

Sigt



LANSIGT
ACCOUNTANTS EN
BELASTINGADVISEURS

07

winter 2016/2017

‘De emotie moet uit je zakelijke beslissingen’

Mark Hogenelst over risico's incalculeren

‘Ik zie de kansen anders’

*Gardy de Rapper en
Kimberley Doogan over
jong en talentvol*

The next level in HRM

‘Geen doel op zich’

*Michel Krechting over
een bedrijf verkopen*



'What if...'

De zakelijke redding
van Mark Hogenelst



'Het had even goed anders kunnen lopen'

De toekomst voor Michel
Krechting ligt open

Handig

Via social media zag ik een foto van een gezin waar elke gezinslid met een extra vinger geboren is. Zij lijden aan Polydactylie. Hoe lastig is het leven met deze aandoening, zes vingers in plaats van vijf, vraag ik mij af. Heeft het voor- of nadelen? Onze handen zijn ons gereedschap, ons visitekaartje. Met zes vingers wordt het in elk geval onmogelijk om de middelvinger op te steken. En dat vind ik echt geen nadeel.

Met uw handen geeft u ongemerkt veel prijs over uzelf. En dan heb ik het niet alleen over de zwarte randen onder uw nagels na een middagje werken in de tuin of sleutelen aan de motor. Neem nu de handdruk. Geeft u een stevige handdruk of is het een slap handje? Of vinden in uw cultuur begroetingen op een andere wijze plaats? U kunt in uw handen wrijven als u het koud hebt. Maar als iemand handenwrijvend rondloopt, dan heeft dat met kou meestal niets te maken. Wel met het hebben van aangename vooruitzichten.

Een schenking doe je met de warme hand; vererven gaat juist met een koude hand. Als accountant wil ik u op deze plek meteen maar even meegeven dat op 1 januari volgend jaar de reguliere vrijstelling voor schenkingen in verband met een eigen woning voor iemand tussen 18 en 40 jaar wordt verhoogd tot een bedrag van € 100.000. Dat geldt voor iedere schenking ten behoeve van een eigen woning en is dus niet alleen voorbehouden aan kinderen.

U merkt dat ik via een foto op social media en wat associaties toch weer bij cijfers en belastingen terechtkom. Dat is natuurlijk niet toevallig. Het is gewoon ontzettend mooi om accountant te zijn, om te werken met de combinatie van cijfers en mensen. Om de 'trusted advisor' te mogen zijn. We kennen en vertrouwen elkaar. Het is fijn om te weten wie iemand is, waar hij of zij voor staat. Weten wiens hand je schudt. En dan maakt het aantal vingers voor mij niet uit.

Pieter van der Kwaak RA
algemeen directeur



Reageren? Dat kan via:

- nl.linkedin.com/in/pietervanderkwaak
- pvdk@lansigt.nl
- [@PietervderKwaak](https://twitter.com/PietervderKwaak)

02

proque

04

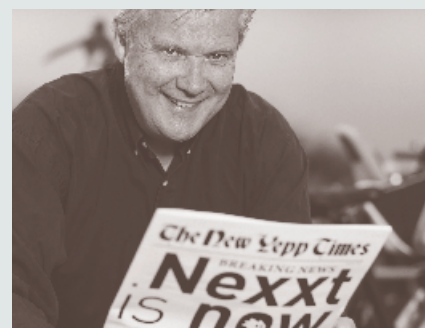
10

13



'Wij geven elke medewerker de ruimte'

Gardy de Rapper over
talentontwikkeling



16

The next level in mindset

*Arko van Brakel over het
belang van waarden en
het gevaar van normen*

The next level in HRM

*Lansigt presenteert
LAHRS - Loon Advies
en HR Solutions*

eSigt

Lansigt geeft ook maandelijks een digitale nieuwsbrief uit: eSigt. Meld u aan voor een gratis abonnement door een bericht te sturen naar esigt@lansigt.nl

Uiteraard vindt u ook op onze website veel ondernemersinformatie: www.lansigt.nl
Volg de actualiteit ook op twitter via [@lansigt](https://twitter.com/lansigt) of via www.linkedin.com/company/lansigt-accountants-en-belastingadviseurs

Sigt wordt kosteloos toegestuurd aan de relaties van Lansigt. **Concept** PXL
Interviews Jeroen Sprenkeler **Redactie, vormgeving en coördinatie** Graficelly
Fotografie Mike van Bemmelen en anderen **Druk** Leerdamdruk **Reacties** naar sigt@lansigt.nl of Lansigt o.v.v. Sigt, Postbus 2150, 2400 CD Alphen aan den Rijn



LANSIGT
ACCOUNTANTS EN
BELASTINGADVISEURS

Alphen aan den Rijn - Gouda - Ridderkerk
Telefoon 0172 - 750 150 www.lansigt.nl

Hair App

‘We sturen echt op cijfers. Per medewerker kijken we hoeveel klanten er terugkomen.’

‘DE EMOTIE MOET UIT JE ZAKELIJKE BESLISSINGEN’

Mark Hogenelst
HairApp, Reeuwijk

What ifs

Die beslissing had Mark vooraf ingecalculeerd. ‘Dat was mijn redding,’ zegt hij nu. ‘Samen met Frank van Hoepen van Lansigt had ik vooraf alle mogelijke “what ifs” doorgenomen. Elk scenario van wat er zou kunnen gebeuren en hoe in die situatie te handelen had ik van tevoren vastgelegd. Dus toen ik vastliep in mijn werk kon ik vrij gemakkelijk de beslissing nemen om ermee op te houden.’ Met die stap werd Mark financieel onafhankelijk. Maar om op zijn 50ste met pensioen te gaan, dat zag hij niet zitten. Hij startte met een nieuwe kappersformule, HairApp, waarmee hij nu negen filialen heeft. ‘HairApp is een luxe versie van Club Kappers. We richten ons op een breed segment, zoeken enkel A-locaties voor onze vestigingen en willen hiermee doorgroeien naar circa 25 filialen.’

Klantverbruik meten

HairApp roept de associatie met internet op. ‘We willen wel een eigen app ontwikkelen voor reserveringen, het doen van klanttevredenheidsmetingen en bijvoorbeeld loyaliteitsprogramma’s.

