



Ambitie Inspirerende Dialogen van start

Word geen dodo, maar een vlinder

DE GEMIDDELDE LEVENSDUUR VAN EEN BEDRIJF IS NOG MAAR 15 JAAR. STILSTAND BETEKENT AL GAUW EINDE OEFENING. JE MOET JE BEDRIJF DUS CONTINU AANPASSEN AAN DE VERANDERENDE OMGEVING. MAAR HOE? EN IN WELKE RICHTING? DEZE EN ANDERE VRAAGSTUKKEN STAAN CENTRAAL TIJDENS DE AMBITIE INSPIRELENDE DIALOGEN VAN AMBITIE ACADEMY. DINSDAGOGHTEND 25 FEBRUARI VOND IN KASTEEL DE VANENBURG IN PUTTEN DE EERSTE SES-SIE PLAATS. EEN INSPIRELENDE BIJENKOMST, VIN-DEN DE DEELNEMENDE ONDERNEMERS. 'IK BEN VAN-DAAG ENORM GEPRIKKELD.'

De maatschappij verandert snel en ingrijpend. Nieuwe technologieën worden in rap tempo uitgevonden, ingevoerd en omarmd. Drones, robots en computers nemen steeds meer werk over van de mens. En het internet maakt oude bedrijven, beroepen en samenwerkingen overbodig en creëert nieuwe. En wat doe jij als ondernemer? Ga je in de verdediging? Of heb jij het lef om te veranderen? Natuurlijk moet je veranderen. Maar ja. We hechten aan vertrouwde denkpatronen, bedrijfsprocessen en business-modellen. Voor veilige houvast. Maar die veiligheid is slechts schijn. Veranderen is het devies. De Ambitie Inspirerende Dialogen

helpt ondernemers daarbij.

WAAROM EIGENLIJK?

De Ambitie Inspirerende Dialogen staan onder de inspirerende begeleiding van Jan-Henk Bouman en Wim van Rooijen van het bedrijf Fountainheads. Tijdens de eerste bijeenkomst - de Wake-up Call - schetsen Jan-Henk en Wim een actueel overzicht van trends en bewegingen. "Mijn waarschuwing aan ondernemers: word geen dodo", zo begint Wim in zijn verhaal. "Verander tijdig. Het gaat daarbij niet om het sterkste, slimste of grootste bedrijf, maar om het bedrijf dat zich het best aanpast aan de veranderende



omgeving. Kruij dus uit je cocon en word een vlinder." Wim haalt het voorbeeld aan van Kodak, befaamd producent van foto-en filmrolletjes. Kodak presenteerde al in 1975 de eerste digitale camera. Maar het bedrijf nam zijn eigen vinding nooit serieus en ging begin 2012 failliet. Zet dat eens af tegen het succes van het kleine, maar o zo innovatieve Instagram.

RISICO'S NEMEN

Wim toont voorbeelden van nieuwe initiatieven die een bedreiging vormen voor de gevestigde orde. Zoals airbnb.nl, waar particulieren hun huizen tijdelijk te huur kunnen aanbieden aan een toerist. Het

hotelwezen reageerde afwerend en heeft geprobeerd airbnb.nl te verbieden. Een ander voorbeeld is snappcar.nl, waar je als particulier een auto kunt huren van vrienden, burens of wie dan ook. Dit vormt een bedreiging voor de autobranche. Auto-importeur Pon heeft deze signalen goed begrepen. Pon is tegenwoordig eigenaar van fietsenfabrikant Gazelle en heeft een aanzienlijk aandeel in Greenwheels. Daarmee doet Pon niet meer in auto's, maar in mobiliteit."

MARKTVERSTORINGEN

In zijn presentatie gaat Jan-Henk in op nieuwe ontwikkelingen die bestaande markten verstoren.

WAKE-UP CALL

Zit u al op koers? Zijn er nog kansen die u over het hoofd ziet of liggen er nog onverwachte bedreigingen op de loer? In een 3 uur durende sessie verkennen Jan-Henk Bouman en Wim van Rooijen de ontwikkelingen aan de horizon en brengen samen met u de kansen en bedreigingen van deze ontwikkelingen voor uw onderneming in kaart.

