



CEO Dick Verheij: 'In dertig jaar nooit rode cijfers gedraaid'

Verheij: 'De overheid is doorgeslagen op het thema onkruid en de VHG hilde mee'

Het zijn lastige tijden voor veel groene aannemers. De markt krimpt en door zaken als bijvoorbeeld SROI verandert deze ook sterk van karakter. CEO van dienst Dick Verheij lijkt er niet al te zeer van onder de indruk. Over zijn plannen met SROI wil hij tijdens ons interview in Sliedrecht niets loslaten, maar het zou dit vakblad niets verbazen als hij ook hierover in de komende maanden met een verrassende ontwikkeling naar buiten komt.

Auteur: Hein van Iersel

Het recept van Verheij is redelijk simpel. Hij presenteert zich eerst en vooral als ondernemer en wil zo ook naar zijn business kijken. 'Ik ben niet onwetend als het bijvoorbeeld over vaste planten en bomen gaat, maar het belangrijkste is niet dat ik de ene boom van de andere kan onderscheiden, maar dat ik weet wat mijn klanten willen.' Dat verhaal zal later die middag vaker terugkomen, omdat dit voor Verheij het belangrijkste aspect is van een toekomstbestendig bedrijf. 'Weet wat je klant wil, zo mogelijk nog voordat hij dat zelf weet.' Verheij is ondernemer genoeg om te snappen dat dit 'reflecteren op de klant', zoals hij dat noemt, niet alleen het uitgangspunt is. De tweede pijler is daarom sterk sturen op cijfers. Zijn voorzichtige oordeel over collega's die het de laatste jaren misschien wat minder hebben gedaan, is dat zij deze twee aspecten niet goed in het oog hebben gehouden. Zelf is hij trots op het feit dat hij in dertig jaar ondernemerschap nog nooit rode cijfers heeft gepresenteerd.

Als je met Verheij door zijn bedrijf loopt, blijkt al gauw waar dat in de praktijk toe leidt. Op sommige gebieden is het bedrijf een *innovation leader*, op andere gebieden kiest het ervoor om wat comfortabeler aan te sluiten in het peloton. Vier jaar geleden al kwam het bedrijf met een app die klanten precies inzicht geeft in het werk dat Verheij voor hen uitvoert. Verheij: 'Inmiddels zijn we niet meer uniek met die app, maar toen sloot dat precies aan bij wat deze specifieke klantengroep van ons verwachtte. Met jonge mensen op ons bedrijfsbureau zijn we de digitalisering van contractbeheer nog steeds aan het doorontwikkelen.' De klanten waarop Verheij doelt, zijn grote bedrijven met een landelijke dekking waarvoor Verheij een deel van de facilitaire dienstverlening op zich neemt. Voorbeelden daarvan zijn de gezamenlijke belastingkantoren, grote zorginstellingen, vastgoed van Alliander, hotelketens en Defensie, maar ook Tennet, waarvoor Verheij in driekwart van Nederland de beplanting onder hoogspanningslijnen in toom houdt. Een onderwerp waarbij hij duidelijk minder vooroploopt, is onkruidbeheer. Verheij zegt het niet met zo veel woorden, maar hier wacht hij duidelijk af welke richting de klant op gaat. 'De grote gemeentes hebben vaak al de keuze gemaakt om helemaal zonder chemie aan de slag te gaan, maar veel kleinere gemeentes en instellingen wachten tot het laatste moment voordat zij hun keuze maken.' Zij zullen zo lang mogelijk chemie blijven inzetten, hoewel Verheij dit liever 'DOB' noemt. Verheij is duidelijk geïrriteerd over het

standpunt dat de VHG hierover heeft ingenomen: 'De overheid is doorgeslagen op dit thema en de VHG huilde mee.'

Lease wordt uit nood geboren

'Veel opdrachtgevers hebben geen problemen met een duurzame chemische bestrijding en worden straks door de overheid gedwongen over te gaan op alternatieve methoden die ook milieu-belastend zijn. Laat dit veel meer aan de markt over. Iedere terreinbeheerder weet wat het beste is en aannemers kunnen daarover adviseren.' Dat houdt overigens niet in dat Verheij geen visie heeft op dit onderwerp. In zijn optiek gaat het in de richting van geïntegreerde bestrijding, waarbij een mix aan instrumenten het gewenste beeld zal moeten geven. Volgens Verheij kan chemie daar best deel van uitmaken, maar het is de klant die dat bepaalt. Eén ding wil Verheij daar nog wel over kwijt: 'Het is prima als beheerders een veelvoud van de kosten voor onkruidbeheer kwijt zijn door hun keuze voor chemievrij, maar wees daar dan als branche eerlijk over. Natuurlijk kun je inmiddels met heet water of andere methodes goedkoper werken dan een aantal jaar geleden,

maar chemie blijft echt veruit het goedkoopst.' Sommige fabrikanten gaan met oogkleppen op alleen voor hun eigen methode. Aan de ene kant waardeert Verheij dat, omdat hij bewondering heeft voor mensen die trots zijn op hun product en ervoor gaan, maar hij ergert zich er ook aan. 'Laat de markt zijn werk doen', is zijn eindoordeel.

