



De meestgebruikte compositiefactoren zijn vorm, kleur en structuur. Er zijn echter nog veel meer mogelijkheden waarvan u gebruik zou kunnen maken. Geur bijvoorbeeld, zoals Jacques Coolen veelvuldig doet. In dit arrangement van hem speelt gemer een hoofdrol. Dergelijke rond geur opgebouwde objecten zouden bijvoorbeeld goed in een keuken showroom passen.

De bloemsierkunst is op basis van verschillende kenmerken in te delen. Zo kan een compositiefactor de hoofdrol spelen, een techniek, een stijl, een speciale gelegenheid, een stijl-groep of een seizoenstrend van Bloemenbureau Holland. De creatieve kant van het vak biedt dus vele mogelijkheden om zakelijk te scoren.

Tekst: Lucas Jansen Foto's: Bloem en Blad

Het creatieve gedeelte in een bloemenwinkel vraagt van de hedendaagse bloemist veel aandacht. De belangrijkste reden waarom consumenten naar een bloemenwinkel gaan in plaats van naar een supermarkt is toch vaak de creativiteit die ze er aantreffen. Gelukkig biedt de bloemsierkunst vele aanknopingspunten om creatief te zijn, alleen al doordat er meerdere manieren zijn om er tegenaan te kijken. Want waar baseer je je bloemwerk op? Is dat een compositiefactor, een techniek, een stijl, een smaakgroep, een feestdag of speciale gelegenheid of wellicht een seizoenstrend van Bloemenbu-

reau Holland? In dit artikel passeren meerdere indelingsmogelijkheden de revue, met tips om er commercieel wel bij te varen.

Bloemschikken is componeren

Het samenstellen van een aantrekkelijk of onaantrekkelijk geheel noemen we componeren. Compositie is het beste te zien in de natuur zelf, maar ook in de kunst, muziek, mode, inrichting of infrastructuur is sprake van compositie. En eigenlijk componeren we allemaal dagelijks wanneer we onszelf kleden, de tafel dekken of ons huis inrichten. In de bloemsierkunst proberen we een een-

heid van beeld te krijgen in een compositie.

Wanneer we een arrangement of decoratie samenstellen, voegen we een of meer compositiefactoren samen waardoor het aantrekkelijke geheel ontstaat: vorm, kleur, structuur, ritme, beweging, tijd en ruimte, geur, symboliek, geluid en stilte.

De bekendste compositiefactoren, waar we in iedere schikking mee te maken hebben, zijn vorm, kleur en structuur. De andere factoren zijn soms wel en soms niet aanwezig. Soms zouden we er juist veel meer gebruik van kunnen maken. Om veel meer te weten te komen, zou een uitgebreide studie in de compositie- en vormleer wenselijk zijn. Bij veel vervolopleidingen en kunstacademies wordt hier trouwens wel ruim aandacht aan besteed.

Indeling naar stijlen

De gebruikelijkste manier om arrangementen in te delen, is een indeling naar stijl. We onderscheiden klassieke, moderne en experimentele stijlen.

- Klassiek

Klassieke stijlen zijn veelal afgeleid van geometrische vormen, waarbij de materialen ondergeschikt zijn aan de vorm van de schikking. We onderscheiden:

- ronde vormen: biedermeier, mille fleurs, kegel, waaier en hartvorm;
- driehoeksvormen: asymmetrisch en symmetrisch;
- cirkelvormen: rouwkransen, tafelkransen, kerstkransen, adventskransen, lauwerkransen, s-lijn schikking en Hogarth-stijl;
- kruisvormen: Latijnse kruisvorm en Griekse kruisvorm.

In de praktijk worden diverse stijlen ook nog weleens 'decoratief' toegepast. In principe kunnen de in oorsprong klassieke vormen op

vele 'moderne' manieren worden toegepast. Zo kun je alleen al op het thema biedermeier oneindig veel variaties maken. Met de vorm van de biedermeier kun je variëren in hoogte. De bloem- en bladmaterialen kun je mengen, groeperen, in banen laten lopen of in cirkels. Zo zou je ook materiaal over de vorm kunnen laten heen lopen (overhuiden) of er als een fontein uit laten komen. Kortom, een klassieke basisvorm biedt commerciële, creatieve kansen.

- Modern

Bij moderne stijlen worden de materialen op een meer eigentijdse manier gebruikt, zonder dat deze zijn ingekaderd zoals bij de klassieke stijlen. We onderscheiden:

- lineair bloemwerk: materialen lopen in 'lijnen' door het bloemwerk, waardoor een ruimtelijke schikking ontstaat;
- parallel bloemwerk: materialen zijn parallel aan elkaar verwerkt. Een schikstijl die we de laatste jaren veelvuldig tegenkomen en toegepast zien worden in zowel gestoken als gebonden arrangementen, bijvoorbeeld het toortsboekje;
- vegetatief bloemwerk: materialen zijn geplaatst zoals ze in de natuur groeien. Vaak doet deze schikking wat minder geordend aan maar het biedt commercieel gezien steeds meer mogelijkheden, zeker in een tijd waarin de natuur 'hot' is;
- decoratief bloemwerk: hierbij worden de materialen ondergeschikt aan de vorm van het bloemwerk verwerkt, waardoor decoratieve schikkingen ontstaan die vooral worden gekenmerkt door een combinatie van diverse factoren: ritme, groepen, ruimte en separeren van materiaal.

