

‘Waarom moeten we eigenlijk allemaal groter worden?’

Op de TuinKeur Klantendag laten Jelle Westra en Martijn Verspeek zien hoe verschillend je naar ondernemen kunt kijken

Wanneer is je hoveniersbedrijf eigenlijk succesvol? Als de omzet stijgt, je meer mensen aanneemt en het bedrijf ieder jaar groter wordt? Tijdens de TuinKeur Klantendag in Ruinen kwamen heel verschillende antwoorden voorbij. TuinKeur-directeur Jelle Westra hield hoveniers voor dat ze hun cijfers moeten kennen en moeten investeren in personeel. Ondernemer Martijn Verspeek stelde vervolgens een andere vraag: ‘Waarom moeten we eigenlijk allemaal groter worden?’

Auteur: Frank van de Ven

Op vrijdag 18 september kwamen hoveniers in Ruinen bijeen voor de jaarlijkse klantendag van TuinKeur, een organisatie die hoveniers ondersteunt bij onder meer bedrijfsvoering en kwaliteit. Het programma ging daardoor niet alleen over het hoveniersvak zelf. Een belangrijk deel draaide om ondernemen: wat kost een medewerker, welk uurtarief heb je nodig en hoe richt je een bedrijf zo in dat het bij jou past?

Twee verhalen sprongen daarbij in het oog. Jelle Westra, directeur van TuinKeur, keek vooral naar de bedrijfsmatige kant van het hoveniersbedrijf. Later vertelde Martijn Verspeek over zijn installatiebedrijf in Valkenswaard. Hij heeft ongeveer dertig medewerkers en kiest op verschillende punten bewust voor een andere aanpak. Niet omdat hij een model heeft dat andere ondernemers moeten volgen, maar omdat hij heeft bepaald wat voor bedrijf hij zelf wil hebben.

‘We moeten wel geld vragen voor ons werk’

Westra begon dicht bij de dagelijkse praktijk van hoveniers: wat vraag je eigenlijk voor een uur werk? In gesprekken voorafgaand aan de klantendag kwamen volgens hem tarieven tussen 53 en 63 euro exclusief btw voorbij.

‘Wat heel aardig is om te zien, is de grote spreiding daarin. Ik denk dat die tarieven verder gaan stijgen. Dat vinden jullie lastig, dat begrijp ik. Maar het is uiteindelijk wel wat je moet hebben. Er valt aan het tarief niet te ontkomen.’

Daarbij hoeft een ondernemer volgens hem niet te wachten op de traditionele prijsverhoging aan het begin van een nieuw jaar.
‘Ik heb de afgelopen weken een paar mensen geadviseerd: doe per 1 oktober gewoon 1,50 euro erbij, zodat je in januari geen sprong van 4 euro hoeft te maken. Iedereen moet daar zelf naar kijken. Maar uiteindelijk zijn we geen

sociale werkplaats. We moeten wel geld vragen voor ons werk.'
Om zo'n beslissing te kunnen nemen, moet je volgens Westra wel weten hoe het bedrijf ervoor staat. Daar gaat het volgens hem nog regelmatig mis.

'Zorg alsjeblieft dat je die cijfers op orde hebt. Van sommigen krijgen we cijfers uit 2024. Dan kom je bijna met cijfers uit de tijd van Juliana. Als je wilt veranderen, wilt blijven bestaan of wilt groeien, probeer dan op zijn minst je cijfers bij te houden.'

'Wij zijn met dertig mensen. Heel eerlijk: er komt niemand meer bij'
Martijn Verspeek

Geld verdienen én geld durven uitgeven
Weten wat er binnenkomt is één kant van ondernemen. Volgens Westra moet een hovenier ook bewust beslissen waar hij geld aan uitgeeft. Dat geldt bijvoorbeeld bij personeel.

Het tekort aan vakmensen betekent volgens hem dat hoveniers niet kunnen blijven wachten tot er een volledig opgeleide medewerker aanklopt. 'Er is geen of heel weinig vakbekwaam personeel beschikbaar. Jullie zullen dus zelf meer moeten opleiden en zelf meer moeten begeleiden. Dat personeel duur is, is ook waar.'

