



‘Ik ben benieuwd wat de impact van AI gaat zijn op het hoveniersvak’

Hovenier in het Vizier: Ties Timmermans over ondernemen, personeel en technologie

Ties Timmermans (37) staat aan het roer van Timmermans Hoveniers, dat hij in 2010 oprichtte op het erf van zijn vader. Vijftien jaar later runt hij een gezond bedrijf met vijf vaste medewerkers en een parttimer. Zijn pand, in 2022 opgeleverd, noemt de in het Brabantse Oostelbeers gevestigde ondernemer zijn slimste investering voor de toekomst.

Auteur: Frank van de Ven

In de werkplaats staan voor elke medewerker persoonsgebonden slippers klaar. ‘Vuile werkschoenen blijven buiten. Zo houden we het schoon — net als bij klanten thuis. Dit is de plek waar ik klanten ontvang en waar mijn mensen thuiskomen. Alles is netjes en opgeruimd. Dat wekt vertrouwen. Klanten moeten zien dat wij zorgvuldig met hun tuin omgaan, nog vóórdat we zijn begonnen.’

AI en de toekomst van het vak

In zijn vijftien jaar ondernemerschap heeft Timmermans het vak flink zien veranderen. Zijn blik richt zich nu vooral op de opkomst van kunstmatige intelligentie (AI): ‘Ik ben benieuwd wat de impact van AI gaat zijn op het hoveniersvak. Ik verwacht dat steeds meer

consumenten het gaan gebruiken om zelf tuinontwerpen te maken. Die zullen wij dan mogen uitvoeren, maar wij als vakman zullen toch moeten kijken of het uitvoerbaar is. En hoe bereken je de extra tijd door die het kost om dat uit te zoeken?’ Zelf heeft hij nog geen AI-ontwerpen ontvangen, maar hij volgt de ontwikkelingen met belangstelling. ‘Tot nu toe willen mijn klanten vooral ontzorgd worden. Ze hechten aan persoonlijk contact. Toch denk ik dat we als ondernemers moeten nadenken over onze rol in een veranderende markt.’

Persoonlijk contact als handelsmerk

De persoonlijke aanpak is het handelsmerk van Timmermans. Hij wil klanten niet alleen een tuin verkopen, maar ook vertrouwen:



‘Vertrouwen creëren is belangrijker dan de prijs. Ik reageer snel, ben eerlijk – “nee” is ook een antwoord – en neem de tijd om verwachtingen duidelijk te krijgen. Als het goed voelt, is er een match.’ Offertes bespreekt hij bijna nooit via de mail, maar altijd persoonlijk op kantoor. ‘Daar hangen foto’s van mijn team, zodat klanten meteen zien wie bij hen in de tuin komt werken. Dat persoonlijke contact werkt beter dan tien e-mails.’ Online offerteaanvragen zijn niet zijn favoriete manier van werken. ‘Sommige klanten mailen liever dan dat ze bellen. Maar ik wil graag weten met wie ik te maken heb. Tijdens een kennismaking zie je wat voor type iemand is – dat helpt bij het ontwerp.’

Samenwerking boven concurrentie

Concurrentie ziet hij niet altijd als bedreiging, maar liever als een mogelijke kans. ‘In deze

groter worden.’ Om de betrokkenheid – en zijn personeel – te behouden, betreft hij zijn medewerkers bij zoveel mogelijk beslissingen, van klantgesprekken tot de aanschaf van machines. ‘Ik ben vrij lang, dus wat voor mij een fijne machine is, hoeft dat voor een kleinere collega niet te zijn. Door samen te beslissen, kom je tot betere keuzes en creëer je betrokkenheid.’

Leren van elkaar

Zijn team mag meedenken over ontwerpen, verbeterpunten en werkgeluk. ‘Tijdens en na afloop van projecten bespreken we wat goed ging en wat beter kan. Zo leren we van elkaar. Ook vraag ik mijn mensen regelmatig via korte enquêtes hoe ze de werkdruk ervaren en welk cijfer ze hun werkgeluk geven.’ Volgens Timmermans werkt die betrokkenheid twee kanten op. ‘Als mijn mensen tevreden zijn,

gen. Als startende ondernemer dacht ik dat ik het goed deed, maar ik had geen klankbord. Via TuinKeur kwam ik in contact met andere ondernemers.’ Die contacten vormen nog steeds een belangrijke steunpilaar: ‘We vormen nu een klein netwerk waarin we open praten over cijfers, personeel en klanten. Dat helpt me enorm. TuinKeur heeft me wakker geschud en aangezet om meer klantgericht te werken. Ik kan deze organisatie aanraden voor bedrijven die worstelen met klanten, papierwerk, personeel en noem het allemaal maar op. Ikzelf heb inmiddels besloten om TuinKeur te verlaten, want hierin ben ik verzadigd. Nu is het tijd voor de volgende stap.’

