

Forum Kansen voor 2014

'Succes is voor een groot deel een keuze'

2013 was zo slecht nog niet. Er waren voor het eerst sinds jaren weer voorzichtige tekenen van economische groei. Wat gaat 2014 ons brengen? Uit een recent onderzoek is gebleken dat ondernemers die durven te delen sterker uit de crisis komen. Een andere, nieuwe trend is crowdfunding. In de entertainmentindustrie is dit inmiddels praktisch schering en inslag. In 2014 zal dit ook zijn invloed gaan hebben op ondernemers. Maar zijn er nog andere kansen en innovaties voor 2014?

Deelnemers:

Gerben Wardenier, Abascilje
 Huib Poot, BMW Broekhuis Oost
 Sandra Luijmes, VitaMee
 Peter van Uden, Davidii Communicatie
 Mark Eenink, Taurus Corporate Finance
 Cyp Wagenaar, Mesis Air Systems
 Anne-Marie Weersink, JPR Advocaten
 Patrick Uschkeriet, B2Basix haal meer uit verkoop
 Robbert Bosch, CPI





Oost-Gelderland Business nodigde negen totaal verschillende ondernemers uit in Villa Ruimzicht in Doetinchem. Aan tafel zitten Gerben Wardenier van Abascilje uit Aalten, Huib Poot van BMW Broekhuis Oost uit Doetinchem, Sandra Leijmes van VitaMee uit Lichtenvoorde, Peter van Uden van Davidii Communicatie uit Lichtenvoorde, Mark Eenink van Taurus Corporate Finance uit Eibergen, Cyp Wagenaar van Mesys Air Systems uit Herwen, Anne-Marie Weersink van JPR Advocaten uit Doetinchem, Patrick Uschkerit van B2Basix uit Lichtenvoorde en Robbert Bosch van CPI Nederland uit Zutphen.

Stelling 1: 2014 wordt een beter jaar dan 2013. Niet alleen landelijk, maar ook regionaal en lokaal.

Gerben Wardenier: "Absoluut waar. Ik denk dat de regering een enorme PR-fout heeft gemaakt door iedereen de put in te praten. Het was een niet-aflatende stroom

van negativisme. Dat is dus hard aangekomen. Er zijn goede signalen; zeker in Europees verband, maar ook hier in Nederland. Maar het heeft nog even tijd nodig."

Cyp Wagenaar: "Ik ben het er mee eens. Alleen is het herstel nog wel uitermate broos. En er hoeft maar iets te gebeuren en men is weer pessimistisch. Mijn grootste zorg zit hem bij deze overheid dat ze toch weer een gat vinden wat ze menen te moeten dichten en weer het volgende besparingswonder bedenken."

Anne-Marie Weersink: "Alle bezuinigingen die ze willen gaan doorvoeren, moeten het natuurlijk nog wel halen in de Eerste en Tweede Kamer. Als die het niet halen, blijven we toch met een gat zitten. En daar zitten we aan Europese richtlijnen vast en dat moeten ze gaan temperen. In het verleden wilden wij altijd het beste jongetje van de klas zijn en wezen met het vingertje naar andere landen. Nu worden we er zelf op afgerekend. Ik vrees er een beetje voor dat 2014 ook nog wel een jaar

van bezuinigingen wordt en dat het langer najlt dan bij de landen om ons heen."

Michael van Munster: "Anne-Marie, merk jij, als curator, dat het aantal faillissementen afneemt?"

Weersink: "Nee. In 2009 las je in de landelijke pers dat faillissementen booming zouden worden. Met name in deze omgeving viel het toen wel mee. De faillissementen namen niet toe. En dat hoeft ook te maken met de mentaliteit van de mensen in deze regio. Men is hier wat degelijker, voorzichtiger en denken aan de continuïteit van de onderneming. En dan eten ze zelf wel een boterham minder. In het westen gaan ze meer uit van winstmaximalisatie en als het niet meer gaat, vragen ze een faillissement aan. De oorlogskas begint hier echter langzamerhand leeg te raken, dus het ijlt hier nog wat harder na." Patrick Uschkerit: "Maar we laten ons succes toch niet afhangen van de plannen van de regering? Ik denk dat het de verkeerde mindset is om alleen maar te zeuren. We moeten ervoor zorgen dat we met



z'n allen van 2014 een succes gaan maken. En hoe we dat doen, zien we wel. Maar we worden innovatief en vinden nieuwe manieren en ideeën. Want ondanks de crisis, zijn er nog steeds bedrijven die het fantastisch doen. Als je dan naar het DNA en businessmodel van die bedrijven kijkt, zul je zien dat die niet in beperkingen maar in kansen denken. Voor mij wordt 2014 gewoon weer een topjaar. De voorgaande jaren waren top, dus het nieuwe jaar wordt automatisch ook weer top."