Hij stelt voor om een nieuwe medewerker op dezelfde manier te bekijken als een andere investering in het bedrijf.
'Volgens mij kun je beter een paar tienduizend euro investeren in het opleiden van een personeelslid waar je de eerste zes maanden niks aan verdient. Zeg gewoon: ik verdien zes maanden niks aan jou. Loop maar lekker met ons mee. Je hoeft nog niks op te leveren. Leer, doe je ding, groei.'
Volgens Westra helpt het om daar vooraf letterlijk geld voor apart te zetten.

'Pak bijvoorbeeld 15.000 euro en zet dat apart. Iedere maand boek je daar iets vanaf. Als je er zo naar kijkt, wordt het een stuk makkelijker. Met hetzelfde gemak schaffen ondernemers een shovel aan van 30.000 euro. Daar hoor je vervolgens niemand meer over. Waarom zou je een medewerker niet ook als investering bekijken?'

'Ik wilde juist met mensen werken'
Later op de dag kwam personeel vanuit een heel andere hoek terug. Martijn Verspeek groeide zelf op in een ondernemersgezin. Zijn vader begon een installatiebedrijf en werkte zonder personeel. Als kind wist Verspeek al dat hij het bedrijf later wilde overnemen.
Alleen wilde hij het op één punt anders doen dan zijn vader.
'Mijn vader had geen personeel. Die had echt een hekel aan personeel. In het leger had hij 25 mensen onder zich gehad, heel hiërarchisch. Toen dacht ik: als ik dadelijk het bedrijf overneem, wil ik het anders. Ik vind mensen leuk, ik vind psychologie leuk en ik hou van gepassioneerde mensen.'

Verspeek werkte jarenlang samen met zijn vader voordat het bedrijf verder groeide. Inmiddels werken er ongeveer dertig mensen.
'Als je leuke, gepassioneerde mensen in dienst hebt – ik heb er nu dertig – dan is dat echt geweldig. Ik ben hartstikke blij met alle dertig. Dat is altijd mijn wens geweest: met leuke mensen samenwerken.'

Daar zit meteen een verschil met de rekensom van Westra. Westra vraagt ondernemers vooraf geld vrij te maken om iemand te kunnen opleiden. Verspeek begint bij de persoon die hij binnenhaalt.
'Wat bij ons heel belangrijk is: je moet een goede vent zijn met heel veel passie voor ons vak, anders kom je er niet werken. Ik wil weten wat voor iemand je bent.'

Investeren begint volgens Verspeek met vertrouwen
Ook daarna kiest Verspeek een eigen route. Waar ondernemers bij een nieuwe medewerker risico's vaak proberen af te dekken met een proeftijd en tijdelijke contracten, doet hij dat bewust niet.
'We kunnen niet aan mensen komen. Dan hebben we eindelijk iemand binnen en beginnen we met twee maanden proeftijd. Daarna een halfjaarcontract. Nog een keer wantrouwen.'
Nieuwe medewerkers krijgen bij zijn bedrijf naar eigen zeggen direct een vast contract. Ook laat hij meteen bedrijfskleding met hun naam maken.
'Iedereen die bij ons is komen werken, kreeg meteen een vast contract. Als je iemand aanneemt, begin dan ook met vertrouwen. Bij ons krijg je meteen je kleding met je naam erop. Vijf broeken, vijf shirtjes, alles erop en eraan. Ga je weg? Dan moet ik misschien iemand zoeken met dezelfde naam. Dat zien we dan wel weer.'

Het is een andere manier om naar dezelfde investering te kijken waar Westra eerder over sprak. Bij Westra zit die investering nadrukkelijk in tijd en geld om iemand het vak te leren. Verspeek voegt daar zijn eigen keuze aan toe: als hij eenmaal voor iemand kiest, wil hij daar vanaf het begin vertrouwen tegenover zetten.

En als die investering werkt?
Dan volgt een vraag die tijdens ondernemersbijeenkomsten misschien minder vaak wordt gesteld. Want wat gebeurt er als je voldoende werk hebt, mensen graag bij je willen werken en je bedrijf verder kán groeien?