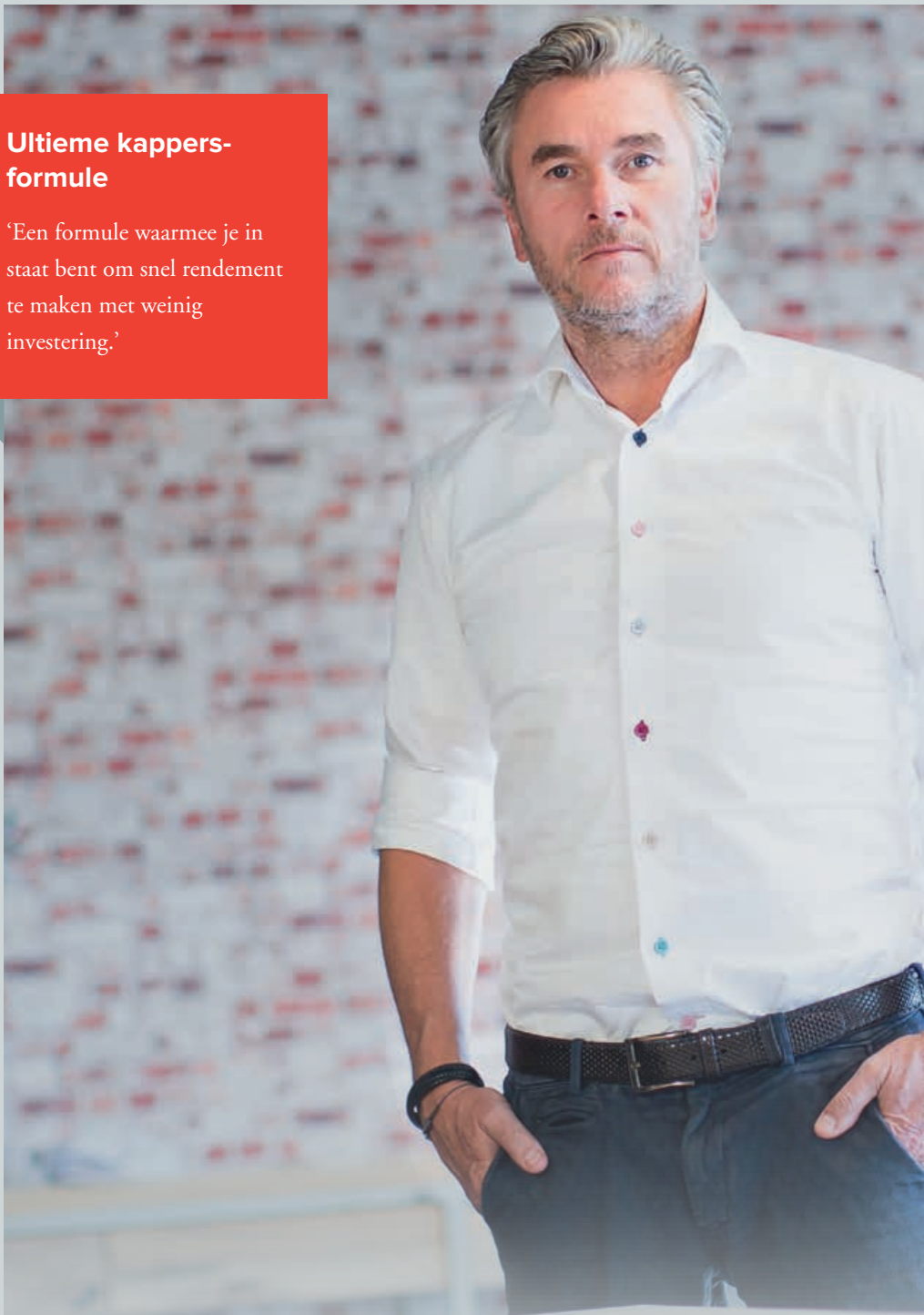
Zaken doen op gevoel, de emotie. Mark Hogenelst kent het maar probeert er verre van te blijven. ‘Natuurlijk moet je een goed gevoel hebben bij je werk,’ zegt hij, ‘maar als het aankomt op zakelijke beslissingen, probeer ik de emotie uit te schakelen.’ Zo stelde hij alle mogelijke what-if-scenario’s op toen hij in 2014 kappersformule Club Kappers liet fuseren met BrainWash. ‘Dat was uiteindelijk mijn zakelijke redding.’

In 1991 begon Mark met zijn toenmalige vriendin Natascha Marna Kappers. ‘Vanuit één zaak in Gouda bouwden we dat in twintig jaar uit naar een keten met dertig salons. In 2008 begon ik met Ivo Priem, commercieel directeur van L’Oreal, Club Kappers. Daarvan maakten we een prijsvechter op haarkleuring. In zes jaar tijd wisten we die keten uit te bouwen naar zestig filialen. In 2014 fuseerden we met BrainWash. Met in totaal 280 filialen werd dat de grootste keten van Nederland.’ Marks ambities met de nieuwe organisatie reikten ver. Zijn verwachting was de formule ook

internationaal te kunnen uitbouwen. ‘We hadden met Robert van der Wallen een grote investeerder aan boord. In mijn ogen zetten we echt een professionele, commerciële organisatie neer. Het liep anders. Ik ben een jaar DGA geweest, maar kon mijn ambities er uiteindelijk niet kwijt. Ik was vanuit mijn eerdere formules gewend zelf of met zijn tweeën de beslissingen te nemen. Nu had ik met vier partijen te maken, en dat werkte niet voor mij. Dus besloot ik ermee te stoppen en mezelf uit te laten kopen.’

Ultieme kappers- formule

‘Een formule waarmee je in staat bent om snel rendement te maken met weinig investering.’



Maar meer nog moet HairApp echt iets toevoegen in de beleving. Dat komt terug in het interieur, in de bonenkoffie die we serveren of de theebar met een ruime keuze aan theesoorten. Daarnaast sturen we echt op cijfers. We houden het klantengebruik en -verbruik bij. Bij gebruik groei je, bij verbruik sta je stil of loop je achteruit. Per medewerker kijken we daarom hoeveel klanten er terugkomen. Als je teveel klanten verbruikt ben je uiteindelijk geen goede kapster. Andersom werkt natuurlijk ook. Een kapster waarvoor klanten terugkomen, is dubbel en dwars haar geld waard. En dan loop je aan tegen de beperkingen van een bindende cao. De loonkosten zijn wat dat betreft een beperkende factor, maar ook de manier van belonen. En wat je medewerkers kunt laten doen. Wil je bijvoorbeeld op zondag open, dan moet je medewerkers het dubbele salaris betalen. En neem een post als ziektekosten. Wanneer een medewerker langdurig ziek wordt, moet je over een flinke buffer beschikken. Het kan je de kop van je onderneming kosten.’

