

Uitzendbureau Scale-Up Praktijkcase

EEN BLAUWDRUK VOOR FLEXBUREAUS MET GROEIAMBITIE



Praktisch studieboek
bomvol ervaringen, tips en
adviezen van succesvolle
uitzendondernemers
uit de praktijk

*Leestip
voor uitzend
ondernemers!*



Uitzendbureau Scale-Up Praktijkcase

Een blauwdruk voor flexbureaus met groeiambitie

Aangeboden door: Flexpedia BV
Copyright: Flexpedia BV
Illustratie omslag: Eveline Schram
(www.eveline-schram.nl)
Vormgeving: Dylan Bruin
(www.wolease.nl)
Tekst: Paul Poley
(www.poley-tekst.nl)
Concept & realisatie: Aldert Faassen
(www.flexpedia.nl)

Uitzendbureau Scale-Up Praktijkcase

Een blauwdruk voor flexbureaus met groeiambitie

Een publicatie van en aangeboden door
Flexpedia BV

Uitzendbureau Scale-Up Praktijkcase

Een blauwdruk voor flexbureaus met groeiambitie

Inleiding

In 2020 werd Nederland 668 uitzendbureaus rijker, bijna 13 per week. Vele honderden flexondernemers zagen dus de enorme kansen die onze branche biedt. Maar er is ook een andere kant. Want in datzelfde jaar stopten er maar liefst 543 uitzendbureaus. Naar de precieze redenen is het gissen, feit is wel dat het de meeste van deze bureaus kennelijk niet is gelukt om te groeien, ondanks het gigantische marktpotentieel. En ja, hoe doe je dat eigenlijk, groeien? Of je nu een start-up, scale-up of grotergroeier bent, op allerlei momenten in het bestaan van je uitzendbureau ben je toe aan een groeistap. In het bijzonder voor jou als scale-up – lees: het uitzendbureau dat zo'n één tot drie jaar bestaat – hebben we dit boek geschreven. Om je concreet inzicht te geven in bijna alle mogelijke onderdelen van groei, waarmee je vervolgens zelf praktisch aan de slag kunt.

Leeswijzer

Voor het goede overzicht geven we je nu eerst een leeswijzer. Want wat kun je in de komende hoofdstukken verwachten? In hoofdstuk 1 beginnen we een beetje 'hoogover'. We vertellen je luid en duidelijk over welke competenties jij als flexondernemer moet beschikken om te kunnen groeien. Dat doen we overigens niet zelf. We hebben daarvoor input gevraagd aan allerlei uitzendbureaus die groei aan den lijve hebben ervaren. Met alle stuipen die daarmee gepaard gingen. Ze kunnen je uit eigen ervaring vertellen wat je wel en vooral ook níet moet doen. Naast die uitzendbureaus laten we onafhankelijke experts aan het woord. We introduceren ze vanzelf, verderop in het boekje. Na hoofdstuk 1 weet je dus in elk geval of jij als persoon op de goede weg bent. Of dat je nog flink moet bijleren...

In hoofdstuk 2 gaan we een stap verder. Het is 2021. Zijn er met vele duizenden concurrent-uitzendbureaus in Nederland eigenlijk überhaupt nog wel kansen op de markt om te groeien? En zo ja, waar zitten die kansen precies? Tipje van de sluier alvast: het stikt van de groeikansen!

In de hoofdstukken 3 en 4 gaan we de diepte én de praktijk in. Van alle geïnterviewden krijg jij te lezen waar zij in het verleden tegenaan liepen. Wat zijn barrières die tijdelijk of langer groei in de weg stonden? Wat zijn keuzes waar ook jij onvermijdelijk mee te maken krijgt, en hoe kies je dan slim?

Het boek is verder doorspekt met feiten, cijfers, tips, tricks en adviezen, de zogeheten groei-uitsmijters. Je komt ze overal tegen.

We gaan beginnen, laat je vanaf nu inspireren door alle praktische tips, nuttige adviezen en handige handvatten. Veel leesplezier!

