

Speedy Gonzalez is er niets bij. Hovenier Riley Roovers heeft het ondernemerschap door zijn aderen stromen en weet precies wat hij in zijn vak en met zijn bedrijf wil. Groenversnellers helpt hem weliswaar aan tips en verbreding van zijn netwerk, maar versnelling heeft hij allerm minst nodig. Hij is zijn bedrijf in rap tempo aan het opbouwen.

Auteur: Karlijn Raats



**‘Ze verklaren me soms voor gek  
soms omdat ik nog zo jong ben,  
maar ik lach het laatst!’**

Jonge hond toont zich ambitieus in de hovenierswereld

## Op zijn veertiende kocht hij als eerste een gloednieuwe motorheggenschaar

Riley Roovers (21) is sinds 2017 actief met RR Tuin & Design, maar feitelijk was de aanloop naar zijn hoveniersbedrijf al acht jaar daarvoor. Dankzij zijn enorme passie, ondernemersdrang en doortastendheid staat zijn bedrijf op het punt om te exploderen. Wie gelooft dat Roovers een jongensdroom najaagt maar daarbij te groot droomt, denkt daar na dit interview waarschijnlijk anders over. Hij heeft alle risico's in kaart en heeft zijn ondernemersvisie zowel op micro- als macroniveau uitgedacht, tot zijn pensioen aan toe.

### Jong begonnen

RR Tuin & Design is gevestigd in Etten-Leur (NB). Roovers woont daar (nog) bij zijn ouders thuis, maar zijn opslag bevindt zich net buiten het dorp. Zijn machines huurt hij lokaal bij Huurshop Etten-Leur of 123 Machineverhuur. Daarnaast koopt Roovers ook machines, als hij zeker weet dat er werk voor is.

Al gaat het om een heel ander vak, Roovers kan zich meten met kindsterretjes als Shirley Temple en Drew Barrymore: al op zijn negende hielp hij mee op diverse agrarische bedrijven, waaronder de boomkwekerij van kennissen. Op zijn dertiende wist hij zeker dat hij hovenier wilde worden. Een jaar later kocht hij als eerste een gloednieuwe motorheggenschaar – een forse aankoop gezien de inkomsten van een veertienjarige. Die nam hij een paar keer per maand achter op zijn fiets mee naar zijn eerste klanten in Etten-Leur, om daar onderhoud uit te voeren. De heggenschaar was al na een tijdje terugverdiend, want op zijn vijftiende – vlak voordat hij van vmbo groen overstapte naar de hoveniersopleiding – legde hij zijn eerste tuin aan. Hij had er lucht van gekregen dat de lerares van zijn zusje verhuisd was en daar liet hij geen gras over groeien. Na een ontwerp in 3D te hebben gemaakt, begon hij op regiebasis aan de aanleg. Roovers nam een stratenmaker in de arm en regelde en plantte verder alles zelf. Daarna kwamen de volgende klanten; ze liepen zelfs de tuin in. In diezelfde zomervakantie kreeg hij er door mond-tot-mondreclame veel klanten bij. Zo werkte hij in het Ginneken en stond hij te verticuteren in Ulvenhout (een welgestelde wijk in Breda en een dorp in de buurt).

In het begin zette zijn vader hem bij de klanten af met een aanhanger en eigen gereedschap, maar van lieverlee kocht Roovers zelf een aanhanger en liet hij zich daarmee afzetten. Zodra hij zijn rijbewijs had gehaald, reed hij met eigen bus en aanhanger rond. Naast zijn studie was Roovers al zijn vrije uren zoet met hovenierswerk. Naast zijn studie was Roovers al zijn vrije uren zoet met hovenierswerk. In 2018 begon hij voor zich zelf als parttime ondernemer naast zijn studie en na het behalen van zijn diploma sprong hij fulltime in het ondernemerschap.

### Op de kaart zetten

Het centrum van Roovers werkgebied is dus Breda en omliggende gemeentes en dat gebied is groeiende. De ondernemer doet er alles aan om RR Tuin & Design op de plaatsen en op het niveau te krijgen waar hij het wil hebben. De campagnes worden dus opgevoerd: op Instagram, Facebook en LinkedIn, met versterking van Google My Business. Roovers: 'De samenwerking met Google My Business is nog jong en gezien de strategieën die er liggen, heeft dat ook tijd nodig. Voor nu focussen we op de hoofdzaken: exposure, content en leads creëren en de belangrijkste campagnes goed monitoren en waar nodig promoten. Mijn doel is om volgend jaar genoeg info te hebben verzameld om een echt marketingkanon te maken en dit per kanaal zo goed mogelijk te laten werken. Zo kan ik off- en online een bedrijf bouwen dat zich onderscheidt en opvalt.'

