

Egbert Roozen, directeur VHG

'Onze centrale taak is ruimte creëren voor ondernemers'

De eerste leden hebben inmiddels kennism gemaakt met Egbert Roozen. Zij zullen beamen dat hij een vriendelijke, intelligente eerste indruk maakt en verbaal zeer vaardig is.

Belangrijke eigenschappen voor een directeur van een branchevereniging. Maar waar staat Egbert Roozen voor? Hoe ziet hij de vereniging en de rol van de leden? Waar wil hij naar toe met de VHG, het vlaggenschip van onze sector? Een gesprek.



Egbert Roozen

Je bent sinds 1 maart aan de slag bij de VHG. Heb je voldoende beeld om een interview te geven?

'Ik heb hiervoor ook voor brancheverenigingen gewerkt, bij de schoonmakers en bij de speelautomatenbranche. Ik heb dus wat vergelijkingsmateriaal. Brancheverenigingen zijn ook in veel opzichten vergelijkbaar. In elke vereniging zijn er leden, een bestuur en is de democratie op een bepaalde manier geregeld. Ook zijn er in elke vereniging segmenten, of vakgroepen onderscheiden. Verder is er altijd sprake

van gemeenschappelijke en tegengestelde belangen. Waar het mij in deze eerste fase vooral om gaat, is dat ik de taal van onze ondernemers leer spreken, dat ik weet waar het om draait in het vak van onze leden. Dat heeft even tijd nodig maar ik voel me al thuis. Ik kan zeker al meer vertellen over hoe ik mijn rol wil invullen.'

Je werkte al eerder voor brancheverenigingen. Vanwaar die belangstelling?

'Twee dingen spreken me aan in brancheverenigingen. Je moet kunnen denken vanuit de ondernemer, en je moet kunnen denken vanuit de samenleving. Wat voeg je als branche toe in die samenleving? Dat is een interessante en belangrijke vraag. En vervolgens: wat voeg je als branchevereniging toe aan het ondernemerschap van je leden? De dynamiek tussen buiten en binnen, dat boeit me in dit soort organisaties.'

Het is niet eenvoudig om die meerwaarde van een branchevereniging aan te tonen. Ook de VHG krijgt juist op dit punt kritiek.

'Mijn ervaring is dat je zowel op de korte als op de lange termijn resultaten moet laten zien. Je hebt korte termijnsuccessen nodig om je meerwaarde aan te tonen maar sommige resultaten kosten nu eenmaal tijd. Contacten opbouwen bijvoorbeeld, bij de pers en bij ministeries. Maar als je ze eenmaal hebt, kun je heel veel bereiken. Onlangs hoorde ik Willem Vermeend zeggen dat de economische crisis dé kans is om te investeren in duurzaamheid. Zo'n uitspraak kunnen we aangrijpen om de maatschappij te laten

zien hoe wij als branche aan duurzaamheid kunnen bijdragen. Een kortetermijn-aanpak dus. Op de langere termijn kunnen we met het thema aan de slag in samenwerking met andere organisaties.' Zien leden die lange termijn wel? Willen zij niet gewoon boter bij de vis? 'Natuurlijk willen leden in het hier en nu profiteren van hun lidmaatschap. Onze centrale taak is ruimte creëren voor ondernemers. Dat doen we door belangenbehartiging, collectief en individueel. Maar ook door het ontsluiten van kennis, het bijdragen aan de branchekwaliteit en het bieden van een ontmoetingsplatform voor leden. Op al deze gebieden doet de VHG heel veel. Denk aan het professionaliseringstraject, de ondersteuning door regioconsulenten, de telefonische Help Desk, de studieclubs en andere bijeenkomsten. We hebben net een symposium georganiseerd en er zijn twee jaar lang zeer goed bezochte trainingen gegeven. We kunnen al deze activiteiten zichtbaarder maken. Dat is een aandachtspunt. Dat geldt ook voor de samenwerking met andere organisaties. We hebben een heel goed netwerk. We zitten aan tafel bij het Hoveniers Informatie Centrum, bij Groenforum, de Stichting Tuinpromotie Nederland, de sectorcommissie van het Productschap Tuinbouw. Op al deze plekken werken we aan de belangen van onze leden. We moeten laten zien welke successen we daar behalen.'