'Als je iemand aanneemt, begin dan ook met vertrouwen'
Martijn Verspeek

Verspeek heeft daar bewust een grens aan gesteld.
'Bij heel veel mensen, en zeker bij ondernemers, zit groei in het aantal mensen en in omzet. Dan maken ze een strategie: volgend jaar twee mensen erbij en de omzet omhoog.'
Zelf wil hij die lijn niet blijven volgen.

'Het geluk van de eigenaar gaat op een gegeven moment vaak juist de andere kant op. Zeker als je richting vijftig of zestig mensen groeit. Dat wil ik niet. Ik vind het geluk van het bedrijf en mijn eigen geluk redelijk belangrijk.'
Zijn installatiebedrijf telt nu ongeveer dertig medewerkers. Volgens Verspeek blijft het daarbij, ook al zou uitbreiding mogelijk zijn.

'Wij zijn met dertig mensen. Heel eerlijk: er komt niemand meer bij. We hebben tachtig mensen op een lijst staan die bij ons willen werken. Mensen vliegen ons om de oren en we moeten ons werkgebied verkleinen. We zetten geen reclamebordjes meer neer.'



Jelle Westra

'Je hoeft nog niks op te leveren. Leer, doe je ding, groei'

Jelle Westra

'Dan verlies je de ziel'

Verspeek vergelijkt zijn bedrijf met een oudbruin café. Juist doordat zo'n café klein en herkenbaar blijft, weet je volgens hem waarom je er graag komt.

'Ik ben verliefd op een oudbruin café. Zo'n café moet nooit groter worden, want dan verlies je de ziel. De eigenaar staat achter de bar, er zit een spaarkast, de fiets hoeft niet op slot en er staat geen beveiliging voor de deur.'
Dat gevoel wil hij in zijn eigen bedrijf vasthouden.
'Als dat café ineens een verdieping erop zet, een balzaal erachter bouwt en de buurman erbij koopt, dan verliest het zijn ziel. Dat wil ik met ons bedrijf niet. Ik wil de mensen kennen. Ik wil weten wat er gebeurt.'

Daarom ligt zijn grens rond de dertig medewerkers. Niet omdat uit een berekening blijkt dat 31 medewerkers minder rendabel zijn, maar omdat hij zelf het contact met zijn bedrijf niet wil verliezen.



Comedian Jacob Spoelstra was dagvoorzitter tijdens de TuinKeur Klantendag

'Hoe makkelijk het ook is om te groeien met die tachtig mensen op de wachtlijst: die dertig blijft dertig.'

Eerst weten wat je kúnt doen

Daarmee komt Verspeek uiteindelijk weer dicht bij het verhaal waarmee Westra de dag begon. Alleen stellen ze een andere vraag.
Westra wil dat een ondernemer zijn actuele cijfers kent. Wat kost een medewerker? Wat moet een uur opleveren? Kun je iemand zes maanden de ruimte geven om het vak te leren? En welk tarief is daarvoor nodig?

Verspeek laat vervolgens zien dat een positieve uitkomst van die rekensom niet automatisch betekent dat je verder moet uitbreiden. Zijn bedrijf heeft werk en volgens hem staan tientallen mensen klaar die er zouden willen werken. Toch kiest hij ervoor om niet verder te groeien.

'Waarom moeten we eigenlijk allemaal groter worden?'

Martijn Verspeek

'Het is ontzettend druk en de verleiding om verder te groeien is heel groot. Maar we gaan niemand meer aannemen. Dat is een keuze die ik maak.'

Daarmee leverde de TuinKeur Klantendag geen kant-en-klaar antwoord op de vraag hoe een hoveniersbedrijf moet worden geleid. Wel kwamen twee vragen steeds terug. Westra: weet je wat er in je bedrijf gebeurt en wat je keuzes kosten? Verspeek: weet je vervolgens ook wat voor bedrijf je eigenlijk wilt hebben?

BE SOCIAL
Scan, lees & deel!