Technologie met menselijke maat

Timmermans kijkt nuchter naar de toekomst. Hij verwacht dat technologie en artificial intelligence (AI) het vak zullen veranderen, maar gelooft dat menselijk contact altijd het verschil blijft maken. ‘Al kan straks misschien een tuin tekenen, maar geen vertrouwen wekken. Daar ligt onze kracht. Klanten willen iemand die luistert en meedenkt – dat vervang je niet met technologie.’ Tegelijkertijd ziet hij kansen: ‘Ik ben benieuwd wat de impact van die technologie zal zijn op het hoveniersvak. Zelf ben ik niet zo’n fan van die ontwikkeling, maar het is wel iets waar je als ondernemer op moet anticiperen. Je moet mee met de tijd, maar wel op jouw manier.’

Ondernemen met aandacht

Zijn belangrijkste les in vijftien jaar ondernemerschap? ‘Je kunt het niet allemaal alleen doen. Besteed taken uit, geef mensen verantwoordelijkheid en blijf luisteren – naar klanten, naar je team en naar jezelf. Mijn team heeft me leren groeien. De kracht van een goed hoveniersbedrijf zit niet in machines of prijzen, maar in mensen.’

‘Meer mensen aannemen betekent niet automatisch meer rendement. Het draait om balans tussen mensen, machines en uren’

regio zitten veel hoveniers, maar we gunnen elkaar wat. Ik werk juist graag samen. Waarom zou je elkaar tegenwerken als je samen meer kunt bereiken?’

Van buitenmens naar manager

De liefde voor de buitenlucht bracht hem ooit het vak in, maar tegenwoordig zit hij vooral achter zijn bureau. ‘De realiteit is dat ik meer achter de computer zit dan in de tuin. Offertes, planningen, e-mails – het houdt nooit op.’ Om meer tijd te krijgen voor het echte hovenierswerk, laat hij een medewerker één dag per week bijspringen om hem te helpen met administratieve taken. ‘Dat geeft lucht. Op termijn wil ik mogelijk weer vaker buiten aan de slag. Dat mis ik nu regelmatig.’

Een hecht team

In de beginjaren werkte Timmermans met zzp’ers, maar dat veranderde toen stagiairs bleven hangen en hij een goede naam in de regio opbouwde. Al het personeel benaderde hem met de vraag of ze bij Timmermans konden werken. ‘Langzaam groeide het team uit tot een hechte club van vijf man en een parttimer. Iedereen kent elkaar goed en werkt met plezier samen. Dat vind ik belangrijker dan steeds

straalt dat af op klanten. Tegelijk zijn zij mijn ogen en oren in de markt. Via hen hoor ik wat er speelt.’

De juiste klik

Nieuwe medewerkers zijn welkom, maar Timmermans werft niet actief. ‘De klik met het team is belangrijker dan de omvang van het bedrijf. Meer mensen aannemen betekent niet automatisch meer rendement. Het draait om balans tussen mensen, machines en uren.’

Duurzaamheid als vanzelfsprekendheid

Duurzaamheid is een thema dat de markt bezighoudt, maar voor Timmermans is het vooral vanzelfsprekend: ‘Als je een goed product levert, ben je duurzaam bezig. Ik kies altijd materialen en beplanting die lang meegaan. Dat is beter voor de klant én voor het milieu.’ Zijn wagenpark is nog niet elektrisch. ‘De investering is fors en ik werk nauwelijks in zero-emissiezones. Duurzaamheid is geen doel op zich, maar een middel om kwaliteit te leveren. De keuze moet ook economisch kloppen.’

Branchevereniging als opstap

Timmermans is jarenlang lid van TuinKeur. ‘Ik besloot lid te worden om begeleiding te krij-



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!