

Marco Kortenray (r.) en
Maurice Smeets van Vier
Seizoenen Buiten slaan een
volledig nieuwe weg in.
Foto: WendyBoon Fotografie



Nieuw franchiseconcept voor hoveniers wil werkdruk kleine ondernemers verlichten

'Onze doelgroep is hoveniersondernemingen met drie tot vier medewerkers'

Nederland is een franchiseland: het aantal franchise formules is de afgelopen vijftien jaar verdubbeld tot bijna 800, meer dan in welk ander land dan ook. Bekende franchise-formules zijn Rituals, fit20 of een Doppio Espresso. In de hovenierssector is het fenomeen relatief onbekend. Marco Kortenray en Maurice Smeets willen hier verandering in brengen en een franchise-onderneming in de hoveniersbranche starten.

Auteur: Broer de Boer

Kortenray en Smeets, nog geen vijftig jaar oud, werkten twee jaar aan hun weldoordachte en complete plan. Hun doelgroep? Hoveniersondernemingen met drie tot vier medewerkers. In De Hovenier ontvouwen de hoveniers uit het Limburgse Echt hun plannen. Hun franchiseonderneming draagt de naam Vier Seizoenen Buiten. Dezelfde naam, overigens, als hun eigen hoveniersbedrijf. De nieuwe onderneming staat daar zakelijk helemaal los van, maar levert wel vele voorbeelden van de ontwikkeling van hun concept. Allereerst dus iets over hun eigen hoveniersbedrijf, dat ze oprichtten na twintig jaar samenwerken. Je vindt hun bedrijf op het industrieterrein in het Limburgse Echt. 'We kennen elkaar vanaf de schoolbanken', vertelt Kortenray. 'We haalden onder meer het hoveniersdiploma, werden hovenier, werkten weleens samen bij grotere opdrachten. Uiteindelijk zagen we een grote kans om elkaar te versterken door als twee eenmansbedrijven samen te gaan. Onze ambities bij de start in 2015 waren meer structuur in ons werk, een normale werkdag en het bedienen van een ander segment (midden en hoger, red.). Hierdoor konden we hogere uurlo-

nen afspreken dan gebruikelijk is in de sector. Overigens was dit mede te danken aan onze vakkennis, het maken van goede afspraken en het nakomen ervan. Wij hebben geleerd om trouw te blijven aan onze eigen waarden en overtuigd te zijn van onze kennis, ongeacht het opleidingsniveau of de functie van opdrachtgevers. Vaak hebben die geen enkel idee van wat er komt kijken bij de aanleg van een tuin. Zo konden we ons richten op exclusieve tuinen en we zijn dus niet de goedkoopste in de sector.' Eén van de belangrijke strategieën van dit Echtse hoveniersbedrijf is bijzonder: ze plannen vier hoveniers vast in; twee anderen worden niet ingepland. 'Hierdoor kunnen we zonder problemen ziekmeldingen opvangen, maar we kunnen ook ad hoc klussen accepteren. Het geeft ons de nodige flexibiliteit, terwijl dit de overheadkosten niet beïnvloedt', verduidelijkt Smeets. 'Zo komen we niet alleen tijdens de uitvoering van een opdracht onze afspraken na, maar ook al voor de start van een opdracht. Zo iets wordt doorverteld bij onze cliëntèle. In het algemeen schort het in de hoveniersbranche nog weleens aan het tijdig nakomen van afspraken. Zeker kleinere hoveniers bestemmen



6 min. leestijd

ACHTERGROND

Franchise: succes vermenigvuldigen

Een korte definitie van franchise luidt: 'het vermenigvuldigen van succes'. Een ondernemer heeft een succesvol bedrijf opgebouwd en stelt andere zelfstandige ondernemers (franchiseemers) in staat om volgens dezelfde formule hun eigen succesvolle bedrijf op te bouwen. In ruil hiervoor betalen ze de eerste ondernemer (de franchisegever) een vergoeding. Ze maken gebruik van een gemeenschappelijke naam en een uniforme werkwijze richting de klant. Denk hierbij bijvoorbeeld aan McDonalds. Gedurende de looptijd van de schriftelijke franchiseovereenkomst die de partijen voor dit doel sluiten, krijgt de individuele franchisenemer het recht en de plicht om tegen directe of indirecte financiële vergoeding gebruik te maken van de handelsnaam van de franchisegever, de kennis, de zakelijke en technische methoden, de werkwijze en andere zaken die intellectueel eigendom zijn van de franchisegever. Dit gebeurt onder voortdurende commerciële en technische ondersteuning van de franchisegever.

de avonden en het weekend om de problemen van de week op te lossen. Werkweken van 80 uur zijn dan geen uitzondering. Aan de ondernemersaspecten komen ze nauwelijks toe in normale werktijd. Die aanpak paste niet bij ons, ook niet vanwege het gezinsleven. Uiteindelijk waren we ondernemer geworden om geld te verdienen in het hoveniersvak: compleet met grondwerk, beplanting, tuinhuizen, gazons, verlichting, tegelwerk, zwembaden en vijvers, vlonders, verlichting en beregening.'

