

Personeel is van grote waarde voor je bedrijf. Een goedlopende winkel of ambulante handel drijft mede op de kwaliteit van de medewerkers. De omgang met medewerkers vraagt om een professionele en eigentijdse aanpak. 'Goed werkgeverschap' is essentieel om medewerkers aan je bedrijf te (blijven) binden. Dit hoofdstuk geeft tips over goed werkgeverschap.

ALGEMEEN:

1. Naleving CAO

Een goede werkgever houdt zich aan de afspraken die zijn vastgelegd in de CAO. CAO staat voor Collectieve Arbeids Overeenkomst. Hierin zijn afspraken tussen werknemers en werkgevers vastgelegd. VBW en CVAH zijn actief betrokken bij de totstandkoming van de CAO voor de ambulante en gevestigde bloemendetailhandel. De inhoud van de CAO kun je bekijken op www.vbw.nu.

NIEUWE MEDEWERKERS:

2. Gebruik een arbeidsovereenkomst

Een goede werkgever sluit met zijn medewerkers een arbeidsovereenkomst. Hierin leg je wederzijdse afspraken vast, waardoor eventuele onduidelijkheden kunnen worden voorkomen. VBW heeft standaardovereenkomsten ontwikkeld waarvan VBW-leden kosteloos gebruik mogen maken. Deze zijn te vinden op de website www.vbw.nu.

3. Zorg voor een goed inwerkprogramma

Zorg er voor dat de medewerker goed wordt

ingewerkt en toon hem/haar de verschillende aspecten van het bedrijf. Dit zorgt ervoor dat de medewerker thuis raakt in je bedrijf, waardoor de betrokkenheid groter zal zijn. Een snel en soms onverwacht vertrek van recent aangestelde medewerkers wordt vaak veroorzaakt door het ontbreken van een geschikt inwerkprogramma.

4. Verstrek de medewerker een huishoudelijk reglement van je bedrijf

Een goede sfeer in je bedrijf, betekent onder andere duidelijk zijn naar elkaar. In een huishoudelijk reglement kun je gedragsregels duidelijk maken. Welke regels gelden er voor de medewerker, bijvoorbeeld ten aanzien van het doorgeven van ziekteverzuim, kledingvoorschriften, verlof en afwezigheid, naleving van arbovoorschriften enzovoort. Dit schept duidelijkheid en kan ergernis voorkomen.

5. Werven in andere doelgroepen?

Veel werkgevers beperken zich bij hun zoektocht naar nieuwe medewerkers tot de traditionele wervingsgroepen. Het kan echter interessant zijn om je aandacht te verleggen naar alternatieve doelgroepen, bijvoorbeeld: ouderen (45+), allochtonen of arbeidsgehandicapten. Deze mensen beschikken vaak over onverwachte kwaliteiten die binnen jouw winkel misschien nog niet aanwezig zijn. Zo kunnen ze ook interessant zijn om nieuwe klantgroepen aan te trekken.



AANDACHT GEVEN AAN DE MEDEWERKER:

6. Voer regelmatig werkoverleg

Werkoverleg is belangrijk om twee redenen:

- Je krijgt een betere afstemming van de werkzaamheden.
- Medewerkers hebben behoefte aan informatie: ze willen weten waar ze aan toe zijn en worden graag betrokken bij het reilen en zeilen van jouw winkel/bedrijf.

7. Voer persoonlijke gesprekken met je medewerkers (functioneringsgesprek, beoordelingsgesprek)

Het voeren van functioneringsgesprekken of jaargesprekken is nog niet bij iedere bloemist met personeel vanzelfsprekend. Je kunt deze persoonlijke (individuele) gesprekken zien als een extra moment van (formeel) aandacht naar de medewerkers toe, een blijk van waardering voor hun functioneren. Het voeren van jaargesprekken moet geen negatieve bijklank hebben. Tijdens zo'n gesprek kun je ook benadrukken dat je tevreden bent over de medewerker. Aan de andere kant kun je door het voeren van deze gesprekken juist tijdig problemen signaleren, bespreekbaar maken en wellicht erger voorkomen. Het is een vorm van persoonlijke aandacht waardoor je vaak veel meer te weten komt over de medewerker. Dit schept duidelijkheid over en weer en werkt bovendien meestal positief uit op inzet en motivatie. Let op: een dagelijks praatje op de werkplek is geen functioneringsgesprek. Handleidingen voor het voeren van functioneringsgesprekken zijn te vinden op www.vbw.nu en www.hbd.nl.

