

MIJN BEDRIJF

mijnbedrijf@telegraaf.nl

AL HET ONDERNEMERSNIEUWS ONLINE OP MIJNBEDRIJF.NL

Vertrouwen

Ik was getuige van een interessante discussie tussen ondernemers over Het Nieuwe Werken (HNW), het tijd- en locatiegebonden werken, zoals dat wordt genoemd. Werknemers die zelf kunnen bepalen waar en wanneer ze zich bezighouden met de taken die hun leidinggevende hun heeft gegeven. Al is het midden in de nacht, van zaterdag op zondag.

Eerste reactie is dan al snel: hoe houd je goed zicht op wat ze uitspoken? Het antwoord van de voorstanders: waarom zou je dat continu willen weten?

In een notendop doet door FRANK VAN RUTTEN het kiezen voor HNW namelijk niets anders dan een beroep op het vertrouwen, op kunnen loslaten. Tuurlijk, er zijn technische mogelijkheden om 'over de schouder mee te kijken'. Maar waarom niet het werk en de verantwoordelijkheden zo inrichten dat er heldere afspraken zijn over welke taak wanneer af moet zijn, en op welke momenten collega's bij elkaar komen.

Maar goed, de basis blijft willen loslaten en durven vertrouwen. Medewerkers houd je tevreden doordat ze de drukke carrières van zichzelf en hun partner beter kunnen combineren met het gezinsleven. En de productiviteit gaat vaak nog omhoog ook.

Tal van ondernemers leren gaandeweg wat werkt en wat niet. Tegelijkertijd laat de overheid op zich wachten. Want hoe veel ziekte-uren moet je opgeven voor een medewerker die ziek raakt terwijl hij net extra uren zou gaan werken om de week ervoor te compenseren waarin hij juist heel weinig heeft gewerkt?

Hopelijk biedt de wetgever snel meer duidelijkheid. Althans, daar moet u maar op vertrouwen.

Frank van Rutten is verslaggever van de Financiële Telegraaf. fvrutten@telegraaf.nl

MAAK GOEDE AFSPRAKEN DOOR INZICHT IN ELKAAR TE KRIJGEN

Kunst van samenwerken

door FRANK VAN RUTTEN

VOORBURG - Om nieuwe doelen te bereiken is de handen ineen slaan met een partner een voor de hand liggende keuze. Samen een bedrijf starten, twee of meer ondernemingen samenvoegen, of een project gezamenlijk aanpakken. Zonder goede afspraken is de kans op succes echter minimaal. Waar moet je op letten?

Zie het als een rationeel huwelijk: je belooft elkaar trouw, maar in plaats van alleen op je gevoel af te gaan spreken je vooraf elk detail. „Alleen zo ontdek je of de ander wel echt dezelfde ideeën en visie heeft, pas daarna kun je zakelijke afspraken maken”, aldus Maarten Verhoef van Zakenpartner.nl. Zijn website biedt een intelligente checklist die potentiële partners helpt bij dat proces.

Feiten

Verhoef: „Succesvolle samenwerkingen draaien niet op aannames, maar op uitgesproken zaken, op feiten. Als het misgaat, komt dat bijna altijd door misverstanden.” Zelf liep hij ertegenaan in 1994, toen zijn compagnon „niet de ideale partner” bleek en hun zaak stukliep. „De Kamer van Koophandel verwees me naar een jurist, maar daarvoor kwam ik niet. Ik wilde weten waarom het was stukgelopen.”

Zo kwam Verhoef later op het idee voor zijn zakenpartner-test. „In het najaar wordt een Duitse variant actief en



• Goed samenwerken is keihard werken, zegt Maarten Verhoef (kleine foto), maar ook een kwestie van „heel goed weten wat alle partners beweegt, welke kant ze opwillen en wat hen irriteert”.

daarna volgt een Engelstalige. Voor de Belgische markt zit op termijn een Franstalige in de pijplijn.”

Onbalans

Een aantal klansieke instinkers komt vaak voorbij, zegt Verhoef. „Vaak wordt niet meteen bij het begin al een goede rolverdeling afgesproken. Daardoor ontstaat snel een onbalans in taken en verantwoordelijkheden. De salesman mag buiten de gevierde jongen uithangen, maar de man op kantoor voelt

zich steeds meer in loondienst. Zo ontstaat wrevel.”

„Een andere is: wat wordt de wijze van besluitvorming nemen, bijvoorbeeld als je met z'n drieën of meer bent? En welke rol speelt daarbij wat elke partner materieel inbrengt? Hoe bereik je daarin evenwicht?”