Verheij's ambitie blijft in ieder geval hetzelfde: groeien, ondanks het feit dat er sprake is van een krimpende markt.

Certificeringen

Certificeringen vormen in de visie van de Sliedrechtse ondernemer een steeds belangrijker onderdeel van het bedrijf, zodanig zelfs dat Verheij praat over een soort wedloop. 'De fictieve kortingen die je krijgt door zaken als de CO2-prestatieladder zijn zo hoog, dat je die nooit kunt compenseren door slimmer of goedkoper werken. Het is daarom geen keuze meer om dit soort certificaten aan de deur te spijkeren; het is een absolute must. Bewust omgaan met milieu, veiligheid en personeel staan bij ons hoog in het vaandel, maar sla niet door, door alles te willen certificeren. Kunnen we ook nog werken op basis van vertrouwen en geleverde kwaliteit?'



Klanten

Naast zijn sterke regionale positie in de Randstad zijn voor Verheij zoals gezegd landelijk werkende organisaties een belangrijke doelgroep. Daar is de landelijke organisatie van Verheij Integrale Groenzorg ook op gericht. Verheij heeft een landelijke dekking, maar niet via filiaalvestigingen, zoals 'echt' grote aannemers als Krinkels, Sight en Donker, maar via steunpunten. Het nadeel van filiaalvestigingen is volgens de ondernemer dat je sterk afhankelijk bent van de kwaliteit van de filiaalleider. Hij of zij moet zelfstandig op zoek gaan naar werk en niet iedereen is daar even bedreven in. Verheij heeft dat opgelost door de complete organisatie, de verkoop en het accountbeheer te centraliseren. De lokale steunpunten – zeven op dit moment – zijn alleen belangrijk als plek waar medewerkers hun busje kunnen stallen en waar machines en materialen worden opgeslagen. Regionaal – grofweg binnen een cirkel van een uur rijden rondom Sliedrecht – werkt Verheij Integrale Groenzorg voor lokale klanten. Een voorbeeld daarvan is de tandem die het bedrijf heeft opgestart met het werkvoorzieningschap Avelingen Groep om de terreinen van zorgverlener Rivas te onderhouden. 'Wij werden allebei, Avelingen Groep en Verheij, uitgenodigd voor een tender. Toen was de koppeling snel gemaakt. Voor inschrijving hebben wij een plan gepresenteerd met een aantrekkelijke sociale component. Avelingen zorgt met zijn medewerkers voor de handjes en wij zorgen voor de regie en de machines.' Zo'n soort samenwerking zul je volgens Verheij in de toekomst meer gaan zien. 'Aan de ene kant dwingt de nieuwe Participatiewet ondernemers hiertoe. Aan de andere kant leent ons dienstenpakket zich enorm voor de inzet van mensen met een arbeidsbeperking of achterstand op de arbeidsmarkt. Daarnaast zijn de reguliere werknemers van groene aannemers voor bepaalde werkzaamheden als bijvoorbeeld papier prikken gewoon te duur.'

Groot genoeg

Verheij: 'Wij willen groot genoeg zijn om het grote werk te pakken en klein en flexibel genoeg om in te springen op kleine klussen. Door onze bedrijfscultuur kunnen we ook onderscheidend zijn in de opkomende markt van geïntegreerde contracten en systeemgericht contractbeheer.' Het is daarbij een bewuste keuze om middelgroot te blijven. Verheij definieert de term middelgroot redelijk ruim, en meer om zich te onderscheiden van de echte grote groene aannemers, die misschien wel 500 of meer mensen op de payroll

hebben staan. Op dit moment heeft Verheij bijna 100 mensen op de eigen loonlijst staan; daar komen in het seizoen nog eens ongeveer 100 mensen bij, die de flexibele schil vormen.

