



'We krijgen steeds meer de klanten die we graag willen'

Aardoom Hoveniers: 225 jaar oud en nog steeds in de familie

Het is een foto die tot de verbeelding spreekt: Gerrit Aardoom, in werktenue op de fiets, met voorop een mand met planten (zie pag. 20). Twee generaties later zit kleinzoon Dionysios Sofronas aan het roer van het bedrijf, dat dit jaar zijn 225-jarig bestaan viert. Sofronas kan daarmee bouwen op de lange hoveniersgeschiedenis, maar is ook niet bang om een frisse wind te laten waaien.

Auteur: Kelly Kuenen



Aardoom Hoveniers is gevestigd in het centrum van Ridderkerk. Op het terrein dat dienstdoet als opslag en werkterrein huist tevens een kantoor-tje; een omgebouwde groep containers, waar Dionysios Sofronas ook klanten ontvangt. Niks geen opgepoetste omgeving met netjes aangeharkte tuintjes, maar een paar grote plantenbakken en verder vooral een rauwe omgeving waar gewerkt wordt. 'Ik vind het leuk om mensen hier te ontvangen, dat zij zien hoe het er hier aan toe gaat', vertelt de ondernemer.

Zijn exotische naam dankt Sofronas aan zijn Griekse vader. Het huwelijk met zijn Nederlandse moeder hield geen stand en zijn moeder hertrouwde met Huibert Aardoom, door Sofronas liefkozend 'tweede vader' genoemd. Sofronas' twee broers sloegen een andere richting in; hijzelf had al van jongs af aan interesse in 'beestjes en natuur', en daarmee lag het voor de hand dat hij een groene opleiding ging volgen.

Na een vierjarige kaderopleiding was de vraag of hij zou doorstuderen of het bedrijf in zou gaan. Sofronas: 'Mijn vader had geen eigen kinderen en er was geen bedrijfsopvolger. Daarnaast was een frisse wind in het bedrijf nodig. Ik zag het als een uitdaging, maar ook wel als een plicht om het bedrijf in te gaan.' Eerst liep hij nog een buitenlandstage in Israël, gevolgd door militaire dienst, en werkte hij nog een jaar bij een andere hovenier – bewust in een andere regio. Daarna rolde hij het bedrijf in, al was hij voor die tijd al actief in de avonduren en op zaterdag en vergezelde hij zijn vader bij bezoeken aan beurzen en branchebijeenkomsten.

In 1993 trad hij in dienst, eerst als meewerkend hovenier en vanaf 1998 in de rol van eigenaar en directeur. Anno 2018 is het bedrijf vijftien man groot, met veertien man op locatie en één persoon die op kantoor zaken als de bedrijfsadministratie op zich neemt. Sofronas heeft naar eigen zeggen '100 petten' op, maar echt met de handen in de aarde staat hij niet meer. Naast het adviseren van de klant, omschrijft hij zijn taken als gericht op ontwikkeling, acquisitie en 'het gezicht van het bedrijf zijn'. 'Bij dat laatste kun je denken aan netwerken en het verzorgen van lezingen.' De dagelijkse leiding op locatie heeft hij overgedragen aan bedrijfsleider Dave, die tevens zaken als planning en acquisitie voor zijn rekening neemt.

Aansluiting op de markt

Het valt op dat het bedrijf een moderne, in het oog springende website heeft. Daarvoor wordt een externe partij in de arm genomen, vertelt Sofronas.

Het brengt het gesprek op de koers die is ingezet, met de crisis als drijvende kracht. 'Zo rond 2010 begonnen wij de crisis te merken', vertelt Sofronas. 'Er was überhaupt minder werk, maar rond 2014, 2015 becroop me ook het gevoel dat we geen goede aansluiting meer hadden op de markt. We hebben toen contact gezocht met een bedrijf dat zich specialiseert in organisatieadvies en hen uitgenodigd mee te kijken met de markt, die op dat moment snel veranderde.' Dat had deels betrekking op het in de markt zetten van het bedrijf, oftewel marketing. 'Iets waarvan je al snel denkt: dat kan ik ook. Maar je onderschat het. Als hovenier weet je veel over je product en hoe goed dat is, maar dat betekent nog niet dat je het kunt overbrengen op anderen. Jezelf verplaatsen in anderen is echt een vak apart.'