Ultieme formule

Nog altijd sleutelt Mark aan de ultieme kappersformule. ‘Het moet een formule zijn waarmee je in staat bent om snel rendement te maken met weinig

investering. Binnen de kappersbranche zijn de marges klein. Naast de loonkosten en huisvesting vormt de inkoop van haarverzorgingsproducten als kleuring, permanentvloeistof en dergelijke een grote kostenpost. Ik broed nu op een formule waarbij je die laatste post wegsnijdt. Enkel knippen dus. Ik ben er nog niet uit maar het blijft me bezighouden.’ En iets geheel anders, buiten de kappersbranche? ‘Ik investeer in andere ondernemingen, veelal in de horeca via mijn broer die horecaondernemer is. Ik ben bezig mijn werkcarrière op een heel nieuwe manier in te vullen. Ik geef bijvoorbeeld

ook trainingen die we “Ontdek je plek” noemen. Daarbij houd ik ondernemers en medewerkers een spiegel voor, hoe functioneren ze, wat gaat goed en wat niet. Mensen motiveren, hen en daarmee de onderneming naar een hoger plan trekken, boeit me. Maar ik zit zo diep in de materie van de kappersbranche dat ik daarin uiteindelijk het sterkst kan acteren.’

HairApp

W www.hairapp.nl

E mark.hogenelst@xs4all.nl

LEZEN

1 Honshitsu

Frank Wouters

Honshitsu staat voor de essentie van marketing. Toegegeven, het is geen boek dat eenvoudig weg leest. Maar de marketingboodschappen zijn werkelijke denkertjes en geven een ondernemer de kans zijn bedrijf werkelijk anders dan de grijze massa te positioneren. Het totaalconcept kun je maar één keer werkelijk laten doordringen, daarna plaatst de klant je al snel in een hokje. Wouters durft de stelling aan dat je in een salesgesprek gerust de tekortkomingen van je product of dienst mag noemen, de klant zoekt dit in gedachten toch al op. Honshitsu helpt om doelklanten te krijgen, dat zijn klanten die echt passen bij jouw ambitie. Aan schijnklanten heb je immers niets. Voor de winteravonden is Honshitsu een aanrader, maar alleen voor de ondernemer met echte ambities.

Dit boek is getipt door:



Ton Willems, onderzoeker, schrijver en inspiratiebron voor ondernemers

2 IKEA, het geheim van het succes

Rüdiger Jungbluth

IKEA is een van de meest succesvolle ondernemingen en een van de sterkste merken ter wereld. Wie wil daar niet meer van weten? Dit boek vertelt het verhaal van oprichter Kamprad en zijn bedrijf, en analyseert de factoren die IKEA zo uniek en succesvol maken. Het boek leest lekker weg en blijft de nieuwsgierigen prikkelen. Hoewel dit boek niet alle geheimen prijsgeeft, is het zeker een aanrader voor wie meer wil weten over het ontstaan, de groei en de mogelijke toekomst van dit concern.

3 Netwerken: de fijne kneepjes

Bo van Houwelingen en Caroline van Keeken

De auteurs, twee jonge journalisten, bezochten anderhalf jaar lang elke dag een bijeenkomst in netwerkend Nederland. Ze hielden de experts nauwlettend in de gaten. De lessen die ze leerden staan in dit vlot geschreven boek. In het boek vindt u citaten, tips en trucs en tussen de hoofdstukken in enkele van de columns die de auteurs eerder publiceerden in NRC. ‘Gewoon een lekker boekje over netwerken, dat je maar beter onder handbereik houdt’, volgens Nico Jong in een recensie voor managementboek.nl.

4 Feedback is een cadeautje

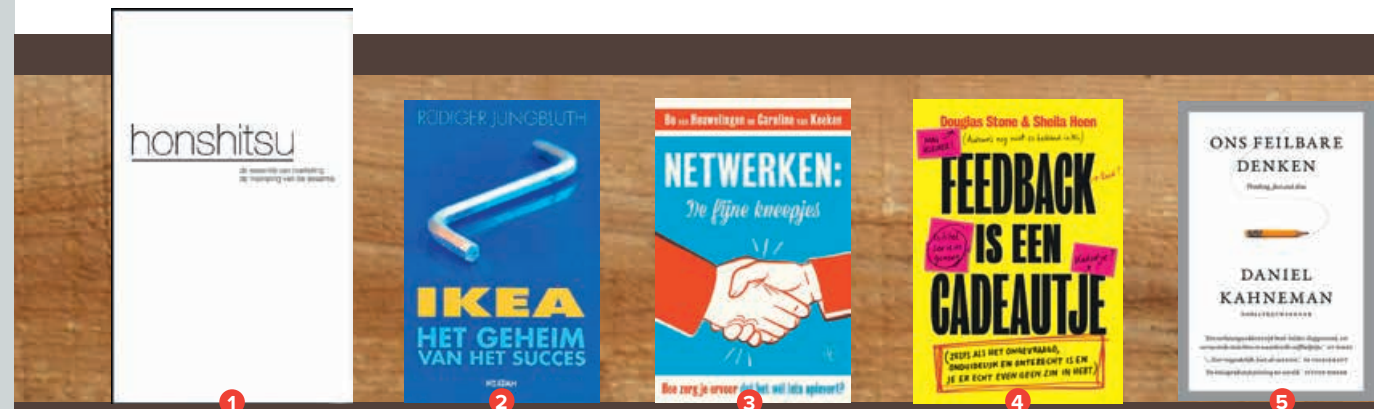
Douglas Stone en Sheila Heen

De ondertitel van het boek is veelzeggend ‘zelfs als het ongevraagd en onterecht is en je er echt even geen zin in hebt.’ We weten allemaal dat we met commentaar ons voordeel moeten doen, maar soms... De auteurs laten zien hoe je jezelf kunt trainen om uit elke situatie nuttige feedback te halen. Ze houden ons op humorvolle wijze een spiegel voor door te laten zien hoe we feedback vaak moedwillig negeren. Een helder geschreven boek met veel voorbeelden en samenvattingen.

5 Ons feilbare denken

Daniel Kahneman

Israëliër Daniel Kahneman introduceerde de menselijke psychologie in de economische wetenschappen. In 2002 won hij daarmee de Nobelprijs voor de Economie. In zijn meesterwerk ‘Thinking, fast and slow’ legt hij uit dat er twee systemen zijn die bepalen wat wij denken. Een snel, intuïtief en emotioneel systeem en een langzamer, meer overwogen systeem dat gebruik maakt van logica. Wanneer gebruik je welk systeem? De auteur geeft tips waarmee betere beslissingen kunnen worden genomen.



Interesse in een van de boeken uit deze rubriek? Bij Lansigt staan ze voor u in de boekenkast, ook die uit de voorgaande edities van Sigt. Vraag uw contactpersoon er gerust om!

