



Ondernemen in 2030

Leo into new business

Erik Pekkeriet¹, Jan de Jonge² & Margreet Bruins¹

Leo ruikt nieuwe kansen

Leo kijkt vanuit de boardroom van de vestiging in Shanghai uit op de krioelende mensen beneden. Daar loopt zijn markt en dadelijk gaat de afdeling Marketing & Design het nieuwe plan presenteren dat ze samen met de Chinese marketeers hebben gemaakt. Leo heeft er al veel van vernomen en ziet het zitten. De afgelopen jaren is China een vechtersmarkt geweest. Leo is er met zijn concern goed tussengekomen, maar eigenlijk heeft het alleen nog maar geld gekost. Er moet een moment komen om de toegevoegde waarde van zijn concern uit te buiten en Leo heeft het gevoel dat de hoogconjunctuur van China er nu klaar voor is.

Het concept

Het concept dat nu wordt neergezet door zijn club gaat uit van gemakkelijk, fris, laagdrempelig en het beeld dat de grote komkommerbladeren en groene vruchten de Chinese lucht en geest zuiveren. Corporate Communications is al een tijdje gericht op CO₂-reductie en zuivere lucht. Leo heeft zelfs al geïnvesteerd in bossen en bamboevelden om aan dat imago te werken. De in Europa wat suffige leus 'Red de panda, eet komkommers' heeft hier goed gewerkt. Dadelijk krijgt hij de eerste promofilms te zien en wordt het businessplan gepresenteerd. Wel een grote investering, gezien de productiecapaciteit hier, maar Leo heeft morgen en overmorgen gesprekken met enkele overnamekandidaten om zijn productie snel op te kunnen voeren.

Leo's carrière

Leo heeft het allemaal meegemaakt en nu hij 68 is, gaat hij het allemaal rustiger aan doen. Leo is blij met de huidige ICT. Het kostte hem altijd moeite om bij te blijven, maar gelukkig heeft hij de boot niet gemist. Door de nieuwe ICT is het de laatste tijd wel erg gemakkelijk geworden. Al pratend tegen zijn PDA kan hij zien hoe elke vestiging presteert en wat er allemaal in de wereld gebeurt. Vreemde talen worden in zijn "oortje" met het grootste gemak vertaald. Hoe dat allemaal werkt, wil hij niet weten: daarvoor heeft hij andere mensen om zich heen verzameld.

Een visie op de samenleving vertalen in het product komkommers heeft hem groot gemaakt en geeft hem bestaansrecht.



Figuur 1. Leo's vestigingen wereldwijd.

Snelle korte ketens

De keten is erg snel en kort geworden. Er is een fase geweest waarin de handel aan de knoppen van zijn productie-units wilde draaien, maar gelukkig hebben ze zich weer geconcentreerd op hun distributie taken. Leo heeft diverse schakels in de keten overgenomen. Verpakking, design en distributie worden nu door zijn onderneming bepaald. Hij kiest om die reden nieuwe locaties zeer nauwgezet en decentraal, want transport is duur geworden.

Leo en Sjaak

Hij denkt nog eens terug aan het gesprek dat hij 20 jaar geleden had met Sjaak. Die dacht dat werken helemaal niets voor hem was. Sjaak was ongeïnteresseerd en werkte alleen voor het geld. Vorige week liep Leo met een Russische relatie door de Nederlandse vestiging waar ook Sjaak werkt. Blijkt hij met zijn komkommer-cruiser helemaal trots te zijn op zijn werk en zijn organisatie en is zelfs 40 uur gaan werken, terwijl hij het toch ook met 30 uur moet kunnen redden. De filosofie werkt dus goed om medewerkers te betrekken bij het imago dat Leo's concern wil uitstralen. Sjaak kende de promo van de frisse multivitamine komkommer helemaal uit zijn hoofd. Ha, geweldige vent nu die Sjaak, ik had hem al helemaal afgeschreven, maar de vestigingsleider was gezwich voor de financiële compensatie van de overheid.

¹ Wageningen UR Glastuinbouw
Postbus 16, 6700 AA Wageningen
Tel: 0317 48 33 72 - Fax: 0317 42 31 10
E-mail: erik.pekkeriet@wur.nl
Internet: www.glastuinbouw.wur.nl

² Technische Universiteit Eindhoven