

# Trek je bloemen uit de muur

Hoe zorg je ervoor dat jouw product 24/7 beschikbaar is voor de consument? De webshop is een beproefd antwoord op die vraag. Nikki van Eldijk en Michel Dignum van 24Flower combineren hun webshop met een bloemenwand: een automatiek waaruit je dag en nacht een boeket kunt 'trekken'. De locatie aan het IJ in het hippe Amsterdam-Noord blijkt een schot in de roos.

Tekst: Monique Ooms  
Fotografie: René Faas

januari zijn we hier gestart met een bloemen-automatiek annex shop en het loopt goed."

## SIMPEL

Het begon allemaal met de naam: 24Flower. "Uitgangspunt was dat de consument dag en nacht verse bloemen zou moeten kunnen bestellen. We startten met een webshop met als onderscheidend aspect: vers van de kas naar de klant", vertelt Michel Dignum. "Eerst ging het daarbij alleen om tulpen, later kwamen er andere producten bij", vult Nikki van Eldijk aan. Om dichterbij de klant te komen, openden ze een aantal pop-up stores in Amsterdam. "Daar merkten we dat het concept 'vers van de kas naar de klant' de consument erg aansprak. We liepen al een tijdje met het idee om een bloemenmuur te openen, een automatiek waaruit je dag en nacht een boeket kunt 'trekken'. Toen we een locatie kregen aangeboden op het oude NDSM-terrein in Amsterdam-Noord, wat tegenwoordig een hippe wijk is, besloten we die kans te pakken. In

De bloemen worden grotendeels geleverd door kwekerscollectief G-fresh. Michel: "Wat we daarnaast nodig hebben om ons aanbod compleet te maken, koopt onze bloemist Onno de Vries in op de veiling. Onno runt de shop en maakt de boeketten." Aanvankelijk was het de bedoeling om alleen een automatiek neer te zetten in Noord. "Dat paste niet in het bestemmingsplan, er moest een winkel bij komen. Dus is het een combinatie geworden van de muur met een kleine bloemeshop. Sinds kort is de landingsplaats van de pont over het IJ hier tegenover gevestigd en daardoor is de aanloop flink gegroeid. Veel reizigers lopen even de winkel in."

24Flower is een dochter van Haakman Flowerbulbs, specialist in de broeierij en export van tulpen. Het directe contact met de klant is ook voor de moederonderneming waardevol. "Zo krijgen

we feedback op ons product en daar kunnen we op inspelen. Soms worden we verrast. Dan denken wij dat die nieuwe, rode tulp het helemaal gaat maken en laat de consument 'm gewoon staan. Dan moet je dus bijsturen." De muur is vooral handig in de periode na sluitingstijd. Elke ochtend zijn er wel een paar boeketten uit de automatiek verkocht. "Het werkt simpel: je maakt een keuze uit een van de drie prijscategorieën, € 9,95, € 15,95 of € 19,95, betaalt met je pinpas en haalt je boeket uit de muur. Er zit een koeling in de muur en de bloemen staan op water, zo houden we ze vers."

## MERK

In januari opende 24Flower zijn deuren in Amsterdam-Noord. Nikki: "Aanvankelijk lag de focus op tulpen, dat zijn echte publiekstrekkingen, de consument is er dol op. Nu dat seizoen voorbij is, verwerken we andere bloemen in de boeketten." De omzetcijfers vertonen een stijgende lijn. "We groeien elke maand. We zijn vanuit het niets begonnen en hebben in relatief korte tijd veel opgebouwd, daar zijn we best trots op." De ondernemers doen er dan ook veel aan om 24Flower op de kaart te zetten. Door te flyeren in de stad, maar ook via sociale media en de website. "We bouwen bewust aan de identiteit van ons merk", vertelt Michel. "De uitstraling is 'natuurlijk' en 'vers', wij verkopen 'bloemen met een verhaal' en halen het platteland naar de stad. Daarmee spreken we de doelgroep in dit stadsdeel aan; jonge mensen en gezinnen met een goed inkomen." Er zijn al plannen voor een tweede locatie. En de Duitse webshop moet sterker worden geprofileerd. "We blijven ontwikkelen."



Onno, Nikki en Michel: 'Bouwen aan een sterk merk'