De accountant

Lansigt is in het bezit van een AFM-vergunning en voert per jaar ruim honderd controles van jaarrekeningen uit. Eind oktober werd Lansigt zelf beoordeeld.

gecontroleerd

Het beroep van accountant is geregeld in de Wet op het Accountantsberoep.

Nederland telt 21.000 accountants. Circa 9.000 accountants werken op een accountantskantoor.

Vier op de vijf accountants zijn man.

Bij Lansigt zijn twintig accountants werkzaam: zestien mannen en vier vrouwen.



08

22.000 bedrijven zijn verplicht hun jaarrekening te laten controleren

1.200 OOB*

Aantal bedrijven in Nederland
1.500.000

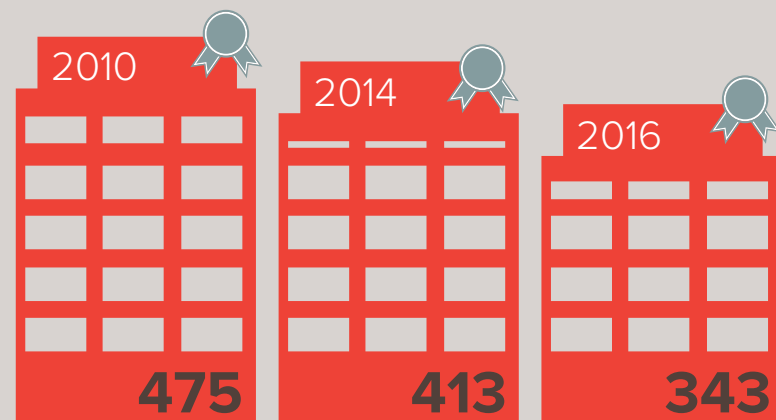
22.000

Er zijn in Nederland ongeveer 22.000 bedrijven die, door hun omvang qua omzet, balanstotaal of medewerkers-aantal, verplicht zijn om hun jaarrekening te laten controleren door een accountant.

1.200 OOB

*Circa 1.200 organisaties worden als een zogenaamde OOB aangemerkt: Organisatie van Openbaar Belang. Dit zijn onder meer beursgenoteerde bedrijven, ziekenhuizen en overheidsinstellingen.

De wettelijke controle van de jaarrekening mag alleen worden uitgevoerd door een kantoor dat hiervoor een vergunning bezit van de Autoriteit Financiële Markten (AFM). De AFM houdt toezicht op de kwaliteit van de vergunninghouders.



Anno 2016 bezitten 343 accountantskantoren een vergunning om controles te mogen uitvoeren. Elf van hen hebben een speciale vergunning en zijn daarmee bevoegd om een OOB (zie kader links) te controleren.

Van de 'niet-OOB accountantsorganisaties' is Lansigt een van de grotere kantoren, afgemeten aan het aantal wettelijke controles dat uitgevoerd wordt.



Uit de gegevens van de accountantsorganisaties die een verplichte vragenlijst bij de AFM hebben ingevuld, blijkt dat ongeveer tachtig procent van de niet-OOB-accountantsorganisaties twintig of minder wettelijke controles per jaar verricht. De 33 niet-OOB-accountantsorganisaties, die in 2014 hebben opgegeven dat zij in het meest recente afgesloten boekjaar meer dan 50 wettelijke controles hebben verricht, verrichtten in 2014 gemiddeld 109 wettelijke controles.

(Bron: AFM, Sector in Beeld, Marktanalyse accountantsorganisaties 2010 - 2014, september 2015)

09



Het SRA is een vereniging van 370 accountants- en advieskantoren. Lansigt is een van hen. Onder toezicht van het AFM voert het SRA reviews uit om de aangesloten kantoren op hun kwaliteit te beoordelen. Bij een review kijken de controleurs van het SRA naar het systeem van kwaliteitsbeheersing, naar de kwaliteit van het fiscale team en het samenstellingsteam. Een steekproef van drie dossiers vormt eveneens een onderdeel van de jaarlijkse review.

Examen doen

'Een paar weken van tevoren horen we welke drie dossiers zijn uitgekozen voor een controle. Dit jaar zat daar een dossier van mij bij', vertelt Robert Bioch, een van de accountants binnen Lansigt.

'Zo'n controle voelt een beetje als examen doen. Ik neem het dossier zelf nog weer eens goed door en bereid me voor op alle mogelijke vragen. De controleurs komen bij ons op kantoor. Een dag lang ligt het volledige dossier op tafel. Ik laat zien dat alles is gecheckt en beantwoord vragen over de manier waarop de controle is uitgevoerd. De controleurs lopen checklists af, maar bezitten daarnaast veel vakkennis en stellen vragen op basis van hun professioneel inzicht.'

Het dossier van Robert werd, net als de andere twee dossiers uit de steekproef, als voldoende beoordeeld. Algemeen directeur Pieter van der Kwaak: 'Je kunt wel overtuigd zijn van je eigen kwaliteit,



Robert Bioch (links): 'Zo'n review voelt als examen doen, met de bijbehorende opluchting als je hoort dat je geslaagd bent'

maar het is toch spannend als vreemde ogen dat gaan beoordelen. De uitkomst van een review is voldoende of onvoldoende. De review van dit jaar konden we gelukkig weer afsluiten met een voldoende. Een resultaat waar we buitengewoon trots op zijn.'

Groothandel

Rustik Lys ontstond in 1995 nadat Willem de Rapper vanuit zijn toenmalige werk in contact kwam met een Deense fabrikant van kaarsen en aanstekers. 'Zij wilden hun kaarsen graag in Nederland wegzetten,' vertelt Gardy. 'Aanvankelijk begonnen we een kaarsenwinkel in Alphen aan den Rijn. In die tijd ontstond ook TICA, een inkoopcentrum voor onder meer woondecoratie. Daar hebben we ons toen als exposant bij aangesloten en dat zijn we nog. Daarnaast hebben we onze showroom en magazijn in Amstelveen. Ook op het inkoopcentrum Trends & Trade in Venlo hebben we een stand.'

Samen met haar man Willem runt Gardy de Rapper Rustik Lys, een groothandel/importeur van kaarsen. Daarnaast zijn ze distributeur van het woonmerk Broste Copenhagen. 'We werken met een klein team waarin een ieder de ruimte krijgt om zijn verantwoordelijkheid te pakken,' zegt Gardy. Iets dat haar nicht Kimberley Doogan kan beamen. Met haar diploma Communicatie & Media Design op zak krijgt zij alle gelegenheid om haar creativiteit voor Rustik Lys in te zetten.

