



# Hoveniers krikken kennis op tijdens Tuinprofessionaldagen

Leveranciers onderhouden nauw contact met hun klanten middels kennistweedaagse

Op 17 en 18 januari is de zevende editie van Tuinprofessionals, ditmaal in Koninklijke Burgers' Zoo in Arnhem. Inspirator en schaatser Erben Wennemars trapt af en de toegang voor tuinprofessionals is gratis. Het hoofdthema van dit jaar is 'kennis van de moderne hovenier'. Wat moet een hovenier weten om zijn bedrijf zo rendabel mogelijk te maken?

Auteur: Santi Raats

André Pes is de salesmanager van Aco. Hij onderzocht al jaren het commerciële probleem dat hij zijn klanten lastig bereiken kon. 'Wij werken als leverancier met tussenpersonen, bijvoorbeeld de retail, want onze doelgroep is heel divers: van hovenier tot stratenmaker en vijveraanlegger. Maar de handel heeft heel andere belangen dan wij, voornamelijk marges. Omdat geld daarbij een grote rol speelt, kunnen wij als leverancier ons verhaal niet goed kwijt over het product, de kwaliteit of over het juiste gebruik en onderhoud.' Ton Fontijn, die met zijn bedrijf Auga sinds 2014

een partner van Tuinprofessionals is, valt Pes bij: 'Wij waren voorheen toeleverancier van onderdelen. Dan sta je helemaal ver van de klant af. Op het moment dat de klant met productproblemen kampt, is het te laat. Om productkennis over te brengen, moet je mogelijkheden hebben om dicht bij de klant te zitten.'

## Open discussies

Pes knikt. 'Meerdere van de huidige partners van Tuinprofessionals zaten met hetzelfde commerciële vraagstuk. Als oplossing hebben we in 2011 de

Tuinprofessionaldagen op poten gezet. Op deze twee aaneengesloten dagen hebben wij als leveranciers direct contact met onze klanten. We kunnen in een ongedwongen setting discussies met ze aangaan die product- of verwerkingsvragen beter aan de oppervlakte brengen. Ook kunnen we alle ontwikkelingen op ons vakgebied met hen delen.' Kennisvergroting leidt tot waardevermeerdering 'De hoveniers op hun beurt zijn hier ook bij gebaat, omdat het toepassen van verworven kennis leidt tot een hogere waardering door de klant en dus tot een hogere factuurprijs,' vervolgt Pes. 'Een



5 min. leestijd

## ‘Om kennis over te dragen, moet je dicht op de klant zitten’



Andre Pes



Ton Fontijn

specifiek voorbeeld: visualisatie is voor hoveniers erg belangrijk. Als zij een klant van het begin tot het eind kunnen meenemen in een ‘droom van een eindbeeld’, dan levert dat een goede naam op. Mensen willen van nature voor zich zien wat ze krijgen. Maar niet alle hoveniers zijn even sterk in verwachtingsmanagement. Software die het eindresultaat eenvoudig visueel kan maken, is dan een goed hulpstuk. Onze partner TSD is daar een expert in. Op de kennisdagen kunnen hoveniers meer over software te weten komen door TSD aan te spreken. Maar ook het spreken en netwerken met de andere partners van Tuinprofessionals zal hun horizon flink verbreden. De kennisdagen worden gewaardeerd; we zien de opkomst elk jaar stijgen. Vorig jaar hadden we achthonderd bezoekers; dit jaar verwachten we er duizend in totaal!

### De partners

Tuinprofessionals bestaat uit een select gezelschap van negentien partners: Aco, Auga, Van den Berk Boomkwekerijen, Ecolan, Ecostyle, FelixClercx, Greenwall, In-Lite, Jub, Lageschaar vaste planten, MBI De Steenmeesters, Michel Oprey & Beisterveld, Quick Hedge, Royal Grass, Schellevis Inspiration, Stihl, TSD IT solutions, Tubag en Wienerberger. Ze zijn leveranciers op het gebied van afwateringsystemen, vijveraanleg, verlichting, bemesting, automatisering, kant-en-klare hagen, heesters, bestrating, bomen, terrasfondamenten, geluidsschermen, kunstgras en vaste planten. Pes: ‘De partners dienen niet te concurreren. Bovendien zijn voorwaarden voor het partnerschap dat de partner een A-merk heeft, beschikt over een nationale distributie en bij voorkeur marktleider is, maar dat laatste is geen harde eis. Bovendien mag elk zittend lid van Tuinprofessionals zijn veto uitspre-

## ACTUEEL

ken als een nieuwe partij wil toetreden. We hebben niet kwantiteit als doel, maar streven kwaliteit na.’ Met vereende krachten hebben de partners van Tuinprofessionals een magazine uitgebracht waarin ze hun specialiteiten beschrijven.

### Actualiteit en praktijkproblemen

De presentaties gaan daarom niet per se over de producten van de fabrikanten, maar vooral over de actualiteit en over kennisoverdracht met betrekking tot heikale punten uit de praktijk. ‘We streven er elk jaar naar om driehonderd enquêteformulieren te ontvangen. Het belangrijkste voor de bezoekers is de kwaliteit van de lezingen. We zetten er dus vol op in om het programma zo educatief mogelijk te maken’, verklaart Pes.