Wardenier: "Dat ben ik helemaal met je eens en dat is ook precies wat ik bedoel. Dat is bijvoorbeeld ook ze sterk bij de Duitser. Die hebben een motto 'waarom lukt het wel'. En Nederlanders zijn van nature 'waarom lukt het niet'. Daar zit dus een groot verschil in."

Huib Poot: "Voor een groot deel is succes een keuze."

Weersink: "Maar de keuze moet je ook wel makkelijk gemaakt worden. De randvoorwaarden moeten wel meewerken om het succes in het zadel te helpen."

Uschkerit: "Het mooie van succes is dat succes en randvoorwaarden oneindig zijn.

Er is geen ultieme randvoorwaarde die alles stop. Er is altijd een manier om ergens omheen te kijken. De echte ondernemer laat zich door niets of niemand klein krijgen."

Robbert Bosch: "Lokaal en nationaal heb er economisch gezien niet zoveel fiducia in voor het komende jaar. Als je sec kijkt naar de cijfers is het voornamelijk de export die maakt dat wij het beter doen dan gemiddeld. Op persoonlijk vlak kan het alleen maar beter gaan. Ik heb net een faillissement achter de rug en ik heb gelukkig weer een nieuwe baan. Dus laat wat dat betreft 2014 maar komen!"

Poot: "Ik denk dat als het herstel en de groei weer een beetje gaat komen, men ook weer maar gaat uitgeven. En dan gaat het bij de bedrijven economisch ook weer beter. Ik denk dat iedereen dermate in de kosten heeft gesneden dat iedere euro bij wijze van spreken in tweeën wordt gebeten voordat ze hem uitgeven. Dus als die groei gaat komen, moet dat zichtbaar zijn in de resultaten."

Wagenaar: "Misschien is dat op kleinere schaal zo, maar ik heb met mijn bedrijf te maken met multinationals. Die kijken nuchter naar de omzetten in een bepaald

land. Als ze constateren dat de omzet daalt, dan is er geen profit om te investeren. En waarom zouden ze, want er is geen vraag naar. Maar uiteindelijk denk ik dat het herstel traag zal gaan, omdat we het te diep kapot hebben laten gaan. En voor sommige bedrijven hier in de Achterhoek heeft het, ondanks een volle oorlogskas, net iets te lang geduurd." Sandra Luijmes: "Ik ben het wel met Patrick eens, verander je mindset. Kijk je naar de cirkel van betrokkenheid of kijk je naar de cirkel van beïnvloeding? Ik vind dat we teveel kijken naar de cirkel van betrokkenheid. We moeten met kleine stapjes weer aan een betere wereld gaan werken, met een positieve mindset. Economie zit ook tussen de oren."

Weersink: "Die mindset moet wel bij de consument beginnen, die moet af van het spaargedrag. Als de consument weer meer gaan uitgeven, gaat de motor vanzelf weer draaien."

Luijmes: "Maar dan begint het dus in de cirkel van beïnvloeding bij onszelf."

Van Munster: "Mark, hoe zijn in de fusie- en overnamemarkt de verwachtingen voor 2014?"

Mark Eenink: "De verwachtingen zijn heel positief. Als je alle rapporten gelooft komt alsnog het al tien jaar beloofde moment dat de babyboomers gaan verkopen. Maar dat zal wel meevallen. De ontwikkeling wordt getrokken door het grootbedrijf. Bedrijven met volle oorlogskassen gaan in 2014 groeien en daar komt geld los. Maar het moet ook naar het MKB."

Stelling 2: Caring is sharing. Samenwerken is het modewoord voor 2014. Samenwerken met collega's, concurrenten en klanten is de nieuwe manier van werken.

Peter van Uden: "Voor mij is het niet nieuw, wij doen het al negen jaar. Niet met eigen personeel, maar juist het verband zoeken met ZZP'ers en zelfstandigen van andere organisaties om gezamenlijke projecten te doen bij klanten."

Luijmes: "Maar gaan we samenwerken omdat het noodgedwongen is of is het een keuze? Bij jou is het een keuze. Maar je ziet ook ZZP'ers die samenwerken uit noodzaak." ▽



Van Uden: "Je kunt je afvragen, als het uit noodzaak is, welke kans van slagen het heeft voor de lange termijn."

Luijmes: "Als bureau kun je toch niet meer aankomen met een tarief van 700 euro per uur? Want dat heeft voor mij niets met wel of niet samenwerken te maken. Dan wordt het tijd om je bedrijfsfilosofie aan te passen."