De afbeeldingen die Roovers gebruikt bij zijn promotie, maakt hij in samenwerking met vormgevers uit zijn netwerk. Tijdens de shoots houdt hij rekening met verschillende zaken. Zo probeert hij een database op te bouwen met actie- en sfeerfoto's en bijzondere items en producten uitgebreid in beeld te brengen, zodat ze later voor marketingdoeleinden gebruikt kunnen worden.

### Mediakanalen koppelen

'Ik gebruik bijvoorbeeld Pinterest, ook bij het oriëntatiegesprek met de klant. Door Pinterest kan ik mijn groene visie verbinden met de verbeelding van de klant. Die ziet dan in één oogopslag hoe de sfeer van de tuin kan worden en

Riley Roovers over Groenversnellers: 'Het lesprogramma van Groenversnellers is breed opgezet. Tijdens de vorige sessie keken we naar het proces dat een hovenier doorloopt, van het eerste contact tot de aanleg. Natuurlijk was dit het proces van een goed gestructureerd en wat groter hoveniersbedrijf. De meeste deelnemers aan Groenversnellers trekken zich hieraan op; anderen zijn al zover dat ze zelf een goedlopend werkproces op poten hebben gezet, wat weer voor leuke spargesprekken zorgt. Ikzelf heb als tip meegenomen dat digitalisering en goede aansturing vanaf het kantoor naar de tuin mij veel zouden kunnen opleveren voor een solide bedrijfsvoering. Groenversnellers is vrij algemeen en ook gericht op hoveniers die zichzelf als ondernemer nog niet zo goed onderzocht hebben. Bij mij stond het ondernemerschap altijd al centraal en ik wist al wat voor type ondernemer ik ben. Ik begon aan Groenversnellers met de verwachting om een betere en slimmere ondernemer te worden. Maar ik snap dat het moeilijk is om het cursusmateriaal op alle deelnemers persoonlijk af te stemmen. Wellicht is het waardevol om meer huiswerk te geven. Dan kunnen de deelnemers vooraf over hun eigen werkprocessen nadenken en deze in de sessies bespreken. Op die manier kunnen ze, eventueel met voorbeelden van andere hoveniersbedrijven, van elkaar leren.'







uit welke onderdelen deze kan bestaan. Zo kun je het ook duidelijker uitleggen, want een klant ziet niet wat wij zien of denken.'

Roovers heeft Pinterest aan Instagram verbonden, waardoor deze netwerken elkaar versterken. 'Soms krijg ik een e-mail van mensen die een van mijn afbeeldingen als "pin" hebben bewaard. Doordat ik Pinterest aan Instagram heb gekoppeld, zien ze mij als een winkel. Als ze erop klikken, zien ze dat ik hovenier ben. Ook mijn website heb ik eraan gekoppeld. Het is wel met hagel schieten, omdat mensen uit het hele land en ook buiten Nederland op Pinterest zitten. Maar soms zit er iemand tussen uit de omgeving en zo gaat het balletje dan rollen. De verschillende kanalen versterken elkaar allemaal, linksom of rechtsom. Ze creëren exposure, waarmee je beter opvalt tussen de vele andere vakbroeders.'

De marketingmachine moet nog op stoom komen, want RR Tuin & Design gaat in 2021 zijn tweede fulltime jaar in. Roovers staat regelmatig stil bij de kosten die het met zich meebrengt om te adverteren, maar anderzijds ziet hij het ook als een investering. 'Exposure geeft naamsbekendheid. Ik wil dat mijn bedrijfsnaam over vier jaar staat als een huis. Werk maakt werk. Een campagne over het verwijderen van groene aanslag leidt tot een opdracht om een terras schoon te spuiten, maar uiteindelijk sta ik de volgende zomer bij diezelfde klant met mijn heggenschaar te werken omdat hij me al kent en heeft zien werken.'

#### Ontwerpen

Het gebruiksvriendelijke en veelgebruikte SketchUp ligt aan de basis van Roovers' 3D-ontwerptekeningen. 'Als het om realisme gaat, loopt SketchUp wat achter op 3DTUIN Designer van TSD en garDsign', geeft Roovers toe. De jonge hovenier is echter niet bang dat hij

met SketchUp onprofessioneel overkomt. 'Er zijn namelijk nog steeds hoveniers die niets 3D tekenen. Ik investeer ook in een render-extensie, die mij qua realisme verder brengt dan de andere 3D-programma's. Dit wil ik in de nabije toekomst nog met een VR-bril uitbreiden.' 'Ik maak aanpassingen aan de 3D-schetsen waar de klant bij zit. Daarna presenteer ik het ontwerp met bijhorende samples: verschillende kleuren tegels, waaltjes of voegmiddel, zodat de klant het materiaal al gezien heeft. Klanten krijgen een emotionele klik met het ontwerp omdat ze het helemaal zelf samengesteld hebben.'