Uitzendbureau

Scale-Up Praktijkcase

Een blauwdruk voor flexbureaus met groeiambitie

Inhoudsopgave

	Inleiding en leeswijzer	pag. 4
1.	Groei-eigenschappen <i>de 7 onmisbare skills voor iedere flexondernemer die wil groeien</i>	pag. 9
2.	Groei kansen <i>Waar liggen anno 2021 kansen voor jou?</i>	pag. 17
3.	Groei barrières <i>Over obstakels, hindernissen en valkuilen. En hoe die te omzeilen?</i>	pag. 21
4.	Groei keuzes <i>Slim kiezen = sneller groeien</i>	pag. 35
5.	Groei-uitsmijters <i>Groeitips vanuit de praktijk</i>	pag. 43
6.	Facts & Figures <i>inclusief info over de geïnterviewde uitzendondernemers</i>	pag. 47
7.	Scale-up Stappenplan voor Spectaculaire Groei	pag. 57
8.	Slotwoord en woord van dank	pag. 61

**1. Groei-eigenschappen
7 onmisbare skills voor iedere flexondernemer
die wil groeien**

Geen tijd voor een warming-up, laten we de knuppel meteen maar in het hoenderhok gooien. Je bestaat nu enkele jaren en bent ambitieus, maar beschik jij eigenlijk wel over de competenties, skills en eigenschappen om te groeien? De vraag aan de interviewees was even simpel als relevant: wat zijn in hun ogen onmisbare groeiskills voor iedere flexondernemer?

1. Bereidheid tot hard werken

Beetje open deur misschien, maar toch. Als je niet gedreven bent, geen gas wilt geven en niet ook tussen 17 en 9 uur wilt werken, stop er dan maar meteen mee. Of doe er vanaf nu een flink schepje bovenop. “Sommige ondernemers hebben elders in de flexbranche ervaring opgedaan en gedacht: dit kan ik zelf veel beter”, zegt Ronald Vermeer van Flexpartners. “Bij hen zie je de juiste intrinsieke gedrevenheid, ik ga die markt winnen, ik ga mijn doel bereiken.” Het is die gedrevenheid, die scoringsdrift die je nodig hebt in het flexwereldje. Vindt ook Jules Lempers van Lempers Select. “Eigenlijk haat ik clichés, maar toch is het zo dat alles begint met keihard werken en meer dan 100 procent geven. Als je iets écht wilt, lukt het je meestal ook.” Kortom, je weet wat je te doen staat...

2. Doorzettingsvermogen, juist ook bij tegenslagen

Gooi jij het bijltje erbij neer als het even tegenzit? Niet handig, want op dat soort momenten – en tegenslagen ga je tegenkomen, vroeg of laat – onderscheidt de succesvolle ondernemer zich van de minder succesvolle. “Over een heel jaar bezien heb je nou eenmaal goede en slechte weken,” vertelt Denis Vaessen van SOMA Works, “juist in die mindere weken moet je blijven volharden, je niet laten afleiden door andere zaken dan je corebusiness.”

Een mindere week kan bijvoorbeeld een week zijn met rasechte tegenslagen. Dan heb je een dikke huid nodig, erkent Tino van den Tillart van EU Match. Hij werkt hoofdzakelijk met buitenlandse arbeidskrachten. Soms gaat dat prima, soms gaat dat minder... “Wij regelen bijvoorbeeld keurig de huisvesting voor onze mensen. Maar we leven bij wijze van spreken vijfsterrenkamers op die soms enkele weken later vrijwel onbewoonbaar zijn. Matrassen, muren, koelkast, je kunt het zo gek niet bedenken of het kan na een paar weken al kapot of vies zijn. Dat geldt ook voor de auto’s die we voor onze uitzendkrachten verzorgen. Die treffen we wel eens aan met deuken en vol rooklucht, bijna onbruikbaar. Op dat soort stank-voor-dankmomenten is het op de tanden bijten en doorgaan.”

