



foto ANGELIEK DE JONGE

Tijn van Elderen, CEO Brabantia:

'SWOT? SIMPLY A WASTE OF TIME'

In zes jaar tijd transformeerde het bijna 100-jarige huishoudartikelenbedrijf Brabantia naar een duurzaam merk met oog voor design. CEO Tijn van Elderen is te gast tijdens de Week van de Ondernemer in Eindhoven (19 november), waar hij onder meer vertelt hoe hij de groei managede, juist ook online.

„Als familiebedrijf denken we altijd op de lange termijn, we hoeven geen rekening te houden met hijgerige aandeelhouders. Onze traditie moet innovatie worden. Een SWOT-analyse daarover? Dat staat voor mij voor Simply a Waste Of Time.

Iedereen intern wist echt wel er aan de hand was. We zijn vooral het lonkende perspectief van 'mooi en duurzaam design' gaan schetsen en vervolgens hebben we de hele waardeketen op zijn kop gezet. Online was bij ons in 2012 nog nul, inmiddels is dat veertig procent van de omzet. Er kwam een compleet nieuw business-model bij. Innovatie, logistiek en marketing; alles moest anders om te kunnen groeien.”

Interne motivatie

„We hebben alle veranderingen gerealiseerd met dezelfde mensen, maar juist ook aangevuld met nieuwe medewerkers die nadrukkelijker de waarden 'ambitie' en 'innovatie' in zich hebben. Dat was wel een belangrijke verandering, maar het gaat er vooral om dat we totaalvoetbal hebben gespeeld. Ik ben een fikkiestoker, mijn rol is het mensen die langer dan een maand stil zitten in beweging te krijgen. Je moet willen veranderen, blijven veranderen, en dat kan ik ook prima aantonen met onze groeigrafieken. Samen het merk uitdragen, samen ontwikkelen, waarbij bijvoorbeeld ook onze deelname aan de Dutch Design Awards heel belangrijk is, dat is een stimulans voor de interne motivatie.”

Lees het complete interview met CEO Tijn van Elderen van Brabantia op website DeOndernemer.nl/Brabantia.

Laat je inspireren door Tijn van Elderen en andere topondernemers. Kom naar:

DE WEEK VAN **de ONDERNEMER**

19 NOV | EINDHOVEN
21 NOV | ROTTERDAM
23 NOV | AMSTERDAM

Meld je gratis aan op weekvandeondernemer.nl

'Gemotiveerde partijen kunnen zich aanmelden voor de Business Community'

Ontspannen netwerken bij Open Coffee Utrecht

Een maandelijkse netwerkbijeenkomst waar mooie ontmoetingen tussen ondernemers ontstaan. Zo omschrijft Martin Planken zijn Open Coffee Utrecht Business Network. „Een relaxte club waar iedere ondernemer welkom is.” Door Robbert Daalder

Planken, die sinds 2007 met Topshelf Media een bedrijf heeft in (digital) media en marketing, nam de netwerclub in 2015 over. De behoefte om een eigen platform te hebben en daarmee meer ondernemers te bereiken was daarvoor zijn belangrijkste reden. Hij vindt dat zakelijke- en persoonlijke groei bij elkaar horen. Net zoals een gezonde geest in een gezond lichaam.

Mindset experts

„Gedreven ondernemers willen geïnspireerd worden. Daarom programmeer ik elke maand een interessante spreker die een lezing, presentatie of workshop voor zijn rekening neemt. Zelf laat ik mij bijvoorbeeld inspireren door de Amerikaanse ondernemers, schrijvers en mindset experts Tom Bilyeu en Tony Robbins, waarvan ik ook seminars volg. De wereld verandert continu en de veranderingen gaan steeds sneller. Bedrijven moeten op nieuwe manieren

gaan samenwerken om succesvol te kunnen zijn en blijven. Ik breng bedrijven bij elkaar. Bij ons komen mooie samenwerkingen tot stand. Er wordt zaken gedaan.”

