

‘Als een klant morgen een tuin wil, zijn wij klaar met praten’

Meer personeel, meer omzet en meer werk. Veel hoveniers streven ernaar. Maik Veldman niet. De eigenaar van Veldman Hoveniers werkt bewust alleen, kiest zijn klanten zelf uit en legt liever minder tuinen aan dan een tuin waar hij niet volledig achter staat. Die keuze vraagt discipline, maar levert hem ook iets op: een planning die maanden vooruit vol zit, klanten die vooral via aanbevelingen binnenkomen en volledige controle over kwaliteit, communicatie en planning. ‘Als mensen voor mij kiezen, ga ik voor een 10.’

Auteur: Frank van de Ven

Twintig jaar geleden zette Maik Veldman zijn eerste stappen in het hoveniersvak. Na een mbo-opleiding niveau 4 werkte hij enkele jaren bij hoveniersbedrijven. Daarna volgde hij de opleiding Landschapsarchitectuur in Velp. Daar groeide zijn interesse voor ontwerpen. Zes jaar geleden begon hij voor zichzelf. Eerst in Veenendaal, later verhuisde hij terug naar de regio Zwolle. ‘Vanaf mijn veertiende wilde ik al hovenier worden. Dat is eigenlijk nooit veranderd.’

Waar veel ondernemers na verloop van tijd kiezen voor uitbreiding en personeel, koos Veldman bewust een andere route. Ontwerp, aanleg, klantcontact en planning lopen allemaal via hemzelf. ‘Ik leg de lat voor mezelf heel hoog. Als ik iets maak, wil ik dat het precies wordt zoals ik het voor ogen heb.’

Veel hoveniers zoeken groei door personeel aan te nemen. Voor Veldman is dat nooit een doel geweest. Hij kiest er bewust voor om alleen te

werken. ‘Ik vind het prettig om alles zelf in de hand te houden. Dan weet ik precies wat er gebeurt en wat ik aan een klant oplever.’ Daardoor is hij voor klanten het enige aanspreekpunt. Van het eerste ontwerp tot de oplevering van de tuin. ‘Klanten weten precies met wie ze te maken hebben. Ze hoeven niet telkens hun verhaal opnieuw te vertellen.’ Zijn planning loopt regelmatig maanden vooruit. Dat betekent ook dat hij niet iedere aanvraag kan aannemen. ‘De eerste vraag die ik stel is



onderhoudscontracten begonnen te wringen met zijn manier van werken. 'Dan ben je constant aan het schuiven. Je zegt tegen de ene klant dat je een week later komt, terwijl een andere klant vraagt wanneer je langskomt. Dat gaf onrust.'

Daarom besloot hij zich vrijwel volledig te richten op ontwerpen en aanleggen. Onderhoud doet hij nog wel, maar alleen voor klanten waarvoor hij eerder een complete tuin heeft aangelegd. 'In het voorjaar of najaar help ik mensen nog wel op weg. Maar het maandelijkse onderhoud doe ik niet meer.' Die keuze past volgens hem bij de manier waarop hij wil ondernemen. 'Ik wil kunnen leveren wat ik beloof. Dat betekent dat je soms ook dingen moet loslaten.'

Niet iedere klant past

Een van de belangrijkste lessen uit zijn ondernemerschap was leren nee zeggen. Zeker in de eerste jaren vond hij dat lastig. 'Werk is ook je inkomen. Dan zeg je sneller ja tegen opdrachten. Dat was zeker zo toen ik net begon.' Inmiddels kijkt hij daar anders naar. 'Als mijn gevoel bij een gesprek nee zegt, moet ik daar wel naar luisteren.'

Dat geldt niet alleen voor opdrachtgevers, maar ook voor het soort werk. Zo weigert hij

op zand te leggen. Zelf kiest hij voor een andere aanpak. 'Na een paar jaar zie ik vaak kleine verzakkingen ontstaan. Misschien ziet een klant dat niet, maar ik zie het wel.'

Daarom werkt hij met een fundering van drainage-mortel en verlijmd tegels. 'Dan weet ik zeker dat het jarenlang goed blijft liggen. Als ik ergens mijn naam aan verbind, moet het gewoon goed zijn.' Die aanpak kost meer tijd en geld. Daarover is hij vanaf het eerste gesprek duidelijk. 'Als mensen voor mij kiezen, ga ik voor een 10.'

Communicatie maakt het verschil

Minstens zo belangrijk als vakmanschap vindt Veldman de communicatie met klanten. Juist omdat mensen steeds grotere bedragen investeren in hun tuin. Hij merkt dat veel keuzes eenvoudiger worden wanneer opdrachtgevers begrijpen waarom iets gebeurt. 'Ik probeer altijd uit te leggen waarom ik bepaalde keuzes maak. Dan krijg je daar ook begrip en vertrouwen voor terug.'

Dat geldt ook voor vergroening en onderhoudsvriendelijke tuinen. 'Veel mensen denken dat meer groen automatisch meer onderhoud betekent. Dat hoeft helemaal niet zo te zijn.' 'Met de juiste planten op de juiste plek kun

'Het liefst houd ik alles zelf in de hand'

wanneer mensen de tuin klaar willen hebben. Als iemand zegt dat het volgende maand klaar moet zijn, dan houdt het vaak op.'