Franchise-onderneming

Ondernemers hebben groeiambities; ook bij deze initiatiefnemers zijn die duidelijk aanwezig. 'Maar niet door andere regionale hoveniersbedrijven over te nemen', zoals Kortenaar zegt. 'We willen een dijk van een onderneming neerzetten, die over enige tijd een bepaalde marktwaarde vertegenwoordigt. Zodat er eventueel plaats is voor onze volgende generatie.' Hierbij hadden hij en zijn medevenoot de franchiseformule voor ogen die tuincentra hanteren. Eerder kende de hovenierssector de fran-

chise-onderneming: Groener Gras Hoveniers. Een franchise model wat in 1996 startte, maar waar ook in 2018 weer een eind aan kwam. Het is de redactie onbekend waarom deze franchise is gestopt. Kortenaar vervolgt: 'Op veel werkgebieden kun je met een franchiseconcept de professionaliteit en de uitstraling van een hoveniersbedrijf versterken. Vooralsnog stellen we onze ambities voor de franchise-onderneming Vier Seizoenen Buiten niet te hoog. We denken dat over tien jaar landelijk minimaal 100 hoveniersbedrijven bij ons participeren als franchisenemer. Wij gaan voor degelijkheid. Bij het aangaan van contracten richten we ons op hoveniersbedrijven die minimaal vijf jaar bestaan, een meewerkend eigenaar hebben en drie tot vier hoveniers in dienst. Qua financiën en vakkennis moet het bedrijf gezond zijn. Wat franchisenemers precies van de organisatie kunnen verwachten, zal mede afhangen van de groei; we willen komen tot een schaalbare organisatie. Bij groei heeft ons franchiseconcept veel potentie op het gebied van diensten, inkoop en kennisontwikkeling.'

Franchisehandboek

Smeets haalt het handboek tevoorschijn. Hierin staan alle denkbare facetten van het businessmodel van de innovatieve franchiseorganisatie, uiteraard gerubriceerd in hoofdstukken. Het zijn onderwerpen waarmee de toekomstige franchisenemers direct of in een later stadium te maken kunnen krijgen. Voor het drukwerk hebben de initiatiefnemers een nieuwe huisstijl ontwikkeld, die ook gebruikt zal worden op bestelauto's en bedrijfskleding. Smeets: 'Zoets moet er verzorgd uitzien en de aangesloten hoveniersbedrijven een goede uitstraling geven. Ook een nieuwe bedrijfswebsite ondersteunt dit. De aangesloten hovenierbedrijven kunnen beschikken over een eigen landingspagina, waarmee ze aansluiten op de site van Vier Seizoenen Buiten. We hebben hiervoor zelf een ICT'er, die ook publicaties op social media zal bijhouden. Promotie en marketing zijn dus belangrijke onderdelen waarbij we onze franchisenemers gaan ontzorgen. Ze kunnen hiermee een professionele indruk maken, die hen onderscheidt van de circa 14.500 andere hoveniersbedrijven, waarvan zo'n 9.000 zzp'ers.'

Verder is de structuur van werken verbaazingwekkend nauwkeurig uitgewerkt in een stappenplan. Dat loopt vanaf het allereerste telefoontje van een opdrachtgever tot en met het controleren of de factuur betaald is. En er is nog een ander apart stappenplan op papier gezet. Dit richt zich volledig op de uitvoering van een opdracht op locatie. 'Werken volgens deze structuur, compleet met beslisbomen, heeft mede bijgedragen tot het succes van ons bedrijf', vertelt Smeets. 'Wij zien structuur als essentieel voor een onderneming; zaken aan



Foto: WendyBoon Fotografie



Zwembaden en zwembadontwerpers worden ook steeds meer het werkterrein van hoveniers. Dat vraagt om nieuwe kennis.