Het was wel even schrikken, want Aardoom Hoveniers werd geadviseerd de huisstijl overhoop te halen. 'Iets waar ik aan moest wennen, maar waar ze me wel van wisten te overtuigen', vertelt Sofronas daarover. Het lijkt een goede stap te zijn geweest. Inmiddels komt een behoorlijk aantal aanvragen binnen via de website. 'Natuurlijk krijgen we ook opdrachten via mond-tot-mondreclame, maar daar red je het niet mee. Zeker bij noodzakelijke groei, zoals na de crisis het geval was, moet je andere wegen vinden. Dat is ons sinds de nieuwe website goed gelukt. We krijgen ook steeds meer klanten die we zelf het liefste hebben. Als je de focus legt op de markt die je wilt bedienen, krijg je ook een betere match met de mensen die je als klant wilt. Blijkbaar was eerder niet duidelijk waar we voor staan.'

Duurzame tuinen

De meeste klussen vinden plaats in particuliere tuinen, tuinen bij bedrijven, instellingen en appartementencomplexen, een kleiner deel in de openbare ruimte. De verhouding aanleg-onderhoud is ongeveer 50/50, idem voor de verhouding particuliere en zakelijke markt. Het bedrijf focust zich op het middensegment. 'We maken een goed, eerlijk product. Kwaliteit, daar hangt een kostenplaatje aan. We zijn niet de goedkoopste. Maar we richten ons ook niet op het topsegment. We kunnen exclusieve tuinen maken, maar dan wel met nuchterheid en zeker niet over de top.'

Dat is echter niet de markt waar Sofronas op doelt, de markt die hij wil bedienen. Die heeft namelijk te maken met het soort tuinen dat het bedrijf aanlegt: met een sterke nadruk op duurzaamheid. Nu is duurzaamheid inmiddels een aardig containerbegrip geworden, maar de Ridderkerkse hovenier weet het wel degelijk te specificeren. 'Ik

heb nagedacht over de vraag wat een hovenier nu is. Ja, we maken tuinen voor een klant. Maar als die tegen mij zegt: ik heb mooie tegels gezien, haal het groen er maar uit, dan krab ik mezelf toch echt achter de oren.'

'Als hovenier weet je veel over je product, maar dat betekent nog niet dat je het kunt overbrengen op anderen'

Hoveniers zijn dé ambassadeurs voor de groene buitenruimte, vindt Sofronas, maar de afgelopen twintig à dertig jaar heeft de gemiddelde hovenier heel andere producten afgeleverd – waarbij hij tevens de hand in eigen boezem steekt door aan te geven daar deels aan meegewerkt te hebben. 'Dertig jaar geleden was duurzaamheid nog "geitenwollensokkenpraat"; nu is dat niet meer het geval. Alleen wordt er nog vooral over gepraat. Nu is het zaak om er bewuste keuzes in te maken.' Zo schakelde het bedrijf zes à zeven jaar geleden over op alternatieve methoden van onkruid beheersen. 'Al lang voordat er sprake was van restricties in chemie, zag ik die ontwikkeling aankomen en vond ik het zaak stappen te maken om erop voorbereid te zijn: door alternatieve bestrijdingsmethoden, maar ook door de tuin anders in te richten – een bewust groene tuin en dat ook uitstralen.' Inmiddels krijgt het bedrijf veel ontwerpaanvragen voor groene tuinen binnen, maar dat heeft zijn langste tijd wel gehad. 'Dat is ook een nadeel als je ergens vroeg mee bent. Tegen de tijd dat je de moed begint te verliezen, begint het te lopen. Je moet er vertrouwen in houden dat je je koers moet aanhouden.' Dat klinkt gemakkelijk, vasthouden aan je ideaal, maar de praktijk is weerbarstig. 'Ik stel mezelf telkens de vraag: waar sta ik voor als hovenier, wat wil bereiken? En als dat niet mogelijk is, wil ik er dan wel mee doorgaan? De keerzijde van de medaille is dat je de schoorsteen rokende moet houden; je hebt ook een verantwoordelijkheid ten opzichte van je medewerkers. Het een sluit het



Gerrit Aardoom en Huibert Hendrik Aardoom.

andere gelukkig niet uit; het is een kwestie van de balans vinden.'

