

‘Om kansen te kunnen pakken, moet je ze wel zien’

FOTOGRAFIE KARIM DE GROOT

Forumdiscussies vormen een vast onderdeel in Rivierenland Business. Het aantal aanmeldingen voor het forum ‘Kansen voor 2013’ was echter zo overweldigend dat er deze keer gekozen werd voor een andere insteek. Voor het eerst discussieerden maar liefst 32 deelnemers op 29 januari 2013 bij De Schildkamp in Asperen over diverse stellingen.

Met 32 deelnemers kon Rivierenland Business van een record spreken. Na een kop koffie en een welkomstwoord van de uitgever, gingen de deelnemers aan tafel en werd er over vier verschillende stellingen gediscussieerd. Tussendoor wisselden de deelnemers van tafel zodat zij tijdens elke discussie bij nieuwe ge-

zichten aan tafel zaten. Na de vier discussierondes kon men tijdens de lunch nog uitgebreid netwerken en visitekaartjes uitwisselen.

De reacties op de nieuwe opzet waren positief. “Ik vond het heel inspirerend om met mede-ondernemers over de stellingen te praten”, blikt Jacqueline van

Zetten van Dua Communicatie terug.

“Zeer interessant om zoveel verschillende ideeën te horen”, vult Annamarië van Daalen van De Schildkamp aan. Maikel Ooijens van OurBrand vindt deze opzet een goed alternatief voor het oorspronkelijke forum. “Het is fijn om veel verschillende visies naast elkaar te kunnen leggen.”

Gerard van Kilsdonk van Het Nieuwe Zeker ziet graag een vervolg. “Dit forum gaf zeker inzicht in de kansen die op straat liggen voor ondernemers. Het zou mooi zijn wanneer deze opzet meerdere keren per jaar terugkeert.”



Stelling 1: 2012 biedt geen garantie voor de toekomst. 2013 wordt het jaar van vooruitblikken en kansen pakken

Over de eerste stelling zijn veel deelnemers het eens: deze stelling is eigenlijk altijd van toepassing. De ondernemer moet zelf aan de slag en nieuwe kansen creëren en pakken. "In 2013 zie je duidelijk het verschil tussen de goede ondernemer en de minder goede", trapt Jurgen Versteegh van J.Versteegh Hoveniersbedrijf af.

"Om kansen te pakken moet je ze wel zien", meent Nelis van Ooijen van Astecom.

Dit vindt ook Co Stouten van Stouten & Wijnen Accountants. "Maak tijd vrij om kansen te onderzoeken en te ontdekken."

"Er zijn volop nieuwe kansen, maar om die te kunnen pakken moet je jezelf goed kennen en weten waar je goed in

bent en iets toe kunnen voegen", vult Monique van Asperen van Open & Puur aan.

"Het geeft energie om hierbij vanuit een positieve inslag te kijken", redeneert Adriaan Elenbaas van ABN AMRO.

"Je moet goed nadenken over de kwaliteiten van jouw bedrijf", vindt ook Ans Looye-Verhoef van Rabobank West-Betuwe. "Wat maakt dat jouw bedrijf aantrekkelijk is voor klanten?"

Wout Cobussen van Zout & Peper Catering onderstreept het belang van samenwerking. "Door de samenwerking op te zoeken met andere partijen, sta je samen sterk."

Frank Engelbart van Rijnconsult roept ondernemers op om meer naar buiten te gaan om ideeën op te doen. "Kruip niet in je schulp!"





Stelling 2: Het contact met de klant wordt weer persoonlijk

Volgens Henk Folkers van Folkers & Van der Made Advocaten is het contact met de klant altijd al belangrijk geweest. "En het zal altijd belangrijk blijven."

"Nieuwe klanten winnen is moeilijker dan huidige klanten behouden", merkt Piet Verhoeven van Aequor op. "Steek tijd in je huidige klanten, analyseer wat hen drijft om bij jou te kopen en wees je bewust van wat eventueel verbeterd kan worden."