Ook de minder leuke kanten moeten vooraf besproken worden en zo nodig verdeeld, zegt Verhoef. „Personeel aannemen is leuk, maar wie ontstaat? En een ander heikel punt: hoe ga je ermee om als een van de partners zijn relatie of een familielid wil laten meewerken? Op welke manier wordt zo iemands compe-

Voorkom fraude, zet het pinkastje muurvast



TELETIP

Pinfraude kent een nieuwe variant, waarschuwde de Amsterdamse politie onlangs. In drukke winkels wisselen criminelen op een onbewaakt moment de betaalkastjes voor een gemanipuleerd maar werkzaam exemplaar. Die kopi-

eert bank- en pingegevens waarmee later valse passen kunnen worden gemaakt. Zet de betaalautoom goed vast of zorg dat een akoestisch signaal afgaat zodra het toestel wordt losgekoppeld. Maak na sluitingstijd een daguitdraai: valse kastjes vermelden de vertrouwde bedrijfsgegevens en de totalen niet.



• Nobel-directeur Piet van Vugt: „Onze kansen op groei liggen bij innovativiteit en creativiteit.” FOTO: RONALD SCHERPENISSE

'AAN HET OUDE HANDWERK KOM IK HELAAS NIET MEER TOE'

Snelle groei kwestie van keuzes maken

Van een onzer verslaggevers GROENEKAN - Het klinkt als de reclamespreuk van een befaamde oplossoep: groei is een keuze. Wie duidelijke ambities binnen een tijdsperiode formuleert en de tussentijdse stappen definieert, kan een vliegende start maken. Voorwaarde: je moet de consequenties van groei wel willen dragen.

Tijdens een forumbijeenkomst van ondernemersplatform Port4Growth kwamen begin deze week in Groenekan ruim 300 zogenaamde groeiondernemers bij elkaar om van elkaar te leren. Velen kenden elkaar al van deelname aan Programma Groeiversneller, waarin bedrijven met enkele miljoenen omzet worden begeleid om die binnen vijf jaar richting 20 miljoen euro te laten toenemen.

Er werden veel ervaringen uitgewisseld. Voor Peter van Kruijsdijk, directeur van FP&P, toeleverancier in de gemaksvaardindustrie, was het vooral een openbaring om een strategische schets te maken. „Ik moest gaan nadenken over wat nu doen en waar willen we over vijf jaar staan. Dat raakt een heleboel vlakken van je onderneming, de cultuur, ict, de organisatie, je klanten, je productgroepen, de processen en de financiën. Voor ons heeft dat er bijvoorbeeld toe geleid dat onze klantengroep veel smaller is geworden, we richten ons op koelvers en niet meer op diepvries.”

Van Kruijsdijk zegt dat hij essentiële stappen heeft leren zetten. „Mijn eerste strategische doelen had ik al binnen een jaar bereikt in plaats van de vijf jaar die ervoor stonden. In 2011 zijn we begonnen met Kokreatur, waarin we met onze klanten en hun afnemers gezamenlijk hun behoeften vaststellen en producten ontwikkelen. Zo hebben we al eerder in die keten een plaats gekregen. Vanaf 2013 richten we ons op hoogwaardige seniorenmaatlijden, een markt waarvan wij heel veel verwachten.”

QSM van ondernemer Hans Vonk verschaft benchmarkinformatie om de ontwikkeling van automatiseringsprojecten beter en efficiënter te plannen. Bijvoorbeeld bij overheden of banken. Vonk heeft sinds hij zijn groei- en zijn eigen rol zien veranderen. „Eerst leverden we alleen software, wat een stabiele basis was voor geleidelijke groei, maar onze consultancy was niet echt rendabel. We hebben ons omgebogen richting volledig servicegericht, dus bieden nu een totaalpakket voor 'ontzorging'. De organisatie is gegroeid en is procesmatiger gaan werken. En de klant is meeveranderd met die standaardisatie. Zelf ben ik veel meer bezig met het optimaliseren van services en de organisatie. Aan het oude handwerk van softwareontwikkeling kom ik niet meer toe. Soms vind ik dat wel jammer, maar mijn passie om automatisering met veel minder verspilling te implementeren, die is gewoon gebleven.”

Piet van Vugt, ceo van softwarebedrijf Nobel, sprak over onontkoombare veranderingen in het ondernemerschap en wat dat betekent voor groei. „De economie zal voorlopig slechts trage groei kennen, en de maatschappij wordt steeds grijs. We zullen dus met minder mensen meer moeten doen. Er is concurrentie vanuit Azië, maar in hun hiërarchische traditie gedijen innovatie en creativiteit veel minder, daar liggen onze kansen voor groei.” Volgens Van Vugt moet personeel gekoesterd worden. „Zie hen als investering, niet als productiemiddelen.”



• Hans Vonk „De passie is gebleven.”