Van 1995 tot 2004 runden Gardy en Willem Rustik Lys met zijn tweeën. 'De groei was echter dermate dat uitbreiding nodig werd. Zowel voor werkzaamheden in het magazijn, als voor het bemensen van de stands in de inkoopcentra. In de zesde klas van de middelbare school liep mijn nicht Kimberley al eens stage bij ons. En hoewel haar talent gelijk opviel, lag toen nog niet vast dat zij ook daadwerkelijk bij ons in dienst zou komen. Het was na haar HBO-studie dat we dachten dat haar expertise ons bedrijf verder zou kunnen helpen. Daarop namen we haar voor twee dagen in dienst.'

Eigen ontwikkeling

'Ik combineerde die twee dagen met een parttime baan bij een groot accountantskantoor waar ik mijn afstudeerproject had volbracht,' zegt Kimberley. 'Het creatieve aspect was een belangrijk deel van mijn opleiding. Zaken als conceptontwikkeling, visueel design en je boodschap overbrengen via nieuwe media kwamen daarin naar voren. Ik zat bij het kantoor op de "proposal unit", zoals dat heet. Mijn creativiteit kon ik er wel kwijt, maar op een andere manier. Beide functies combineren gaf mij de gelegenheid om goed uit te zoeken wat bij mij past en hoe ik mezelf het best kan ontwikkelen. Zo'n grote organisatie is veel hiërarchischer, waardoor je soms met tegenstanden te maken krijgt. Het heeft mij in ieder geval geleerd hoe mensen te overtuigen van mijn ideeën.'

Nieuwe energie

Bij Rustik Lys komt de inbreng van Kimberley goed tot zijn recht. 'Wij ervaren dat jong talent zorgt voor een nieuwe energiestroom binnen de organisatie,' zegt Gardy. 'Haar enthousiasme werkt motiverend voor de bestaande medewerkers en geeft hen nieuwe impulsen. Via Kimberleys kennis kunnen we ook nieuwe doelgroepen aanboren. Ze weet immers goed wat er bij jongere mensen leeft. Ik moet

'MOOI OM TE ZIEN HOE JONGE MENSEN DE GEGEVEN RUIMTE PAKKEN'

Gardy de Rapper
Rustik Lys, Amstelveen



‘Jonge mensen helpen me op een nieuwe manier naar mijn eigen bedrijf te kijken’

‘Mooi om te zien hoe jonge mensen de gegeven ruimte pakken’

toegeven dat je dat contact zelf in de loop der jaren een beetje verliest. En met haar kennis zijn we up-to-date wat de nieuwste trends betreft, bijvoorbeeld op het gebied van social media. Voor mij werkt haar inbreng echt verfrissend. Het maakt dat ik kansen anders bezie en waar ik voorheen wel eens dacht “kan niet” denk ik nu “kan wel”.

Eigen kaarsenlijn

Uiteindelijk koos Kimberley volledig voor Rustik Lys omdat ze daar meer van zichzelf kan laten zien. Nu is ze er “allround creative”, een functie waar ze helemaal zelf invulling aangeeft. Een van de zaken die ze heeft opgepakt is de ontwikkeling van een eigen lijn kaarsen, By Kimmi. ‘Ik begeleid het hele traject, van design tot productie. Het

design, de prints en de teksten bedenken ik helemaal zelf. Verder houd ik me bezig met de visuele presentatie van ons bedrijf, zoals de website, standbouw en ook de fotografie voor bijvoorbeeld brochures.’ De vrijheid die Kimberley daarbij krijgt is kenmerkend voor Rustik Lys. ‘We geven elke medewerker de ruimte om zijn werkzaamheden zelf in te vullen,’ zegt Gardy. ‘Natuurlijk zijn er bepaalde zaken die gedaan moeten worden, daar ont-kom je niet aan, maar de manier waarop dat gebeurt is echt aan de medewerker. Ik vind het altijd mooi om te zien als mensen, en speciaal jonge mensen, die ruimte ook pakken. Dat brengt ons allemaal verder.’

Talent benutten

Vanuit haar werk bij het accountants-kantoor weet Kimberley dat die ruimte niet altijd vanzelfsprekend is. ‘Ik denk dat veel bedrijven te weinig uit jonge mensen halen,’ zegt ze stellig. ‘Jonge mensen zijn vaak enthousiast en kijken met een frisse blik naar een organisatie. Toch zie je dan dat nieuwe ideeën

onderuit gehaald worden, omdat er teveel beren op de weg worden gezien. Benut dat talent, zou ik willen zeggen. Stel je ervoor open. Een gevarieerd team van ervaring en frisse ideeën werkt het sterkst, denk ik.’ Gardy beaamt dat. ‘Als je al twintig jaar bezig bent, ben je geneigd om de werkzaamheden altijd op dezelfde manier uit te voeren. Jonge mensen zoals Kimberley helpen me echt op een nieuwe manier naar mijn eigen bedrijf te kijken.’

Rustik Lys

📞 0172 – 532 732
 🌐 www.rustiklys.nl
 ✉ info@rustiklys.nl
 📱 [instagram.com/rustiklys](https://www.instagram.com/rustiklys)

‘HET VERKOPEN VAN MIJN BEDRIJF WAS NOOIT EEN DOEL OP ZICH’

Michel Krechting

Eind 2007 kocht Michel Krechting de zieltogende fabrikant van fiets-kinderzitjes, GMG. Een jaar later introduceerde hij het innovatieve kinderzitje Yepp. Daarmee bouwde hij het bedrijf uit tot marktleider in onder meer de Benelux en Denemarken. Dit jaar verkocht hij zijn onderneming aan het Zweedse Thule. Een succesverhaal? ‘Het had evengoed anders kunnen lopen,’ zegt hij, ‘maar daar waren we dan ook wel weer uitgekomen.’

GMG verkocht

GMG was een compacte organisatie met, naast Michel, twee fulltime medewerkers en vier parttimers. De fulltimers, Sven en Ruud zijn overgegaan naar Thule. Voor de vier parttimers is een goede afvloeiingsregeling getroffen. ‘Dat gaat me natuurlijk aan het hart maar ik weet dat zij goed terecht zullen komen.’

Van origine is Michel industrieel ontwerper. Een ondernemende geest heeft hij altijd gehad en het eens-begin-ik-iets-voor-mezelf-gevoel was hem ook niet vreemd. Toch duurde het tot zijn 55ste voordat hij daar echt werk van maakte. ‘Op dat moment was ik directeur bij een bedrijf in professionele verlichting waar ik regelmatig overhoop lag met de wisselende vicepresidenten. Tot tweemaal toe heb ik getracht dat bedrijf te kopen maar de wil tot verkopen ontbrak. Een bedrijfsadviseur zei me “Je stopt met zeuren, of je gaat weg.”