8. Betrek personeel bij het bedrijf

Betrokken medewerkers zijn enthousiaster, loyaler en gemotiveerder! Om die reden is het belangrijk om medewerkers actief te betrekken bij de bedrijfsvoering en hen te laten meedenken. Daarnaast bruisen medewerkers vaak van goede ideeën waarmee het bedrijf zijn voordeel kan doen. Je kunt bijvoorbeeld gezamenlijk nadenken over acties.

9. MVO in het bedrijf: samen met de medewerkers!

In aansluiting op het vorige punt: MVO kan in een bedrijf alleen succesvol zijn op het moment dat dit breed gedragen wordt (en dus niet alleen vanuit de ondernemer komt). Het is daarom aan te raden om samen met je medewerkers over MVO in overleg te gaan en samen te kijken waar aandacht aan besteed kan worden. Het beste resultaat zul je boeken als je medewerkers bovendien verantwoordelijk maakt voor bepaalde taken.

VERZUIM:

10. Neem maatregelen om ziekteverzuim en arbeidsongeschiktheid te voorkomen

Goede arbeidsomstandigheden hebben een positieve invloed op het imago van je winkel of ambulante handel, zorgen voor een grotere motivatie van je medewerkers en zorgen voor een lager ziekteverzuim! Daarmee bereik je een hogere klanttevredenheid, lagere kosten en meer flexibiliteit. Het uitvoeren van de wettelijk verplichte RI&E (Risico Inventarisatie & Evaluatie) is een eerste stap. Om eventuele bedrijfsrisico's in beeld te brengen heeft VBW een branche-RI&E ontwikkeld. Deze is gratis te downloaden via www.vbw.nu. Hiernaast is een Arbocatalogus ontwikkeld om overbelasting door repeterende bewegingen en werkstress tegen te gaan. Deze is ook te downloaden op www.vbw.nu.

Tot slot is het belangrijk om invulling te geven aan het verzuimbeleid (dit kan onderdeel uitmaken van het huishoudelijk reglement). Hierbij kun je denken aan: wanneer ziekte melden, op welke wijze, wanneer wordt Arbodienst ingeschakeld, etc. VBW-leden kunnen gebruik maken van de diensten van het VBW-Verzuimloket, die je ondersteunt om zieke medewerkers zo snel mogelijk weer aan de slag te krijgen.

KWALITEITSVERBETERING:

11. Bied stageplaatsen aan leerlingen

Een goede werkgever stelt zijn bedrijf open voor leerlingen om hen de kneepjes van het vak bij te

brengen. Op die manier toon je je betrokken bij de 'bloemist van later' en help je leerlingen om zich te ontwikkelen binnen het bloemistenvak. Wil je erkend worden als leerbedrijf, dan kun je informatie verkrijgen via Aequor (www.aequor.nl). Ben je al erkend als leerbedrijf dan is het volgen van een praktijkopleiderscursus een tip. Hierdoor raak je goed op de hoogte van wat er wordt verwacht van je rol als praktijkopleider.

12. Stimuleer het volgen van opleidingen bij medewerkers

De ontwikkelingen binnen het vak (nieuwe technieken) en de noodzaak om te beschikken over goede verkoopvaardigheden maken het investeren in scholing van medewerkers noodzakelijk. Scholing draagt vaak bij aan verhoging van de arbeidsproductiviteit. Aan de kant van medewerkers bevordert het volgen van een opleiding bovendien de motivatie. Er bestaan verschillende interessante opleidingen. Als medewerkers op kosten van het bedrijf gaan studeren, is het aan te raden om een studieovereenkomst met hen af te sluiten.

