

## Hoe toekomst-klaar is jouw bedrijf?

# Corona ferme wake-up call, juist óók voor ondernemers

**Begin dit jaar is de hele wereld overvallen door het coronavirus. Als ondernemer een mooie kans om te beschouwen: hoe toekomst-klaar is jouw bedrijf? En hoe kun je juist in deze tijd van de nood een deugd maken en de commerciële kans pakken van koploper zijn in de betekenisconomie?**

Heel voorzichtig, stapje voor stapje, gaat het slot weer van de coronadeur, maar blijven we voorlopig in een anderhalve meter economie functioneren. 'Heel zichtbaar is ook dat de komende periode van straks, na de coronacrisis, een andere, nieuwe economische fase gaat opleveren', zo ziet OV IJmond-voorzitter Ton van der Scheer. 'De samenleving wordt wat anders ingericht met meer thuiswerken en vergaderen en een andere mobiliteit. Maar ook opleidingen en scholing zullen in een andere mix van digitale en fysieke lessen worden ingericht. Een nieuwe kijk op de noodzaak van technische en innovatieve vernieuwingen, bij alles wat we doen, is nu algemeen besef.'

### Vorbereiden op ontwikkelingen

In de periode vóór de huidige coronacrisis waren net grote programma's opgetuigd om ambitieuze klimaatdoelen te realiseren en die zullen zeker niet weg zijn. 'Dat betekent dat we ons moeten instellen op de komst van vele, al dan niet Europese, Green Deal-achtige projecten', zegt Van der Scheer. 'Een hernieuwde blik op de globale economie en ketenwerking heeft onze strategische kijk op zaken veranderd en zal de komst van de circulaire economie gaan versnellen. OV IJmond wil graag helpen haar leden zich op deze ontwikkelingen te doen voorbereiden.'

### Samenwerking met CIRCO

Zoals u reeds eerder in de IJmondiaan heeft kunnen lezen, waren we al vóór de coronacrisis gestart met een samenwerking met CIRCO. Dit bedrijf activeert en equipeert productiebedrijven en creatieve professionals om concreet aan de slag te gaan met circulair ondernemen. Door producten, diensten en businessmodellen te (her)ontwerpen, wordt circulair ondernemen in veel gevallen mogelijk. In samenspraak met OV IJmond, heeft CIRCO een track met drie workshops voor tien IJmondiale bedrijven opgezet. Dit met als doel om het circulair denken en werken praktisch en in bedrijfsplannen om te zetten. Corona maakte dat die workshops eerst moesten worden omgebouwd naar een digitale vorm. Inmiddels zijn er twee van de in totaal drie workshops gehouden. 'Na afronding van de derde, in juni, zullen we deze aanpak evalueren en reacties van de deelnemers publiceren', aldus Van der Scheer.



Ton van der Scheer (l) en Patrick R. van Zuijlen (r)

### Loop voorop, kom in beweging

OV IJmond denkt dat deze aanpak een voorbeeld is van hoe we hier, in de regio IJmond, onze kansen moeten gaan benutten door voorop te lopen en de nabije toekomst ná corona naar onze hand te zetten. 'Zoals Ton terecht aangeeft, is voorop lopen nog steeds de kans die voor ons ligt', zegt OV IJmond-lid Patrick R. van Zuijlen van Dé Bedrijfsoptimalisator®. 'Echter: dat is momenteel een stuk minder vrijblijvend dan eind 2019, toen we in de IJmondiaan middels een aantal artikelen het thema Betekenisvol ondernemen, de nieuwe rijkdom, een commerciële kans hebben besproken. Want corona is een ferme wake-up call. Vele bedrijven worden nu min of meer gedwongen om in beweging te komen.'

### Wees toekomst-klaar

Het zet, volgens Van Zuijlen, één van onze eerdere vragen nóg meer in de spotlight: hoe toekomst-klaar is jouw bedrijf? 'De geschiedenis herhaalt zich. De financiële crisis van 2008 overviel veel bedrijven, net zoals nu in het coronatijdperk', legt hij uit. 'En veel economische narigheid ligt nog in het verschiet. Dus, hoe ga je zorgen dat je je omzet en winst op peil houdt? Dat doen veel anderen ook, dus wát ga jij anders doen? Hoe ga jij je onderscheiden in een wereld, waar iedereen naar elkaar kijkt en elkaar nadoet?'

# Corona ferme wake-up call, juist óók voor ondernemers (Deel2)

## Tekort versus overvloed

Zoals corona aantoonde, heerst er veel angst, zorg en dat leidt tot veel stress. Het tekort-denken van 'wat er nu even niet meer is' regeert. Van Zuijlen: 'Maar het kan anders, want er is overvloed, ook in de te verwachten zware economische tijden. Want corona maakt namelijk zo veel belangrijke dingen duidelijk: mensen hebben weer aandacht voor zichzelf én elkaar. Het bewustzijn groeit en sociaal contact en vrijheid zijn ineens minder vanzelfsprekend. Veel mensen genieten van de stilte en de schone lucht en stellen vragen als: 'waar zijn we als mensheid mee bezig? Waar ben ik mee bezig?' En de antwoorden zijn belangrijk: ben ik wel gelukkig in deze ratrace? Sta ik als ondernemer wel in mijn kracht? Waar staat mijn bedrijf eigenlijk voor?'

