



CEO van Directplant Emanuel Hommes

Van tegenwind tot topwebshop: het verhaal van Emanuel Hommes, CEO Directplant.nl

Emanuel Hommes, CEO Directplant.nl: 'Tegenwoordig willen klanten niet alleen een goed product, maar ook een goed gevoel'

Toen Emanuel Hommes vijftien jaar geleden Directplant.nl overnam, verklaarden zijn vrienden hem voor gek. De consument moest nog wennen aan het idee van online planten kopen en ook de kweker was sceptisch. Toch groeide de plantenwebshop uit tot de grootste van Nederland. Dat komt onder meer door een efficiënt logistiek systeem, vertelt Hommes.

'Hoe korter een product bij ons blijft, hoe beter. Planten blijven het mooist bij de kweker.'

Auteur: Christina Kwartén

Emanuel Hommes groeide op tussen de heesters en de bodembedekkers op een kwekerij in Leersum. Al van jongs af aan werkte hij het liefst met zijn handen in de aarde. Zijn vader raadde hem af om de plantenwereld in te gaan, maar Hommes sloeg die waarschuwing in de wind. In 2009 nam hij Directplant.nl over, een plantenwebshop die een jaar eerder failliet ging. 'E-commerce stond destijds nog in de kinderschoenen, en consumenten overtuigen was een uitdaging,' vertelt Hommes. Veel mensen vonden het idee van online planten kopen absurd. 'Wie koopt er nou planten via internet?' vroegen ze zich af. Ook kwekers keken sceptisch naar het concept.

In de eerste twee jaar reed Hommes zelf door het hele land om planten op te halen en af te leveren. 'Soms gaf ik meer uit aan brandstof dan ik verdiende,' blikt hij terug. Zijn vrienden plaagden hem regelmatig: 'Ga je vandaag weer een viooltje naar Groningen brengen?' Toch

hield hij vast aan zijn overtuiging dat online plantenverkoop een succes kon worden. En dat blijkt, want inmiddels is Directplant uitgegroeid tot de grootste webshop van Nederland.

Persoonlijke aanpak

Een belangrijke reden achter de groei van Directplant is de persoonlijke aanpak, aldus Hommes. 'Wij bezorgen alle bestellingen zelf. Met negentien bussen en chauffeurs met groene vingers zorgen we ervoor dat de planten direct bij de klant aankomen. Dankzij ons eigen transport kunnen we heldere tijdsafspraken maken en persoonlijk advies geven aan particulieren en hoveniers.' Een andere kwaliteit van zijn bedrijf is volgens Hommes het uitgebreide assortiment. 'Tuincentra hebben misschien tweehonderd soorten vaste planten, maar wij bieden bijna drieduizend variëteiten aan,' zegt Hommes. 'Waar tuincentra vaak alleen visuele planten met bloemen of bessen verkopen, bieden wij het hele jaar door een breder aanbod, zoals bomen en haagplanten. Al onze planten worden buiten gekweekt, waardoor ze goed afgehard zijn en tegen een stootje kunnen.'

Concurrentie

De concurrentie in de onlineplantenmarkt is de laatste jaren flink toegenomen, merkt Hommes. 'Steeds meer webshops bieden een soortgelijk assortiment aan als wij. Deze nieuwkomers verkopen vaak alleen populaire planten en concurreren met lage prijzen, maar ze houden het meestal niet lang vol.' Specifieke voorbeelden wil Hommes niet noemen, maar de redactie weet bijvoorbeeld hoe onlineplantenshop Bakker.com afgelopen jaren meermaals faillissement heeft aangevraagd. Andere concurrentie komt vanuit kwekers zelf. 'Zij kiezen er steeds vaker voor om direct aan consumenten te leve-

ren, zoals in de Betuwe met dak- en leibomen, maar de grootste uitdaging voor deze bedrijven blijft echter de logistiek,' aldus Hommes.