Weersink: "Het heeft er wel iets mee te maken, want als jij zelfstandigen inhuurt voor een bepaalde klus, kun je je prijs laaghouden."

Van Uden: "Ik ben van mening dat als je kleiner bent, je contracten met elkaar kunt afsluiten, op basis van continuïteit en prioriteit."

Uschkerit: "Als je de stelling letterlijk neemt, krijg je bepaalde constructies waarin maar één winnaar is en dat is degene die bovenaan staat. Samenwerken is een heel mooi en ideaal begrip. Hier noemen ze dat noaberschap, elkaar helpen. Maar als ik duizend euro kan verdienen, maar ik laat het iemand anders namens mij doen, moet ik altijd inleveren.

Het kost altijd geld. En je moet nog maar afwachten of je goede naam niet te grabbel wordt gegooid. Dus wat mij betreft: samenwerken? Ja, maar op een goede manier."

Stelling 3: De ondernemer van 2014 stapelt zijn financiering met crowdfunding, kredietunies en factoring.

Wardenier: "Ik mis eigen vermogen.

Waarom niet op zoek gaan naar meer aandeelhouders van het goede allooi?"

Weersink: "Crowdfunding zie je niet als aandeelhouders?"

Wardenier: "Crowdfunders zijn vaak eerder sympathisanten die in de zaak geloven. Ik geloof niet dat die dezelfde rechten hebben als aandeelhouders."

Uschkerit: "Ik ben persoonlijk een voorstander van ondernemen zónder bank. Maar ik begrijp dat het bij sommige bedrijven niet anders kan, die hebben een bank nodig. Ik zie echter wel een trend waarbij ondernemers voorbij de bank gaan en op een andere manier kapitaal

binnen halen. Door betrokken partners die stille vennoot zijn en die vertrouwen hebben in de onderneming."

Wardenier: "Eigen vermogen wordt vaak vergeten. Bij financieringen denkt men vaak direct aan bankleningen of meer recent crowdfunding. Maar vergeet het eigen vermogen niet! Zo iets moet je wel durven, want je laat iemand anders je bedrijf binnen. En dat is een natuurlijke afweer van ondernemers, zeker bij degene die het zelf hebben opgebouwd."

Weersink: "Het is inderdaad een emotionele barrière. De ondernemer heeft jaren hard gewerkt en dan komt er ineens een externe financier bij die mee wilt kijken in de boardroom. En dát is een stap waar ondernemers veel moeite mee hebben." Wardenier: "Dat is een psychische barrière."

Weersink: "Precies. En daarom houden veel ondernemers dat nog tegen hebben ze liever een anonieme bank, want die kijkt niet mee."

Van Uden: "Kijkend naar de stelling denk ik inderdaad dat ondernemers steeds meer



andere wegen gaan zoeken om, daar waar het nodig is, een financiering te krijgen."

Stelling 4: De gunfactor van een klant naar een ondernemer wordt belangrijker. Waar je als bedrijf voor staat, wint het van het product wat je verkoopt.

Weersink: "Ik denk dat dat afhankelijk is van de branche waarin je werkzaam bent. In de retail is die gunfactor niet zo heel belangrijk meer is. Mensen gaan tegenwoordig een aantal kledingzaken af, passen hier en daar wat kleding en kijken thuis via internet waar de kleding het goedkoopste is."

Poot: "Dan lopen er slechte verkopers in zo'n winkel. Ik vind namelijk dat de verkoper het verschil moet maken. Want juist in de retail is de klik tussen klant en verkoper heel belangrijk."

Luijmes: "Ik las laatst een artikel waarin stond dat de gunfactor ook tegen je kan werken. Alléén op de gunfactor kun je

niets verkopen; het is een combinatie van dat en gewoon heel goed verkopen."

Wagenaar: "In mijn vakgebied is de gunfactor maatgevend, daar draait het alleen maar om de gunfactor. Ik heb al twintig jaar dezelfde stelling en hij klopt nog steeds: 'als ik geen je/jij-verhouding krijg met mijn klant, dan stop ik'. Zo sterk telt dat in onze branche. Je zit zo diep in iemands organisatie dat de klik er gewoon moet zijn."

Uschkerit: "In mijn ogen is de gunfactor overrated. Ik heb sinds 2009 heel veel mensen getraind, voornamelijk in de retail. Heel veel van die verkopers leunen op de gunfactor. Maar juist díe mensen slaan de plank compleet mis. Die willen te graag aardig gevonden worden. En dat werkt averechts. Je moet als verkoper niet alleen een gunfactor, maar ook, zoals Sandra zegt, de skills hebben." ■