Het is vooral Sofronas die de ontwerpen voor zijn rekening neemt. Daarin legt hij de nadruk op groen en houdt hij de hoeveelheid verhard materiaal graag beperkt. Maar onder een duurzame groene tuin verstaat hij niet enkel een tuin met veel planten. Het zit ook in de materiaalkeuze, de productiemethode en hergebruik. 'Ik vind het belangrijk uit te dragen dat de leefomgeving geen luxe aankleding is. Wij zijn onderdeel van de natuur. Als we onze leefomgeving te veel aanpassen, zagen we aan de poten van ons bestaansrecht. We onttrekken onszelf aan het ecosysteem; dat kan niet anders dan tot problemen leiden. We zijn te veel bezig met een maakbare wereld en ik ben ervan overtuigd dat veel problematieken hierop terug te brengen zijn. Ik denk bijvoorbeeld dat het toenemen van allergieën te maken kan hebben met kinderen die niet buiten spelen. Een goede leefomgeving is geen luxe, maar een levensbehoefte. Dat idee wil ik uitdragen, maar wel op een positieve manier gebracht.'

De nieuwe huisstijl en dito website trekken al veel klanten aan die bovenstaand gedachtegoed aanhangen. Maar dan nog is het zaak mensen te blijven inspireren. 'Over duurzaamheid wordt veel gepraat, maar er wordt nog weinig mee gedaan. Maar zelfs als mensen bij ons komen met wensen

die op het eerste gezicht niet bij onze focus aansluiten, gaan we het gesprek aan. Achter de vraag zit meestal meer.'

Misvattingen

'Of een groene tuin per definitie een grotere investering vraagt? Ik denk zelfs dat een groene tuin goedkoper kan zijn, juist door bewuste keuzes te maken in het materiaalgebruik. Als je ziet hoeveel harde materialen er vaak in tuinen gebruikt worden, daar gaat zoveel geld in zitten; ik steek dat liever in beplanting. Natuurlijk wil men een goed terras, maar het uitgangspunt is niet méér te verharden dan nodig. Het is een uitdaging daar juist die mensen in mee te krijgen die er niks mee hebben. En als mensen een beperkt budget hebben, dan kijken we wat we hebben, wat zij willen en wat er nodig is om dat te bereiken. Met hergebruik kom je al een heel eind.'

Van een veelgebruikt argument, namelijk dat een groene tuin veel werk kost, maakt Sofronas gehakt. 'Ik hoor mensen weleens verzuchten dat ze zo lekker in de natuur gewandeld hebben en volledig ontspannen terugkomen. Als je voorstelt die natuur naar hun achtertuin te halen, zijn ze huiverig. Het is zaak de focus te kantelen. Een goede inrichting zorgt voor een prettige ruimte. Daar komt men tot rust, wat zorgt voor meerwaarde. Het is zaak te laten zien dat het allemaal wel mee-



'Opa Gerrit' vervoerde zijn planten op de fiets.

valt. Ik durf te zeggen dat een goed ingerichte tuin minder werk kost dan een grote betegelde ruimte. Het is de slecht ingerichte tuin die meer tijd kost. Zo'n tuin waarbij alles heel netjes en beheersbaar is; dat is niet mijn idee van een tuin.'

Vastgeroeste overtuigingen probeert hij te kantelen tijdens advies- en ontwerpgesprekken, maar ook via social media, nieuwsbrieven en middels de Tuinen van Appeltern, waar hij samen met andere ondernemers aan een hoveniersgroep deelneemt (het hoveniersnetwerk Dutch Quality Gardens). Daarbij promoten ze niet zozeer hun eigen producten, als wel hovenierswerk en mooie tuinen in het algemeen.

Natuurlijk spelen

Sofronas meent dat zijn maatschappelijk engagement er ook voor zorgt dat het bedrijf meer in het vizier komt van gemeenten. 'De kennis bij gemeenten wordt minder. Daardoor zijn ze meer gaan aanbesteden, maar dat gebeurde vaak op basis van de laagste prijs. Daar hebben wij niet aan meegedaan, met het gevolg dat we even niet in beeld waren bij die partijen. Nu zien we een tegenbeweging, mede door de koers die we varen. Zo maken we vaak groene schoolpleinen, waarvan de gemeente meestal niet de opdrachtgever is, maar waar zij wel bij betrokken zijn.'