Meer informatie:

- www.vbw.nu
- www.postbus51.nl
- www.hbd.nl

Goed werkgeverschap in de praktijk:

Fleurettes (Nootdorp):

Wat is er nu belangrijker dan goed personeel? Het personeel is het visitekaartje en het kapitaal van de zaak, zo ook bij Fleurettes Creations & Decoration. Ingrid Cramer is zeer begaan met haar medewerkers. Er is een huishoudelijk reglement opgesteld waarin alles tot in detail is geregeld, zodat iedereen weet waar men aan toe is. Daarnaast worden jaargesprekken gevoerd waarin met de medewerkers het functioneren wordt besproken en waarbij medewerkers input mogen leveren op het reilen en zeilen van het bedrijf. Ook op zaterdag wordt er tijd ingeruimd om bij te praten over de afgelopen week. Hierdoor kunnen knelpunten of irritaties op een vriendelijke en ontspannen manier zoveel mogelijk worden voorkomen.

De faciliteiten voor het personeel zijn prima verzorgd. Er is o.a. een goede koffiemachine en een tafel met stoelen waar je rustig van de pauze kan genieten. Ook zijn de bindtafels op de juiste hoogte gebracht. Binnen het bedrijf wordt gestreefd naar open communicatie (kritiek is niet erg als het maar opbouwend bedoeld is), waardoor een positieve sfeer en harmonie ontstaat. Tot slot biedt Ingrid medewerkers de mogelijkheid om zich te ontwikkelen, bijvoorbeeld via deelname aan de studieclub en het volgen van de opleiding Ros@. Medewerkers zijn hierdoor nog beter gemotiveerd. Door de goede werksfeer en prima faciliteiten is het resultaat o.a. dat het personeelsverloop minimaal is.





(Lokale) sociale betrokkenheid

Sociale betrokkenheid wil zeggen dat je je actief betrokken toont bij de lokale maatschappij. Veel bloemisten geven hier op praktische wijze invulling aan. Dit hoofdstuk geeft meer inzichten in sociale betrokkenheid.

1. Toon je betrokken bij de (lokale) maatschappij

Je kunt je lokale betrokkenheid op verschillende manieren tonen. Het meest tot de verbeelding sprekende voorbeeld is het sponsoren van lokale activiteiten of verenigingen (financieel of door middel van producten). Daarnaast kun je ook denken aan andere initiatieven, bijvoorbeeld aan het schenken van Kerststerren aan een verzorgingsinstelling. De mensen fleuren hier

van op en het komt de naam van jouw winkel/ ambulante handel ten goede. Uiteraard zijn nog meer initiatieven denkbaar. Wij raden aan om hierover met je gehele team van gedachten te wisselen.

2. Probeer 'klimaat neutraal' te werken

Klimaatneutraliteit betekent dat je onderneemt, maar dat alle energie die je gebruikt om te ondernemen wordt geneutraliseerd. De elektriciteit en brandstof die je verbruikt produceren CO₂. CO₂ is het belangrijkste broeikasgas dat zorgt voor de opwarming van de aarde. Daarom is het belangrijk de CO₂-uitstoot zoveel mogelijk terug te dringen. Dit kun je eenvoudig doen via 'klimaatcompensatie'. Er zijn organisaties die

zich inzetten om samen met jou te bekijken op welke wijze jouw CO₂-uitstoot gecompenseerd kan worden, bijvoorbeeld door ervoor te zorgen dat elders duurzame energie productie (CO₂ vrij) plaatsvindt (denk aan windenergie). Een voorbeeld van een dergelijke organisatie is Groenbalans.

Meer informatie:

- www.vbw.nu
- www.groenbalans.nl - klimaat neutraal produceren

Sociale betrokkenheid in de praktijk:

Nizza Bloembinders (Venlo):

Nizza bloembinders is een begrip in Venlo en omgeving. De goede naamsbekendheid wordt bewust in stand gehouden door de manier waarop de eigenaren hun sociale betrokkenheid vorm geven. Het is één van de thema's van MVO, waarvan het belang door Lilian Ebus, mede-eigenaar van Nizza, wordt erkend. Lilian: "We staan midden in de samenleving, je maakt er deel van uit. Door je betrokkenheid te tonen laat je zien dat je achter de gedachte staat, dat je elkaar in sociaal, maar ook in zakelijk opzicht nodig hebt. In de basis steunen we

goede doelen en doen we bijvoorbeeld aan sponsoring omdat het goed voelt. Daardoor leer je mensen kennen en kun je je netwerk uitbouwen. We steunen diverse verenigingen en maken met verschillende zakelijke klanten afspraken op maat."