'Gedachten zijn krachten'

De ondernemer verzekert dat de bezoekers van zijn netwerkbijeenkomsten zullen merken dat er een goede sfeer hangt: „Wij zitten in 't Veerhuis, een modern ingericht vergader-, congres- en partycentrum in Nieuwegein. De ontvangst van onze bezoekers is in de vakkundige handen van Angeles Dokter - Balboa van Balboa Hospitality Coaching. Wij vinden het belangrijk dat mensen zich op hun gemak voelen. Dat lukt aardig, want ik hoor geregeld dat men de sfeer hier ontspannen vindt. Mensen komen om 9 uur binnen en een half uurtje later kondig ik de trainer of

spreker aan die een programma van een uur verzorgt. Vervolgens is het vrij netwerken tot 12 uur met de mogelijkheid tot een aansluitende lunch.”

Purpuz Planner

„Over die sprekers: we hadden laatst een oud-bondscoach van het Zwitserse heren hockey team. Met sport als metafoor was het thema 'Gedachten zijn krachten'. In november komt Clen Verkleij. Hij neemt ons mee in zijn verhaal over de oprichting van zijn bedrijf Purpuz en de ontwikkeling van de Purpuz Planner. Dit is een soort agenda die je écht helpt je doelen te bereiken. Die verkoopt als een gek. We doen alles om jou als ondernemer verder te helpen.”



Dit artikel kwam tot stand in samenwerking met Open Coffee Utrecht. informatie: opencoffeeutrecht.com

Brexit, bier en barmannen



LENNARD VAN OTTERLOO
OVER BREXIT

De Britse pub, een begrip en traditioneel een verlengstuk van de Britse huiskamer, is niet immuun voor Brexit. De prijs van Lagers, aanwas van nieuw personeel en uitgaven van de Britten: aan alle kanten worden de Britse kroeg-uitbaters geraakt door de aanstaande Brexit.

Vorige week sprak ik Eric Bestebreuer, de Nederlandse manager van The Bolton Earl's Court, een Britse pub op de begane grond met Proeflokaal Rembrandt op de eerste etage. Het Brexit-referendum blijkt hem veel

meer te raken dan ik had verwacht.

Bier

Een week na het referendum bereikte de wisselkoers tussen Amerikaanse Dollar en Pond Sterling het laagste punt in 31 jaar. Bij het verlenen van de contracten met pubs sprong de bierprijs flink omhoog en verhuisde vele bieren van het 'Premium' naar het 'Super Premium' segment. In The Bolton is Eric gestopt met Goose Island toen de prijs per gallon van 9 á 10 pond naar 14 á 16 pond schoot. Met dat soort prijzen kun je alleen nog een kleinere doelgroep

via speciaalzaken aanspreken, niet op een tap voor een breed publiek. Om bier uit continentaal Europa maakt Eric zich ook zorgen, en niet alleen vanwege de wisselkoers. Sommige speciaalbiere die hij serveert in Proeflokaal Rembrandt gaat hij persoonlijk halen. Een rugzak met 140 bijzondere biertjes mee in de Eurostar en hij kan weer even vooruit. Mochten de Britten niet in de Douane Unie blijven gaat diezelfde tocht ineens langs de douane om invoerrechten te betalen, wordt ook dat te duur en is er geen Gronings Bax bier meer in het proeflokaal.

Personeel

Ook qua personeel merkt Eric een verschil. Jarenlang dreef de Britse horeca op personeel uit continentaal Europa. Veel Oost-Europese in de keuken bijvoorbeeld. Serieuze krachten, vaak op jonge leeftijd getrouwd en kostwinner, die een paar jaar hard werken om te sparen voor een eigen restaurant als ze terug zijn. Door de slechte wisselkoers kunnen ze nu vaak meer verdienen in Duitsland. Keukenpersoneel is nu lastig te vinden.

Bestedingen

Tegelijk zijn veel mensen voorzichtiger met hun

uitgaven. Mensen vragen in de pubs minder vaak om een nét iets duurder biertje of wijntje. Ook bedrijfsfeestjes, belangrijk voor pubs met een aparte zaal te huur, worden kariger. Niet langer gaat zomaar de company credit card achter de bar en is niets te gek.

The sky is no longer the limit in Brexit Britain.



De volledige column is te lezen op onze website. Lennard is ondernemer en woont sinds 2006 in Londen. Hij schrijft voor DeOndernemer.nl wekelijks over Brexit, en haar (in)directe gevolgen.