

A man with a beard, wearing a blue sweater and jeans, is holding a large, vibrant bouquet of flowers. The bouquet features a mix of orange and yellow flowers, green foliage, and two tall, thin green stalks. The flowers are wrapped in light green paper. The background is a dark blue wall with framed pictures and a lamp. The overall scene is indoors, likely in a home or office setting.

**Tuinwaardig:
Unieke en duurzame
tuinproducten van
Nederlandse bodem**



“De verkoop van onze producten is hard gestegen sinds de coronacrisis.”

Marco Brouwers runt samen met zijn team sinds 2017 de webshop [Tuinwaardig.nl](https://www.tuinwaardig.nl). Via [Tuinwaardig](https://www.tuinwaardig.nl) verkoopt Marco een breed scala aan unieke en duurzame tuinproducten die mede ontwikkeld zijn door lokale leveranciers. Door te focussen op de kwaliteit van de producten en maatwerk richting de klant is [Tuinwaardig](https://www.tuinwaardig.nl) erin geslaagd om een begrip te worden in de wereld van de tuinrichting. Daarom spraken we met Marco over zijn drijfveren en het succes van [Tuinwaardig](https://www.tuinwaardig.nl). Ook spraken we over de integratie tussen [CCV Shop](https://www.ccvshop.nl) en [Flora@Home](https://www.florahome.nl), via waar [Tuinwaardig](https://www.tuinwaardig.nl) verschillende planten en bloemen verkoopt.

Vertel, je runt al een aantal jaar de webshop [Tuinwaardig.nl](https://www.tuinwaardig.nl). Hoe kwam je op dit idee?

Voordat ik begon met [Tuinwaardig](https://www.tuinwaardig.nl), heb ik jarenlang in de groensector gewerkt. Zo was ik betrokken bij meerdere groene projecten van verschillende gemeenten en werkte ik veel samen met landschapsarchitecten en hoveniers. Ook was ik betrokken bij de inrichting en ontwikkeling van (groene) openbare ruimten. Bij de groothandel waar ik werkte leverden we hier ook producten voor. Daardoor heb ik veel kennis en ervaring opgedaan op verschillende terreinen in de groensector.

Uiteindelijk heb ik de keuze gemaakt om voor mijzelf te beginnen. Mijn passie en affiniteit voor groene producten moesten hierin terugkomen. Echter wilde ik wel totaal iets anders doen dan mijn vorige werkzaamheden. Daaruit kwam de wens om onderscheidende tuinproducten te verkopen. Vanuit die gedachte is de webshop [Tuinwaardig](https://www.tuinwaardig.nl) neergezet. De webshop is stap voor stap ontwikkeld. Na het selecteren van (lokale) leveranciers en het ontwikkelen van kwalitatieve producten zijn we ons gaan richten op specifieke zoekwoorden waarna we langzaam zijn begonnen met verkopen. Ondertussen bestaan we al zo'n vijf jaar!

Je verkoopt een breed scala aan tuinproducten. Zijn de ontwikkelingen hierin seizoensgerelateerd?

Op het gebied van verkoop is dat zeker het geval. We merken dat het in het zomerseizoen, zo tussen maart en

september, veel drukker is. De piek van de drukte bevindt zich vooral in het voorjaar. Vanaf oktober tot en met februari is het over het algemeen wat rustiger. In die periode richten we ons dan ook op het ontwikkelen van nieuwe producten en het optimaliseren van onze bestaande producten. Ook werken we in die periode aan onze voorraden, zodat we ons in het hoogseizoen kunnen focussen op de verkoop van onze producten.

Tot slot proberen we in de wintermaanden onze verkoop van binnenshuis producten zoals eettafels met epoxy, mosschilderijen en bloemen te stimuleren. Zo brengen we de natuur een beetje naar binnen!

Tevens merkten we dat de verkoop van onze producten hard is gestegen sinds de coronacrisis. Het feit dat we ons vanaf het begin van ons bestaan hebben gericht op specifieke (organische) zoekwoorden heeft zich in deze periode terugbetaald. Doordat veel mensen niet op vakantie gingen en in de zomermaanden thuisbleven, is de vraag naar tuinproducten enorm toegenomen.

In plaats dat men geld spendeert aan de vakantie, werd dit vaak besteed aan huis en tuin. Het feit dat tuincentra soms dicht waren heeft ervoor gezorgd dat veel mensen online op zoek gingen naar producten voor in de tuin. Dit heeft er dan ook voor gezorgd dat we het ook buiten het zomerseizoen om veel drukker hebben gehad dan normaal.

De webshop draait inmiddels al een aantal jaar via de software van CCV Shop. Waarom koos je uiteindelijk voor CCV Shop?

