

Rogier van Meeuwen: "Je moet het als potentiële opvolger eerst maar eens laten zien."

WAARDEVOL NETWERK

Van Meeuwen Industries is lid van FB Ned. Dit netwerk van familiebedrijven en ondernemende families heeft een actieve Next Generation-commissie waarvan Rogier van Meeuwen voorzitter is. "Next Generation is bedoeld voor de toekomstige generatie leiders en eigenaren. Binnen dit netwerk zijn zo'n 200 zogenaamde NxG's actief. Sommigen moeten nog beginnen aan het opvolgingstraject, anderen hebben het al achter de rug." Next Generation organiseert workshops, bedrijfsbezoeken en rondetafelsessies. "Het is erg waardevol om met gelijkgestemden te kunnen sparren en ervaringen te delen. Daardoor hoef je niet zelf het wiel uit te vinden. Ook bij algemene ondernemersvragen doen we regelmatig een beroep op elkaar. Je deelt dezelfde achtergrond en dat schept een band. De onderlinge openheid is groot en je kunt vrijuit praten."

Meer informatie over FB Ned en Next Generation is te vinden op www.fbned.nl.

AANTREKKINGSKRACHT FAMILIEBEDRIJVEN OP JONGEREN NEEMT TOE

“ALS JONGE ONDERNEMER KUN JE HIER ECHT HET VERSCHIL MAKEN”

Bij Van Meeuwen Industries neemt zoon Rogier binnenkort het stokje over van zijn vader. De overgang naar de volgende generatie verloopt op een geleidelijke manier. Rogier doorliep verschillende afdelingen binnen het familiebedrijf en leerde zo de organisatie door en door kennen. “Ook voor de acceptatie is het belangrijk. Je moet het als potentiële opvolger eerst maar eens laten zien.”

Lange tijd dacht Rogier van Meeuwen dat een rol in het familiebedrijf niets voor hem was. “Tijdens vakanties had ik een baantje in het magazijn. Verder zei het me niet veel.” Na een studie economie en marketingfuncties in binnen- en buitenland veranderde dat. “Mijn interesse nam toe en ik kreeg steeds meer affiniteit met het bedrijf. Er was hier nog geen marketingafdeling en in overleg met mijn vader is besloten dat ik dit op zou pakken. Vervolgens zouden we kijken hoe het beviel.”

UNIEKE KANS

Wonderwel, zo bleek. “Vanaf dag 1 ben ik verliefd op deze business. Hoe beter ik het bedrijf leerde kennen, hoe meer me duidelijk werd dat het een unieke kans is; werken in een internationaal opererende onderneming die ertoe doet, met veel potentieel om verder te ontwikkelen.” Van Meeuwen Industries werd in 1934 opgericht door Rogier’s opa. Na vader Frank vertegenwoordigt de kleinzoon (32) de derde generatie. Van Meeuwen levert speciaalsmeermiddelen, chemicaliën en vooral kennis daarover aan opdrachtgevers in voornamelijk de proces- en maakindustrie. Bij het eerste specialisme ligt de focus op Nederland en België, met haar chemicals bedient Van Meeuwen industriële bedrijven over de hele wereld. Er werken zo’n zeventig mensen in het bedrijf dat een solide groei laat zien. De hoofdvestiging staat in Weesp.

FINAL CALL

Op dit moment is Rogier van Meeuwen Sales Director. “In die functie ben ik eindverantwoordelijk voor alles wat bij onze klanten gebeurt. Sinds 2016 ben ik samen met m’n vader eigenaar. Hij bemoeit zich niet meer met de dagelijkse operatie maar stuurt nog wel het managementteam aan. En stelt regelmatig kritische vragen.” Cruciale beslissingen nemen vader en zoon

samen. “Wel heeft Frank nog steeds de final call. Vaak zitten we op één lijn, maar zeker niet altijd. Dat is alleen maar gezond; we accepteren elkaars visie.” Bedoeling is dat Rogier in 2018 het stokje overneemt. “Sommige voormalige directeur-eigenaren kunnen slecht loslaten maar bij m’n vader ben ik daar niet bang voor.”

MAKKELIJKE ENTREE

Rogier van Meeuwen werkte de afgelopen jaren in verschillende rollen binnen het familiebedrijf. “Hierdoor heb ik de organisatie door en door leren kennen. Ook voor de acceptatie was dat belangrijk. Als zoon van de baas heb je toch een makkelijke entree. Je moet het als potentiële opvolger eerst maar eens laten zien. Soms lijkt het alsof je je zelfs meer moet bewijzen dan iemand met een andere achternaam. Al kan ik daar prima mee omgaan, ik mij voorstellen dat sommige opvolgers het zeker als een druk ervaren.” Aan de andere kant: medewerkers zijn wel degelijk blij dat zich een opvolger uit de familie aandient. “Was dat niet het geval dan zou op termijn verkoop van het bedrijf een optie kunnen zijn, met alle onzekerheid van dien. Nu is er continuïteit in de leiding en een duidelijke toekomstvisie. Dat geeft rust.”

GEEN SCHEVE GEZICHTEN

Rogier van Meeuwen kent het onderzoek van het Erasmus Centre for Family Business waaruit blijkt dat maar 30% van de familiebedrijven de eerste generatiewisseling overleeft. Na de tweede wisseling is nog maar 13% over. “Vrienden pesten me er wel mee,” lacht hij. “Ik vind het een opmerkelijke uitkomst. Natuurlijk is er een afbreukrisico bij de overdracht aan de volgende generatie. Mijn ervaring is echter dat veel familieondernemingen – zeker de bedrijven die ik via het FBned-netwerk (zie kader, red.) heb leren kennen – zich terdege bewust zijn van

de mogelijke valkuilen. Ze nemen vaak ruim de tijd voor opvolging.”

Welke tips heeft Rogier van Meeuwen?

“Als je graag wilt dat kinderen later actief worden in het bedrijf, deel dan al vanaf jonge leeftijd informatie met ze. Zo creëer je betrokkenheid. Maar leg vooral niets op, dring niet aan. Als er interesse is dan komen kinderen vanzelf wel met vragen. Verder is het cruciaal dat je de financiële kant strikt zakelijk benadert. Er zijn tal van manieren om een bedrijf over te dragen. Welke route je ook kiest, maak duidelijke afspraken binnen de familie. Dat voorkomt scheve gezichten.”

“NU IS ER CONTINUÏTEIT IN DE LEIDING EN EEN DUIDELIJKE TOEKOMSTVISIE.”

MEER BALANS

Tot zijn genoegen constateert Van Meeuwen een toenemende aantrekkingskracht van familiebedrijven op de jonge generatie. “Vroeger gaven hoger opgeleide jongeren toch vooral de voorkeur aan een carrière bij corporates. In mijn omgeving merk ik dat er nu een balans is tussen grote ondernemingen, startups en familiebedrijven. Steeds meer jongeren kiezen heel bewust voor de cultuur van een familieonderneming waar de focus op de lange termijn is gericht. Nederland heeft veel prachtige familiebedrijven, vaak met een substantiële omvang. Als jonge ondernemer kun je er echt het verschil maken.”