Die aanpak blijkt in de praktijk te werken. Nieuwe opdrachten komen vooral via bestaande klanten binnen. 'Mensen komen meestal niet bij mij omdat ik de goedkoopste ben. Ze kiezen bewust voor mijn manier van werken.' Veel opdrachtgevers weten daardoor vooraf al wat ze kunnen verwachten.

Ook afscheid genomen van onderhoud

Alleen werken heeft nog een ander gevolg gehad. Waar Veldman vroeger ontwerp, aanleg én periodiek onderhoud combineerde, heeft hij dat laatste grotendeels losgelaten. 'Op mijn website stond altijd ontwerp, aanleg en onderhoud. Maar op een gegeven moment merkte ik dat dat niet meer werkte.' Vooral terugkerende

aanvragen waarbij een tuin volledig wordt dichtgestraat. 'Als iemand alleen maar bestrating wil, dan verwijs ik liever door. Ik vind dat je als hovenier ook een verantwoordelijkheid hebt om groen toe te voegen.' Zijn klantenbestand bestaat grotendeels uit mensen die bewust kiezen voor kwaliteit. 'De meeste klanten zijn vijftigplus. Vaak hebben ze eerder verbouwd of al ervaring met een tuinrenovatie. Ze zoeken vooral vertrouwen en een goede klik.'

Kwaliteit begint onder de grond

Wanneer Veldman spreekt over exclusieve tuinen, heeft hij het niet over luxe materialen of opvallende ontwerpen. Het verschil zit vaak in zaken die een klant nauwelijks ziet. 'Alles wat onder de grond gebeurt, is minstens zo belangrijk als wat je boven de grond ziet.' Als voorbeeld noemt hij keramische terrassen. Veel leveranciers adviseren om die rechtstreeks

je veel onderhoud voorkomen en toch een groene tuin maken.'

Betaalde ontwerpen scheiden de serieuze klanten van de rest

Een tuin begint bij Veldman vrijwel altijd met een ontwerp. Gratis schetsen maakt hij niet. 'Dat vertel ik direct tijdens het eerste gesprek. Mensen moeten weten dat daar een offerte voor komt.' Vrijwel alle ontwerpen worden uitgewerkt in 3D. Gemiddeld steekt hij zo'n twintig uur in een ontwerp. 'Dat is ook de reden dat ik daar geld voor vraag.'

Veel klanten willen al vroeg weten wat een nieuwe tuin gaat kosten. 'Ik ben geen menselijke rekenmachine. Mensen vragen soms na een kwartier wat een tuin kost. Zo werkt dat niet.' Daarom begint hij liever met een ontwerp. 'Dan weet je waar je het over hebt. Pas daarna kun je

'Als iemand alleen maar bestrating wil, dan verwijfs ik liever door. Ik vind dat je als hovenier ook een verantwoordelijkheid hebt om groen toe te voegen.'



'Nee zeggen tegen mensen. Dat is misschien wel het belangrijkste wat ik geleerd heb'

serieus over prijzen praten.' De meerwaarde van zo'n ontwerp zit volgens hem in de beleving. 'Met een 3D-ontwerp lopen mensen al door hun nieuwe tuin voordat er iets is aangelegd.' 'Ze zien materialen, verlichting, beplanting en sfeer. Dat geeft een heel ander gesprek dan een schets op papier.'

Meer dan alleen strakke tuinen

Wie de website van Veldman bekijkt, ziet veel moderne en strakke tuinen. Toch vindt hij het belangrijk dat klanten weten dat hij breder inzetbaar is. 'Ik vind het mooi om strakke tuinen te maken, maar dat betekent niet dat ik alleen dat kan.' Regelmatig krijgt hij daar vragen over. 'Mensen zeggen weleens: ik zie helemaal geen organische tuinen op je website. Kun je dat wel?' Dat soort opmerkingen begrijpt hij wel. 'Je portfolio trekt een bepaald type klant aan. Dat is logisch.'

Toch probeert hij tijdens gesprekken duidelijk te maken dat hij niet vanuit één vaste stijl werkt. 'Ik wil ontwerpen maken die passen bij de mensen die er gaan wonen. Niet bij een stijl die ik per se wil verkopen.'

Je plek verdienen tussen gevestigde namen

Na zijn verhuizing van Veenendaal naar de regio Zwolle moest Veldman opnieuw bouwen aan zijn netwerk. 'Hier zitten veel gevestigde bedrijven. Dan moet je jezelf opnieuw

bewijzen.' Dat kostte tijd. Zeker omdat hij terecht kwam in een regio met veel hoveniers-bedrijven. 'Ik moest echt tussen de bedrijven zien te komen.'

Inmiddels merkt hij dat zijn positionering werkt. Niet door de goedkoopste te zijn, maar door duidelijk te zijn over wat hij wel en niet doet. 'Ik heb heel bewust gekozen voor het type werk dat ik wil maken en het type klant waarmee ik wil werken.'

De kunst van het kiezen

Terugkijkend op zijn ondernemerschap ziet Veldman één les die zijn bedrijf heeft gevormd. 'Nee zeggen tegen mensen. Dat is misschien wel het belangrijkste wat ik geleerd heb.' Juist door opdrachten, onderhoudswerk en groei niet automatisch aan te nemen, heeft hij zijn eigen koers kunnen vasthouden. 'Je moet kiezen waar je goed in wilt zijn. Voor mij is dat kwaliteit leveren.'



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!