De Wake-up Call zal u zeker nieuwe inzichten geven. Verschillende ondernemers stelden hun beleid met succes bij naar aanleiding van deze unieke sessies.

De eerste Wake-up Call sessie staat gepland op 2 april van 8.00 tot 11.00 uur en kost slechts €150,-. Locatie: Kasteel De Vanenburg. Schrijf nu in, want het aantal plaatsen is beperkt.

CHECK NU
WWW.RANDMEREN.
AMBTIEMAGAZINE.NL/
ACADEMY/
WAKEUP

“De HEMA heeft nu een notaris-service. De notarissen reageerden afwerend door te stellen dat de HEMA de onderkant van de markt bedient die zichzelf niet bedienen. Maar wat als die markt nog verder opschuift? Waar blijven de notarissen dan? Zo kunnen nieuwe toetreders bestaande bedrijven uit de markt drukken.” Datzelfde geldt voor technologische ontwikkelingen. Jan-Henk laat een bril zien die is gefabriceerd met een 3D-printer. “Mensen kunnen voortaan dus zelf een bril printen. En ontwerpen kunnen ze straks ook zelf. Wat wordt dan nog de rol van de opticien? Kortom: Internet is ‘cutting out the middle man.’ En misschien ben jij wel die middle man.” Sommige notarissen durven wél te veranderen. Zij werken inmiddels voor HEMA, alleen niet onder eigen label.”

DELEN

Jan-Henk schetst nog een ontwikkeling. “Het internet brengt mensen waar ook ter wereld met elkaar in contact en in verbinding. Daardoor is kennis delen nu het nieuwe bezitten. Er worden al open source medicijnen ontwikkeld buiten de gevestigde farmaceutische industrie om. Wat doe je dan als farmaceut? Jezelf ingraven? Of meedoen en kennis delen. In de hoop dat je de medicatie mag produceren?” Dankzij het internet is alle kennis vrij benaderbaar. “Daardoor gaan we boven-

‘MENSEN KUNNEN VOORTAAN DUS ZELF EEN BRIL PRINTEN’

dien van een welvaartseconomie naar een welzijnseconomie. Een economie waarin je met elkaar waarde creëert voor anderen. Het resultaat is dat je geld verdient, maar waarde creëren staat centraal.”

IN GESPREK

Na deze presentaties kwam het gesprek tussen de deelnemers goed op gang. Bertil van de Ridder, directeur VdR Druk & Print in Nijkerk, herkent de marktveranderingen. “Ik riep jaren geleden al dat het handelsdrukwerk zou verdwijnen. Je kunt je visitekaartjes en briefpapier nu online laten drukken tegenbodemprijzen. En ook ik ging eerst in de verdediging door de roepen dat wij wél kwaliteitsdrukwerk leveren. Maar dat helpt je niet verder. Nu hebben we geanticipeerd en komt een aanzienlijk deel van onze dagproductie via internet bij ons binnen.” Egbert Knorren van het Zeewolde bedrijf Loko IT bespeurt ook in zijn markt flinke verschuivingen. “Softwareleveranciers brengen hun producten tegenwoordig rechtstreeks naar de gebruiker. De tussenpersonen gaan ertussen uit. Daardoor vervullen wij steeds meer een adviserende rol. We gaan steeds meer naast de klant staan om mee te denken over vernieuwing. Daarbij zoeken wij dan de meest geschikte tools. Dat betekent dat je vaak wat meer moet geven, voordat je iets terugkrijgt.” Rutger Koelewijn, vestigingsdirecteur van MTH Accountants & Adviseurs in Putten: “Vanwege de invoering van het E-formulier komt onze adviserende rol heel centraal te staan. Dat betekent

dat wij zichtbaar moeten zijn voor onze klanten. Daarom treden wij nu ook zo sterk naar buiten, wat in onze branche niet heel gebruikelijk is. Maar we moeten óók vooruitkijken naar toekomstige ontwikkelingen en bepalen hoe wij in de toekomst relevant kunnen blijven.”

