

Straks groeien in openheid en collegialiteit

Wintereditie Jongerendagen 2013 in Frankrijk en België met 61 jonge ondernemers

Met 61 personen in de bus zitten en naar Frankrijk en België reizen. Slapen in hotels, gezamenlijk ontbijten en 's avonds op stap gaan of iets drinken aan de bar. Is het alleen maar een gezellig uitje of mag de deelnemer meer verwachten van de wintereditie van de Jongerendagen van CUMELA?



▲ De gids van Massey Ferguson kreeg tijdens zijn uitleg alle belangstelling.

► Niets mooiers dan een nieuwe en vooral grote machine. Ook dat is mooi om mee te maken.



Natuurlijk zijn de oogjes 's morgens soms wel wat kleiner dan anders, maar net als thuis gaat het programma voor, dus is het op tijd weer op en aan de slag. Bij een wintereditie doorlopen de deelnemers een intensief programma. Dit alles met het doel om de kennis te vergroten, van andermans ervaringen te leren, nieuwe ideeën op te doen en het ondernemersnetwerk uit te breiden. De deelnemers bezoeken bedrijven, zien productie- of bedrijfsprocessen die je normaal niet ziet en wonen workshops bij. Na afloop is er uiteraard ruim de tijd voor de noodzakelijke gezelligheid.

Bij de jongeren blijkt er een grote behoefte te zijn om op neutraal terrein en in een informele sfeer van elkaar te leren. De wintereditie van de Jongerendagen biedt jonge ondernemers hier al jaren de kans toe. De deelnemers zijn jonge ondernemers tussen de 18 en 36 jaar. Ondernemers die (nu of in de toekomst) voor grote uitdagingen staan, bijvoorbeeld op het gebied van bedrijfsvoortzetting of -overname. De verantwoordelijkheid die op de schouders van jonge ondernemers drukt om bestaande kapitaalsintensieve bedrijven voort te zetten, is groot. Deze bijeenkomsten zijn een prachtige kans voor gesprekken met 'lotgenoten'!

Doe ik het goed?

Veel komt er op die dagen aan de orde. Ben ik wel een goede werkgever of ondernemer? Neem ik wel de juiste beslissingen of kan ik wel in de voetsporen treden van mijn ouders? Deelnemers aan de wintereditie komen uit alle windstreken en kennen verschillende bedrijfsactiviteiten, achtergronden en bedrijfsstructuren. Tijdens de wintereditie leren ze elkaar goed kennen en worden goede en minder goede ervaringen met elkaar gedeeld. Doordat ze veel mensen uit het gehele land spreken, breiden ze het netwerk uit. Het is bijzonder om te zien hoe open de jongeren met elkaar omgaan. Er wordt gesproken over klanten, het aannemen van werken, financiële aspecten en wanneer je nu 'ja' of 'nee' op een werk zegt. Het is duidelijk dat deze jongeren er veel aan hebben om gewoon open met elkaar te kunnen praten over dagelijkse zaken uit het bedrijf. Praten met jongeren uit andere hoeken van het land omdat die toevallig naast hen in de bus zitten, net bij hen aan tafel terecht komen

MechaTrac bedankt!

De wintereditie 2013 bracht de deelnemers naar de fabriek van Massey Ferguson in het Franse Beauvais. MechaTrac BV ontving de deelnemers zeer gastvrij door het diner met consumpties voor zijn rekening te nemen en de hotelkamers tegen gereduceerd tarief aan te bieden. Het bezoek aan de fabriek was in deskundige handen van gepassioneerde MF-gidsen en de aanwezige MechaTrac-medewerkers. De 'guided tour' voerde langs de volledige productielijn van MF- en Challenger-trekkers; een kijkje in de keuken van een uiterst efficiënte producent van trekkers, met een uitgekiend logistiek proces. Opvallend in deze fabriek is het door elkaar heen produceren van alle mogelijke types van MF naar wens van de klant. Er zijn geen trekkers op voorraad; pas zodra er is besteld, wordt er geproduceerd. Dit vraagt veel van de fabrieksmedewerkers van MF. Een ieder moet exact opletten dat

