



“Ken je kracht én je beperkingen”



MKK: een belevnis



Thuis in technisch industrieel werk



Een schone toekomst!



Dirk Scheringa: Niet langer bankier, nog steeds ondernemer



Peter Dijkmans (Dijkmans Bergleths Advocaten)



Wilbert Cuijpers (Fijen & Cuijpers Assurantiën)



Ad Strijbosch (De Overname Adviseur Midden- en Oost-Brabant)

Zoveel ondernemers, zoveel visies? Dat valt erg mee tijdens dit geanimeerde ronde tafelgesprek in 't Oude Wandelpark in Valkenswaard. De vijf financiële en juridische dienstverleners zijn het al snel roerend met elkaar eens. Eensgezind stellen ze dat focus en visie bij ondernemers bittere noodzaak zijn om gefundeerde beleidskeuzes te kunnen maken. En om die keuzes goed te kunnen maken, is het nodig om de eigen krachten en beperkingen te kennen. Ook als financieel of juridisch dienstverlener.

Juist weloverwogen, gefundeerde keuzes maken is voor iedereen - dus ook voor ondernemers - lastig. Dat lukt alleen met een goede visie en focus. Alleen dan is helder welke koers een ondernemer en met welk doel wil varen. De kunst is om die koers bij elke belangrijke beslissing voor ogen te houden. En dat valt in de praktijk niet mee. Zo is de ervaring van de vijf gesprekspartners, die zelf ook ondernemer zijn. Martijn Hersbach, accountant en financieel planner, trapt af: "Als mkb-adviseur ken ik mijn sterke punten, maar weet ik ook waar mijn grenzen liggen. De samenleving en regelgeving worden steeds complexer. Daardoor is het logisch dat je soms een beroep moet doen op

Financiële sector helpt ondernemers keuzes te maken

"Ken je kracht én je beperkingen"

specialisten met specifieke kennis. Waar nodig schakel ik dus andere deskundigen in - zoals een pensioenspecialist - zodat ik mijn opdrachtgevers optimaal kan ondersteunen." Wilbert Cuijpers, assurantiëttussenpersoon, vult aan: "Klanten stellen ook - terecht vind ik - steeds hogere eisen aan dienstverlening en service. Door kritisch naar jezelf te kijken en te erkennen waar je sterktes en zwaktes liggen, kun je betere kwaliteit leveren. Dat geldt voor elke ondernemer: je moet je bedrijf bouwen op de kwaliteiten die je in huis hebt. Dat noopt je tot het maken van keuzes en samenwerken met externe specialisten."

Aansprakelijkheid

Juist die samenwerking maakt het ondernemen complexer. Ad Strijbosch, gespecialiseerd in begeleiding van bedrijfs-overnames, maakt het vaak mee: "Vaak zit veel kennis tussen de oren van de ondernemer. De kunst is om die kennis binnen de organisatie of bij de bedrijfsopvolger te krijgen. Bovendien speelt bij ondernemen niet alleen de ratio een rol. Emoties zijn in hoge mate bepalend voor het welslagen van een samenwerking." Peter Dijkmans merkt dat in zijn praktijk als advocaat ook. "De mensen zijn mondiger geworden en

het individu wordt via regelgeving steeds beter beschermd. Dat betekent dat de ondernemer vaker dan vroeger aansprakelijk wordt gesteld. Daarbij is ook nog het aantal zakelijke transacties enorm toegenomen, terwijl deze zaken vaak ook complexer zijn dan vroeger. Daardoor is er meer kans op tegenslag of misverstanden. Juist daardoor komen ze bij een juridisch adviseur terecht, steeds vaker ook preventief. De kunst is dan om binnen de geldende regels tot een bevredigende commerciële oplossing te komen." Het gezegde 'van fouten kun je leren' gaat daarbij ook voor de ondernemer op, vindt Ad Strijbosch. "Aanspreken op fouten is heel leerzaam, al is het nog geen gemeengoed bij ondernemers." Wilbert Cuijpers signaleert vooral dat klanten eerder de grenzen opzoeken. "Als reactie daarop willen ondernemers zich nog wel eens middels dossiervorming indekken om aansprakelijkheid te voorkomen. Dat kan leiden tot een stukje verharding in het zaken doen."

"Dat zie ik in mijn klantenkring niet", reageert Martijn Hersbach. "Veel ondernemers willen zichzelf juist de negatieve energie besparen als een zakenrelatie steken heeft laten vallen. Ze willen het achter zich laten en weer naar de toekomst kijken."