"Luister naar wat je klant wil en niet andersom", stelt Marc Aldewereld van ABKM Program Management BV.

Ralph Klaare van De Schildkamp is het hiermee eens:

"Koeester je bestaande klant. Wanneer je deze blijft voeden, voedt deze jou ook!"

"Zoek je klanten op in goede en slechte tijden", zegt Roemer Daalderop van Film in Bedrijf stellig.

"Laat medewerkers zich meer verplaatsen in de klant", voegt Marianne Metz van Metz in Coaching toe. "Neem ze bijvoorbeeld mee naar de klant of nodig de klanten uit."

Geerard van Giessel van Het Nieuwe Zeker zegt het niet helemaal eens te zijn met de stelling. "Persoonlijk contact is alleen bij complexe producten van groot belang of wanneer de klant het wil."



Stelling 3: 2013 is het jaar van sociale innovatie (denk aan leeftijdsbewust personeelsbeleid, ziektepreventie, ontslagrecht)

De meningen over deze stelling zijn verdeeld. "Sociale innovatie geeft ook kansen", aldus Daphne Pieterse van R&D Training & Advies BV. "De medewerker moet echter ook willen, anders strandt het."

"Zorg dat je in gesprek blijft met je werknemers", beredeneert Raoul van den Oever van Van den Oever Wonen en Slapen.

"Is het voor de medewerker wel zo sociaal?", vraagt Susan 't Lam, student Hogeschool InHolland zich hardop af. "Het woord sociaal kun je wat mij betreft weg laten, want het personeel is vaak de dupe."

Stan Cornelissen van TipTopDesigners.nl voegt toe: "Kijk naar de persoon, probeer niet klakkeloos te ontslaan!"

Niels Veen van OCT zegt het eens te zijn met de stelling, maar plaatst er wel een kanttekening bij. "Personeel is altijd essentieel voor het succes van de organisatie. Vooruitgang als onderneming betekent dus ook vooruitgang op sociaal gebied."

Veel forumdeelnemers zijn voor een Zweeds verdienmodel. Zo ook Ruud Jager, van Jager & van den Oever. "Na je vijftigste zou je, afhankelijk van je kennis en prestatie, eventueel minder mogen gaan verdienen."

Stelling 4: De nieuwe wetgeving, waaronder op het gebied van aanbesteding, en uitstel van btw-afdracht, zorgt voor een vermindering van de regeldruk

Het gros van de aanwezigen is het met deze stelling absoluut niet eens. Volgens onder andere Reeves Charlesworth van De Vleugelslag is er te weinig flexibiliteit in regelgeving. "Er moet meer rekening gehouden worden met individuele situaties." Ook Gerard Kroon van Folkers & Van der Made Advocaten heeft er zo zijn bedenkingen bij. "Ik zie weinig voordeel. Het is slechts uitstel van executie."

Volgens Peter Molenwijk van Flantua/Van Driel & Partners slaat de regelgeving vaak door. "Ik pleit dan ook voor een minder gedetailleerde wetgeving."

Esther Boxman van Merging IT vindt dat er minder geklaagd moet worden. "Er is een versoepeling qua regels, daar mogen we in Nederland heel blij mee zijn!"

Christian van der Mark van SBM Advocaten geeft een praktische tip: "Hoe dan ook, het blijft belangrijk om als ondernemer je administratie op orde te hebben."

Na een ochtend discussiëren blijkt dat 2013 door veel ondernemers wordt aangegrepen voor herbezinning. Ondernemers kijken meer dan ooit naar hun onderscheidende factor. Er is geen tijd om bij de pakken neer te gaan zitten. Positivisme is het toverwoord. Tamme de Vries van ProMissie vindt bijvoorbeeld dat we af moeten van de angst in de economie. "We moeten met vertrouwen kunnen ondernemen."