



Waarom goede vakmensen niet altijd goede ondernemers zijn

‘Succes is 80 procent ondernemersvaardigheid en 20 procent vakmanschap’

Jelle Westra, directeur van Tuinkeur, heeft een duidelijke missie: hoveniers helpen om niet alleen vakbekwaam te zijn, maar ook succesvol ondernemer te worden. Met zijn directe aanpak en focus op ondernemersvaardigheden heeft hij al vele hoveniers op weg geholpen. En dat blijft niet onopgemerkt: recent werd hij genomineerd voor de titel Greenfluencer 2024. ‘We hebben een mooi vak, maar we moeten leren ondernemer te worden in ons eigen bedrijf.’

Auteur: Fleur Dil

Veel hoveniers zijn gepassioneerde vakmensen en meesters in het maken van mooie tuinen, maar als het gaat om de zakelijke kant van hun werk, loopt het vaak vast. En dat kan behoorlijk wringen, want de cijfers liegen er niet om: ‘Succesvol zijn is 80 procent ondernemersvaardigheid en maar 20 procent vakmanschap’, stelt Westra. ‘Maar die vaardigheid is te leren als je ervoor openstaat.’



Misverstanden over tarieven en waarde

Een van de grootste misverstanden in de sector betreft de tarieven. Hoveniers onderschatten vaak de waarde van hun werk. 'Een advocaat kan zomaar 300 euro per uur vragen, terwijl hoveniers in weer en wind werken en de mooiste tuinen creëren voor vaak maar 45 euro per uur. En regelmatig zelfs minder. Wij vinden dat normaal, terwijl het nergens op slaat.'

Vakmensen moeten leren mondiger te worden en meer voor zichzelf opkomen, vindt hij. Het idee dat het tarief afhankelijk is van de klant, berust op een misverstand. Westra: 'Alsof je naar de autogarage gaat en zelf bepaalt wat je betaalt en wanneer het klaar moet zijn. Als je het zo uitlegt, begrijpt iedereen hoe krom het is.' Westra helpt hoveniers om een goed doorzicht tariefsysteem op te zetten. 'Als je met ze om de tafel gaat en de relatie tussen jaarcijfers en offertes uitlegt, gaat ineens het licht aan,'

zegt hij. Met een goed tarief kunnen hoveniers niet alleen hun werk beter waarderen, maar ook hun bedrijf financieel gezond houden – met ruimte voor pensioen en verzekeringen.

Groeipijn

De overgang van vakman naar ondernemer is een flinke uitdaging. Westra weet daar alles van. 'Ik werkte vanaf mijn 24e in de bankenwereld, waar ik veel te maken had met bedrijfsfinanciering en het beoordelen van bedrijfsresultaten,' vertelt hij. 'Toen ik voor mezelf begon, kwam ik erachter dat ik in een gepamperde wereld had geleefd waar alles voor me werd geregeld. Ik wist niks van het opzetten van een administratiesysteem of het bouwen van een website.' Door niet de ogen te sluiten voor de noodzakelijke stappen die gezet moeten worden, kom je steeds iets verder in dit proces. Dat dit leerproces pijnlijk kan zijn, begrijpt Westra als geen ander. 'Kennis brengt ook onrust, want je moet er iets mee,' zegt hij.

In zijn nieuwste boek, *Groeipijn. Veranderen van ompakken naar doorpakken*, deelt Westra deze ervaringen. 'Er worden veel boeken geschreven door ondernemers over hoe succesvol ze wel niet zijn. Maar er zijn weinig boeken die vertellen over de vele mislukkingen bij ondernemers,' vertelt hij. 'Ik bedacht dat ik zelf ook dingen heb gedaan die met de kennis van nu niet slim bleken te zijn.' Zoals in al zijn boeken deelt Westra zijn kennis ook door middel van benchmarks en data. 'Wij zijn de enigen in Nederland die zoveel cijfers verzamelen,' zegt Westra. Door al deze gegevens bij elkaar te brengen, kan hij een statistisch gemiddelde genereren, waaruit waardevolle inzichten te halen zijn. 'Met die cijfers prikkelen we de hele branche.'

'Kennis brengt ook onrust, want je moet er iets mee'

No-nonsense-benadering

Westra staat bekend om zijn directe no-nonsense-benadering. Maar hoe reageren mensen daarop? 'Als je mensen confronteert met de feiten, zijn er twee reacties: nieuwsgierigheid of afwijzing,' zegt hij. De afwerende reacties komen vaak voort uit ongemakkelijkheid. 'Mensen voelen zich betrappt en denken: wat

ben ik eigenlijk aan het doen? Vaak is die boosheid vooral gericht op henzelf,' legt Westra uit. Om ongemakkelijke onderwerpen bespreekbaar te maken, zet Westra humor als troef in. Dit zorgt voor een ontspannen sfeer, waarin hoveniers zich vrij voelen om vragen te stellen en fouten te delen. Tijdens zijn presentaties, waarmee hij elk najaar door Nederland toert, weet hij hoveniers vaak verrassende ontboezemingen te ontlokken. 'Ik vraag elke keer aan de groepsleden wat hun uurtarief is. Het bijzondere is dat ze dat allemaal met me willen delen.' Door hoveniers serieus te nemen, weet Westra vertrouwen te wekken. 'Zo kun je met ze in gesprek gaan en kun je het echt ergens over hebben.'

'Mooie dingen maken kunnen we allemaal. Wie zich wil onderscheiden, komt er niet met mooie dingen alleen'

Ondernemerschap

De inspanningen van Tuinkeur werpen vruchten af. 'Wij zien in de benchmarkcijfers dat de brutomarge elk jaar een procentpunt verbetert,' zegt Westra. Dat is een mooie ontwikkeling, maar er valt nog een hoop te doen. Westra ziet voor de sector enorme kansen, maar die liggen met name op het gebied van interne ontwikkeling. 'We hebben een mooi vak, maar we moeten zorgen dat we ondernemer worden in ons eigen bedrijf. Dan kunnen we in deze branche een goed inkomen verdienen en een mooi pensioen opbouwen.' En dat vereist ondernemerschap. 'We kunnen allemaal mooie dingen maken. Wie zich wil onderscheiden, komt er dus niet met mooie dingen maken alleen.'



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!