3. Focus

Nog zo’n belangrijke eigenschap: focus, oftewel geconcentreerd en gedisciplineerd blijven vasthouden aan je visie. Denis Vaessen noemde het bij de vorige skill eigenlijk al en Harald Jager van KTP Interflex valt hem bij. “Zelf geloof ik heel erg in het persoonlijke contact met mijn opdrachtgevers. Ze regelmatig bellen en bezoeken vind ik dan ook erg belangrijk. Aan die visie heb ik me altijd, in goede en slechte tijden, vastgehouden.” Geen ruimte dus voor twijfel, alleen je visie voor ogen houden, en gaan met die banaan. Ook Wim Davidse, flexstrateeg van Dzijng, noemt focus en discipline in één adem als onmisbare skills. “Durf als flexondernemer te kiezen. Om dingen wel te doen, maar zeker ook om dingen níet te doen. En focus je vervolgens om dat wat je wel doet, goed te doen.”

4. Empathie en sociaal vermogen

Hard werken (zie 1) kan leiden tot stress en korte lontjes. En dat kan weer leiden tot flexondernemers die hun medewerkers en kandidaten (en opdrachtgevers?) om het minste of geringste uitkafferen. Niet

doen, want een flexondernemer die wil groeien, heeft gemotiveerde medewerkers en kandidaten nodig. En alles wat je aandacht geeft, groeit, dus is het van belang ze te stimuleren, inspireren en enthousiasmeren.

Remco Valkman van NestrX heeft er een heldere mening over. “Soms denken mensen weleens dat het in de flexbranche snel geld verdienen is. Maar het tegendeel is waar. Je succes hangt af van de mate waarin je mensen aan je weet te binden. En dat kost tijd. Je moet enerzijds empathisch zijn, anderzijds zakelijk.” Hij geeft een concreet praktijkvoorbeeld. “Ik zit regelmatig bij een van onze uitzendkrachten aan de keukentafel. Diegene heeft dan persoonlijke problemen die goed functioneren in de weg staan. Dat kunnen schulden zijn, of relatie- of gezondheidsproblemen. Het is dan een kwestie van goed luisteren, achterhalen waar het échte probleem zit en vervolgens daadkrachtig handelen. Bijvoorbeeld door ze te verwijzen naar de juiste hulp. Op die manier help je ze het snelst weer aan het werk. Daar heeft de uitzendkracht belang bij en jij zelf natuurlijk ook.” Maar het is wel een zaak van de lange(re) adem.

“Je moet als flexondernemer het vermogen hebben mensen aan je te binden”, zegt ook Van den Tillart, “dat is overigens precies de reden dat wij met EU Match relatief klein blijven. Dat biedt ons als directie namelijk de mogelijkheid om een persoonlijke band met al onze uitzendkrachten op te bouwen. En om ook onze opdrachtgevers een sociaal gezicht te blijven tonen.”

Davidse is zelfs nog een fractie stilliger. “Flex is mensenwerk. Je hebt als flexondernemer altijd te maken met de driehoek kandidaten – opdrachtgevers – eigen medewerkers. Dat zijn allemaal mensen die jij als directeur kunt maken en breken. Een flexondernemer die wil groeien,

is dus geen betweter of snauwer, maar een katalyserende, stimulerende, delegerende en coachende leidinggevende. Bewijs? De snelstgroeiende uitzendbureaus zijn die waar een hoge betrokkenheid is van de baas bij het personeel en vice versa.”

5. Open staan voor nieuwe marktontwikkelingen

Algoritmes, big data, kunstmatige intelligentie, innovatieve platforms, nieuwe technologieën. Als er één tijdsgewricht is waarin de ontwikkelingen rap gaan, is het het onze. Aan jou de taak om niet alleen open te staan voor al dat nieuws, maar ook om kansen te spotten en te grijpen. “Je moet continu ‘nieuwsgierig onrustig’ zijn,” aldus Davidse, “precies willen weten wat er gaande is in de ‘woeste buitenwereld’. En het vermogen hebben om de juiste kansen op het juiste moment te grijpen.” Ook Van den Tillart vindt die antenne voor de markt broodnodig. En dat hoeft niet per se alleen een antenne voor digitale ontwikkelingen te zijn. “Je moet ook assertief zijn in de markt waarin je werkzaam bent. Neem als voorbeeld de bouw. Blijf goed op de hoogte of er ergens gebouwd wordt, wat er gebouwd wordt en wie er bouwt. Met die informatie over nieuwe ontwikkelingen kun jij vervolgens snel handelen.”