de juiste onderdelen bij de juiste trekker worden geplaatst. De fabriek is dusdanig georganiseerd dat dat goed en nauwkeurig werkt. Aan het begin van de fabriek zagen we onderdelen en aan het eind van de fabriek kwamen er schitterende rode machines van de band afgerold. Onderaan loopt het onderwerk op de band, en van boven komt automatisch de cabine die erop zakt. Echt alles wordt getest. Een monteur gaat aan de hand van een soort cassettebandje met daarop een stem die alle onderdelen naloopt en aangeeft wat hij moet doen de hele trekker nog eens langs. Van het linker knipperlicht tot het rechter remlicht, alles wordt nagelopen en gecheckt. Als u de trekker krijgt, moet hij goed zijn! De aangeboden 'Gastvrijheid award' is bij MechaTrac zeker op zijn plaats. MechaTrac BV, Marc de Haan, Gerard Ganzefles en Mark Roelofs, bedankt voor de leerzame gastvrijheid.

bij het eten of gewoon bij hen zijn ingedeeld op de kamer. Het praat soms makkelijker met jongeren die niet bij jouw klanten komen en jouw bedrijf niet kennen. Er heerst een ontspannen en open sfeer tussen de jonge ondernemers. Er zijn zo links en rechts al duidelijke toekomstvisies te herkennen en ook zaken die de deelnemers van elkaar leren tijdens de Jongerendagen. Voor CUMELA Nederland zijn ze van groot belang, stelt de teamleider van de bedrijvenadviseurs Ans de Bie, die de reis ook meemaakt. "Vanuit de organisatie kijken we hiernaar met gecharmeerd enthousiasme. Het zou toch mooi zijn als we de basis die de jongeren hier nu zelf leggen vol kunnen houden naar de toekomst toe. Dat het straks ondernemers zijn die ieder op hun eigen moment in het bedrijf groeien en deze openheid, het enthousiasme en de motivatie om er tegenaan te gaan weten te behouden", zegt De Bie. Vanuit CUMELA Nederland zal daar in elk geval alles aan worden gedaan, stelt ze. "Laat de jonge ondernemers maar jong zijn! En als ze straks klaar zijn om in het bedrijf te stappen of het over te nemen, hopen we dat ze tijdens de Jongerendagen zaken hebben geleerd waar ze wat aan hebben, een netwerk hebben gelegd waar ze zaken mee kunnen doen en hun brancheorganisatie ook weten te vinden voor andere zaken dan de leerzame uitjes van de Jongerendagen!"

Grensverleggend

Elke wintereditie kent een passend ondernemersthema. Voortbordurend hierop worden gastbedrijven gezocht, excursies georganiseerd en workshops ingevuld. Het thema van de Wintereditie 2013 was 'Grensverleggend het nieuwe jaar in'. Een welbewust gekozen thema, omdat voor het eerst werd gekozen voor een meerdaagse buitenlandse excursie. Dit jaar werd de wijk genomen naar Frankrijk en België om kennis te maken met de uiterst moderne productieprocessen van Massey Ferguson-trekkers en Caterpillar-materieel. Maar ook de workshop 'Marketing in de praktijk' zorgde ervoor dat de aanwezigen over de eigen grenzen heen keken, nieuwe ideeën opdeden en bekend raakten met werkwijzen in andere sectoren.

Tekst & foto's: **Gerwin Otten**



De opdracht: zoek de verschillen met de foto bij MF. Zijn de oogjes kleiner, is de glimlach nog net zo groot en doet iedereen mee?



Twee keer ging de hele groep op de foto, een mooie check of iedereen alles heeft meegemaakt.



Bij een goed glas bier gaat het minder over het werk, maar zijn het de sterke verhalen die naar boven komen. Ook mooi.



