

Labradors

Trouw zijn is voor mij een van de mooiste eigenschappen die je als mens kunt hebben. Een vriendschap of een relatie die twintig jaar teruggaat, zie ik als van onschatbare waarde. En ook een samenwerking in de business die al meer dan tien jaar duurt, zie ik als iets wat het zakelijke overstijgt. Maar als ondernemer kan deze hang naar langdurige relaties ook een handicap zijn. Ik betrap mezelf er regelmatig op langer met een partij door te gaan dan goed is voor mezelf en het bedrijf. Dat is een steen waar ik me keer op keer aan blijf stoten.

De signalen dat een relatie niet goed zit, vind ik goed herkenbaar. Daar ligt het niet aan.

Meestal weet je al in de eerste dagen van een samenwerking, of zelfs als de contracten nog nat zijn, hoe het zal lopen.

Ik probeer daar beter bij stil te staan en overweeg eerder om de stekker er dan meteen uit te trekken. Maar doe ik dat ook écht? Nog niet.

Het gevoel om tegen beter weten in door te gaan, is sterk. Dat komt van binnenuit. Er zit een stukje hoop in dat het uiteindelijk toch zal meevallen, dat het aanloopproblemen zijn waar je tegenaan loopt. Cognitieve dissonantie in al haar gratie. En misschien ook wel een stukje luiheid en tijdgebrek; een vervanger vinden en een nieuwe verbintenis aangaan, dat kost allemaal veel tijd.

Maar als ik één ding zeker weet na twaalf jaar ondernemen, is het dat die extra tijd een goede investering is. Als het niet goed aanvoelt, stoppen! Want ik heb het nog nooit meegeemaakt dat een valse start uitmondde in een mooie, prettige samenwerking. Meestal betekent doorgaan alleen uitstel van executie. Je moddert door totdat zo'n bedrijf het echt te bont maakt – wat altijd gebeurt – en bent dan veel meer ergernis verder dan wanneer je meteen was gestopt. Ik ontleen die zekerheid aan mijn gevoelens achteraf: nog nooit heb ik spijt gehad van een samenwerking die ik heb opgezegd. Herkent u dat ook?

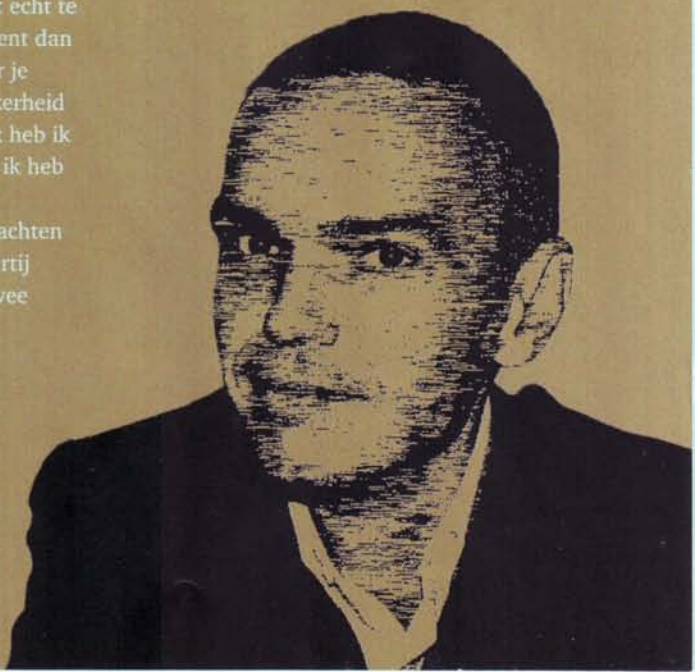
Het aantal voorbeelden waarbij alle klachten in één klap verdwenen nadat ik een partij inwisselde, is niet op de vingers van twee

handen te tellen. Het beste ondernemersadvies is misschien wel dat je rücksichtslos alle bedrijven waarmee het niet botert, inwisselt voor nieuwe. Uiteindelijk levert dat minder irritatie en meer energie op. Maar in de praktijk valt dat niet mee.