Niet van scratch

Dat was voor Michel het moment om invulling te geven aan een eigen onderneming. Van scratch beginnen wilde hij niet. Dus keek hij om zich heen voor andere opties. Als industrieel ontwerper was hij begin jaren tachtig nauw betrokken geweest bij de ontwikkeling van eerste fietszitjes voor de firma Dremefa in Doesburg. Zij brachten onder meer een autostoeltje op de markt onder de naam Bobob. Een fietsstoeltje lag in het verlengde. Dat werd Bobike waarmee het bedrijf al snel marktleider werd. ‘Alleen bleef Bobike in mijn ogen stilstaan. Ik bedacht een plan om het bedrijf te revitaliseren, maar de

eigenaren zagen het toen niet zitten. Dus zei ik: “dan ga ik ermee naar de concurrent”. De Gebroeders Melkert in Gouda, GMG, produceerde al sinds 1934 kinderzitjes. Ook dat bedrijf dreigde de concurrentiestrijd te verliezen. Michel belde op, vroeg naar de directeur met de meeste aandelen of de meeste senioriteit en ging op gesprek. Uiteindelijk kocht hij de onderneming. ‘GMG had toen nog een eigen productiefaciliteit. Die heb ik gesloten omdat het nieuwe GMG volledig ging outsourcen. Het marketing- & sales kantoor hevelde ik over naar Haarlem en later Zwanenburg. Wat ik toen vooral kocht was de naamsbekendheid, de distributie en toegang tot de tweewielerbranche. Begin 2008 maakte ik een rondje langs de grootste klanten en groothandels. Daar kreeg ik regelmatig te horen: “we gaan stoppen met GMG”. “Schuif dat nog een jaar op”, zei ik dan, “want we

‘Dan ga ik ermee naar de concurrent’



komen met een zeer innovatief, nieuw product”. Michel ging samen met Peter van der Veer Designers de uitdaging aan om binnen een jaar een nieuw fietskinderzitje te introduceren. ‘We moesten een totale omslag voor GMG realiseren om de marktpositie terug te winnen. In nog geen twaalf maanden wisten we een totaal nieuw zitje te ontwikkelen dat we in januari 2009 op de Fietsvak, de nationale vakbeurs voor de fietsbranche, onder de naam Yepp introduceerden.’

Open communiceren

Dat Yepp een internationaal succes geworden is mag duidelijk zijn. Toch zijn er twee momenten geweest waarop het ook negatief had kunnen uitpakken. ‘Direct na de lancering ging het al bijna mis,’ memoreert Michel. ‘Sommige van de eerste zitjes die we uitleverden vielen door een constructiefout van de fiets. Dat was totaal onvoorzien, vooral omdat het product wel TNO goedgekeurd was. We hebben toen de hele partij terug moeten roepen en snel een betere constructie moeten vinden. Door snel handelen en in het hele traject open te communiceren wisten we goodwill te behouden. Het tweede moment deed zich voor eind 2010 toen

we financiering nodig hadden onder meer om onze groei doelstellingen te realiseren. Geen bank die dat toen aan wilde. Daarop kwamen we in een alternatief financieringstraject terecht van “friends/family/fools”. Was dat niet gelukt dan weet ik niet of Yepp het succes geworden was dat het nu is.’

Weer verkopen

Bij de start van zijn onderneming wist Michel al dat hij het ooit weer zou verkopen. ‘Niet dat dat een doel op zich was maar ik heb nu eenmaal het eeuwige leven niet. Ik had voor mezelf ook niet zozeer een moment bepaald waarop dat moest gebeuren. Het kwam vorig jaar in beeld toen ik wat gezondheidsproblemen kreeg. Opvolging door mijn kinderen zat er niet in, dus dan moet je op zoek. Overname door eigen medewerkers bleek na serieus onderzoek ook niet mogelijk en dus zocht ik naar een externe partij. Via Lansigt kwam ik in contact met Iris Corporate Finance waarmee ik gelijk de juiste klik voelde. Niet alleen in zakelijk opzicht maar ook in de persoonlijke betrokkenheid waarbij goed gekeken werd hoe ik het wilde inrichten. Zes à zeven partijen toonden interesse. Het Zweedse outdoormerk Thule bood

uiteindelijk de beste condities. Zij kregen onder geheimhouding de prototypes van de tweede generatie kinderzitjes te zien, de Yepp Nexxt. Die paste precies bij wat Thule voor ogen had met hun eigen toekomstig productportfolio. Wel is Thule een beursgenoteerde onderneming. Dat betekent dat zij bij overnames heel veel protocollen en procedures in acht moet nemen zoals een gedegen onderzoek doen naar de over te nemen onderneming. Dat leverde aan mijn kant soms zoveel hoofdbreken op dat ik op enig moment zei: “laten we de verkoop maar een jaartje uitstellen”. Ook dat heeft Iris CF goed weten te faciliteren.’

Wat gaat hij nu doen? ‘Dat ben ik nog aan het bekijken. Het zou een adviserende rol kunnen zijn voor het mkb op het gebied van innovatie, designmanagement of start-ups bijstaan met kennis en een stukje financiering. Misschien het onderwijs... De wegen liggen wat dat betreft nog open.’

Krechting Holding

t 06 - 5372 3782

e mkrech@xs4all.nl

in /in/michel-krechting-923552



ARE YOU READY FOR THE NEXT LEVEL?

16

THE NEXT LEVEL IN MINDSET

De Lansigt Business Boost van 31 mei jl. droeg het thema ‘Are you ready for the next level?’ Deze dag keken we samen vooruit naar de toekomst. Wat is uw bestemming? Ligt u op koers? Bent u klaar voor de volgende stap? Ondernemer Arko van Brakel zorgde tijdens de Business Boost voor een inspirerende take-off.

Normen en waarden. Twee woorden die vaak in één adem worden genoemd. Ook door ras-ondernemer Arko van Brakel. Tijdens de kick-off van de Lansigt Business Boost vertelt hij over het belang van waarden en het gevaar van normen.