Trots is hij bijvoorbeeld op een 'circulair steltenpad'

dat in Zwijndrecht werd aangelegd en waarbij duurzaamheid een belangrijk uitgangspunt vormde (zie foto). 'Sinds de lancering in 2012 op de Floriade in Venlo zijn we partner van NL Greenlabel. Dat houdt in dat er gekeken wordt naar duurzaamheid, toxiciteit en voetprint van zowel producten als projecten. In het Van Limburg Stirumplantsoen in Zwijndrecht hebben we een

speelplaats aangelegd waarbij alle materialen zijn hergebruikt. We zaten al snel op 95% hergebruik. Maar met de rubberen tegels wisten we geen raad. Dat is immers chemisch afval en als je ze wilt hergebruiken, zijn de opties beperkt. Uiteindelijk hebben we deze bij de palen van het steltenpad kunnen plaatsen.' De rubberen tegels kregen een uitsparing voor de palen en

werden aan de voet van de palen gestapeld in verschillende hoogtes, waarmee een extra klimelement ontstond. Het toestel is goedgekeurd door de keuringsinstantie en het project heeft het NL Greenlabel A gekregen. 'Dat zo'n label wordt toegerekend aan lokale en kleinschalige projecten is vrij nieuw, dus daar ben ik bijzonder trots op.'

Groei

Na een periode van uitdagingen ligt het bedrijf op koers. Hoe kijkt Sofronas naar de toekomst? Groei is geen ambitie op zich, maar ligt wel in de lijn der verwachting, vertelt hij. 'Ik denk dat opschalen noodzakelijk is voor de toekomst van ons bedrijf, dat we dat niet tegenhouden als we onze ambitie willen waarmaken. Concreet denk ik aan groei tot een man of twintig, het niveau van voor de crisis. Het enige waar we tegenaan lopen, is het vinden van goede vakmensen.'

Of het lange bestaan van het bedrijf nog enige aantrekkende werking uitoefent, weet Sofronas niet. 'Ik denk wel dat als je een heldere visie hebt, daar vanzelf mensen op afkomen. En dat je een aantrekkende werking hebt als je laat zien dat er méér te leren valt dan met een vakopleiding. Sommige mensen zijn echte vakmeesters en maken heel mooie producten, maar wel in de traditionele zin van het woord. Wij hopen juist die mensen te trekken die met ons mee willen groeien en begrijpen dat je er nog niet bent als je een vak leert.'

Met het oog op de toekomst wil de ondernemer nog iets doen met de duurzame inzetbaarheid van mensen. In 2017 werd het bedrijf genomineerd voor de Stigas Gezond & Vitaal Werken Prijs. Dat heeft hem aan het denken heeft gezet. 'Ik wil het voor de medewerkers mogelijk maken om tot hun pensioen te blijven werken. Ook wil ik oudere medewerkers tools geven om kennis over te brengen op de jongere generatie. Je kunt die twee bij elkaar zetten, maar dat wil nog niet zeggen dat de oudere werknemer weet hoe hij een jongere dingen kan leren. Dit alles is niet gemakkelijk en ik ben er niet uit hoe we dat moeten aanvliegen. Maar ik ben ervan overtuigd dat er vanzelf goede dingen ontstaan als je er aandacht aan besteedt.'

Leiderschap

Halverwege het gesprek verontschuldigt hij zich haast voor zijn uitgebreide verhaal. 'Ik ben nogal filosofisch. Het zullen mijn Griekse roots wel zijn. Soms laat ik me daarin meeslepen en moet ik mijn aandacht weer even terugbrengen naar praktische zaken', lacht hij. Het voordeel van die filosofische aanleg is dat Sofronas duidelijk heeft nagedacht over wie hij is en wat hij wil – ook met het bedrijf



Keuze in harde materialen is er volop, maar Aardoom Hoveniers houdt de hoeveelheid verharding wel graag beperkt.



Het 'steltenpad XXL' in Zwijndrecht is 100 procent circulair.