Martijn Hersbach (Hersbach belastingadviseurs & administrateurs)



Theo Timmermans (Timmermans Administratie & Advies)

Vooruit kijken

Dat brengt het gesprek weer op de basis van een gezonde onderneming: focus en visie als leidraad voor een succesvolle toekomst. Theo Timmermans, administratief dienstverlener, constateert dat veel ondernemers harde en enthousiaste werkers zijn. "Maar ze nemen daardoor te weinig tijd om vooruit te kijken. Ze missen soms een doelstelling of ontwikkelrichting, vooral op de lange termijn. Juist cijfers uit het verleden zijn daarvoor een goed kompas. Ze geven inzicht in de kosten, omzet en winsten. En ze zijn een wegwijzer voor de richting waarin een ondernemer zich succesvol kan ontwikkelen. Het kan heel veel inzicht geven als een ondernemer met zijn accountant over deze cijfers spart. Het laat zien waar winstpunten liggen, maar ook waar belangrijke besparingspunten te halen zijn. Dat vind ik een belangrijk punt in onze adviseursrol. Veel startende ondernemers investeren in hun enthousiasme veel geld, maar onderschatten de financiële risico's." Martijn Hersbach vult aan: "Meestal ligt de focus op de omzet. Maar het is essentieel om de winst in het oog te houden. Ik zeg wel eens: verdien eerst de kost en ga dan uitgeven, want winst komt te voet en gaat te paard." Daarbij is het ook zaak om naar de lange termijn te kijken, vindt Ad Strijbosch. "Ondernemers moeten goed beseffen dat bijvoorbeeld hun pensioen vaak in het bedrijf zit. Dat is meestal niet in een jaar te gelde te maken."

Kennis delen

Dat brengt het gesprek op de vergrijzing in de regio. Daardoor - zo wordt vaak gedacht - zijn er heel wat bedrijven die opvolging zoeken. Maar dat valt erg mee, weet Ad Strijbosch. "Een derde van deze

bedrijven sterft een stille dood, een derde vindt intern of binnen de familie opvolging en een derde komt dus 'op de markt'." Deze cijfers geven aan dat er op termijn behoorlijk wat bedrijven zullen verdwijnen. Opent dat perspectieven voor de overblijvers? Niet zonder meer, is de heersende mening aan tafel. De eensgezinde conclusie luidt dat je als bedrijf aan de steeds hogere eisen van je klanten moeten kunnen voldoen. Juist daarbij is samenwerking en delen van kennis essentieel. En dat vergt een omslag in de ondernemingscultuur. "Onlangs las ik een artikel over de Eindhovense ondernemer Jan van Hulst, die een vernieuwende rubberperstechniek heeft ontwikkeld. Hij wil zijn innovatieve kennis graag delen met regionale partners. Maar volgens Van Hulst blijkt daar helaas maar weinig belangstelling voor. Collega-ondernemers laten daardoor mooie kansen liggen om samen kennis te delen, waardoor je beter kunt focussen op verdere innovatie in je eigen bedrijf," vertelt Peter Dijkmans. Theo Timmermans reageert met: "Dit soort openheid is juist een voorwaarde om verder te komen met onze regionale economie." Wilbert Cuijpers stemt daarmee in: "Keteninnovatie is heel belangrijk, maar bedrijven werken op dat gebied nog niet genoeg samen. Daar liggen echt nog economische kansen in deze regio."

Investeren in intervisie

Dat brengt het gesprek, kort na de Tweede Kamerverkiezingen, op de crisis. "Onze regio doet het economisch relatief goed. Het frappeert me dat dit niet terugkomt in het bestedingspatroon", constateert Martijn Hersbach. "Zou het te maken kunnen hebben met de spaarzame aard van dit deel van het land?" oppert Peter

Dijkmans. Wilbert Cuijpers reageert met: "Ik denk dat de media door ook debet aan zijn. Steeds het slechte nieuws herhalen of benadrukken versterkt het negatieve effect. En mensen zien hun geldreserves afnemen en zoeken meer zekerheid door te gaan sparen." Ad Strijbosch vult aan: "Angst en onrust voeren momenteel de boventoon. Als het vertrouwen in de economie ontbreekt, geven mensen niets uit en investeren ondernemers ook niet. Er is echt een kentering nodig. In dat opzicht hoop ik dat de nieuwe regering onder andere de woningmarkt weer vlot kan trekken." Martijn signaleert daarop dat vooral detaillisten kampen met flinke omzetsdalingen bij gelijkblijvende hoge huurprijzen. En dat in een tijd waarin de detailhandel terdege rekening moet houden met concurrentie van webwinkels, die als paddenstoelen uit de grond schieten. Ad reageert met: "De winkelier is er voor de klant en niet andersom. Deze maatschappelijke ontwikkeling noopt de detailist om te focussen op zijn sterke punten. Hij zal zich moeten onderscheiden. Bijvoorbeeld met persoonlijk advies, extra service of aanvullende diensten, zoals een eigen webwinkel." Theo constateert: "Daarbij zijn we eigenlijk terug bij het begin: focus op je doelen op langere termijn en zorg dat je weet waarin je jezelf als ondernemer onderscheidt. Daarover sparren met een specialist is geen luxe, maar een zinvolle investering. De voorwaarde is dan wel dat je elkaars kennis wilt delen en dat je open en eerlijk tegen elkaar bent." De vijf gesprekspartners gaven wat dat betreft vandaag het goede voorbeeld. Want door heel open en eerlijk vanuit hun eigen specialisme kennis te delen, hebben ze hun blik op het ondernemerschap verruimd!