Een voorbeeld. Jarenlang drukten wij *Incompany* bij de grootste partij op de Nederlandse markt. Je denkt: dit is de marktleider, elders kan het alleen maar slechter zijn. Ondanks de strijd en de lange nachten in een stinkende en lawaaiige drukkerij was de performance niet naar onze maatstaven en was de prijs hoog. Uit een vals gevoel van veiligheid gingen we maar door, misschien wel vier jaar te lang. Toen de maat vol was, zijn we gegaan. Tot onze grote verbazing verdwenen alle problemen waar we al die jaren tegen geknokt hadden als sneeuw voor de zon, terwijl de rekeningen ook veel lager zijn. Waren we in 2005 maar vertrokken. Want eigenlijk wist ik al na het allereerste nummer waar we aan toe waren bij dit bedrijf. Nogmaals: beter wordt het nooit. Zo kan ik pijnlijk veel voorbeelden noemen.

Ook in dit onderzoek verbaas ik mij er elk jaar over dat de bedrijven die kritiek op kritiek krijgen, toch veel trouwe klanten hebben. Hoe bont sommige dienstverleners het ook maken; klanten gedragen zich als labradors. Woef.

René Gerhardus
Hoofdredacteur



Labradors

Trouw zijn is voor mij een van de mooiste eigenschappen die je als mens kunt hebben. Een vriendschap of een relatie die twintig jaar teruggaat, zie ik als van onschatbare waarde. En ook een samenwerking in de business die al meer dan tien jaar duurt, zie ik als iets wat het zakelijke overstijgt. Maar als ondernemer kan deze hang naar langdurige relaties ook een handicap zijn. Ik betrap mezelf er regelmatig op langer met een partij door te gaan dan goed is voor mezelf en het bedrijf. Dat is een steen waar ik me keer op keer aan blijf stoten.

De signalen dat een relatie niet goed zit, vind ik goed herkenbaar. Daar ligt het niet aan.

Meestal weet je al in de eerste dagen van een samenwerking, of zelfs als de contracten nog nat zijn, hoe het zal lopen.

Ik probeer daar beter bij stil te staan en overweeg eerder om de stekker er dan meteen uit te trekken. Maar doe ik dat ook écht? Nog niet. Het gevoel om tegen beter weten in door te gaan, is sterk. Dat komt van binnenuit. Er zit een stukje hoop in dat het uiteindelijk toch zal meevallen, dat het aanloopproblemen zijn waar je tegenaan loopt. Cognitieve dissonantie in al haar gratie. En misschien ook wel een stukje luiheid en tijdgebrek; een vervanger vinden en een nieuwe verbintenis aangaan, dat kost allemaal veel tijd.

Maar als ik één ding zeker weet na twaalf jaar ondernemen, is het dat die extra tijd een goede investering is. Als het niet goed aanvoelt, stoppen! Want ik heb het nog nooit meegeemaakt dat een valse start uitmondde in een mooie, prettige samenwerking. Meestal betekent doorgaan alleen uitstel van executie. Je moddert door totdat zo'n bedrijf het echt te bont maakt – wat altijd gebeurt – en bent dan veel meer ergernis verder dan wanneer je meteen was gestopt. Ik ontleen die zekerheid aan mijn gevoelens achteraf: nog nooit heb ik spijt gehad van een samenwerking die ik heb opgezegd. Herkent u dat ook?

Het aantal voorbeelden waarbij alle klachten in één klap verdwenen nadat ik een partij inwisselde, is niet op de vingers van twee

handen te tellen. Het beste ondernemersadvies is misschien wel dat je rücksichtslos alle bedrijven waarmee het niet botert, inwisselt voor nieuwe. Uiteindelijk levert dat minder irritatie en meer energie op. Maar in de praktijk valt dat niet mee.

Een voorbeeld. Jarenlang drukten wij *Incompany* bij de grootste partij op de Nederlandse markt. Je denkt: dit is de marktleider, elders kan het alleen maar slechter zijn. Ondanks de strijd en de lange nachten in een stinkende en lawaaïge drukkerij was de performance niet naar onze maatstaven en was de prijs hoog. Uit een vals gevoel van veiligheid gingen we maar door, misschien wel vier jaar te lang. Toen de maat vol was, zijn we gegaan. Tot onze grote verbazing verdwenen alle problemen waar we al die jaren tegen geknokt hadden als sneeuw voor de zon, terwijl de rekeningen ook veel lager zijn. Waren we in 2005 maar vertrokken. Want eigenlijk wist ik al na het allereerste nummer waar we aan toe waren bij dit bedrijf. Nogmaals: beter wordt het nooit. Zo kan ik pijnlijk veel voorbeelden noemen.

Ook in dit onderzoek verbaas ik mij er elk jaar over dat de bedrijven die kritiek op kritiek krijgen, toch veel trouwe klanten hebben. Hoe bont sommige dienstverleners het ook maken; klanten gedragen zich als labradors. Woef.