6. Gevoel voor marketing

Nee, je hoeft als ondernemer echt geen doorgewinterde marketeer te zijn. Maar de onderliggende filosofie, of liever gezegd: weten dat je wel iets met marketing moet, daar kun je echt niet zonder. Davidse: “Of je marketing zelf doet of extern belegt, dat maakt niet uit, maar om succes te hebben moet je tegenwoordig goed weten wie je opdrachtgevers en je kandidaten zijn. Je moet in hun huid kunnen kruipen, weten waar ze gelukkig van worden. Dat geldt trouwens ook voor de klant van je klant. Pas als je precies weet wat hun behoeftes zijn, kun je daaraan tegemoetkomen.”

7. Goed kunnen organiseren

Er zijn verder door de betrokkenen nog flink wat nuttige skills genoemd. Eerlijkheid bijvoorbeeld, dus geen gouden bergen beloven en wel je afspraken nakomen. En moed hebben, om te durven kiezen. Maar een eigenschap die er nog uitsprong, is goed kunnen organiseren. “De lastendruk voor een ondernemer in de flexbranche is namelijk gigantisch,” meent Valkman. “Administratief komt er enorm veel op je af en dat moet je heel goed regelen.” Ook nu geldt dat je dit zelf kunt doen of kunt uitbesteden. “Maar organiseren moet je het hoe dan ook, dus dat vermogen moet je als ondernemer wél hebben.”

2. Groeikansen
– Waar liggen anno 2021 kansen voor jou? –

Stel je hebt (veel van) de competenties uit het vorige hoofdstuk. En je bent dus geschikt voor dit vak. Waar liggen dan kansen op de markt voor jou als scale-up om verder te groeien? Het lullige antwoord: overal. (Wees gerust, straks volgen relevantere antwoorden). Maar de geïnterviewden zijn behoorlijk unaniem dat er kansen te over zijn, ondanks de toenemende concurrentie. Ze zijn zelfs zo eensluidend dat we moeten beginnen met precies die vaststelling:

1. Er is enorm veel behoefte aan flex

“Aan het aantal aanvragen dat we krijgen, merk ik dat er meer dan voldoende werk is voor ons als uitzendonderneming”, zegt Jolanda Zielemans van Corio Works. “Kansen zat om te groeien dus. Wel is het zaak om een manier te vinden om aan opdrachtgevers te komen. Bij Corio Works merken we dat mond-tot-mondreclame een goed middel is. En uiteraard moet je goede kandidaten vinden en houden. Onze aanpak is blijven bellen en kandidaten veel aandacht geven.” Wim Davidse noemt 2021 zelfs één grote kans voor scale-ups. “Er is zo ontzettend veel behoefte aan flex. Dus ja, je bent niet het enige uitzendbureau op de markt – er zijn er zo’n 7.000 inmiddels – maar desondanks groeit de markt zo hard dat er ook voor jou plek is.”

2. Specialiseer je

Heb je dat nog niet gedaan, doe het dan alsnog: jezelf specialiseren. Zoek een niche, vind een doelgroep die bij je past. Gebruik daarbij de competenties ‘focus’ en ‘marketingfilosofie’ uit hoofdstuk 1. Davidse: “Want denk nooit als kleine, net gestarte ondernemer: ik kan alles doen voor iedereen. Ik kan én secretaresses leveren én lassers. Als scale-up moet je niet generiek willen zijn. Richt je op een specifieke doelgroep en leer die heel goed kennen. O ja, en zorg ervoor dat het een doelgroep is die bij je past, die je ligt. De ene ondernemer heeft bijvoorbeeld iets met techniek, de andere minder. Houd ook daar reke-

ning mee.” Paul de Wilde noemt specialiseren nadrukkelijk dé sleutel voor groei. “Het is in mijn ogen de enige manier om de grote generieke uitzendbureaus te verslaan.

