

# **PROJECTRAPPORTAGE**

## **FLORAL MOVEMENT 2009**

### **IMPULSEN VOOR INNOVATIE EN INSPIRATIE DOOR EN VOOR DE BLOEMENDETAILHANDEL**

### **Inleiding**

Voor VBW is de ontwikkeling van de branche en informatievoorziening aan de bloemisten altijd al een van haar kernactiviteiten. Inmiddels is al heel wat jaren veel aandacht gegeven aan de ondersteuning van productinnovatie voor bloemisten door middel van onderzoek, kennisoverdracht en advisering. Dit met als doel bloemisten te stimuleren eigentijds en innovatief bloemwerk te maken dat zich mee ontwikkelt met de smaakbeleving van de consument. Niets is zo veranderlijk als de consument. Stijl, kleurgebruik, uitstraling en dergelijke van interieur en mode veranderen steeds sneller. En aangezien al het bloemwerk ergens in een interieur wordt geplaatst, moet dit aansluiten op de veranderende stijl van deze interieurs.

Belangrijkste podium in de vertaalslag naar de bloemist is het evenement Floral Movement, dit jaar zowel regionaal als ook nationaal. Dit evenement dat wordt gekenmerkt door een hoog gehalte aan beleving, drama en theater, veel vernieuwing maar ook verrassing. Die aanpak krijgt daardoor veel waardering en belangstelling van de bloemist, maar ook van de relevante (vak)media. En niet in het laatst van de belangrijke secundaire doelgroepen zoals scholen en studenten (de ondernemers van de toekomst). Floral Movement heeft zich bewezen als een evenement met een enorme trekkracht; een perfect platform voor inspiratie, ontwikkeling, kennisoverdracht en ontmoeting.

In het begin van het verslagjaar 2009 is door de VBW, na toekenning van subsidie te hebben verkregen van het Productschap Tuinbouw, de voorbereiding voor Floral Movement 2009 weer met enthousiasme opgepakt. Het was een bijzonder jaar, aangezien er sterker op twee sporen zou worden gewerkt: innovatie in de regio's en vanuit de regio's innovatie via het centrale event Floral Movement.

### **Werkwijze 2009**

De organisatorische aanpak van het innovatie programma is in 2009 voor een deel vergelijkbaar geweest met voorgaande jaren, maar voor een deel ook volledig afwijkend.

Er is weer gewerkt met een stuurgroep Innovatie. Deze stuurgroep wordt regelmatig van samenstelling veranderd, teneinde de nieuwe inzichten en inspiratie binnen het team optimaal te houden. Het team bestaat uit enkele bloemisten en arrangeurs, vertegenwoordiging van VBW-bestuur en ledenraad, een aantal personen uit de staf van de VBW, aangevuld met externe organisatorische en communicatie-capaciteiten. Deze stuurgroep heeft de taak zich eerst te oriënteren op belangrijke ontwikkelingen in interieur, mode en consumententrends waarop de bloemistwinkelier een antwoord zou moeten hebben. Vanuit de waarneming van deze omgevingsfactoren wordt een vertaalslag gemaakt naar de betekenis daarvan voor de bloemsierkunst. Deze stuurgroep heeft relevante omgevingsfactoren vertaald naar een aantal mogelijke thema's, die de rode draad zouden kunnen zijn in presentaties, demonstraties, shows enz. Op basis van een gezamenlijke keuze is één thema gekozen. Dit thema is daarna bij een beperkt aantal bloemisten getoetst. Er is door deze bloemisten enthousiast op de keuze gereageerd, voldoende reden om dit centrale thema verder uit te werken in presentatievormen, informatiedragers enz. In de laatste fase van de voorbereiding is in een compleet werkplan gemaakt, waarin alle relevante details zijn vastgelegd: presentatietechniek, arrangeurs, kleur, stijl, communicatie-inhoud enz. De planning van wat er op welk evenement gebeurt hoort daar uiteraard bij.

Het grote verschil met voorgaande jaren is het feit dat innovaties en ontwikkelingen ook en met name vanuit de bloemist gestimuleerd zijn. Om die reden zijn er in 6 regio's regionale events geweest, om de noodzakelijke bottom-up-ontwikkelingen van innovaties door bedrijven en scholen

te stimuleren. Het resultaat van deze ontwikkeling is dat een groot aantal vakideeën in regionaal verband zijn gepresenteerd, getoetst en vervolgens nader uitgewerkt om op het nationale Floral Movement nogmaals te presenteren.