### Interactief tuin ontwerpen

Twee hoveniers van faam zijn door de organisatie van de Tuinprofessionaldagen uitgedaagd om voor een bepaald budget een ontwerp te maken voor de renovatie van een bestaande tuin van 140 vierkante meter: Harry Esselink en John Koomen. Pes vertelt: ‘Veel bezoekers kennen hen. Esselink en Koomen laten het publiek zien hoe ze het project aanpakken, van de briefing tot en met het krijgen van de opdracht. Ze komen tot twee totaal verschillende resultaten, maar dat geeft niet. Wel onderbouwen ze hun keuzes. Ze vragen aan bezoekers hoe zij dit zouden aanpakken en waar ze tegenaan zouden lopen. Deze interactieve sessie stimuleert hoveniers om zich bewust te zijn van de moeilijkheden in hun vak en te beseffen dat iedereen daarmee kampt en dat ze op te lossen zijn.’

### Verkooptraining

In een andere workshop licht verkooptrainer Irma van Herwaarden een tipje van de sluier met betrek-



Bezoekers die een frisse neus willen halen, krijgen van gidsen een rondleiding door Burgers' Zoo





De Tuinprofessionaldagen bieden ruimte om te netwerken en informeel te discussiëren.



king tot het communiceren over de offerteprijs. 'Dat lijkt op het eerste gezicht wellicht eenvoudig,' verklaart Pes, 'maar hoveniers zijn niet geschoold in verkopen. Ze zijn geschoold in "groen denken" en in plantenkennis. Na hun hoveniersopleiding besteden zij echter weinig tijd aan verdere scholing. Toch lopen hoveniers tegen onzekerheden aan als ze hun prijs aan de klant moeten doorgeven. Sommigen lopen naar binnen met de uitstraling: ik ben bang dat ik te duur ben. In de workshop krijgen ze enkele handvatten om hun zelfvertrouwen en fierheid een boost te geven.'

## 'Het loont voor hoveniers om zich online te profileren'

### Online pr en communicatie

Ook krijgen bezoekers van de Tuinprofessionaldagen tips en adviezen voor hun pr en communicatie. 'Soms zijn websites niet meer dan een visitekaartje. Maar het loont voor hoveniers om zich te profileren met hun website en op social media. Ze kunnen scoren met mooie foto's van wat ze hebben gemaakt. Een online-marketeer geeft adviezen op de Tuinprofessionaldagen.' Een actueel onderwerp waarmee alle hoveniers te maken krijgen maar waarover de meesten nog veel te weinig kennis hebben, is chemievrije onkruidbestrijding. In 2014 studeerde de jonge tuinprofessional Mike Verheij af op dit onderwerp met een

scriptie getiteld 'Nieuwe wegen van onkruidbestrijding voor Schiphol'. Hij houdt een lezing houden over zijn bevindingen. Pes: 'De bezoekers hebben er echt wat aan om te horen over onafhankelijke onderzoeksresultaten en best practices.'

### Zwemvijvers

Ton Fontijn heeft al behoorlijk wat aanmeldingen binnen van geïnteresseerden voor de zwemvijverworkshop. Tuinprofessionals heeft de Belgische 'vijverprofessor' Guido Lurquin gevraagd om te komen spreken. Fontijn wil in Lurquins lezing vooral de boodschap laten doorklinken dat je de aanleg van een vijver of zwemvijver er niet zomaar even bij kan doen, maar aan specialisten moet overlaten. 'Er bestaat geen opleiding voor het aanleggen van vijvers en zwemvijvers', licht hij toe. 'Toch zijn hoveniers veel meer gaan doen dan alleen plantjes in de grond steken. Sommigen denken, om het cru te zeggen: we leggen een stukje folie op de bodem, bestellen online via Ali Baba een pompje en dan kan het water erin! Maar de verwerkingsvoorschriften luisteren ontzettend nauw, zeker in zwemvijvers, waar met verschillende materialen en ook met stroom moet worden gewerkt. Onwetendheid kan leiden tot onveiligheid of teleurstellingen. Dan is de zwemvijver troebel of, in het ergste geval, staat de zwemmer onder stroom. Daarom gaan we met Lurquin een verdiepende workshop geven, die laat zien dat de aanleg van een vijver of zwemvijver het beste uitbesteed kan worden.'

### Andere lezingen en workshops

Wat kunnen de bezoekers nog meer verwachten? Pes somt trots op: 'Een lezing over goed werkzame bodems, een hoorcollege over het bestrijden van geluidsoverlast in tuinen, een lezing over de do's-

and-don'ts bij bestraten, workshops over calculatie, over kunstgras aanleggen (waarbij de bezoekers zelf het mes ter hand nemen), over slimme montage van vlonders en terrassen, ontwerp en aanleg van buitenverlichting, gebruik van accupower, en tot slot een lezing over toppers voor schaduwtuinen, zowel bollen als vaste planten en bomen. De laatste lezing haakt in op de actualiteit van het klimaatbestendig maken van de openbare ruimte, maar ook van tuinen, die in de toekomst beter bestand moeten zijn tegen hittestress. Van den Berk, Jub Holland en Lageschaar vaste planten houden daarna een sortimentsquiz, waarbij de winnaar het prachtige dikke bomenboek van Van den Berk als prijs ontvangt.'

### Rondleidingen door Burgers' Zoo

Bezoekers die even een frisse neus willen halen, kunnen buiten het Auditorium of het restaurant rondleidingen krijgen door de gidsen van Burgers' Zoo in Burgers' Desert, Burgers' Ocean en Burgers' Bush. De gidsen proberen zo veel mogelijk rekening te houden met de voorkennis van de hoveniers en vijverspecialisten.



Be social

Scan of ga naar:

[www.stad-en-groen.nl/artikel.asp?id=41-6414](http://www.stad-en-groen.nl/artikel.asp?id=41-6414)