Ik had veel goede verhalen over CCV Shop gehoord. De mogelijkheid om een gratis proefperiode af te nemen heb ik dan ook met beide handen gegrepen. Dit beviel me erg goed. De software is gebruiksvriendelijk en bij vragen kan ik altijd terecht bij supportmedewerkers. Na de proefperiode heb ik gelijk besloten om de webshop van Tuinwaardig door te ontwikkelen via CCV Shop. De basis van mijn webshop stond immers al, updates worden automatisch doorgevoerd en de webshop-software geeft me de mogelijkheid om mijn webshop nog verder uit te breiden.

Een welkome verrassing was voor mij de laadsnelheid van de pagina's. Omdat onze pagina's middels de webshopsoftware snel doorladen worden we ook beter beoordeeld door zoekmachines. Dit helpt ons bij het handhaven en de groei van onze ranking posities binnen bijvoorbeeld Google. Daardoor worden we sneller gevonden door de bezoeker. Ook op het gebied van SEO is de software dus ideaal!

Tot slot vind ik het SaaS model erg prettig. Doordat ik maandelijks een vast bedrag betaal voor mijn webshop waren de opstartkosten relatief laag. Ook biedt de webshopsoftware mij de mogelijkheid om zonder extra kosten verder te experimenteren met mijn webshop, zoals het ontwikkelen van nieuwe pagina's en het koppelen van een nieuwe app.

Hoe ervaar je de integratie tussen CCV Shop en Flora@Home?

De koppeling van CCV Shop en Flora@Home van PostNL bevalt me heel goed. Twee jaar geleden kwam ik in aanraking met de Flora@Home app. Omdat de webshopsoftware van CCV Shop mij de ruimte biedt om nieuwe dingen uit te proberen, heb ik deze app gekoppeld met mijn webshop. Dit kwam goed uit omdat



“Flora@Home
sluit perfect
aan bij ons”

ik toentertijd mijn assortiment wilde uitbreiden. De producten die Flora@Home aanbiedt passen goed binnen het assortiment van Tuinwaardig. Ook is de samenwerking tussen de kwekers en PostNL, die de verzending van de planten regelt, uitstekend. Bestellingen worden namelijk altijd succesvol bezorgd en de klant wordt hiervan op de hoogte gehouden door middel van track en trace.

In combinatie met het aanbod van hoogwaardige planten en bloemen maakt het dat deze koppeling van toegevoegde waarde is voor Tuinwaardig. Middels deze app zijn er dan ook veel planten en bloemen verkocht via de webshop. Doordat alles geautomatiseerd werkt, wordt de klant automatisch op de hoogte gehouden

van zijn of haar bestelling. Als webwinkelier heb je er dan ook geen omkijken meer naar. Mede doordat ik me gedurende de winter focuste op mijn assortiment, heb ik deze app in het laagseizoen geïnstalleerd. Ondanks dat het wat rustiger was, ging de verkoop via de Flora@Home koppeling als een trein! Er was op dat moment namelijk heel veel vraag naar (kunst) kerstbomen. Daarnaast verkoop ik ook regelmatig andere beplanting via deze app.

Welke ontwikkelingen zie je op het gebied van e-commerce?

Dan spreek ik vooral uit mijzelf. Wat ik ervaar is dat we langzaam teruggaan naar het 'oude normaal'. Veel mensen hebben hun tuin al laten opknappen in de

afgelopen twee jaar, toen de vraag naar tuinproducten enorm begon te stijgen. Nu alle winkels weer open zijn, merken we ook dat de fysieke tuincentra sneller weer bezocht worden. Ik beseft mij dat het de afgelopen twee jaar ontzettend druk is geweest bij Tuinwaardig. Toch krijgen we nog steeds, mede door onze investering in SEO, veel bezoekers binnen op de website. We zien dat mensen nu meer online gaan kijken voordat ze (fysiek) een aankoop doen. Ook merk ik dat bezoekers die we online ontvangen op onze website, via organische resultaten langer blijven hangen dan bij advertenties.

Tot slot merk ik dat naast consumenten, ook steeds meer bedrijven interesse hebben in onze tuinproducten. Voorbeelden zijn campings die weer optimaal willen genieten van de zomer of winkeliersverenigingen die na lange tijd van dichte winkels hun binnenstad extra levendig willen maken.

Welke ambities heb je nog met Tuinwaardig.nl?

We willen de lijn van de afgelopen twee jaar doortrekken. We willen het tempo van onze productontwikkeling doorzetten en de kleinschaligheid van Tuinwaardig handhaven. Dit moet zich uiten in het opleveren van duurzame en innovatieve tuinproducten van een hoge kwaliteit. Zowel voor de tuin als voor in de woonkamer.

In tegenstelling tot veel andere bedrijven die in capaciteit willen groeien, willen wij juist wat kleiner blijven. We zullen dan ook niet snel handelen met grote leveranciers in het buitenland. Dat past niet bij de kleinschaligheid die we willen blijven uitdragen. We blijven dan ook werken met (lokale) leveranciers. Door de lijnen kort te houden met zowel onze leveranciers als onze klanten kunnen wij onze kwaliteit goed blijven uitstralen. Ook kunnen we op deze manier onze service garanderen. Daar past de samenwerking met Flora@Home ook heel goed bij.