Een goed voorbeeld daarvan is de afspraak met een grote zorginstelling: dit bedrijf levert flessen in de huiskleuren. De flessen worden gevuld met een Gerbera. Vervolgens levert Nizza deze attentie gratis af bij elke nieuwe bewoner. Lilian geeft aan dat het wel belangrijk is ervoor te waken dat je niet doorlopend je eigen producten weggeeft. Haar tip: Geef een bedrag, dat de ontvanger bij jou in de winkel kan besteden, eventueel met een kortingsregeling. Zo krijg je aanloop naar je winkel en houd je contact met elkaar. Het is een kwestie van geven en nemen. Verenigingen begrijpen dat waar steun vandaan komt, het niet meer dan redelijk is het daar ook weer te besteden. Alles wat je doet als ondernemer binnen je eigen lokale netwerk wordt afgewogen. Het is toonaangevend voor de manier waarop er naar je zaak wordt gekeken. Op de vraag of de effecten van bijvoorbeeld sponsoring meetbaar zijn, is het antwoord van Lilian zeer weloverwogen: "Het is pas meetbaar als je niets doet!"





Inkopen van duurzaam product

Het product dat je verkoopt is een van de belangrijkste onderdelen binnen jouw bedrijf. Het product bepaalt namelijk mede de kwaliteit en uitstraling van jouw bedrijf. Steeds meer klanten (zakelijk en particulier) vragen om een eerlijk en duurzaam product, of een product is gekweekt onder milieu- en mensvriendelijke omstandigheden. Het leveren van een eerlijk en duurzaam geteeld product wordt dus steeds belangrijker om aan de vraag van jouw klanten te kunnen blijven voldoen! Dit hoofdstuk geeft tips over het inkopen van duurzame producten.

Let op! Duurzaam is geen biologisch

In de volksmond worden de begrippen 'duurzaam product' en 'biologisch product' vaak verward. Duurzaam product is een product dat op milieu- en sociaal (of mens-)vriendelijke wijze is geteeld.

Biologisch wil zeggen dat de teelt plaatsvindt in de volle grond en dat er geen gebruik wordt gemaakt van kunstmest en synthetische bestrijdingsmiddelen. In de teelt wordt zoveel mogelijk gebruik gemaakt van het natuurlijk evenwicht, zodat een goede duurzame bloem wordt geteeld. In de afgelopen jaren is het aanbod van zowel duurzaam als biologisch product vergroot. In de praktijk blijkt dat biologisch product moeilijker verkrijgbaar is dan duurzaam product.

Vraag bij je leverancier(s) om duurzaam product!

Geef bij je leverancier (groothandel, lijnrijder, etc.) aan dat je een duurzaam en eerlijk product wilt verkopen en vraag je leverancier om hierin mee te denken (het is ook in zijn belang!). Daag hem uit om voor je op zoek te gaan naar duurzame producten

(en laat hem dit aantonen via de factuur). Het helpt als je daarbij kunt aangeven dat je op zoek bent naar producten met bepaalde duurzaamheidslabels, bijvoorbeeld MPS-A. Op die manier kan de leverancier gerichter zoeken.

'Duurzame' groothandelaren

Steeds meer groothandelaren en lijnrijders zijn actief bezig met het verkopen van duurzame

producten. Ben je op zoek naar een duurzame leverancier? VBW heeft de bij haar bekende leveranciers op haar website gepubliceerd (www.vbw.nu – MVO).

Duurzaamheidslabels

Bij het inkopen van duurzaam product kun je letten op de aanwezigheid van duurzaamheidslabels. Wij geven uitleg en inzicht in de meest voorkomende:

Duurzaam inkopen in de praktijk

FloraPro (Oosthuizen):

Jan Pieter Hartog van Bloemgoed en Ruud Steur van FloraPro waren als één van de eersten actief met de verkoop van ecologisch geteelde bloemen. De bedrijven zijn sinds begin 2010 gefuseerd en gaan verder onder de naam FloraPro.

Bij de inkoop van bloemen en planten worden bewuste keuzes gemaakt: er wordt zoveel mogelijk duurzaam ingekocht (voornamelijk MPS-A, waarbij zo min mogelijk bestrijdingsmiddelen en remstoffen worden gebruikt). Jan Pieter koopt zijn bloemen bij Weerman in Aalsmeer.