Van Brakel start met een heldere duiding van de begrippen: ‘Waarden zijn universeel, tijdloos en cultuurloos. Normen zijn dat niet, normen zijn gebonden aan cultuur en tijd. Een waarde komt uit jezelf, het is wat jij, als ondernemer, belangrijk vindt. Vanuit die waarden volgen normen; afspraken - regels, zo je wilt - die ervoor zorgen dat de waarden gewaarborgd zijn. Een voorbeeld. Vroeger was de zomer een periode van hard werken. De agrarische sector was overduidelijk het grootst in Nederland en iedereen had het enorm druk. Om de ouders te helpen, hoefden de kinderen in de zomer een lange periode niet naar school. Dat laatste werd vastgelegd in een wet en een norm was gesteld. De waarde is ‘het helpen van de ouders’, de norm is ‘zes weken zomervakantie’. Anno 2016 bestaat deze norm nog steeds. Maar hoe zit het met de waarde? Zijn de ouders ook nu nog geholpen met deze norm? Het antwoord laat zich raden. De norm is gebleven terwijl het de waarde niet meer waarborgt. De balans is weg.’

Norm

Ondernemingen hebben eveneens te maken met waarden en normen. Zo kan de norm ‘binnen drie keer de telefoon opnemen’ voortkomen uit de waarde ‘altijd bereikbaar willen zijn voor de klant’. Van Brakel: ‘Deze norm kan binnen sommige bedrijven goed werken. Maar normen die kunstmatig in stand worden gehouden, zoals de zomervakantie uit het voorbeeld, die zijn gevaarlijk. Normen zonder waarde werken namelijk beperkend en blokkeren innovatie. ‘The next level’ is dan een level naar beneden in plaats van het gewenste hogere niveau.’

Beschrijf de waarden

Hoe ontdek je dit soort beperkende normen in je bedrijf? Moet je alle regels één voor één bekijken, zowel geschreven als ongeschreven regels? Volgens Van Brakel hoeft dat niet: ‘Begin met het beschrijven van de waarde. Zoek naar de ‘common grounds’ in je bedrijf. Wat willen we met z’n allen bereiken? Wat vinden wij belangrijk? Ga het gesprek

aan met iedereen binnen het bedrijf. Als ondernemer stel je in dat gesprek de vragen. Vanuit de waarden die op deze wijze gezamenlijk worden geformuleerd, ga je waar nodig normen stellen. Laat duidelijk zijn dat er op zich niets mis is met het hebben van normen. Maar maak er niet teveel. Het is de waarde die altijd centraal moet worden gesteld. Waarden geven ruimte, zijn mensgericht en eerlijk. Leven en werken vanuit de waarde maakt ‘the next level’ ook een stuk bereikbaarder. Neem een bedrijf als Google. Hun missie is om ‘alle informatie ter wereld te organiseren en universeel toegankelijk en bruikbaar te maken’. Vanuit die waarde weten ze met hun innovaties de wereld elke keer weer te verbazen. Nu is Google een bedrijf van de buitencategorie, maar de les die elk bedrijf hiervan kan leren is dat werken vanuit de waarde tot ongekende prestaties leidt. Ook in jouw bedrijf!’

THE NEXT LEVEL IN HRM

De administratie van personeel, salaris, verlof, verzuim en uren is voor veel ondernemers een crime. Regelgeving is op sommige onderdelen complex en verandert ook nog eens continu. Daarbij moet te allen tijde de privacy van de werknemer bewaakt worden. In oktober presenteerden wij het systeem dat aan al deze vragen tegemoet komt: LAHRS.

LAHRS

Loon Advies en HR Solutions

LAHRS (Loon Advies en HR Solutions) zorgt voor een verschuiving in de wereld van uw personeels- en salaris-administratie. Met LAHRS krijgt u vooral veel inzicht. Inzicht in wie wanneer met verlof is, in het verzuim binnen uw organisatie, in de hoogte van uw werkgeverslasten, wanneer een proeftijd of contract afloopt of wanneer actie nodig is bij een zieke medewerker.

Cloud

LAHRS zit in de cloud. Hierdoor heeft u altijd en overal toegang tot de personeels- en salarisgegevens van uw medewerkers. Voor medewerkers is er een gratis mobiele app voor zowel Android als iPhone waarmee zij binnen één à twee klikken bij de informatie zijn die zij nodig hebben. Uw medewerkers kunnen met deze app hun salaris-

stroken inzien, maar ook verlof aanvragen. Dat is efficiënt en voorkomt misverstanden over vakantiedagen.

Maakt u gebruik van een boekhoud- of tijdregistratiesysteem? Die applicaties kunt u koppelen aan LAHRS. Dat houdt in dat wanneer er gegevens ingevoerd of veranderd worden in één systeem, deze gegevens automatisch verwerkt worden in LAHRS. Handig: LAHRS controleert ook meteen of de mutatie voldoet aan bepaalde eisen.

HR-advies

LAHRS is het nieuwste geesteskind van Lansigt. Een bundeling van onze kennis op het gebied van IT, HR, wetgeving, sociale verzekeringen en salarissen. Gebruikers van LAHRS krijgen de expertise van ons HR-team er bij. Dat betekent dat u altijd bij ons terecht kunt met uw vragen, of om gewoon eens te sparren. Want dat is de service van Lansigt: ondernemers een stap verder helpen.

17

Ars Musica ONDERNEMERSNETWERK

Netwerken doen we op zijn tijd allemaal; we leggen nieuwe contacten en ontmoeten oude bekenden.

Het ondernemersnetwerk van Ars Musica vraagt en brengt meer dan dat.

Stichting Ars Musica kent een groep actieve ondernemers die elkaar ontmoet in het Ondernemersnetwerk. Via een lidmaatschapsbijdrage geven zij financiële ondersteuning aan de activiteiten van Ars Musica. Tot dusver geen nieuws onder de zon.

Wat wél bijzonder is, is dat de groep ondernemers fungeert als klankbord voor bestuur en dirigent bij zakelijke aangelegenheden.

Het netwerk van ondernemers draagt met de eigen expertise daadwerkelijk

iets bij aan het functioneren van de muzikale stichting. Ars Musica geeft de deelnemers aan het netwerk een kijkje in de keuken van orkest en koren. Aan de spreekwoordelijke keukentafel borrelen vervolgens de beste ideeën op voor gezamenlijke activiteiten. Vanzelfsprekend hebben deze vaak een muzikale touch.

Muziekvierdaagse

De Muziekvierdaagse is een prachtig voorbeeld van een gezamenlijke activiteit. Diverse ondernemers verzorg-

den een deel van de Muziekvierdaagse en werkten zo aan hun eigen naamsbekendheid en relatiebeheer. Verdouw Bouwproducten was dit jaar voor de tweede maal gastheer voor de Masterclass Klinkend Leiderschap! en Lansigt ondersteunde Ars Musica bij het Doelenconcert, het slotstuk van de Muziekvierdaagse.

Voor en na het Doelenconcert was er ruim gelegenheid om andere bezoekers te ontmoeten. Lansigt nodigde haar relaties uit en vroeg aan een aantal van hen op de avond zelf naar hun primaire



motief om te komen. Een enkeling had een specifiek doel voor ogen, maar de meesten kwamen voor de muziek en een fijne avond uit. En daarin werden zij zeker niet teleurgesteld!