## Deze ondernemer zet geen stap zonder dat die in zijn toekomst-plannen past

#### Een tuin is emotie

Roovers spreekt over een 'klantreis'. 'Een schets op een servetje, dat kan toch niet? Als je een opdracht aanneemt voor een bedrag met vijf cijfers, is het is zó belangrijk dat de klant een emotionele of mentale klik heeft met zijn of haar nieuwe buitenruimte. Daarom pas ik een schetsontwerp zo nodig ter plekke aan. Dan ziet de klant dat er geluisterd wordt. Ook dat we zijn aangesloten bij Tuinkeur, schept vertrouwen. Als je tijdens een schetsontwerp kunt zorgen voor zo'n emotionele klik tussen de klant en diens tuin, onderscheid je je als hovenier en verkoopt een tuin zichzelf, maar is er ook ruimte voor budgetoverschrijding.' Roovers vat samen: 'Als jij als hovenier niet naar de klant zijn behoefte luistert en geen goed beeld kunt geven van wat jij kan maken binnen hun wensen en eisen, dan ga je niet verkopen wat je wilt verkopen.'

#### Middensegment

Roovers wil gas geven aan de particuliere kant en dit jaar de basis leggen om in 2022 de business-to-businesskant van zijn bedrijf te kunnen uitbreiden. Hij hoopt voor dit jaar op een normale workflow met een vast team van specialisten voor ieder onderdeel, waarmee hij de tuinen een voor een kan afronden. Er is momenteel door de week een hulp en op zaterdag gaan er twee ploegen op pad. Roovers doet zijn best om een

betrouwbare kring zzp'ers om zich heen te verzamelen voor houtbouw, bestrating, berekening en elektriciteit. Dat kost tijd en energie, want ook Roovers merkt dat goede mensen niet 'uit de lucht komen vallen', zoals hij het zelf verwoordt.

Op den duur wil Roovers in het serieuze midden-segment gaan werken: 'Het is bijvoorbeeld efficiënter om je 40 uur voor te bereiden op 500 uur arbeid dan op 40 of 60 uur arbeid. Uiteindelijk moet en zal ik de regisseur, verkoper en ontwerper zijn en moeten de jongens aan het werk zijn op een of twee projecten tegelijk. Een groot bijkomend voordeel van het middensegment is dat ik dan zelf ook in de tuin kan blijven werken.'

Het hoge segment is geen streep. 'Een "zes-cijferige" tuin is leuk, maar daar zit meer risico aan. Dat zijn goede showcases, maar onder de streep zijn ze minder interessant voor mij. Ik ga liever een treetje lager zitten, in het midden-segment, met een interessant rendement en niet meer dan vijf à zes weken werk achter elkaar, of een uitdagender ontwerp. Zulke klanten zijn altijd super-enthousiast en dankbaar en zorgen voor mond-tot-mondreclame. Maar ik zeg nooit.'

#### Zzp'ers

Voor andere activiteiten dan snoeien en het kleinere straatwerk werkt Roovers liever met zzp'ers. 'Ik zie niet voor me dat wij meerdere projecten tegelijk hebben lopen, want projecten lopen vaak uit, er is vaak sprake van meerwerk. Daar wil ik op in kunnen spelen en rekening mee kunnen houden in de planning en bedrijfsvoering. Liever eerst het ene project tot een tien brengen en dan pas beginnen aan het volgende. Een project is op te knippen in fases: de tuinvoorbereiding en de tuinaanleg. De tuinaanleg is een vast proces. Voor elk onderdeel wil ik werken met specialisten. Die komen niet allemaal tegelijkertijd, maar gaan na elkaar aan de slag. Mijn huidige collega (en eventueel een toekomstige extra collega) is als het ware mijn assistent. Hij vertaalt mijn visie voor de partners in het team van zzp'ers als ik er niet bij ben. Ik wil uitdrukkelijk ook zelf in de tuin blijven werken en samen mooie dingen maken.'