Vanaf het jaar 2006 zijn een aantal verbeteringen doorgevoerd in het innovatie-programma. Het ging er daarbij vooral om niet alleen tot de verbeelding sprekend vernieuwend bloemwerk te presenteren met een hoog "ooh"-gehalte. Het was van belang om tegelijkertijd ook een brug te slaan naar de dagelijkse praktijk door verkoopbaar bloemwerk in dezelfde stijl direct erbij te presenteren. Die aanpak is in 2009 versterkt voortgezet.

Verder was er gekozen voor een spreiding van de activiteiten door naast het centrale evenement in oktober ook te participeren in andere bloemistenbijeenkomsten, -evenementen en beurzen, zowel regionaal als internationaal. Doel was enerzijds een betere spreiding in het jaar, waardoor bloemisten op meer momenten bereikt konden worden, en anderzijds de innovatieve ideeën dichter naar de doelgroep te brengen. Ook deze aanpak is in 2009 versterkt doorgevoerd. Zes VBW Regiobijeenkomsten in het voorjaar hebben volledig in het teken gestaan van innovatie en waren in feite Floral Movements in kleinere vorm.

Al met al zijn tijdens de volgende evenementen op diverse manieren presentaties verzorgd:

- Bloemistenbeurs Bloem & Kleur : januari 2009 (Gorinchem)
- Floral Movement regionaal 2009 : voorjaar 2009 (6 locaties)
- Bloemistenbeurs Bloem & Kleur : augustus 2009 (Hardenberg)
- Floral Movement nationaal 2009 : oktober 2009 (Amersfoort)

### ***Uitvoering 2009***

Voor 2009 is gekozen voor het centrale thema "Vriendschap". Het thema geeft impulsen voor de bloemsierkunstige vertaling van "vriendschap" in het dagelijkse leven. Naast de belangrijkste trends in mode en interieur van dit moment speelt de bloemist een belangrijke rol in het vertalen van emoties van doelgroepen, zowel in de kadoMarkt, als ook in de thuisverbruikmarkt. Ook het inspelen op relevante consumententrends is voorzien in Floral Movement 2009. De toepassing van het thema werd allereerst op regionaal uitgewerkt, veelal door samenwerkingsverbanden van bloemisten, studieclubs en scholen. De ideeën en initiatieven, werden soms in wedstrijdverband, soms alleen in de vorm van een presentatie of demonstratie, beoordeeld door het aanwezige bloemistenpubliek, aangevuld met een daarvoor benoemde jury of beoordelingscommissie.

### ***Eerste sfeerimpressies tijdens Vakbeurzen Bloem & Kleur***

Tijdens de beide vakbeurzen Bloem & Kleur heeft de speciaal hiervoor aangestelde arrangeur een eerste sfeerimpressie gepresenteerd van het centrale thema. Deze beide beurzen werden gehouden in Gorinchem (januari) en Hardenberg (augustus), waar een groot aantal bloemisten en overige doelgroepen aanwezig waren.

### ***Floral Movement 2009: Bloemsierkunst op hoog niveau***

Met aanduidingen als deze werd de 7<sup>de</sup> editie van Floral Movement door de vakpers betiteld. Het was zonder meer een zeer geslaagd evenement voor het gehele bloemenvak. Of dit nu de regionale events of het landelijk event betrof maakt in deze geen enkel verschil. Voor iedere bloemist, uit welk marktsegment dan ook, was er genoeg te zien en te beleven, temeer omdat de inhoud en inspiratie voor de regionale en het landelijke event bottom-up waren ontwikkeld. Omdat iedere regio zijn bijdrage in hetzelfde thema moest verzorgen, ontstond een diversiteit aan beleving en toepassingsmogelijkheden.

Bloemisten, medewerkers en studenten die de events hebben bezocht, zijn met een hoofd vol ideeën en inspiratie huiswaarts getogen. Via zo'n circa 150 persoonlijke gesprekken tijdens en direct na de regionale en landelijke events werd door bijna 100% van de bezoekers zeer enthousiast en tevreden gereageerd. Zij gaven aan het event in 2010 weer te willen en zullen bezoeken. Een klein aantal gaf aan het landelijke event wel te willen bezoeken, maar hiervoor geen € 25 wil betalen.

### ***Nederlands kampioenschap "De Zilveren Tulp Trofee"***

#### Vorrondes

Op de eerste dag van iedere regionale Floral Movement ging het Nederlands Kampioenschap voor Junioren van start. In de zes regio's hebben in totaal 48 kandidaten deelgenomen aan de selectiewedstrijden om De Zilveren Tulp Trofee en de titel Nederlands Kampioen Bloemsierkunst Junioren, waarbij alle nummers één en twee van de betreffende regio klasseerden zich voor de landelijk finale. Aan het einde van de dag werden de gemaakte opdrachten tentoongesteld.

#### Finale

Op zaterdag 17 oktober 2009 werd de finale van het Nederlands Kampioenschap gehouden. Gedurende de dag maakten de twaalf finalisten 3 opdrachten. De laatste 2 opdrachten werden in het bijzijn van het publiek op het podium in het theater gemaakt. De presentatie van het Nederlands kampioenschap was in handen van Nicky Markslag. De jury begon 's middags met het jureren van de opdrachten om 's avonds laat af te sluiten met het jureren van het laatste, op het podium gemaakte werk. De bezoekers werd getraakteerd op bloemsierkunst van hoog niveau. De jury was aangenaam verrast door hetgeen gepresteerd was door deze jonge mensen. De winnares: Janneke Roeland uit Alblisserdam, mocht de Zilveren Tulp trofee mee naar huis nemen en zal als afgevaardigde Nederland vertegenwoordigen op de Eurofleurs in Manchester in zomer 2010.

Alle gemaakte opdrachten werden in diverse ruimtes tentoongesteld, zodat de bezoekers zowel op de zaterdag als de zondag het werk konden bekijken, bewonderen en beoordelen.

### ***Show en demonstraties***

#### Regionaal

In iedere regio waren er een of meerdere landelijk bekende arrangeurs aangetrokken om op een treffende manier presentaties en/of demonstraties te geven. Deze demonstrateurs konden steeds rekenen op veel belangstelling en enthousiast applaus. Een (semi) professionele presentator of presentatrice sprak de avonden aan elkaar en gaf toelichtingen op gemaakt bloemwerk, waardoor het bloemwerk meer ging leven.

#### Nationaal

Op de zaterdag werd een heuse show op het podium van het theater opgevoerd. Vijf van de zes regionale VBW-regioteams namen een groot deel van deze show voor hun rekening. Binnen de thema's bruiloft, digitale vriendschap en kleur met bijbehorende muziek en dans werd een professionele bloemenshow neergezet die stond als een huis. Behalve deze VBW-regioteams waren traden ook ondersteunende creatieve entertainers op.

Met inspirerende muziek, danseressen die hem de bloemen aanreikten en een spectaculair grootse ondergrond waarin hij op geheel eigentijds wijze bloemen verwerkte, sloot Ruud Hazelaar, Nederlands kampioen Bloemsierkunst 2008, de avond op geweldige wijze af. Een daverend applaus viel hem ten deel. Op professionele wijze werd het programma geregisseerd en gepresenteerd door Willem Bol, onder andere bekend van de televisie en Domino Day.

Op zondag waren de grootste publiekstrekkingen de Flower Toppers op. Deze drie heren hebben zich gedurende de gehele dag kunnen uitleven voor een groot publiek. Zij mochten steeds rekenen op rijen dikke toeschouwers, die al ruim voor aanvang van een volgende demonstratie klaar zaten en stonden om te genieten van dat wat deze heren lieten zien en horen. Als klap op de vuurpijl konden de bezoekers het gemaakte werk van de Flower Toppers bij opbod kopen. De opbrengst hiervan was bestemd voor het KWF. Zeker is dat alle bezoekers veel ideeën hebben opgedaan en veel hebben bijgeleerd, van zowel de theatershow als alle demonstraties en presentaties. Daarmee wordt zeker recht gedaan aan een belangrijke doelstelling van het evenement.

### ***Boekettenwedstrijd***

De boekettenwedstrijd heeft in enkele jaren tijd een niet meer weg te denken plaats ingenomen. Deze wedstrijd had voor zowel Floral Movement regionaal als nationaal het thema "Vriendschap".

#### Regionaal

De inzendingen in de zes regio's waren talrijk, tot 50 per regio en van een zeer hoog niveau. Ook voor de boekettenwedstrijd stond het thema vriendschap centraal. De boeketten worden ieder jaar meer divers, creatief en groots, waardoor het voor de juryleden steeds moeilijker wordt om te beoordelen. Overal is de boekettenwedstrijd een trekpleister waar niemand omheen kan en wil. Deelnemers zijn benieuwd naar het werk van hun "rivalen", maar ook willen zij al het moois bewonderen. Afhankelijk van het aantal ingeleverde boeketten per regio gingen er 4 of meer deelnemers door naar de landelijke finale.

#### Nationaal

De finale van de boekettenwedstrijd kende maar liefst 49 deelnemers. Deze deelnemers hadden hun deelname nog grootser aangepakt dan tijdens de regionale wedstrijden. Schitterende creaties werden binnengebracht. Voor de juryleden een hele opgave om de boeketten te beoordelen op het thema. Na uren beoordelen en beraadslagen mocht titelverdediger Thea Mekelenkamp uit Epe zich dé boekettenmeester van 2009 noemen.

### ***Workshops***

Workshops bieden de praktische vertaalslag en toepassing naar de praktijk van een getoonde ontwikkeling en innovatie. De workshops zijn daarom al vele jaren een doorslaand succes. Ook nu konden bloemisten, medewerkers en studenten op de regionale en landelijke events deelnemen aan een groot aantal workshops. Diverse creatieve bloemsierkunstenaars hebben hiervoor goed werk verricht en veel gedaan aan het overdragen van kennis en ervaring. De workshops mochten ook deze editie weer rekenen op een grote belangstelling en bleken steeds zeer druk bezocht!

### ***Combi studenten-/consumentendag***

De tweede dag van Floral Movement 2009 stond, zowel op regionaal als nationaal niveau in het teken van consument en studenten. Bijna in totaal 13.000 bezoekers, zowel klanten van de bloemisten als met name ook de groep bovenmatig geïnteresseerden in bloemsierkunst via Groei & Bloei. Naar schatting ook nog eens 2.500 studenten bezochten Floral Movement landelijk en regionaal 2009, in aantallen en met name kwaliteit van bezoek een groei van ca. 15%.

### **Communicatie en Inspiratietoepassing "thuis"**

Voor de schriftelijke vertaling van het centrale thema in concrete heldere communicatie is er gebruik gemaakt van een extern communicatiebureau. In de VBW zelf ter beschikking staande media is erg veel aandacht gegeven aan zowel het regionale als nationale Floral Movement: Bladwijzer, de speciale website [www.floralmovement.nl](http://www.floralmovement.nl), direct mail, stuifmail, speciale brochures etc. Maar niet alleen de eigen media zijn gebruikt. Met veel vakpers is samengewerkt teneinde de bloemisten vooraf en achteraf te bereiken, met name Bloem & Blad, De Pook en ook buitenlandse vakbladen. Vroegtijdig betrekken van de betreffende redacties resulteert erin dat bij herhaling aandacht aan de evenementen wordt besteed. Ook wat dit betreft heeft Floral Movement naam gemaakt. In de vakpers zullen tot ruim een jaar na het evenement nog steeds publiciteit en inspirerende fotoreportages aan de bloemisten gepresenteerd worden.

Voor verdere inspiratie "thuis" is er dit jaar voor gekozen om een DVD van de inspiratie-/theatershow te verspreiden onder de bloemisten in Nederland. Daarnaast zijn de foto's van het evenement uiteraard geplaatst op de regionale websites en de landelijke website [www.floralmovement.nl](http://www.floralmovement.nl). Daarnaast hebben zowel de VBW via het eigen blad Bladwijzer alsook het algemene vakblad Bloem & Blad het voornemen om in het jaar na Floral Movement op regelmatige basis via teksten en vooral foto's terug te kijken op dit geweldige bloemistenevenement.

#### **Wat is er bereikt?**

Bezoekersaantallen: allereerst is het vakmatige bezoek in 2009 stabiel hoog gebleven, dit tegen alle reguliere bezoekersontwikkelingen van evenementen in. Ruim 3.000 vakmatige bezoekers (ondernemers en medewerkers) bezochten de diverse edities van Floral Movement. Daarnaast hebben naar schatting 2.500 studenten de evenementen bezocht. Het consumentenbezoek met bijna 13.000 consumenten is in 2009 fors gegroeid.

Waardering: daarnaast is er opnieuw een hoge waardering onder de bloemisten voor Floral Movement. De waardering van het evenement is middels persoonlijke gesprekken onderzocht, waarbij vrijwel iedereen aangaf zeer tevreden te zijn en het event in 2010 weer te willen en zullen bezoeken.

Publiciteit: de vakmatige publiciteit opvallend groot, groter, omvangrijker en langduriger dan voorheen. Allereerst heeft het bloemistenvakblad (Bloem & Blad) voor, tijdens en ook langere tijd na de evenementen forse reportages gemaakt, aangevuld met veel foto-presentaties. Ook in buitenlandse vakbladen is er positief op Floral Movement teruggeblikt.

Toepassing "thuis": middels de publiciteit en de aan alle bloemisten toegestuurde DVD wordt ernaar gestreefd om de toepassing van de gezamenlijk ontwikkelde initiatieven ook "thuis" verder te stimuleren. Het feit dat de diverse beelden inmiddels ook al in narrowcasting-systemen bij bloemisten in de winkel zichtbaar zijn, onderstreept dit.