FloraPro is actief in de zakelijke markt, waarin de vraag naar duurzame leveranciers steeds nadrukkelijker aanwezig is.

De onlangs verkregen certificering voor hun MVO-activiteiten (niveau brons, Barometer Duurzame Bloemist) heeft hen dan ook geen windeieren gelegd.

Mede door middel van deze certificering zijn zakelijke klanten (met name overheidsinstellingen) sneller overtuigd. Om geen concessies aan de kwaliteit of prijs te doen, wordt zoveel mogelijk MVO ingekocht met de kanttekening dat het verschil wel binnen proporties blijft. Kijk, als een gerbera MPS-A, 40 cent kost, en zonder MPS, 20 cent, is de keuze toch snel gemaakt. Ook wij moeten natuurlijk wel commercieel blijven.

Verder is het bedrijf buitengewoon vooruitstrevend, plastic wordt apart ingezameld en groenafval wordt zelf gecomposteerd. De verlichting bestaat uit led verlichting. Dit is in aanschaf duurder, maar in gebruik wordt de investering ruimschoots terugverdiend. Tot slot wordt gebruik gemaakt van milieuvriendelijke schoonmaakmiddelen.

Deze ondernemers zijn zeer vooruitstrevend, om de aarde leefbaar te houden.



MPS-A:

MPS is een certificeringkwalificatie die aangeeft of een product al dan niet op milieubewuste wijze is geteeld. MPS onderscheidt meerdere gradaties (A tot en met D), die aan de kweker worden toegekend, afhankelijk van de mate van milieubewuste teelt in zijn bedrijf. MPS-A is de hoogste kwalificatie, gericht op 50-70% van de telers. Grofweg eenderde van het assortiment bij de groothandel in Nederland bestaat uit MPS-A product. Elke groothandel in Nederland moet MPS-A product herkenbaar kunnen aanbieden (zichtbaar, alsook op de factuur). Mocht jouw groothandel nog niet zover zijn, nodig hem dan uit hiermee aan de slag te gaan.

MPS-A-producten zijn te herkennen aan het volgende vignet (via hoezen, dozen):



Fair Flowers Fair Plants (FFP):

FFP is een duurzaam internationaal consumentenlabel dat bestaat uit de certificeringen MPS-A én MPS-SQ (Socially Qualified). Het FFP-label geeft aan dat bloemen en planten afkomstig zijn van kwekers (afkomstig van de hele wereld) die voldoen aan milieucriteria en goede arbeidsomstandigheden (MPS-SQ is een van de certificeringen die hieraan voldoet). Het gemiddelde aandeel van FFP product in de Nederlandse groothandel bedraagt 5%.

FFP-producten zijn in de keten herkenbaar aan het volgende label (in diverse kleuren):



Een aantal groothandelaren zijn al FFP deelnemer en maken de producten (zowel fysiek als administratief) herkenbaar. Ook veiling FloraHolland geeft een 'F' aan op het klokfront en in de elektronische kloktransacties. Als je jezelf als duurzame bloemist wilt onderscheiden en promoten kun je je aanmelden bij FFP. Meer informatie hierover is te vinden op de website van FFP.

EKO:

EKO-producten zijn te herkennen aan het volgende label: Het EKO-keurmerk garandeert dat een product biologisch is. EKO-producten zijn in beperkte mate via groothandelaren verkrijgbaar. Mocht een groothandel EKO-producten leveren, zal hij dit waarschijnlijk uitvoerig communiceren, omdat hij hiermee uniek is!



Milieukeur:

De verkrijgbaarheid van milieukeur-product is beperkt. In Nederland zijn enkele kwekers die het Milieukeur-certificaat hebben. Bij de groothandel zal dit product vanwege de geringe verkrijgbaarheid nauwelijks zichtbaar zijn.



Meer informatie:

- www.vbw.nu: lijst met duurzame groothandelaren
- www.my-mps.com
- www.fairflowersfairplants.com: met o.a. een overzicht van aangesloten groothandelaren.
- www.bioflora.nl: kwekersorganisatie van biologische bloemen
- www.smk.nl: o.a. Barometer Duurzame Bloemist
- www.skal.nl



Communicatie en promotie



Elk initiatief dat je neemt op het gebied van MVO zal door (potentiële) klanten worden gewaardeerd. Naast het feit dat steeds meer (zakelijke) klanten vragen om eerlijke, transparante en duurzame producten, wordt het bijzonder gewaardeerd als je hen laat zien dat je maatschappelijk verantwoord ondemeemt.