#### Binnenhuisarchitectuur

Zodra Roovers zijn dreamteam bij elkaar heeft, wil hij partnerships met partijen aangaan, zoals (binnenhuis)architecten en/of bouwbedrijven. Via deze weg wil hij eigenaren van grotere en chiquere tuinen als klant krijgen. 'Ik kan door-

gaan met het ontwerp dat deze partner voor binnen heeft gemaakt. Het is een interessante doelgroep: deze klanten willen de stijl van hun interieur vaak naar buiten doortrekken en hebben daar ook het budget voor. Je krijgt bij deze doelgroep weleens de kans om iets unieks te ontwerpen. Het is leuk als mijn ontwerperskant ook tot zijn recht kan komen.'

Om die markt te betreden en naamsbekendheid te krijgen, gaat Roovers met RR Tuin & Design op de beurs staan zodra de tijd rijp is. 'De andere standhouders zijn waarschijnlijk allemaal tuin-architecten. Ik ben anders, want de klant ziet mij op de beurs, maar ziet mij later terug omdat ik ook de tuin aanleg. Architecten zie je op de beurs, maar na het maken van een ontwerp bellen ze een hovenier uit de buurt om de tuin te maken. De klant ziet de architect na een begeleidend gesprek nooit meer terug.'

## In 2020 heeft hij twee ton omzet gedraaid, waarvan 60.000 nettowinst. Dit jaar wordt het drie ton

#### Opbouwfase

Omdat het bedrijf nog in de opbouwfase zit, maakt Roovers standaard werkweken van 80 tot 90 uur, in 2020 na de coviduitbraak zelfs weken van 100 uur. 'Dan was ik echt *no-life* aan het werk', lacht hij. 'Ik heb het naar mijn zin omdat ik resultaat zie van wat ik aan het opbouwen ben en ook geniet van wat ik doe. Maar dit wil ik niet volhouden.'

Af en toe ontploft de agenda. In een van de Groenversnellers-sessies stak Roovers iets op over het managen van 'het gaspedaal' en 'de rem'. 'Daar gaf ik de bedrijfscoach gelijk in. Aan de andere kant komen de dingen bij mij zoals ze komen. Ik ervaar weinig stress, ondanks de drukte. Als een busje of machine het begeeft of er problemen zijn met een levering, bekijk ik welke riemen ik op dat moment heb om mee te roeien. Ik ga niet zeuren over hoe het had moeten zijn.

Ik bekijk hoe ik het beste met de situatie om kan gaan, ook al is dat niet altijd even makkelijk.'

In een andere sessie werd automatisering besproken, waarmee tijd bespaard kan worden. Welke bedrijfssoftware gebruikt Roovers? 'Ik ben onlangs met Simpul in zee gegaan; dat leek me prima voor nu als starter en met dit formaat bedrijf. Als ik gegroeid ben naar een team van vier of vijf, stap ik over naar Groenvision; dat programma kan ik dan optimaal gebruiken. Daar ben ik nu nog te klein voor; nu komt het goedkopere en gebruiksvriendelijkere Simpul logischerwijs beter uit de bus.'

#### Toekomst

Het buffelen zal nog wel even voortduren. 'Op mijn 26e moet de loods staan die ik zelf wil bouwen. Een jaar later wil ik op een beurs staan en rond mijn 35e zou ik een boerderij voor mezelf willen bouwen. Uiteindelijk wil ik pas rond mijn 32e-35e naar een werkweek van 50 à 60 uur. Ik schat in dat je dan een vaste relatie hebt en misschien zelfs een gezin, dat je ook aandacht wilt geven. Dan wil ik gaan genieten van wat ik voor elkaar heb gebokst.'

Roovers schetst zijn plan. In 2020 heeft hij twee ton omzet gedraaid, waarvan 60.000 nettowinst. Dit jaar wil hij drie ton omzet draaien, in 2022 vier ton, in 2023 vijf ton en daarna proberen te groeien naar 7,5 ton met de pool zzp'ers en personeel. 'Ik wil mijn rendement hoog houden door zelf de man achter het bedrijf te blijven en boven op de werkzaamheden te blijven zitten. Ik wil blijven voelen en inschatten wat er gebeurt en moet gebeuren in de tuinen. Zoals ik al zei, ik heb groene vingers en wil het zand tussen mijn vingers voor geen goud missen!' Waar sommige hoveniers niet nadenken over een gedegen pensioen, heeft Roovers zijn schaa-pjes in theorie ruim op tijd op het droge. Hij belegt elke maand met een bedrag dat hij kan missen en heeft een veilige pensioen-verzekering met een goed rendement. Deze ondernemer zet geen stap zonder dat die in zijn toekomstplannen past.

Maar het pensioen is nog ver weg en Roovers zit voorlopig nog in de hoogste versnelling. Dit vakblad is benieuwd hoe het over vijf jaar met deze jonge hond gaat.



 **BE SOCIAL**  
Scan, lees & deel!