

Mensen kunnen dit jaar niet op vakantie en verwennen zichzelf daarom met een make-over voor hun tuin



## Volle kracht

Als ik nu naar buiten kijk, zie ik dat de lente op volle kracht aanwezig is. Bijna alle bomen zijn weer in blad en veel bomen zijn voorzien van een indrukwekkend bloesemgewaad. En corona of geen corona: de lente is natuurlijk een toptijd voor hoveniers. Op het eerste gezicht lijkt dit ook voor dit jaar op te gaan. Ik schrijf dit stukje op de vroege zaterdagochtend vóór de maandag dat De Hovenier naar de drukker gaat, en vanuit mijn werkkamer zie ik in minder dan tien minuten al minimaal vijf busjes met hoveniers, die vol gas op weg zijn naar hun zaterdagochtendklus. Nu kun je dat natuurlijk amper representatief marktonderzoek noemen, maar ook wat rondvragen levert vergelijkbare reacties op. Natuurlijk, er zit voorzichtigheid in de markt. Consumenten zijn bang en bezorgd over wat de crisis financieel voor hen gaat betekenen. Maar zoals de prijs van huizen bijna boven verwachting op peil blijft, lijkt er ook nog steeds voldoende werk voor hoveniers te zijn. Een van de hoveniers die ik daarover sprak, zei: 'Mensen kunnen dit jaar niet op vakantie en verwennen zichzelf daarom met een make-over voor hun tuin.' Belangrijk is wel dat je je als hovenier weet te onderscheiden en dat je op zoek gaat naar jouw eigen doelgroep. Als je dat kunstje in de vingers hebt, lijkt er werk genoeg.

**De hoveniers van Nederland mogen Rutte op hun blote knieën bedanken dat hij gekozen heeft voor deze intelligente lockdown**

Gelukkig is er daardoor slechts een beperkt aantal hoveniers dat een beroep moet doen op de maatregelen van de overheid. Zes procent van de groenbedrijven maakt gebruik van de NOW-regeling (Noodmaatregel overbrugging werkgelegenheid) en twee procent van de zelfstandigen in de sector doet een beroep op de TOZO (Tijdelijke overbruggingsregeling zelfstandige ondernemers). Ik weet het niet zeker, maar ik denk dat onze sector daarmee de minst geraakte sector van Nederland is en dat wij allemaal minister-president Rutte op onze blote knieën mogen bedanken dat hij gekozen heeft voor deze intelligente lockdown. Dat er niets veranderd is, is natuurlijk ook niet waar. Het blijven bizarre tijden.

Jezelf onderscheiden is nu nog meer van belang dan ooit tevoren. En dat is vaak makkelijker dan je denkt. We weten allemaal dat de belangrijkste vorm van marketing mond-tot-mondreclame is, maar soms moet je daarbij een handje helpen. Zorg bijvoorbeeld voor een leuk bordje om aan te geven dat jij ergens een tuin hebt gemaakt, of – iets ingewikkelder – ga adverteren op basis van de postcode van de wijken waar jij al eerder succesvol was. Je kunt dan bestaande klanten als referentie gebruiken. Als deze crisis verder iets laat zien, is dat zwart (of lichtgrijs) werken weliswaar aantrekkelijk kan zijn, maar ook gevaarlijk. In deze tijden is het wel handig om te kunnen aantonen dat je in het verleden substantieel omzet hebt gedraaid.

Met vriendelijk groet,  
Hein van Iersel (hein@nwst.nl)  
Hoofdredacteur



Be social

Scan of ga naar:

[www.vakbladdehovenier.nl/article/33043/volle-kracht](http://www.vakbladdehovenier.nl/article/33043/volle-kracht)