1. Bepaal eerst je MVO-ambities (samen met klanten, leveranciers en medewerkers!)

Geef eerst inhoud aan wat MVO voor jouw bedrijf is. Om betrokkenheid te krijgen, raden we aan om dit samen met je leveranciers en medewerkers te doen. Ook kun je klanten vragen wat zij ervan verwachten. Nadat je de inhoud hebt bepaald kun je aan de slag met de uitvoering. Hierbij is ook het

communiceren van MVO-ambities en resultaten belangrijk, omdat je op die manier aan je (potentiële) klanten kunt laten zien waar je mee bezig bent.

2. Communiceer je vooruitstrevende karakter...

MVO wordt door de klant beschouwd als vooruitstrevend. Maak hier gebruik van en communiceer je duurzame karakter. Dit kan eenvoudig door bijvoorbeeld bij de kassa aan te geven dat jullie bedrijf oog heeft voor duurzaamheid, of door in de winkel enkele posters op te hangen, of door middel van een vermelding op je factuurpapier. Ook andere vormen van communicatie zijn denkbaar.

Probeer de communicatie niet algemeen te houden, maar geef vooral aan op welke manieren je actief bezig bent met duurzaamheid (denk aan product, etc.) en waar je jezelf op focust. Op die manier blijft het overzichtelijk. Het gaat erom dat je klanten laat zien waar je voor staat en hoe je hier in jouw bedrijf aandacht aan besteed. Dit zal worden gewaardeerd door je klanten. Met name zakelijk klanten zijn hiervoor gevoelig!

3. ... En communiceer ook je successen!

Heb je een succes geboekt op het gebied van MVO, of heb je een ludieke actie bedacht die ten goede komt aan de (lokale) maatschappij? Communiceer dan ook hierover. Probeer waar mogelijk hierbij de lokale pers in te schakelen. Je zult zien dat klanten dit waarderen en het de naam van jouw winkel ten goede komt!

Communicatie in de praktijk:

De Iris (Den Haag):

Julia Bonte is vanaf dag 1 dat zij zelfstandig ondernemster is, actief bezig om het milieu te sparen. Op het vlak van klantbenadering verzint ze elk kwartaal wat anders: in de winter geeft Julia haar klanten een reinigend kristal mee (inclusief uitleg).

In de herfst kreeg elke klant een linnen tas met de bedrijfsnaam. Bij de klantenacties beperkt Julia zich tot milieuvriendelijke ideeën, die aanslaan bij klanten. Hierdoor wordt de binding met de klant met succes vergroot. Ten aanzien van communicatie kunnen we duidelijk vaststellen dat Julia een 'mensenmens' is. Het personeel functioneert het beste als er een goede harmonie is op de werkvloer. De lijnen zijn daarom kort en de communicatie kent een vriendelijke inslag, ook ten aanzien van de klanten. Voorbeeld: als een klant moet wachten op een boekje, wordt de thee of koffie al ingeschonken.

4. Kies voor milieuvriendelijke vormen van communicatie

Het klinkt eenvoudig, maar is het nodig dat je alles print? Mocht je iets toch moeten printen, probeer het dan dubbelzijdig te doen of kijk naar andere mogelijkheden. Daarnaast kun je ook kiezen voor milieubewuste vormen van promotie, bijvoorbeeld door een e-mailnieuwsbrief te sturen in plaats van een flyer/brief.

5. Elektronisch factureren i.p.v. facturen sturen

Dit punt had ook binnen andere thema's terug kunnen komen. Sinds 2009 bestaat de mogelijkheid om facturen digitaal te versturen (in plaats van per post). Dit levert winst op, op meerdere fronten: het is kostentechnisch interessanter, het is efficiënter (en sneller) en je kunt de facturen snel altijd terugvinden! Voor de regels van elektronisch factureren kun je kijken op de website van VBW, www.vbw.nu.