Ga niet alles doen, pak je specialisme en zorg dat je de betreffende markt uitstekend kent. Dat wil zeggen, zorg dat je alles weet van elke functie in jouw specialisme. Om een voorbeeld te geven, zelf heb ik wel eens meegemaakt dat ik een stukadoor uit Bulgarije naar Nederland haalde die uitstekend leek te passen. Hij had ruim tien jaar ervaring, beweerde zijn vak te verstaan en toonde met foto's aan dat hij projecten goed kon uitvoeren. Kan niet missen, zou je denken. Maar eenmaal in Nederland keek deze stukadoor wazig toen hij met een rei aan de slag moest. Dat gereedschap kende hij niet uit Bulgarije. Mijn punt is dat je van dit soort details op de hoogte moet zijn om succes te hebben. Tot achter de komma moet je je specialiseren, weten hoe alles in elkaar zit.”

3. Vind en bind buitenlands én Nederlands personeel

De derde en laatste groeikans voor 2021 ligt in het vinden en binden van geschikte kandidaten. Robert Schoormans van Flexpartners legt uit: “Als je vanuit demografisch oogpunt naar Nederland kijkt, kun je voorspellen dat de beroepsbevolking in de nabije toekomst gaat dalen. Je kunt daarop anticiperen door je kansen in het buitenland te zoeken. Veel bureaus doen dat ook al, die zoeken bijvoorbeeld in Oost-Europa naar vakkrachten.” Toch liggen volgens Schoormans die kansen echt niet alleen in landen als Polen en Bulgarije. “Ook in Nederland liggen voldoende kansen. Maar dan niet bij dat kleine deel van de beroepsbevolking dat werkzoekend is, daar duikt iedereen natuurlijk al bovenop, maar juist bij diegenen die momenteel werk hebben. Probeer die grote groep te verleiden en aan je te binden.”

3. Groeibarrières
– Over obstakels, hindernissen en valkuilen.
En hoe die te omzeilen –

Persoonlijke eigenschappen die je nodig hebt voor groei. Kansen in de huidige markt. Het is allemaal leuk en aardig, maar hoe ziet groeien in de praktijk er nou concreet uit? Met welke ervaringen van ooit-ook-scale-ups kun jij je voordeel doen? In dit hoofdstuk verkennen we de groeibarrières die ook jij kunt tegenkomen. Wat kan een rem zetten op je groei? Is dit te voorkomen? En zo nee, hoe kun je het beste met zo'n barrière omgaan?

Vooropgesteld, er zijn tal van zulke hindernissen die te maken hebben met jouw specifieke situatie. Omdat ze liggen aan jou als ondernemer (zie ook hoofdstuk 1!), aan jouw organisatie of omdat ze gewoon aan stom toeval te wijten zijn. “Als je groeit, komt iedereen vanzelf zijn of haar eigen pijnpunten tegen”, zegt Paul de Wilde. Wat voor de een geldt, geldt voor de ander niet, maar toch is het aardig om van de geïnterviewde flexbureaus eerst te horen wat hun persoonlijke groeipijnen waren. Een kort rondje langs de velden...

Rancuneuze oud-werkgever

De obstakels die Harald Jager van KTP Interflex heeft moeten overwinnen, waren onder meer een oud-werkgever van hem. “Nadat ik bijna twintig jaar ervaring had opgedaan bij een uitzendbureau, besloot ik in 2017 om het met een compagnon zelf te gaan doen. Zo ontstond KTP Interflex. Helaas heb ik echt last gehad van mijn oude werkgever. Ooit had ik eens acht uitzendkrachten aan het werk bij één opdrachtgever, maar mijn oude werkgever had daar ook vijftien mensen zitten. Hij is toen naar die opdrachtgever gestapt met de mededeling ‘zij eruit of ik eruit’. Die opdrachtgever stond toen uiteraard met de rug tegen de muur. Zoiets heb ik vaker meegemaakt.” Door met nieuwe opdrachtgevers een goed contact op te bouwen, kon Jager toch groeien.