WAARDE CREËREN

Aizo Krikke, eigenaar van uitgeverij i033 in Amersfoort: “Ik ben ervan overtuigd dat het financiële systeem op de kop gaat. In de Economist stond laatst dat de komende jaren maar liefst 47 procent van de banen wordt overgenomen door drones en robots. Het is bijvoorbeeld al mogelijk om met een 3D-printinstallatie binnen twee weken een huis te bouwen. Wat gaat dat betekenen voor de bouw- en vastgoedbranche? Die gaat flink kelderen in waarde. We gaan - zoals Jan-Henk zegt - toe naar een maatschappij waarin geld minder belangrijk wordt en waarbij waarde creëren belangrijker wordt. En dat is mooi, want daardoor komen mensen meer tot ontplooiing met hun eigen talenten.”

De ondernemers keerden huiswaarts met de opdracht na te denken over de twee volgende vragen: ‘Welke linkse directe zie jij niet aankomen?’ en ‘Welke linkse directe deel jij uit of ga jij uitdelen?’

‘LOSKOMEN VAN JE BEDRIJF EN VAN JE BRANCHE’

Bertil van de Ridder, directeur VdR Druk en Print in Nijkerk, is enthousiast over de eerste sessie. “Ik ben vandaag enorm geprikkeld. Dit helpt echt om compleet out-of-the box te denken en los te komen van je eigen bedrijf en branche. Ik ben wel op zoek naar nieuwe wegen, maar de valkuil is dat je door alle dagelijkse beslommingen gewoon maar doorgaat. Je kunt pas creatief zijn als je daarvan loskomt. Wat ik wil bereiken? Ik wil de ideeën die ik al had, graag toetsen.”



‘HOE MOETEN WIJ ONZE BAKENS VERZETTEN?’

Rutger Koelewijn is bedrijfsseconoom, registeraccountant en vestigingsdirecteur van MTH Accountants & Adviseurs (voorheen: Meeuwsen Ten Hoopen) in Putten, Voorthuizen en Nijkerk. Hij vertelt: ‘Wat mij van deze sessie het meest is bijgebleven? De stelling ‘internet is cutting out the middle man’. Via het internet gaan steeds meer producenten en principalen rechtstreeks de verbinding aan met hun klanten. Tussenpersonen worden overbodig! De vraag is dan: zijn wij misschien ook die ‘middle man’? En als dat zo is: hoe moeten wij dan onze bakens verzetten? Belangrijke vragen waarover ik graag verder de (inspirerende) dialoog aanga.’

‘SPARREN MET ONDERNEMERS UIT ANDERE BRANCHES’

‘We hebben in onze branche te maken met grote veranderingen’, aldus Egbert Knorren van LOKO IT-specialisten in Zeewolde. ‘De vraag is dan vooral: hoe gaan wij zélf veranderen? En hoe gaan wij alle medewerkers inspireren om te veranderen? Het is heel nuttig om daar met ondernemers uit andere branches over te sparren.’

‘VAN GELD VERDIENEN NAAR WAARDE CREËREN’

Aizo Krikke, uitgever van i033, in Amersfoort: ‘De eye-opener van deze sessie? De constatering hoe vastgeroest we zitten in ons denken en in onze business-modellen. We moeten het aandurven de om-

slag te maken van het denken in termen van geld verdienen naar het samen creëren van waarde, met als resultaat dat je geld verdient. Dat voelt aan als risicovol. Maar als we het aandurven die beweging te maken, ontstaan er mooie dingen.’

‘VOORUITKIJKEN, MEEBEWEGEN EN KANSEN ZIEN’

Suzanne van Harten, eigenaar van SUZ&ZO verkoopmanagement en huispromotie in Harderwijk. Ze verzorgt de marketing en verkoop van complete woningprojecten. ‘Zelfs in de wat conservatieve bouwbranche zijn er genoeg innovaties. Zoals het 3D-geprinte grachtenpand dat in Amsterdam is geopend. Het is belangrijk open te staan voor zulke ontwikkelingen. Je moet niet vasthouden aan oude methoden, maar vooruit kijken en kansen zien. Het afgelopen jaar werd ik er best onrustig van dat ik niet goed weet waar ik met mijn net gestarte bedrijf naartoe moet. Maar na deze sessie begin ik te beseffen dat dat voor nu misschien wel goed is. Je moet meebewegen.’