– en dat als geen ander kan overbrengen. Het is niet moeilijk om bij hem iets los te krijgen over zijn visie of ondernemersstijl – getuige bovenstaande. Hij raadt iedereen aan zo'n visie te ontwikkelen. 'Ik zie collega-bedrijven die daar moeite mee hebben. Ze moeten formuleren waar ze voor staan, maar schuiven dat voor zich uit', licht hij toe. 'Ik kan me herinneren dat ik ooit, als onderdeel van Groenkeur, mijn visie en missie op papier moest

zetten. Onzin vond ik dat in het begin. Daar ben ik op teruggekomen. Als je nooit nadent over essentiële levensvragen en geen duidelijke toekomst formuleert, dan ga je zwalken. Het ontbreekt je aan een koers. Als je helder hebt wie je bent en op die manier zaken doet, dan zorg je dat je op een eerlijke manier lang standhoudt.'

(Persoonlijke) ontwikkeling

Sofronas vaart nu een heldere koers, maar het bouwen daaraan ging met vallen en opstaan, ook op persoonlijk vlak. Als jonge ondernemer was hij bijvoorbeeld meer taak- en resultaatgericht. 'Wanneer er vroeger iets niet lukte, was ik geneigd naar de oorzaak te zoeken en een zondebok aan te wijzen. Maar als je op die manier aanstuurt, kom je in een kramp die averechts werkt. Ik heb daar destijds hulp bij gehad van een personal coach. Door mijn eigen valkuilen te kennen en muurtjes af te breken, heb ik mijn focus kunnen verplaatsen op de mensen. Iedereen heeft zijn eigen talenten, zichtbaar of verborgen. Het streven is om uit ieder het beste te halen.'

Ook hield hij eerder zakelijk en privé veel meer gescheiden. 'Nu denk ik dat dit eerder tégen dan voor je werkt. Wie je bent en wilt zijn, staat niet los van hoe je zaken doet. Als die twee in balans zijn, kan het elkaar versterken en doe je ook op een meer natuurlijke manier zaken.'

Natuurlijk was het ook een kwestie van leiderschap ontwikkelen. 'De uitdaging is een duidelijke visie te ontwikkelen en mensen daarin mee te nemen,

zonder hen dingen op te leggen. Vroeger had ik weleens de neiging die visie te linken aan mijn religieuze achtergrond. Maar het is zaak ook mensen mee te krijgen die er misschien anders over denken. Ik denk dat ik daarin enigszins anders ben dan mijn voorgangers. Ik probeer mijn zienswijze te vertalen naar een visie die iedereen kan ondersteunen, ongeacht geloof of achtergrond. Dan heb je een gezamenlijke visie. Dat is wat een bedrijf nodig heeft: een leider, maar vooral ook samenwerking.'

Het geheim?

Rest de vraag: wat is het geheim van een bedrijf dat al 225 jaar bestaat? Is het slim ondernemerschap, een flinke portie geluk of een combinatie van beide? Sofronas moet er even over nadenken. 'Ik denk dat dat niet in één woord is uit te drukken. Mijn voorouders waren eenvoudige mensen. Waarmee ik niet bedoel dat het domme mensen waren; allermindst zelfs. Het waren vooral harde werkers, echt dienstbaar aan de klant. Goed rentmeesterschap stond centraal. Ik denk dat dit al een basisvoorwaarde is om toekomst te hebben.'

'In de jaren dat ik meedraai, heb ik bedrijven zien opkomen die snel heel succesvol werden, maar net zo snel weer van het toneel verdwenen. Een verkeerde focus, denk ik. Met alleen een focus op geld red je het niet op de lange termijn. Oog voor de mens en de maatschappij is belangrijk. Het idee dat je het niet alleen kunt, maar afhankelijk bent van elkaar. Principes die ook ontspruiten aan een bepaalde zienswijze, in mijn geval ook aan het geloof.'

Of het bedrijf straks weer wordt voortgezet binnen de familie? Dat zou zomaar kunnen. Sofronas: 'Ik heb drie kinderen, twee dochters en een zoon. Mijn zoon was tot vorige maand werkzaam in ons bedrijf en volgt de hoveniersopleiding. Kort geleden is hij begonnen bij een ander hoveniersbedrijf, om ervaring op te doen buiten de deur.'



Be social

Scan of ga naar:

www.vakbladdehovenier.nl/artikel.asp?id=7-7577