Welkom

Interesse in deelname aan het Ars Muscia Ondernemersnetwerk? Op www.stichtingarsmusica.nl leest u hier meer over. U bent er van harte welkom.

18

netwerken



Deelnemer Ars Musica Ondernemersnetwerk

Agnes en Harry van Haften
The Hyve (Utrecht)

‘We komen voor de muziek, we zijn muzikliefhebbers en zingen beiden in een koor. Een deel van het koor zingt nu ook mee. Bovendien is Agnes de manager van dirigent Patrick van der Linden. En dat maakt deze avond natuurlijk extra leuk.’



Lianne Vermeulen en Daniël Westerhuis
Collega's bij Westerhuis Notarissen (Gouda)

‘Ik wilde vanavond heel graag Jacco Bosland spreken en dat is gelukt. Verder genieten we enorm van de muziek, wij zijn alle twee muzikliefhebbers, ik speelde vroeger trompet en Lianne zong in het koor.’



Gerlien en Herman Stomphorst
Verdouw Bouwproducten BV (Stolwijk)

‘Ik kwam met een missie en die is geslaagd’ grapt Herman, ‘We zijn ook Vriend van Ars Musica, de Muziekvierdaagse is bij ons in het gebouw gestart.’

Deelnemer Ars Musica Ondernemersnetwerk



Tanja en Kees de Mooij
Trendel Arbodienstverlening (Alphen aan den Rijn)

‘Wij zijn hier puur om een avond te genieten en daarnaast is het altijd leuk om mensen te ontmoeten. De muziek is prachtig, de passie spat er vanaf!’



Klaas Jan en Renske van Dam
PuntKomma Kleding en Lifestyle (Bodegraven)

‘We zijn hier voor de gezelligheid, een avondje relaxen bij de muziek. Zakelijk en privé, het zit er een beetje tussenin.’



Roelie en Edwin Struik
L.S.I. BV (Veenendaal)

‘Wij komen primair voor het plezier en de muziek; het zakelijke is een aangename bijkomstigheid.’



Larry en Barbara Verschuur
Pro4 (Alphen aan den Rijn)

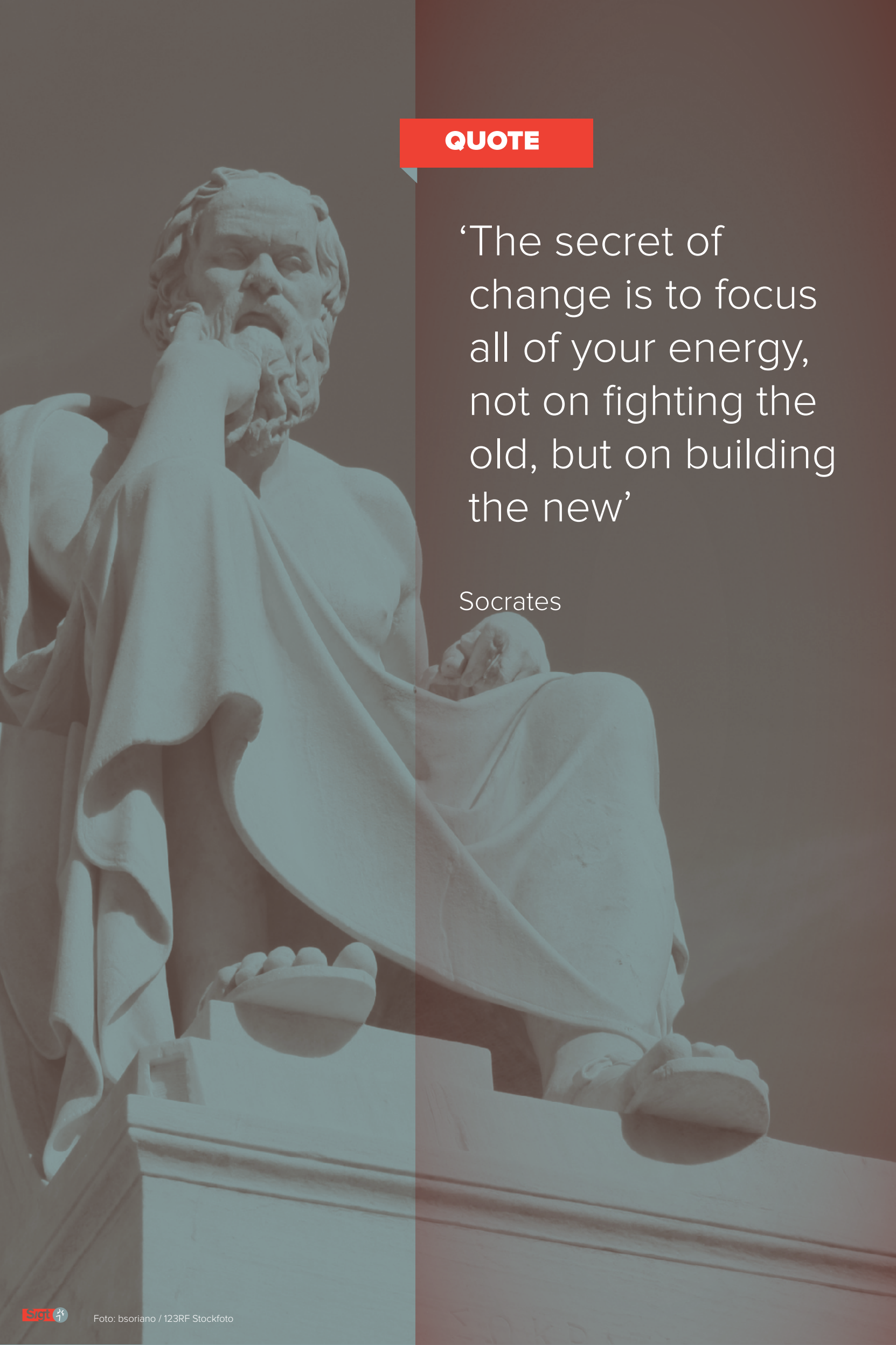
‘Vorig jaar waren wij ook uitgenodigd door Lansigt en we zijn blij dat we er weer bij mochten zijn, we hebben genoten.’



Edward en Iris Knook
Dierenhotel Moordrecht BV

‘Wij bezoeken deze avond puur voor de muziek. Mijn dochter Iris speelt zelf cello, dus ze wilde graag mee.’

19



QUOTE

‘The secret of change is to focus all of your energy, not on fighting the old, but on building the new’

Socrates