De vier jaarlijkse inspiratiethema's van Bloemenbureau Holland bieden steeds weer vernieuwende ideeën voor bloemwerk. Op de foto bloemwerk passend binnen het thema Still Life uit 2006. Het werd gemaakt door Desirée Glasbergen.



- Experimenteel

Tevens kennen we de meer experimentele stijl, waarbij diverse elementen gecombineerd worden en een totaal nieuw arrangement ontstaat. Experimenteren kan in een bloemenwinkel leiden tot interessante reacties van klanten. Het is wellicht niet direct 'verkoopbaar', maar wel stimulerend voor de creatieve geest. En dat kan uiteindelijk weer leiden tot creatiever, commercieel bloemwerk.

Indeling naar technieken

Uiteraard is de techniek het eerste dat van belang is: een lelijk arrangement dat technisch goed gemaakt is en de consument tevreden stelt, is beter dan een prachtig creatief geheel dat na een dag in elkaar stort omdat de techniek rammelt. Uiteraard is het aan een professionele bloemist om het zowel creatief als technisch voor elkaar te hebben zodat een tevreden klant een vaste klant wordt.

In de bloemsierkunst kunnen we de schikkingvormen behalve op stijl ook indelen naar de techniek die we gebruiken. De meestgebruikte technieken in de winkel zijn:

- handgebonden technieken: korenschoof of parallel gebonden. Een extra mogelijkheid is om hierbij nog de frametechniek toe te passen;
- steektechnieken: veelal in steekschuim, maar het kunnen ook andere materialen zijn zoals kippengaas of veenmos;
- draadtechnieken: erg arbeidsintensieve techniek, die vraagt om een goede beheersing van de techniek. Om deze reden wordt deze techniek steeds minder toegepast;
- lijmtechnieken: snel en handig, vooral bij het maken van corsages en bruidswerk of ander fijn gedetailleerd bloemwerk.

In de Nederlandse bloemenwinkels maken we dus merendeels op de hand de korenschoofgebonden boeketten en maken we gebruik van steekschuim om diverse arrangementen te steken (steekschuim wordt vaak Oasis genoemd, maar dat is een merknaam). Wanneer we bruidswerk maken, wordt steeds vaker de lijmtechniek toegepast, ideaal en snel om een mooie creatie te maken, soms ook in combinatie met een draadtechniek of op een Oasis-houder.

Er zijn meer technieken, maar die zijn minder bekend en worden minder goed beheerst.

Daarom maken we er minder gebruik van: klemtechnieken, wikkeltechnieken en Japanse technieken.

Indeling naar gelegenheid

Werkend in een bloemenwinkel zijn er tal van gelegenheden om op in te spelen bij het maken van arrangementen. Zo zijn er:

- de landelijke, speciale dagen (Valentijn, Pasen, Secretaressedag, Koninginnedag, Moederdag, examentijd, Allerzielen, Advent en Kerstmis). In menig bloemenwinkel hangt een jaarkalender met daarop de belangrijkste bloemendagen; ook op de website van Bloemenbureau Holland (BBH), www.flowercouncil.org, zijn deze dagen te vinden. Tevens biedt de pictureservice van BBH een schat aan ideeën en zijn diverse promotionele ondersteuning verkrijgbaar in de vorm van posters en flyers. Ook van www.promotieplein.nl, ontstaan uit een samenwerkingsverband tussen BBH, VBW en het HBD, is tal van promotiemateriaal te halen.

- regionale, stads- of dorpsactiviteiten.
- met regelmaat komen er dagen bij of zijn invloeden vanuit andere landen merkbaar: denk aan Vrouwendag, Vriendinnendag, Grootmoederdag, nieuwjaarsdag et cetera. Eigenlijk zijn er vele dagen in het jaar waar je als bloemist commercieel gezien voordeel uit zou kunnen of moeten halen door erop in te spelen. Je kunt de consument dan op meer momenten verleiden om een bloemetje te kopen.

- speciale gelegenheden waarvoor bloemen gekocht worden. Bruidswerk en rouwwerk zijn zaken waarvoor consumenten naar speciaal-zaken gaan. Voor veel bloemisten zijn dit de arrangementen waarop zij zich creatief kunnen uitleven, en die, wanneer je goed calculeert, ook nog wat opleveren. Zaken als bruidswerk met de vele bijverkoopmogelijkheden, zijn interessant. Het werken met een checklist om naast het bruidsboekje ook andere zaken te kunnen verkopen, is handig. Een keer zo'n lijst samengesteld, maakt dat je niks vergeet en de klant attent kunt maken op de vele mogelijkheden. Denk daarbij aan:

- corsages voor familie en gasten;
- autoversiering;
- kerkversiering en eventueel Mariastuk;
- restaurantdecoraties met tafelstukken en ruimtedecoraties;

- jonkerstafje en bruidsmisjesboeketje;
- receptieboekstuk;
- bloemen als bedankje voor de gasten of familie.