Weet wat je klant wil, en zo mogelijk nog voordat hij dat zelf weet

Als ik later met Verheij over het bedrijfsterrein in Sliedrecht wandel, is daar overigens weinig van te zien. Je kunt een kanon afschieten zonder iemand te raken. Hier en daar wijst Verheij zaken aan die hij belangrijk vindt. Een goed uitzienend machinepark bijvoorbeeld. Een tweedehands hoogwerker op rupsen is opnieuw gespoten en ziet er weer strak uit. Verheij laat mij twee busjes zien. Het ene oudere busje heeft een opbouw van bijna versleten, groen uitgeslagen en niet erg representatief betonplaat. De nieuwere busjes zijn allemaal voorzien van een opbouw uit veel degelijker traanplaat. Verheij: 'Dat wordt de nieuwe standaard. Opdrachtgevers vinden het belangrijk dat je met goede spullen komt voorrijden. We hebben eigenlijk alleen Mercedes busjes.'





Groeien ondanks dat sprake is van een krimpende markt

Die merkentrouw blijkt later ook als ik met Verheij door de opvallend kleine machineloods loop. Alle maaiers zijn van Toro, de handmaaiers van Honda. Ieder type machine heeft een vast merk. Verheij: 'Dat doen we bewust. We kunnen dan goedkoper inkopen, makkelijker reserveonderdelen op voorraad houden en weten beter wat de sterke en zwakke punten van een machine zijn. Het probleem van de minimale machineloods is opgelost door machines die op dat moment niet nodig zijn op andere plaatsen op te bergen.'

Een ander belangrijk aspect voor Verheij is dat hij principieel niet leaset. Natuurlijk heeft leasen voordelen voor de financieringslast, maar je levert in wat betreft ondernemersvrijheid. Nu kan Verheij probleemloos afscheid van een machine nemen als dat zo uitkomt, maar hij kan de machine ook na de normale leaseperiode blijven gebruiken, als dat slimmer is. Verheij: 'Lease wordt uit nood geboren.'

De aannemer heeft inmiddels doorontwikkelde plannen om het bedrijfsterrein in Sliedrecht mini-

maal te verdubbelen in omvang. Op dit moment is het terrein, inclusief gebouwen, ongeveer een hectare groot. Dat moet binnen een jaar verdubbelen naar twee hectare. In totaal heeft Verheij direct rond zijn bedrijfsterrein in het buitengebied van Sliedrecht ongeveer zeven hectare weiland extra aangekocht.

Groen of ondernemer

Als je Verheij vraagt waar zijn drive ligt: in het groen of in het ondernemen, dan is het antwoord makkelijk: in het ondernemen. Naast Verheij Integrale Groenzorg heeft hij in de loop van de tijd nog twee andere bedrijven aangekocht. Die moeten helemaal op eigen kracht draaien, maar Verheij vult er de directie in. De ondernemer vindt het in het kader van dit verhaal niet relevant om te vertellen welke bedrijven dat zijn. Wel laat hij los dat het gaat om een bedrijf in bedrijfskleding, en nog een tweede bedrijf – net lid geworden van de club – dat otoplastieken aanmeet, van kunst-hars gemaakte gehoorbeschermers die in het oor passen en op maat gemaakt worden.

VHG

Ik vraag Verheij waarom hij geen lid is van de VHG; dat is toch een organisatie die voor zijn

belangen zou moeten opkomen. Verheij ontkent dat niet en erkent zelfs dat de VHG goede dingen doet, maar hij vindt zijn eigen bedrijf groot genoeg om zelf kennis en innovatie te organiseren, los van de VHG. Een en ander weerhoudt hem er niet van om van tijd tot tijd regionale meetings van collega-bedrijven te bezoeken. Leuk en gezellig, maar uiteindelijk is de strekking van dit soort bijeenkomsten altijd dat het 'ondanks de slechte prijzen goed gaat en mooi weer is'. Wel is Verheij lid van Cumela. Deze club kan niet perse op meer waardering van de aannemer rekenen, maar heeft wel voordelen in verband met de uitbreiding in het Sliedrechtse buitengebied, waarmee het bedrijf op dit moment bezig is. Het probleem van beide clubs is uiteindelijk toch dat de ondernemer er te weinig gelijkgestemde geesten ontmoet. Er is niks mis met de loonwerkers van Cumela of de hoveniers van de VHG, maar dat zijn principieel andere ondernemers dan de veel grotere groenvoorzieners waarvan Verheij deel uitmaakt.



Stuur of twitter dit artikel door!

Scan of ga naar:

www.stad-en-groen.nl/artikel.asp?id=41-5098