Zijn inkoopregelingen voor leden een vorm van directe meerwaarde voor leden?

'We moeten die diensten verlenen waaraan behoefte is. Welke behoeften er zijn op dit gebied, weet ik nog niet. Bij mijn vorige werkgever, de OSB (red: Ondernemersorganisatie voor Schoonmaak- en bedrijfsdiensten) hebben we enkele jaren geleden een dienstentak opgezet. Leden konden van alles afnemen, van vergaderarrangement tot fietsenregeling. Uit onderzoek bleek dat de diensten die met personeel te maken hadden, voldeden aan de behoeften van de leden. Dat is dus een succesfactor, dat zal bij de VHG niet

anders zijn. Maar ik zie dat graag onderbouwd door wat leden willen' Je richt je op die zaken waaraan de leden behoefte hebben. Maar vaak is het probleem dat alle leden iets anders willen. 'Je wilt iedereen tevreden stellen, en dat kan niet altijd. Maar dat willen we wel. Daar zijn we een vereniging voor. De allerbelangrijkste vraag daarbij is "Wat willen we bereiken?". Het belangrijkste middel is het opzoeken van de gezamenlijkheid. Daar zie ik ook mijn rol: ik zoek de verbinding tussen al die boodschappen, standpunten en ideeën. Daar komt één krachtiger boodschap uit. Ik hoop ook dat leden mij weten te vinden. Ik hoor graag alles waar we iets van kunnen leren. Ook negatieve geluiden zijn voor mij dus positieve geluiden. Ik wil iets kunnen toevoegen, dat is mijn missie, dus sta ik open voor alle meningen.' Of het wordt juist een slap aftreksel van het oorspronkelijke standpunt of idee. 'Het is goed om soms een statement te maken, maar je moet wel weer terug naar de verbinding. Anders ga je te ver voor de troepen uit.'

Hoe ga je dit aanpakken? Hoe leer je de behoeften van de leden kennen?

'Veel gesprekken voeren met leden, afdelingsbesturen en regiovergaderingen bezoeken. Maar ik wil ook mee de praktijk in. Toen ik in de schoonmaakbranche begon, heb ik met een ploeg een vliegtuig schoongemaakt. Schoonmaakwerk heeft het probleem dat het onzichtbaar is. Het speelt zich in de avonduren af en het resultaat, een schoon kantoor, is vanzelfsprekend. Maar het is een vak: je hebt er kennis voor nodig, je moet technieken beheersen. Daar wil ik gevoel voor krijgen. Ik heb die praktijkervaring nodig om het vak tastbaar te maken voor anderen. Neem het voorbeeld dat ik net noemde. Zo'n vliegtuig is binnen een uur schoongemaakt, het moet namelijk weer vertrekken. Dat is een topprestatie. Als je dit niet weet en je ziet een schoonmaker een kopje koffie drinken denk je misschien dat het een luie donder is. Ik wil

dat soort vooroordelen kunnen bestrijden doordat ik weet waarover ik praat.'

Tot slot een praktische vraag. Welke taken neem je als directeur op je. Word je bijvoorbeeld vakgroepsecretaris van de hoveniers?

'Mijn bedoeling is om alle bestuursvergaderingen te bezoeken en me aan alle vakgroepen te committeren. Dan is het alleen agendatechnisch al niet handig om vakgroepsecretaris te zijn. Voorlopig blijf ik wel direct leidinggeven aan de afdeling beleid van het Landelijk Bureau. Daar zit de inhoud. Het is nu een vacature maar als het kan, blijf ik het zelf doen.' ■