Slimme logistiek

De toekomst van online plantenverkoop in Nederland draait vooral om slimme logistiek, zegt Hommes. 'Efficiëntie wordt steeds belangrijker. En daar ligt onze kracht.' Hij vervolgt: 'We bundelen bestellingen en bezorgen zo efficiënt mogelijk. In het voorjaar rijden we bijvoorbeeld drie keer per week naar Groningen, en in het laagseizoen maar één keer. Hoe korter een product bij ons blijft, hoe beter. Planten blijven het mooist bij de kweker.' Directplant fungeert als een schakel tussen kwekers en consumenten, met een efficiënt logistiek systeem. Maar volgens Hommes gaat het om meer dan alleen het leveren van producten. 'We willen fijne relaties opbouwen met onze klanten en niet alleen bestellingen afhandelen. We zijn geen dozenschuivers.'

Technologie

Ook technologie speelt een belangrijke rol in de onlineplantenverkoop. 'Acht jaar geleden verwerkten we bestellingen nog handmatig, maar tegenwoordig gaat dit bijna volledig automatisch. Orders worden direct gekoppeld aan de juiste leverancier en 's nachts doorgestuurd naar de kwekers,' legt Hommes uit. Het bedrijf maakt daarnaast bescheiden stappen op het gebied van kunstmatige intelligentie. 'Momenteel gebruiken we alleen een chatbot op onze website, maar we denken wel na over de toekomst. 'Onze site is geoptimaliseerd voor de zoekmachine van Google, maar we verwachten dat mensen in de toekomst vaker via AI-tools gaan zoeken. Dat is iets waar we rekening mee moeten houden'

Directplant richt zich ook steeds meer op social media. 'We willen ons YouTube-kanaal uitbreiden met praktische how-to-video's over tuinieren en planten. Particuliere klanten weten steeds minder over groen, en wij willen hen beter begeleiden. Daarom hebben we een keuzehulp op de website, waarmee klanten gericht advies krijgen over welke planten het beste bij hun wensen passen.'

Duurzaamheid

Duurzaamheid wordt een steeds belangrijker onderwerp voor de consument. 'We hebben onze slogan recent veranderd naar "Directplant maakt het leven groener" omdat klanten steeds meer waarde hechten aan duurzaamheid,'

vertelt Hommes. 'We verzenden al vijftien jaar verpakkingsvrij, maar dat was vroeger geen sellingpoint. Tegenwoordig willen klanten niet alleen een goed product, maar ook een goed gevoel. En dat willen wij ook.' Vorig jaar is Directplant Skal-gecertificeerd en in 2025 richt Directplant zich op verdere verduurzaming en het betreden van nieuwe markten. 'Onze website breidt uit naar Duitsland, we gaan meer biologische producten aan het assortiment toevoegen en focussen op de hovenier. Momenteel bestaat 90 procent van onze klanten uit particulieren en 10 procent uit hoveniers, maar we willen die verhouding in balans brengen. Hoveniers bestellen het hele jaar door, wat zorgt voor meer continuïteit.'

Hovenier

De hovenier was altijd al de beoogde doelgroep van Directplant, vertelt Hommes. 'Voordat ik de webshop overnam, maakte ik beplantingslijsten voor hoveniers. In die tijd gaven ze me vaak een papieren lijst met wat ze nodig hadden. Ik bouwde een website om die bestellijsten te digitaliseren, en dat was ook mijn plan voor Directplant. Maar al snel ontdekte ik dat hoveniers geen computer-mensen zijn. Ze werken liever buiten in de tuin.' Tegenwoordig bestellen hoveniers steeds vaker hun planten online. 'Het is veel makkelijker geworden om online te bestellen,' zegt Hommes. 'Hoveniers gebruiken nu vaker hun mobiel voor bestellingen, en dat was in 2009 nog niet het geval.' Daarom wil Hommes een portaal lanceren waar hoveniers direct prijzen exclusief btw kunnen inzien. Momenteel kunnen hoveniers al een hoveniersaccount aanvragen, waarmee ze korting krijgen en gratis bezorging.

'Onze site is geoptimaliseerd voor de zoekmachine van Google, maar we verwachten dat mensen in de toekomst vaker via AI-tools gaan zoeken. Dat is iets waar we rekening mee moeten houden'



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!



De planten van Directplant worden verpakkingsvrij verzonden en CO₂-neutraal bezorgd