Ook voor rouwbloemwerk of andere speciale gelegenheden zijn zulke checklijsten handig om mee te werken. Commercieel gezien laat je dan niets aan het toeval over.

Bloemwerk en winkel aangepast aan stijlgroepen

Wanneer je bloemen, planten en arrangementen verkoopt is het van belang je doelgroep te kennen. Een consument kan beter kiezen wanneer de producten in de winkel aansluiten bij zijn of haar smaak. Dat stimuleert ook de impulsverkoop.

Consumenten zijn onder te verdelen in stijlgroepen. Die kunnen voor bloemisten interessant zijn om mee te werken. Wanneer u weet (door ervaring en/of onderzoek) welke consumenten met name in uw winkel komen, kunt u daar zowel in de winkelinrichting als met uw aanbod aan bloemen, planten en arrangementen op inspelen.

De volgende stijlgroepen zijn te onderscheiden:

stijlgroep	vrouwtype	visuele kenmerken	trendgevoelig
modern	Ellen	modieus, strak, opgeruimd, krachtige en duidelijke vormen	ja
klassiek	Sophie	elegant, romantisch, traditie, cultuurrijk	ja
degelijk	Maria	traditioneel, vrouwelijk, bekend, waar voor je geld	nee
populair	Vanessa	opvallend, verleidelijk, glamour, kant-en-klare oplossingen	redelijk

Werken met stijlgroepen in uw winkel biedt verkoopkansen. Bloemenbureau Holland definieerde er meerdere. Op de foto een presentatie die bij Maria in de smaak zal vallen. Maria staat symbool voor de wat oudere conservatieve vrouw met een degelijke smaak.



Soms maken bloemisten bewust gebruik van de stijlgroepen, maar veel vaker gebeurt dit onbewust. Toch verdient het aanbeveling u te verdiepen in dit onderwerp, omdat u uiteindelijk uw klanten beter zult kunnen bedienen. En dat zorgt weer voor een beter bedrijfsresultaat. Het gaat in dit artikel te ver om alle stijlgroepen uit te werken, maar in eerdere Bloem en Blad artikelen is hier ook al aandacht aan besteed. Hier wordt het alleen even aangestipt om aan te geven dat bloemwerk ook op stijlgroepen kan worden geïnspireerd.

Bloemwerk aangepast aan seizoentrends

Het is ook mogelijk het bloemwerk in de winkel te inspireren op de seizoentrends van Bloemenbureau Holland. Uiteraard is dit geen wet om absoluut te volgen, maar een mogelijkheid om continu verfrissende nieuwe ideeën aan de consumenten te tonen. En consumenten, die willen nu eenmaal worden verrast.

Bij de inspiratiethema's worden maatschappelijke tendensen vertaald in bloemwerk. Dit jaar staat telkens één bloem per seizoen



Als u werkt met een checklist waarop staat welk bloemwerk u kunt maken voor bruiloften, weet u zeker dat u alle mogelijkheden onder de aandacht van de klant brengt.

- winter: Look & Wonder.
Per seizoen worden hierbij ook aangegeven:
- waardetrend: in kernwoorden wordt de tijdgeest aangegeven;
- kernwoorden: in enkele woorden worden de belangrijkste zaken aangegeven die kenmerkend zijn voor het seizoensthema;
- interieurkenmerken: kleur, materiaal, vorm en dessin;
- arrangementen: kleur, vormen, vazen en ondergronden;
- kleurkaart: in een kleurschema zijn de belangrijkste kleuren weergegeven.

 Kijk voor meer artikelen over stijlgroepen op www.bloemenblad.nl onder Aanvullingen op nummer 8.

Lucas Jansen is oprichter van de Floweracademy.nl, en geeft daar trainingen, onder meer op het gebied van assortimentskennis en kwaliteit. Kijk voor informatie op www.floweracademy.nl.

Serie over vakkennis

De maandelijkse serie over vakkennis wordt geschreven door Lucas Jansen, oprichter van en docent aan de Floweracademy.nl. Binnen de serie worden diverse onderwerpen uitgewerkt met betrekking tot kwaliteit, zoals botrytis, ethyleen, rijpheidstadië, transport en opslag. Tevens zullen enkele product(groepen) worden uitgelicht in relatie tot houdbaarheid en kwaliteit: trekheesters, exoten, rozen, bolbloemen, zomerbloemen en kerstproducten. Ook komen bloemsierkunsttechnieken, marketing en ondernemen in deze kennisreeks aan de orde.