Wow-factor: “Goede mensen brengen energie”

31-03-2021 10:52



Kan je iets vertellen over jezelf, je ervaring, en je huidige bezigheden?

“Heel graag, Frank. Eigenlijk was het plan om na mijn studie rechten de advocatuur in te gaan, maar middels een traineeship kwam ik in de wereld van kantoorartikelen. Na een eerste start bij een groothandel kreeg ik de kans om Viking Direct in Nederland en later in Europa op te bouwen. Dat werd een ongekend succes. Van mijn eerste kantoor in mijn huiskamer in Den Bosch werd het uiteindelijk een bedrijf met 9.000 medewerkers dat ongekend hard groeide. Ter illustratie: in Nederland kocht op een bepaald moment drie van de vijf bedrijven hun supplies bij Viking. Na Viking ben ik o.a. Vice President geweest bij Office Depot, President Europe bij Staples/Corporate Express, en Chief Executive bij Spicers met als basis het VK. Tegenwoordig investeer ik in start ups, ben actief als business broker waarbij ik bedrijven help bij een aankoop of verkooptransactie van een bedrijf, en ben verbonden als adviseur in de directie van bedrijven, zoals bijvoorbeeld groothandel Soft Carrier. Kantoorartikelen lijken saai, maar bij vele bedrijven waar ik actief was ging het wel om een miljardenomzet. En dat is altijd spannend.”

Bovengenoemde bedrijven zijn wel de grootste spelers in hun branche. Vraagt dat een speciale vorm van management?

“De kunst blijft volgens mij om de onderneming altijd te blijven zien als een kleine onderneming waar snel beslissingen kunnen worden genomen. Er moet ruimte zijn voor creativiteit en innovatie en het bedrijf moet vooral ‘jong’ blijven. Nieuwe jonge mensen binnen het bedrijf zorgen voor positieve energie. Zodra er een

cultuur komt van achterover leunen en mensen te lang op een bepaalde positie blijven hangen, dan creëer je een moeilijk bestuurbare tanker die niet meer beweegt. De belangrijkste taak van de manager is het selecteren van de juiste mensen en nadenken over de komende 5 jaar. Goede mensen brengen energie, slechte kosten veel energie. Je moet vooral niet vergeten om een uitdagende beloningsstructuur neer te zetten. Als het bedrijf goed gaat, moet iedereen daarvan kunnen profiteren."

Wat was jouw toegevoegde waarde bij deze bedrijven?

"Ik geloof in 'lead by example'. Als je zelf het goede voorbeeld geeft, dan volgt de rest. Als je met passie en creativiteit de boel aanjaagt dan heeft dat een enorm effect. Het bewaken van deze ondernemerscultuur staat nog steeds bovenaan mijn lijstje. Ik werk graag met opportunistische mensen die kansen en mogelijkheden zien. Deze moeten dan vervolgens wel de ruimte krijgen om hun ideeën uit te voeren. En ook de ruimte om fouten te durven maken. Daarnaast moet je ook veel plezier hebben in wat je doet, en geloof me, bij alle bedrijven waar ik actief was, heb ik ook heel veel gelachen."

Hoe kijk je naar de office en stationery branche in de Covid-periode?

"Nou Frank, er is veel veranderd. Het verplichte thuiswerken gaf in eerste instantie een enorme boost aan de omzet. Werkplekken moesten worden ingericht, en de vraag werd zo groot, dat sommige producten niet meer leverbaar waren. Nu is de situatie weer genormaliseerd, maar met name de online bedrijven in de branche hebben een enorme groei gezien in 2020. Het nieuwe werken vraagt ook om nieuwe producten en nieuwe logistiek om de producten decentraal te bezorgen. Er zijn volop kansen. Ook voor andere kanalen, zoals de doe-het-zelfbranche, om deze producten aan te bieden."

Als Bosschenaar kon je dit jaar geen carnaval vieren. Hoe was dat voor jou en je vele horecavrienden?

"Nou, jij bent wel eens een avond met mij mee op stap geweest en weet dat het een geweldig feest is. Het is heel jammer maar onder de huidige omstandigheden is het natuurlijk logisch dat het niet doorgaat. Voor de horeca zijn de carnavalsdagen hun allerbeste omzetdagen dus daar wordt de pijn helaas heel erg gevoeld. Maar ik ben een optimistisch mens en ga ervan uit dat we volgend jaar weer het feest kunnen vieren. Nog groter en mooier dan. En uiteraard drinken wij dan samen weer een biertje."

Je bent succesvol en weet altijd de juiste mensen om je heen te verzamelen. Wat voor tips heb jij voor fabrikanten die zaken willen doen met retailhoofdkantoren en uiteindelijk de eindgebruiker?

"Alles staat of valt met de juiste mensen. Daar wordt niet altijd voldoende in geïnvesteerd. Goede fabrikanten doen hun huiswerk en verdiepen zich in het businessmodel van hun klant. Wat wil de klant nu echt? Ook geloof ik sterk in het opbouwen van een relatie. Immers, als je elkaar goed kent gaat het zakendoen ook veel gemakkelijker. Maar het blijft wel topsport. Rennen voor je klanten is belangrijk. Als je dan ook nog hun taal spreekt dan komt het zeker goed."

Kun je MIX-lezers vertellen wat voor jou het Wow-gevoel was van de afgelopen jaren?

"Dat waren meerdere momenten. Recentelijk was ik zeer onder de indruk hoe de online verkopen in alle kanalen explosief zijn gestegen. Er werd zo massaal besteld dat de logistieke diensten er moeite mee hadden. En natuurlijk de consolidatiegolf in de industrie. Als business broker ben ik daar nauw bij betrokken. Er gebeurt nu wel heel veel, zowel aan de verkoop- als aankoopzijde. En in mijn wereld natuurlijk het uiteenvallen van de grootmachten als Staples en Office Depot."

Als jij 6 maanden in de doe-het-zelfbusiness zou mogen werken, wat zou je dan willen veranderen bij retailers of fabrikanten op het gebied van business en/of management?

“De kracht van de doe-het-zelfbranche is het grote aantal terugkerende klanten. De verbondenheid met het bedrijf is er dus al. Dat betekent dat klanten openstaan voor nieuwe assortimenten. In theorie kan je dus alles verkopen, niet alleen online. Eventueel onder een ander sub-label zijn er dus veel mogelijkheden. En ter inspiratie zou ik het management-team naar andere delen van de wereld sturen om te kijken hoe het elders gaat. Dan komen er frisse ideeën die je dan weer in de Nederlandse markt zou kunnen omzetten.”

Tenslotte, jij bent voor mij altijd een voorbeeld geweest toen ik als klein jongetje bij Viking en Office Depot zaken kwam doen met mijn grote bazen aan mijn zijde. Wat zou jij de nieuwe commerciële generatie mee willen geven?

“Als je een uur eerder start met werken en een uur later stopt, dan is je werkdag al veel productiever. Succes is vaak gebaseerd op simpele beginselen. Zorg dat je klaar staat voor je relaties en ook bereikbaar bent als het allemaal iets minder gaat. Los problemen snel op en maak waar wat je zegt. En zo te zien heb jij ook goed opgelet, want jij hebt ook al een mooie carrière gemaakt, die nog lang niet aan zijn einde is.”

WOW-factor

Frank Heus heeft een succesvol track-record in dhz-industrie. Wie Heus kent, kent zijn drive en zijn enthousiasme. Voor MIX gaat hij – op strikt persoonlijke titel – op zoek naar de WOW-factor. Dit keer nodigde hij Peter Damman uit voor een kop koffie.) De foto is uit 2019*

Redactie