• Peter van Kruijsdijk „Geleerd stappen te zetten.”

Met shirts in vaders voetsporen

Als André Hazes op vrijdag in een nieuw shirt van het merk Armstrong optrad, stonden de klanten de volgende dag in de rij bij Nicky's Basics op de Albert Cuypmarkt. De winkel is vernoemd naar Nick Blokzijl (22). Zijn vader en moeder hebben 21 jaar winkels gehad. Zijn oom was de agent van de populaire Armstrong-shirts. Nu begint Nick zijn eigen T-shirtmerk, Square One.

Boven de toonbank van de voormalige winkel aan de Marinxstraat, die nu wordt gebruikt als kantoor annex opslag, hangt een foto van Clarence Seedorf in een felgekleurd Armstrong overhemd. De toen 16-jarige Seedorf heeft zijn handen op de schouders van Nick, die toen een jaar of zes was. Elke dag na school ging hij even langs bij zijn vader en moeder in de winkel. En anders fietste hij langs zijn opa, die al veertig jaar kleren op de Albert Cuypmarkt verkoopt.

Het is dan ook niet zo gek dat Nick zelf ook in de kleding is terechtgekomen. Al droomde hij er als kind van iets met hypotheek te gaan doen. „Accountants en bankiers, die hadden het in mijn ogen wel



• Nick Blokzijl ... T-shirts met een beetje een vintage look ...

FOTO: ROB DE JONG

met de administratie en hij kocht op internet voor 40 dollar een concept waarmee hij zijn website zelf op kon bouwen. Er loopt een onderhandse lening bij zijn ouders waardoor hij de banken op afstand weet te houden. Het enige wat is uitbesteed is de boekhouding. Om de volgende collectie te kunnen betalen, staat hij twee keer in de week op de markt.

De kosten moeten laag blijven, want de Jordanees heeft de tijd niet mee. „Veel winkeliers zitten in de financiële problemen en zullen niet snel iets nieuws proberen. Die denken 'daar heb je weer zo'n snotneus met een snel merk'. Maar gelukkig denkt niet iedereen zo. Een winkelier in Zandvoort is dolenthousiast. En rond Pasen verkocht hij er 60 op één dag. Dat is toch top, ook omdat ik alleen shirts laat maken die ik mooi vind. Het is een groot avontuur, ik hoop dat het een succes wordt. Zodat later mijn kleine broertje (14 jaar) hier ook kan komen werken. Die heeft trouwens elke dag een ander T-shirt aan. Van mij.”

voor elkaar, dacht ik toen. Haha, dat is wel veranderd, ja.” Na commerciële economie te hebben gestudeerd aan de Hogeschool van Amsterdam werkte hij een tijdje voor het Amsterdamse kledingmerk Scotch & Soda. Maar het bloed kruipert waar het niet gaan kan en toen zijn vader aangaf dat hij na 21 jaar geen zin meer had in de winkel, zag Nick zijn kans schoon. „En toen ben ik in de stille uurtjes gaan tekenen en ontwerpen. In eerste instantie T-shirts, met een beetje een

vintage look. Een shirt van goeie kwaliteit, voor 29,95 euro. Mijn vader is goed bevriend met een Portugese producent en ik heb er 1500 besteld. De shirts waren nog geen uur binnen of ik ben naar Topkuis gegaan, in de Kinkerstraat. Die bestelde er gelijk 100.” Onder meer Relaxed in de Huidenstraat en winkels in Zandvoort, Enschede en Venray verkopen de shirts met prints als 'Dairy made ice cream. You're sure it's pure' of 'Well hello sailor'.

Square One

Over een naam voor zijn merk hoefde hij niet lang na te denken. „Square One betekent vanaf het begin beginnen. En zo is het. Later wil ik ook truien, vesten en poloshirts doen.” Ondertussen probeert hij zijn kosten zo laag mogelijk te houden. Zijn moeder helpt

Luister en win tickets voor Adele in Amerika!

Dit weekend laatste kans!

SkyRadio®

101 FM

nu in de winkel

Concertreeks Amerika is uitgesteld
Gewonnen tickets blijven geldig

Have a nice day

Reclametaks

AMSTERDAM - De lokale reclamebelasting voor winkeliers wordt regelmatig opgelegd zonder dat de bewuste gemeente dat zou mogen doen. Daarover beklagt Detailhandel Nederland zich.

De drempel om de belasting te mogen invoeren zou bewust worden verlaagd, en van tevoren zou worden vastgesteld wat de maatregel de gemeentekas moet opleveren. De regels worden net zolang aangepast totdat dit bedrag geïnd kan worden, aldus de brancheorganisatie.

Tegen 35 gemeenten heeft Detailhandel Nederland juridische procedures gestart.