



FOTO: JEROEN APPELS - VAN ASSENDELT FOTOGRAFIE

# Groei door samenwerking

**Paul van Schijndel maakt van alles met zijn metaalbedrijf Creative Production; van plafondplaten tot opvouwbare kratten. „Ik ben niet goed in verkopen, daarom werk ik samen met bedrijven die dat wel kunnen. We nemen een aandeel in elkaar, zodat we van elkaars groei kunnen profiteren.”** Door René Bogaarts

**D**rie jaar geleden had Van Schijndel vijftien man in dienst, nu zijn het er al dertig. Hij heeft ook nog eens vijftien uitzendkrachten en zzp'ers aan het werk. Deze groei heeft het bedrijf verzevenlijkt door een interessante manier van samenwerken. Van Schijndel is namelijk goed in het bedenken en produceren van dingen, maar niet in verkopen. Daarom zoekt hij partners die dat wel kunnen. Dit begon met metalen frames die hij ontwikkelde voor grote koepeltenten zonder binnenpaal. Afnemers gebruiken ze als beursstand of verplaatsbare show-

room. „Ze zijn populair, maar om ze te verkopen moet ik langs klanten of naar beurzen. Dat is niet mijn ding. Een klant bleek dat veel beter te kunnen. Met hem ben ik in zee gegaan. Door onze verantwoordelijkheden te verdelen, konden we allebei sneller groeien.” Van Schijndels productiebedrijf heeft inmiddels een omzet van 4,3 miljoen euro; de hele groep van bedrijven heeft een omzet van 14,3 miljoen euro. Dit zou volgens hem niet mogelijk zijn geweest als hij de verkoop niet aan een ander bedrijf had uitbesteed.

#### Partners

Deze constructie bevat de ondernemer zo goed dat hij hem ook gebruikt voor andere producten. „Ik ben een technicus en ik pik uit allerlei disciplines ideeën op. Ik wil het mooiste product zo slim mogelijk fabriceren, zodat bedrijven het

hier kunnen produceren. Als het nodig is, zoek ik partners om een idee uit te werken of te verkopen. Dat heb ik ook gedaan voor onze opvouwbare kratten die op een pallet gemonteerd worden. Die worden verkocht door een bedrijf waar ik ook een belang in heb.” Hij hoopt de strategie nog vaker toe te passen en heeft geen idee waar het eindigt.

#### Wat steek je hiervan op?

- Doe alleen waar je goed in bent
- Profiteer van kwaliteiten van een ander
- Zoek geschikte partners
- Verdeel de verantwoordelijkheden



**Paul van Schijndel is oprichter en mede-eigenaar van Creative Production.**

**Dit is een wekelijkse uitgave van De Ondernemer**

De artikelen worden geschreven door de redactie van De Ondernemer, deels in samenwerking met betalende partners.



## GOUDEN GROEIERS

Onlangs kreeg Raymond Cloosterman de 'Gouden Groeier' in handen. Zijn Rituals is volgens de Erasmus Universiteit de absolute winnaar van de top 250 groeiers van Nederland. Maar waarom groeien sommige bedrijven zo snel en andere niet? Cloosterman dankte het in zijn toelichting aan zijn mensen in combinatie met rigide cashflowmanagement. Ongetwijfeld heeft hij daar gelijk in. Maar wetenschappelijke studies geven een ander beeld. Het is juist de ondernemer die verantwoordelijk is voor de groei of juist stagnatie van het bedrijf. 'The bottleneck is always on top of the bottle', schreef managementgoeroe Peter Drucker ooit. Ook ik heb dat meegemaakt. 'Kees, je micromanaget te veel', kreeg ik regelmatig naar m'n hoofd.

#### Aanpassingsvermogen

Onderzoek wijst uit dat juist het ambitieniveau, het inspirerende droomdoel en de wijze waarop de ondernemer medewerkers betrekt bij het behalen van dat droomdoel doorslaggevende groeifactoren zijn. Maar in elke groeifase werkt dat iets anders. Juist ondernemers die zichzelf ontwikkelen en zich steeds weten aan te passen aan de nieuwe fase, brengen hun bedrijf tot grote hoogte. Maar dat kan Cloosterman natuurlijk niet over zichzelf zeggen. Rituals is de snelste groeier door Raymond Cloostermans tomeloze ambitie, leervermogen en de kracht zijn mensen aan het droomdoel te binden.

**KEES DE JONG**  
GROEIONDERNEMER EN MENTOR  
BIJ NLGROEIT



Meer praktische tips en inspirerende verhalen?

Ga naar

**deondernemer.nl**



## 'We konden sneller groeien door taken te verdelen'

### Durf fouten te maken



**ANNEGIEN BLOKPOEL**  
OVER GROEI

**Stel, u runt al jaren een bedrijf. Inmiddels bent u toe aan de volgende stap: groeien. Waar moet u beginnen?**

De belangrijkste vraag die u uzelf moet stellen is waarom u wilt groeien. Wilt u het beste product op de markt zetten? Meer geld verdienen, uw bedrijf voor de toekomst veilig stellen, of de tent over vijf jaar verkopen? Alleen als u weet waarom u wilt groeien, bent u bereid de pijn te accepteren die met groei gepaard gaat. U kiest er dan bijvoorbeeld zelf

voor om door te werken in de vakantie, die website af te maken of een nieuw crm-systeem te installeren. U bent dan ook bereid een aantal maanden genoeg te nemen met geen of weinig salaris.

#### Benut kennis

Omdat groeien risico's met zich meebrengt, is het slim dit niet in het wilde weg te doen. Als u uw klantenkring wilt uitbreiden, kunt u bijvoorbeeld extra marketing inzetten, nieuwe producten aan het assortiment toevoegen of de grens overgaan. Elke stap

vereist enig financieel en administratief inzicht. Aangezien de meeste ondernemers geen bedrijfskundige achtergrond hebben, is het belangrijk die kennis bij te spijkeren of een deskundige in de arm te nemen.

Ook op het gebied van personeel kan het zinvol zijn hulp in te schakelen. Met een paar medewerkers in dienst bent u relatief weinig tijd kwijt aan administratie en personeelsbeleid. Maar dat verandert als uw bedrijf verder groeit. Met acht of meer mensen moet u al snel een dag per week

vrijmaken om de boel draaiende te houden. Wilt u doorgroeien naar een bedrijf met 25 of 100 man, dan doet u er goed aan snel deskundigen of andere ondernemers in uw bedrijf te halen, zodat u de taken kunt verdelen. Doe vooral datgene waar u goed in bent. Gebruik ondernemersverenigingen, businessclubs en uw eigen netwerk om eens te kijken hoe grotere collega's het doen.

#### Doen en leren

Wilt u na het lezen van bovenstaande zaken nog

steeds groeien? Dan is één ding echt belangrijk: niet bang zijn. Wie geen enkele fout durft te maken, komt niet ver. U moet accepteren dat u fouten gaat maken, maar u moet daarvan wel willen leren en daarna verder durven gaan. Succes!



**Annegien Blokpoel is directeur van PerspeXo. Als vaste huisstrateeg begeleidt ze een tiental snelgroeiende bedrijven. Eerder schreef ze het boek *Maak je bedrijf meer waard*.**