

Wouter Rijkaart van Willemstein Hoveniers: 'Ik wil juist die klant overtuigen die iets anders in zijn hoofd heeft'

'Een medewerker mag hier best een uur met een klant praten'

Wouter Rijkaart: Overtuigen hoort bij het vak

Natuurinclusief tuinieren vraagt volgens Wouter Rijkaart van Willemstein Hoveniers vooral om vakkennis en tijd. Tijd om klanten mee te nemen in passende keuzes, vakkennis van medewerkers om hen daarin te begeleiden. In aanpak en visie kijkt het bedrijf daarmee bewust af van een groot deel van de sector. 'Je moet als hovenier blijven uitleggen waarom bepaalde keuzes beter zijn voor bodem, water en natuur.'

Auteur: Fleur Dil

Rijkaart heeft een duidelijke missie: klanten blijven overtuigen van het belang van een natuurinclusieve tuin. Want iedere tuin telt. Dat vooral gelijkgestemde klanten hem weten te vinden, ziet hij niet als een voordeel. 'Ik wil juist die klant overtuigen die iets anders in zijn hoofd heeft,' zegt hij. 'Dan bereik ik veel meer.'

Opgroeien tussen het groen

Zijn visie op natuurlijk tuinieren kreeg hij met de paplepel ingegoten. Als kind werkte Rijkaart al op kwekerijen, intrinsiek gedreven om te werken in het groen. Amper zestien jaar oud kwam hij terecht bij Sjaak Willemstein van Willemstein Hoveniers, om er nooit meer weg te gaan. Daar leerde hij de kneepjes van het vak. 'Sjaak heeft mij echt geleerd om vanuit de natuur te denken in een tijd dat dat nog helemaal niet gangbaar was.'

Toen Rijkaart vijf jaar geleden het bedrijf overnam, werkten er drie mensen. Inmiddels zijn dat er dertien. Momenteel is hij druk bezig met de opzet van een biologische kwekerij die hij onlangs heeft overgenomen. 'Het is de kwekerij waar ik als kind werkte en waar nog traditioneel gespoten werd. Hier wil ik een eigen biologisch assortiment ontwikkelen.'

Eigen visie

De visie van Sjaak Willemstein vormt nog altijd

de basis van het bedrijf. 'We vragen eerst wat een klant wil. Dat mag best een gecultiveerde tuin zijn met bloemen van niet-inheemse afkomst, zolang die wel op duurzame wijze wordt aangelegd,' zegt hij. 'Het zit ook in de materiaalkeuze. Een waterpasserend terras van regionale materialen past net zo goed in dat verhaal.'

Het overtuigen van klanten om andere keuzes te maken ziet hij als een belangrijk onderdeel van zijn werk. 'Als een medewerker een uur moet praten over de meerwaarde van een duurzame tuin, dan vind ik dat prima,' zegt hij. 'En als ik iemand over de streep kan trekken door het eerste jaar onderhoud gratis te doen, dan doen we dat.' Het leverde het bedrijf niet voor niets meerdere keren de titel Duurzaamste Hovenier van Nederland op.

Gemotiveerd personeel

Moeite met het vinden van personeel heeft hij nooit gehad. 'De arbeidsmarkt staat in de groensector al jaren onder druk, maar bij mij solliciteren mensen uit zichzelf.' Volgens Rijkaart heeft dat te maken met de bedrijfscultuur. Medewerkers kiezen bewust voor het type werk en de inhoudelijke kant van het vak. 'Het trekt een specifiek soort medewerkers aan. Ze worden echt gedreven om groene tuinen te maken. Hier gaan gesprekken vaker over vogels of planten dan over voetbal.'



Het grootste hoofdpijndossier in de groensector leverde Rijkaart weliswaar geen problemen op, maar op andere vlakken kreeg hij als ondernemer wel met nieuwe vraagstukken te maken. Vooral de financiële kant en personeelszaken vroegen om extra kennis. Via contacten binnen NL Greenlabel kwam hij in gesprek met Koninklijke VHG. 'Ik hoorde daar dat Koninklijke VHG zich met het thema duurzaamheid bezighoudt. Dat sprak mij aan. Al geruime tijd stimuleren ze duurzaamheid onder andere via het concept De Levende Tuin. Dat zijn goede ontwikkelingen,' zegt hij.

Tegenwoordig schakelt hij de brancheorganisatie ook geregeld in voor advies over personeelszaken, contracten en juridisch werk en zit hij in de Ledenraad.

'Als ik iemand over de streep kan trekken door het eerste jaar gratis onderhoud te doen, dan doen we dat'

'Al geruime tijd stimuleert Koninklijke VHG duurzaamheid onder andere via het concept De Levende Tuin. Dat zijn goede ontwikkelingen'

Durven staan voor je vak

Inmiddels bestaat het bedrijf veertig jaar. In die tijd zag Rijkaart de unieke positie van het natuurlijke hoveniersbedrijf in de markt langzaam afnemen. 'Dat is alleen maar goed,' zegt hij. 'Het doel is uiteindelijk om bij te dragen aan een duurzamere toekomst.' De oorzaak ziet Rijkaart voornamelijk in steeds beter geïnformeerde klanten, die bewustere keuzes maken. Hoveniers bewegen daarin mee, zegt hij, geleid door de vraag van de klant.

Juist daar kan de sector sterker optreden, vindt hij. 'Een hovenier is geen uitvoerder alleen. Wij leveren vakkennis. Dan moet je ook durven zeggen dat iets misschien geen verstandige keuze is.' Het vak wordt volgens hem nog altijd onderschat. 'Mensen zien een hovenier nog te vaak als een schoffelaar.'

Vakmanschap

In dat licht ziet hij ook een rol voor Koninklijke VHG, vooral in de ontwikkeling van vakman-

schap. Zeker de laatste jaren heeft aandacht voor groenonderwijs binnen de branchevereniging steeds nadrukkelijker vorm gekregen met initiatieven als Groene Hotspots, avondopleidingen en vakgerichte cursussen. Een goede ontwikkeling, vindt Rijkaart. 'Het is belangrijk te blijven kijken naar bedrijven die investeren in kennis en kwaliteit. Dat gesprek mag onderling best gevoerd worden.'

Vakmanschap is essentieel, want juist natuurlijk tuinieren vraagt om gedegen kennis van bodem, beplanting en materialen. Dat vraagt niet alleen om een kritische blik binnen de sector, maar ook op zijn eigen werk. Voortdurend toetsen en durven bijstellen. 'Je moet blijven onderzoeken wat werkt en wat niet. Dat stopt nooit.'



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!