

‘We dachten dat hun verfrissende online aanpak de sector wel zou opschudden. Nou, dat deed het zeker...’



Faillet gaan we niet

Het faillissement van Tuinmaterialen.nl werd afgelopen maand breed uitgemeten. De gedupeerden staan met hun frustraties voorop in landelijke pers zoals de Telegraaf en op het AD. Niet best voor de naam van onze hovenierssector. Engel Muntz en Lars de Wit, de zogenaamde ‘TikTok-tuinmannen’, bouwden een indrukwekkend aantal volgers op met hun vlotte video’s, maar waar de miljoenen views binnenstroomden, stroomde het geld de verkeerde kant op. Gevolg: 850.000 euro schuld en een stoet aan gedupeerde klanten en onderaannemers die met lege handen staan. Deze zomer spraken wij nog met Engel en Muntz voor een interview in *De Hovenier* – we dachten dat hun verfrissende online aanpak de sector wel zou opschudden. Nou, dat deed het zeker... maar niet zoals we hadden verwacht.

Muntz en De Wit waren goed in social media, maar het runnen van een bedrijf blijkt toch iets meer te vragen dan viral gaan op TikTok. Maar gelukkig is dit faillissement een uitzondering, geen patroon.

Voor nu is de enige les die we hieruit kunnen trekken: een beetje minder bravoure, en een beetje meer boekhouding

Want wij doken even in recente CBS-cijfers. In de afgelopen vijf jaar zijn er gemiddeld slechts zo’n tien hoveniersbedrijven per jaar failliet gegaan: op een sector met ongeveer 15.000 hoveniersbedrijven. Ter vergelijking: de bouwsector had in 2023 een faillissementspercentage dat bijna vijf keer zo hoog is als dat van de hovenierssector.

Wat wel zorgelijk is, is de negatieve publiciteit die door dit soort online blaaskaken over de sector wordt uitgestort. Het is niet de eerste keer dat een ‘ondernemer’ met een glad verhaal en een vlotte babbel de boel oplicht. Bijna ieder jaar horen wij hier op de redactie dit soort verhalen over zogenaamde hoveniers die via platforms als Werkspot een aanbesteding binnenharken en dan met de noorderzon vertrekken, nog voor ze een enkele spade de grond in hebben gestoken. Dat soort figuren zorgen ervoor dat het vertrouwen in de sector wordt ondermijnd, terwijl de overgrote meerderheid van hoveniers gewoon eerlijk, hard werkend en betrouwbaar is. Dat komt omdat echte hoveniers, in tegenstelling tot deze social media-sterren, weten dat vakmanschap en betrouwbaarheid belangrijker zijn dan online roem. Er is kortom geen teken van een bredere crisis in de sector.

Als Muntz en De Wit iets hadden kunnen leren van de rest van de hovenierswereld, was het dat je bedrijf niet draait op volgers, maar op vakmanschap en degelijk financieel beheer. Misschien hadden ze dan nog een kans gehad. Maar voor nu is de enige les die we hieruit kunnen trekken: een beetje minder bravoure, en een beetje meer boekhouding.

Met vriendelijk groet,
Willemijn van Iersel
(willemijn@nwst.nl)
Hoofdredacteur



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!