Een van de tuinen die door hoveniersbedrijf Vier Seizoenen Buiten is aangelegd.

het toeval overlaten kan je duur komen te staan.' Het franchisehandboek behandelt vele vormen van ondersteuning waarop aangesloten hoveniers mogen rekenen, zoals coaching, automatisering, bedrijfseconomische begeleiding, opleidingen, ook gericht op zijinstromers, en personele zaken. Verder wordt er aandacht besteed aan materiaalgebruik en veiligheid en er is een register van leveranciers van diverse materialen en producten. Smeets: 'We benoemen hierin ook zaken waaraan een deelnemend hoveniersbedrijf moet voldoen, zoals gebruikmaken van een online-boekhoudprogramma. Hierdoor kunnen we bedrijven onderling vergelijken, iets waarmee zij hun voordeel kunnen doen. Benchmarken heet dat. We kijken dus mee over de schouder van de – zelfstandig blijvende – ondernemer.' Vervolgens vat Kortenray samen: 'We versterken dus het ondernemerschap; we dragen bij aan een hogere omzet voor de franchisehovenier, zodat er onder de streep meer geld overblijft. Bij aanmelding doorloopt een hoveniersbedrijf een bepaald traject, waarbij we onder meer naar de financiële situatie en de communicatievaardigheden kijken. En we kijken

op welke gebieden we de ondernemer moeten trainen. Structuur, planning en communicatie blijken belangrijke aspecten voor goed ondernemerschap.'

Invloed uitoefenen

Toetredende hoveniers gaan onder meer een toetredingsbedrag betalen, maar voor alle duidelijkheid: ze blijven zelfstandig ondernemer. Krijgen ze ook invloed op het beleid van de franchiseorganisatie? Hierover zegt Smeets: 'In de eerste opzet zijn de lijnen kort; franchisenemers kunnen altijd rechtstreeks bij ons terecht met hun vragen en voorstellen. Deze bespreken wij dan met de franchisenemer. Wijzigingen worden opgenomen in het handboek en gelden vanaf dat moment voor alle deelnemers. Zodra de organisatie enige omvang heeft, richten we een franchisenemersraad op. Die gaat een rol spelen in het besluitvormingsproces en krijgt een controlerende taak' Over het waarborgen van de kwaliteit van de uitvoering van opdrachten zegt Smeets: 'We kijken over de schouder mee naar de financiën bij de onderneming. Daarnaast zullen we steekproefsgewijs

opdrachtgevers van deze bedrijven benaderen. We gaan dan na of de uitvoering van de opdracht is gegaan zoals ze zich hadden voorgesteld.'

Visie op vak

Welke visie heeft Vier Seizoenen Buiten op het hoveniersvak? Kortenray: 'Wij constateren dat nieuwe ontwikkelingen helaas achterblijven. Vroeger moest je diploma's hebben om ondernemer te kunnen worden, maar tegenwoordig kan iedereen zich inschrijven als hovenier bij de Kamer van Koophandel. De belangstelling om de hoveniersopleiding te volgen is gering. De brancheorganisatie had dat meer kunnen stimuleren. We constateren ook dat de organisatiegraad in de branche vrij laag is. We hebben dus voor ogen om zelf bijeenkomsten te organiseren over het vak teneinde kennislacunes op te vullen. Verder zou het goed zijn als ondernemers een meer gelijkwaardige gesprekspartner worden van de vaak hoger opgeleide opdrachtgevers. Daar lijkt de vraag naar exclusieve tuinen namelijk toe te nemen. Communicatie is daarbij van groot belang. Heel belangrijk is: neger de concurrentie en doe vooral dat waarin je zelf gelooft. Pas je niet aan de concurrentie aan. En verder: sta voor de tarieven die je vraagt en de kwaliteit die je levert. Dat heeft ons in elk geval het gewenste succes gebracht.'

Pay-off

Met hun totaal nieuwe aanpak van het hoveniersvak staan Kortenray en Smeets open voor een oriënterend gesprek met geïnteresseerde hoveniers uit hun doelgroep. Om potentiële nieuwe opdrachtgevers te interesseren, hanteert franchiseorganisatie Vier Seizoenen Buiten de volgende pay-off: 'Vier het buitenleven'. Wat bedoelen ze daarmee? Smeets antwoordt: 'Vier Seizoenen Buiten ontwerpt en realiseert exclusieve tuinen, waarvan je het hele jaar door, vier seizoenen lang, kunt genieten. Met deze pay-off roepen we mensen op om te gaan genieten van het buitenleven. Het is een claim die in deze onwerkelijke tijd natuurlijk een extra lading krijgt. Het ultieme genot ervaar je in een tuin die is aangelegd door Vier Seizoenen Buiten!' Ben je als hovenier geïnteresseerd en wil je meer weten neem dan contact met ons op.



Kortenray en Smeets menen dat hun franchiseconcept hoveniers kansen biedt om onder de streep meer over te houden.