## Materie of échte verbinding?

'Een bollenkweker vertelde me onlangs: 'de mensheid is de verbinding met Moeder Aarde kwijt. In onze sector zijn de tractoren steeds groter geworden, zodat ook letterlijk de afstand tussen mens en aarde is toegenomen.' En dat zie je terug in alle sectoren', zegt Van Zuijlen. 'We zijn meer bezig met materie en buitenkant, dan dat we écht in verbinding zijn onszelf, de ander en Moeder Aarde. Mocht je nog twijfelen, sla eens een krant open en kijk dan eens naar de stijgende burn-out cijfers, toenemend geweld, armoede, vluchtelingenstromen, onleefbare gebieden, enzovoorts.'

## Kans voor ons allemaal

De échte betekenis van de spectaculaire opbrengsten van zonnepanelen van de laatste tijd is, dat de klimaatcrisis steeds duidelijker wordt. 'De grote transitie van een aan alle kanten vastlopend systeem naar een nieuwe realiteit waarin waarde en geluk centraal staan, evenals respect voor jezelf en de ander. Waarin waarde en winst hand-in-hand gaan. De transitie van de kenniseconomie naar de betekenseconomie, van roofofbouw naar klimaatpositief leven en werken, van nemen naar geven en 'goed doen', van angst en burn-out naar kracht en succes. Kort samengevat: betekenisvol ondernemen is een kans voor ons allemaal. Met verhoogde financiële winstgevendheid als resultaat.'

## Hoe zat het ook al weer?

In de voorgaande artikelen in de IJmondiaan hebben we uitgebreid verteld hoe je die kans, om betekenisvol te gaan ondernemen, kunt grijpen. Hier een korte reminder in vogelvlucht: start met het kiezen van een spraakmakende betekenisvolle ambitie die bij je bedrijf past. Claim vervolgens de koppositie en ga op weg. Ten derde: communiceer uitbundig over de realisatie van dit avontuur. Hierdoor kunnen mensen - en millennials in het bijzonder - hun persoonlijke waarden herkennen in die van jouw bedrijf. Vervolgens neem je medewerkers mee door ze werkgeluk cadeau te doen; want levensgeluk en werkgeluk is het grootste cadeau dat je kunt krijgen én wat je als werkgever kunt geven. Essentieel bij dit proces is: toon jezelf een leider en realiseer deze ambitie. En ja, dit is een ingrijpend proces. Daarom is bedrijfsoptimalisatie een belangrijke pijler om de kosten te dekken, winst te vergroten en zó je bedrijf klaar te maken voor de toekomst.

## Kan het?

'Jazeker!', benadrukt Van Zuijlen. 'Kijk maar naar bedrijven als Tesla, ASN Bank, DSM, Tony Chocolonely en ook duizenden kleinere ondernemingen, die allemaal groeien als kool. Zoals de eerder genoemde bollenkweker met een missie: hij ontwikkelde de eerste biologische bloembol. Het is innovatie van het zuiverste water: volledig circulair, zonder chemicaliën, kunstmest en bestrijdingsmiddelen. Wat denk je dat dat betekent voor de kostprijs? En voor een hogere potentiële verkoopprijs vanwege de innovatie en gunfactor? Er is nog een wereld te winnen.'

## Circulariteit loont

Van Zuijlen geeft nog een ander voorbeeld. 'Recent was ik in een klimaatpositieve SaveHome, een modulaire woning voorzien van alle luxe. Dit is gemaakt van gerecycled plastic. De spraakmakende ambitie is om per jaar 250 woningen te bouwen. Hoe gaaf is dat? De woningnood verminderen, afval opruimen en als klap op de vuurpijl werklozen plastic laten verzamelen en er huizen van laten bouwen. Het is een prachtig voorbeeld van circulariteit, dienend aan maatschappij en planeet. En bovendien met een aantrekkelijke winstgevendheid.'

# Corona ferme wake-up call, juist óók voor ondernemers (Deel3)

## **Ambitie opnieuw definiëren**

Ook Van Zuijlen heeft, met z'n bedrijf Dé Bedrijfsoptimizer®, zijn ambitie opnieuw gedefinieerd: het bedrijfsleven betekenisvoller maken en de professional gelukkiger. 'Dat doen we met praktische programma's rondom bedrijfsoptimalisatie, werkgeluk en burn-out/persoonlijk leiderschap, zodat we mens én bedrijf kunnen dienen.'

## **Verhoogde winstgevendheid**

Samenvattend: betekenisvol ondernemen is een commerciële kans met verhoogde winstgevendheid. Corona is de wake-up call, een nieuwe recessie is begonnen. Met een timing die perfect is, omdat je bedrijf sowieso toekomst-gereed dient te worden.

Pure ondernemers pakken nu stevig door. Ze claimen en realiseren hun spraakmakende ambitie. Ze grijpen deze kans om hun bedrijf klaar te maken voor een uitdagende toekomst. Dat kan individueel, in groepsverband (inclusief ketens) en voor OV IJmond als bedrijfengebied.

## **Ter overweging**

Stel jezelf als ondernemer de volgende vragen: is je bedrijf klaar voor de uitdagende toekomst met economische krimp? Maak je gebruik van de coronasituatie en hervorm je naar verhoogde winstgevendheid door betekenisvol ondernemen? Ben jij de volgende die deze commerciële kans pakt en nieuwe rijkdom vormgeeft? Kies je eigen spraakmakende, betekenisvolle ambitie, claim vervolgens de koppositie en ga op weg.

<https://ovijmond.nl/>

[www.bedrijfsoptimizer.nl](http://www.bedrijfsoptimizer.nl)