Meer informatie:

- www.vbw.nu
- www.hbd.nl/mvotipsopmaat



Checklist zelf aan de slag met MVO

Graag helpen we je bij de implementatie van MVO in jouw bedrijf. De onderstaande checklist kan hiervoor een handig instrument zijn. De checklist bevat de tips die in de brochure genoemd zijn en ligt bovendien in lijn met de (minimale) eisen uit de Barometer Duurzame Bloemist. Je kunt het instrument gebruiken om MVO tastbaar te maken voor jouw bedrijf: waar ben je al mee bezig en wat wil je nog oppakken? Bij de zaken die je nog wilt oppakken kun je tevens aangeven op welk moment je ze gerealiseerd wilt hebben en wie verantwoordelijk is voor de realisatie.

THEMA	NVT	DOE IK AL	GA IK DOEN	GEREALISEERD OP	VERANTWOORDELIJKE
ALGEMEEN					
• Plan een brainstorm met medewerkers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Bepaal doelstellingen (wat wil je bereiken?)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Maak plan van aanpak	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Certificering? Bijv. Barometer Duurzame Bloemist	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ENERGIEBESPARING					
• Kies voor groene energie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Breng energieverbruik in kaart	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Doe de energiescan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verlichting:					
• Plaats bewegingsmelders	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Plaats tijdschakelaars	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Moderne TL-verlichting	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Kies LED- en spaarlampen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verwarming:					
• Thermostaat omlaag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• HR-ketel?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Isoleren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Koeling:					
• Is koelcel nodig?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Houd deuren koelcel gesloten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Ontdooien en schoonmaken verdampereenheid/koelwanden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Condensor en roosters reinigen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Luchtbehandeling:					
• Beperk gebruik airco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Reinigen filters	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Regelmatig en deskundig airco onderhoud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Ventilator i.p.v. airco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

THEMA	NVT	DOE IK AL	GA IK DOEN	GEREALISEERD OP	VERANTWOORDELIJKE
• Plaatsen zonwering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Kies voor energiezuinige apparatuur (energielabel)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Subsidiemogelijkheden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
LOGISTIEK					
• Beperk (gemotoriseerd) vervoer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Duurzame brandstof	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Rittenplanning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Vermijd de spits	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Kies voor energiezuinige auto/bus (A/B label)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Kies voor schone motor (euro 4/5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Plaats roetfilter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Rij volgens 'het nieuwe rijden'	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Werk samen op gebied van vervoer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
VERPAKKINGEN					
• Beperk hoeveelheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Kies voor duurzame verpakking	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Hergebruik verpakkingsmaterialen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Papier: chloorvrij / ongebleekt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Kunststof: PE / PP	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
AFVALVERWERKING					
• Bepaal afvalbeleid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Beperk hoeveelheid afval	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Kies voor duurzame afvalverwerker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Gescheiden inzameling	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Centrale aanlevering eenmalige verpakking	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SCHOONMAAK					
• Nette en schone werkomgeving	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Milieuvriendelijke middelen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Beperk chloorgebruik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Kies voor juiste dosering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Gebruik navulflacons	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
PERSONEEL					
• Naleving/toepassing CAO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Nieuwe medewerkers:					
• Arbeidsovereenkomst	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Inwerkprogramma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Huishoudelijk reglement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Sta open voor andere doelgroep	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

THEMA	NVT	DOE IK AL	GA IK DOEN	GEREALISEERD OP	VERANTWOORDELIJKE
• Aandacht:					
• Voer werkoverleg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Persoonlijke gesprekken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Betrek medewerkers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Verzuim:					
• Preventiemaatregelen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Verzuimreglement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Kwaliteitsverbetering:					
• Erkend leerbedrijf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Opleidingsmogelijkheden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SOCIALE BETROKKENHEID					
• Toon je lokaal betrokken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Klimaatneutraal werken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
DUURZAAM INKOPEN					
• Vraag leveranciers mee te denken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• MPS-A product	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• FFP-product	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• EKO-product	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Milieukeurproduct	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
COMMUNICATIE EN PROMOTIE					
• Duurzame communicatiemiddelen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Electronisch factureren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Communiceer vooruitstrevend karakter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Communiceer successen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Meer informatie:

- www.vbw.nu
- www.hbd.nl
- www.cvah.nl
- www.tuinbouw.nl

Deze brochure is ontwikkeld door:



en mede tot stand gekomen door steun van:

