

# ‘Bloemen zijn een belevenis

Geef haar bloemen, zet een filmcamera voor haar neus en Nelleke Bontje is in haar element. De 30-jarige bloemschikster is een absolute vakvrouw in de bloemenbranche. Met haar bedrijf [Floralist.nl](http://Floralist.nl) weet Nelleke haar enthousiasme voor bloemen via online workshops en cursussen ook op anderen over te brengen. Daarbij ziet de jonge ondernemster nog volop kansen, op het gebied van productpromotie bijvoorbeeld.

Tekst: Jeannet Pennings  
Foto: René Faas

**N**a sluitingstijd zoeken we Nelleke Bontje op in de winkel waar ze twee dagen per week werkt: Dille Bloemen. Het is de bloemenzaak van haar ouders die met enige regelmaat ook fungeert als opnamestudio voor [Floralist.nl](http://Floralist.nl). Na sluitingstijd wordt de balie leeg gemaakt, de filmcamera tevoorschijn gehaald en neemt Nelleke de kijker mee in de wereld van boeketten maken. Vanavond staat de ‘Bollbloemen Explosie’ op het programma, een vrolijk lenteboekje dat in een kleine zeven minuten stap voor stap in elkaar wordt gezet. Thuis nog even bewerken en hup, de video kan online. Ziet het eindresultaat er super gelikt uit? “Nee, bewust niet”, vertelt Nelleke. “Ik maak ook wel eens een foutje of grapje voor de camera zonder het er direct uit te knippen. Dat houdt de workshops laagdrempelig en persoonlijk. De kijker moet zich met mij kunnen associëren.”

Dat laatste lijkt aardig te lukken: inmiddels hebben een kleine 5.000 hobbyisten en andere liefhebbers zich aan [Floralist.nl](http://Floralist.nl) verbonden. Nelleke leert hen de kneepjes van het vak en overlaadt ze met bloemschikinspiratie. Iets wat ze als kind niet had kunnen bedenken. “Ik had vroeger weinig met bloemen”, vertelt Nelleke. “Ik ben opgegroeid in een bloembollenomgeving, te midden van de kwekers. Toen ik 11 jaar oud was opende mijn moeder haar eerste bloemenwinkel, eerst in Den Helder en later in Breezand. Dat betekende hard werken en als puber miste ik vooral mijn moeder. Kortom, ik vond het maar niets. Tot dat ik op een zaterdag een bloemstuk maakte dat diezelfde dag nog verkocht werd voor 60 gulden. ‘Zal het dan toch mijn roeping zijn?’, dacht ik. Tussen neus en lippen door vroeg ik mijn moeder welke opleiding ik moest volgen voor bloemschik-

ken. Je begrijpt: haar mond viel open van verbazing.”

## MENNO KROON

Nelleke meldde zich op het Clusius College voor een opleiding bloemschikken, maar boekte de eerste jaren niet direct succes. “Na een aantal moeizame stages bij verschillende bloemenwinkels, koos ik bewust voor iets totaal anders: een marktachtige winkel. Het ram- en stampwerk zullen we maar zeggen. Ik zag direct dat ik dat juist niet wilde. De collega’s waren leuk, maar het bloemwerk was erg saai. Vervolgens heb ik de stoute schoenen aange trokken en ben naar Menno Kroon in Amsterdam gegaan, één van de meest luxueuze bloemenzaken van Nederland. Tijdens die stage ging er een wereld voor me open. Niet alleen vanwege het bloemwerk, maar ook door het heel andere type mensen dat daar werkte en in de winkel kwam. Een absolute eyeopener voor een meisje van het ‘platteland’”

.....

‘We moeten de  
toepasbaarheid van  
producten meer tonen, ook  
in de business-to-business’

.....

Na drie jaar had Nelleke haar diploma op zak. “Al hechte ik daar niet zo veel waarde aan”, geeft ze toe. “Een netwerk opbouwen was in mijn ogen veel belangrijker. Na een jaartje Australië, ging ik thuis aan de slag in de zaak van mijn ouders. Maar niet voor lang, want al vrij snel kwam een oud-leraar met een stageplek in Ecuador. Daar ontdekte ik dat Nederlandse ontwerpers op het gebied van bloemen groot aanzien hebben in



Nelleke Bontje: ‘Pas als mensen iets zien en ervaren, v

het buitenland.” Korte werkperiodes in onder andere Amerika en Italië volgden. “Eenmaal terug in Nederland besloot ik opnieuw bij Menno Kroon aan te kloppen. De klik was er direct weer, waarna ik er een jaar gewerkt heb.” Ondertussen opende Dille Bloemen een tweede winkel in Den Helder. “Mijn ouders konden dus wel wat extra hulp gebruiken. Ik heb echter nooit de ambitie gehad om de zaak over te nemen. Mijn ouders stoppen er heel hun ziel en zaligheid in. Daar heb ik veel respect voor, alleen zou ik

# s voor mensen'



willen zij het hebben'

het zelf anders doen. Ik vind het niet erg om 80 uur per week te werken, maar dan moet het wel meer opleveren. De toekomst vraagt om andere vormen van ondernemen."

## CASHFLOWCLUB

Die gedachte kwam tijdens een werkperiode in New York steeds meer bovendien bij Nelleke. Eenmaal terug in Nederland sloot ze zich aan bij een cashflowclub om de verschillende aspecten van ondernemen onder de knie te

krijgen. "Eén van de onderwerpen was internetmarketing", vertelt Nelleke. "Langzaam maar zeker viel bij mij het kwartje. Mijn eerste idee was om online boxen te verkopen met daarin alle benodigde materialen voor een boeket of ander bloemwerk, inclusief instructiefilm. Met name naar het laatste bleek veel vraag. In 2010 heb ik Floralist.nl ingeschreven bij de Kamer van Koophandel en ben ik begonnen met bloggen en filmpjes maken. Eén van mijn eerste klanten vroeg direct naar meer materi-

aal en zo is het balletje gaan rollen. Mijn eerste video's waren veel te lang, nu biedt ik alles in hapklare stukken aan. Inspiratievideo's met verschillende thema's en voor de diverse seizoenen. Daarbij biedt ik vrij veel gratis aan om een breed draagvlak te creëren. Door veel te geven, wek je vertrouwen. In mijn webshop kan men terecht voor uitgebreidere workshops, cursussen en materialen."

De ondernemster richt zich in eerste instantie op de hobbyist. "Maar bloemisten en andere geïnteresseerden zijn uiteraard ook welkom", voegt ze er direct aan toe. "Het valt mij op dat mensen best veel geld aan hun hobby besteden. Bloemen zijn echt een belevenis voor mensen. Wat voor ons heel vanzelfsprekend is, daar kun je anderen enorm blij mee maken." Inmiddels volgen een kleine 5.000 mensen Nelleke via haar website, nieuwsbrieven en sociale media. Dat zijn grotendeels Nederlanders, maar ook steeds meer buitenlanders melden zich. "Ik ben nu bezig om ook Floralist.com in de markt te zetten." Daarnaast ziet Nelleke mogelijkheden op het gebied van productpromotie voor de bloembollensector. Een idee dat is ontstaan sinds haar relatie met Alex van Haaster, mede-eigenaar van P.A. de Groot Export. "Ik had nooit gedacht dat ik met een bollenkweker thuis zou komen", lacht Nelleke. "Het leuke is dat wij allebei heel anders naar producten kijken. Zo kwam Alex laatst met een bos 'Rococo' thuis waar één virustulp in zat. Ik ging helemaal uit mijn dak - hoe unieker een bloem, hoe beter - maar als kweker vond hij het maar niets."

## TOEPASBAARHEID

Nelleke hoopt in de toekomst meer samen te werken met bedrijven uit de bloembollensector. Hoe dat precies vormt krijgt, weet zij nog niet. Wel signaleert de ondernemster al een toenemende behoefte aan productpromotie in de markt, zeker nu collectiviteit via organisaties als Bloemenbureau Holland op losse schroeven staat. "Hoe je het ook wendt of keert: als mensen iets zien, willen zij het hebben. Wij moeten onze producten dus nog veel meer onder de aandacht brengen. Meer meedenken met de eindgebruiker en de toepasbaarheid van producten tonen. Ook in de business-to-business liggen hier kansen. Laat zien wat je met een tulp, lelie of ander product kan, dan gaat het veel meer leven bij afnemers en hun afnemers. Momenteel voer ik met een aantal grote bedrijven uit de bloembollensector oriënterende gesprekken om te kijken hoe we dit vorm kunnen geven. Leuke uitdagingen!", besluit de bloemenvrouw enthousiast.