De maaltijd is één van de gelegenheden om kennis te maken met weer andere jonge ondernemers.



Maris veroorzaakt reuring

Een vast gegeven is om in groepsverband aan de hand van actuele en 'prikkelende' stellingen een discussie te voeren. Dat is een uitdagende klus voor Jan Maris na de korte nachtrust door het vroege vertrek, de lange fabriekswandeling gevolgd door de Franse lunch bij Massey Ferguson. Zijn prikkelende stellingen over actuele onderwerpen als veiligheid in het verkeer, zin of onzin van afdeksystemen voor lading en het wegvallen van de rode diesel zorgen voor reuring in de zaal. Enkele aanwezigen laten duidelijk hun mening horen. Anderen doen dat later in de bus of tijdens het eten. Maar het onderwerp verkeersveiligheid in onze sector speelt zeker ook onder de jongeren. Met een verbazingwekkend groot verantwoordelijkheidsgevoel keuren ze de cowboys met de ijzeren paarden in het verkeer af. Dat gedrag kan en mag niet! Wees verantwoordelijk en verpest het niet voor ons allemaal!

Orgineel zijn en blijven

Is marketing abracadabra of niet? Aan de hand van basisbeginselen (prijs, plaatsbeleid, promotie, product) van de marketing staat Maikel Cath van Cat stil bij het marktgericht aanbieden van diensten of producten. Er wordt gesproken over het uitvoeren van een weldoordacht promotiebeleid en het meten van resultaat. Waar de één kiest voor originele reclame-uitingen kiest de ander voor een persoonlijke benadering van klanten. Ervaringen worden uitgewisseld. Over één ding zijn we het allemaal eens: marktgericht werken is essentieel. Oftewel, marketing raakt ons allemaal. En wil je gezien worden, dan moet je origineel zijn!

Pon Equipment BV en Caterpillar Belgium SA bedankt!

Er was geen deelnemer die ooit de fabriek van Caterpillar in het Belgische Gosselies had bezocht. Pon Equipment en Caterpillar SA hebben de vooraf gedane belofte meer dan waar gemaakt. Het bezoek aan Cat leverde een mooie en verrassende blik achter de schermen op van een moderne machinebouwer. In Gosselies worden kranen en wielladers in de range van zeventien tot negentig ton gemaakt. Tevens worden hier voor de wereldmarkt grote hydraulische kranen van 74 tot 90 ton geproduceerd. Evenals bij Massey Ferguson wordt er pas na bestelling geproduceerd. Geen onnodige voorraden dus, maar specifiek naar wens en op bestelling gebouwde machines. Er gaat veel automatisch en er zijn indrukwekkende lasrobots die acht uur achter elkaar de onderwagen van de kraan in elkaar lassen. Het hele lasproces wordt gefilmd. Mocht er later een klacht over komen of mochten er problemen ontstaan, dan kan Cat de band terugkijken en zien hoe de lasnaad van de machine er

uitziet. Kwaliteit en controle staan bovenaan. Medewerkers krijgen complete sets schroeven op volgorde voor zich. Op de computer verschijnt de handleiding foto voor foto en mocht een medewerker onverhoopt toch het verkeerde schroefje pakken, dan gaat het licht op rood en wordt de medewerker gealarmeerd. Alles gaat op tijd. Op de vraag wat er gebeurt als iemand zijn taak niet op tijd klaar heeft en de lopende band dus stopt, was het antwoord: "Je wilt die band echt niet laten stoppen, hoor."

Opvallend is dat je in de fabriek van de vloer kunt eten, zo schoon is het. Pon Equipment bood het gezelschap in het naburige Van der Valk-hotel een goed verzorgde lunch aan en had een grote zaal afgehuurd voor de aansluitende workshop 'Marketing in de praktijk'. Pon Equipment BV, Maikel Cath, Rino Wink en Frank Rombouts kregen terecht de Gastvrijheid award uitgereikt. Bedankt!