Buurt ageert tegen arbeidsmigranten

Een andere groeiremmende factor die hij heeft ervaren, is de reactie van de omgeving als er mensen uit Oost-Europa komen wonen. “Wij werken met arbeidsmigranten, voor wie we ook de huisvesting regelen. Een lastige bijkomstigheid is dat de buurt soms al in opstand komt voordat er een uitzendkracht in een woning is getrokken. En als ze er wonen, wordt er om het minste of geringste naar de uitzendkrachten gewezen als er iets misgaat. ‘Het zijn zeker die Polen weer’, hoor je dan. Soms is de situatie zodanig dat we moeten uitwijken naar een andere locatie. Dat kost tijd en geld.”

Huuropzegging die uit de lucht komt vallen

Met Corio Works heeft Jolanda Zielemans ook enkele incidenten meegemaakt die snellere groei in de weg stonden. In 2016 stopte haar toenmalige compagnon er plotseling mee en nam een passant de helft van het werk mee. En vorig jaar had ze onverwachte problemen met de kantoorhuur. “Wij waren gevestigd in een bedrijfsverzamelgebouw in Heerlen. Een paar jaar geleden hadden we ons kantoor zelfs nog verbouwd, groter gemaakt. Maar in het begin van de coronatijd, waarin we al minder goed draaiden, kregen we ineens te maken met een huuropzegging. En dat terwijl de nieuwe eigenaar van het pand ons nog zo had beloofd dat we zouden mogen blijven zitten. Maar nee, we moesten eruit. Intussen hebben een gelukkig een nieuw gebouw, waar we overigens wel een hogere huur betalen.”

Klantblindheid

Met al zijn ervaring als flexstrateeg heeft Wim Davidse in de afgelopen jaren heel wat scale-ups zien stranden, of in elk geval heel moeizaam langs barrières zien geraken. Dat waren vooral ‘intrinsic barrières’, die dus te maken hebben met de ondernemer zelf. “Ik heb de meeste scale-ups nat zien gaan op klantblindheid, dus het niet begrijpen van

de markt. Echt, als het fout gaat, gaat het vaak mis op dat gebied. Dan hebben ze bijvoorbeeld een dienst waar niemand op zit te wachten. Of ze zijn juist een van de zeer vele bureaus.” Een andere persoonlijke barrière is het niet kunnen aannemen van de juiste mensen, die passen bij de cultuur van jouw bureau. “Daar heb je mensenkennis voor nodig, enig gevoel voor psychologie ook.” Ten slotte noemt Davidse scale-ups die al snel in liquiditeitsproblemen komen omdat ze geen verstand hebben van financiën. “Voor al deze individuele groeibarrières geldt dat je ze kunt omzeilen door snel iemand naast je te zetten die jou aanvult.”

Verwarrende visie

Een echte groeistuijp waar Denis Vaessen met SOMA Works mee te maken kreeg, was het ontbreken van een heldere visie in het bedrijf. “Mijn compagnon en ik zijn van start gegaan, we kenden elkaar goed, deden ieder ons ding. Langzamerhand werd de club groter, zo hadden we in 2018 in totaal vijf medewerkers. Probleem werd dat iedereen zijn eigen SOMA-verhaal begon te vertellen. De ene noemde ons bij opdrachtgevers de goedkoopste van Limburg, terwijl de andere juist op online kanalen reclame maakte met het feit dat wij topkandidaten hadden, maar dat we daardoor niet per se de goedkoopste waren. Weer een ander zette in op volledige ontzorging als onze USP. Dat is allemaal niet handig en verwarrend voor de markt. We hebben toen een eenduidige visie ontwikkeld, uitgaande van de kernwaarden betrokken, ontzorgend en bekwaam. Dat hielp om verder te groeien.”

Individuele targets

Iets anders waarmee Vaessen door schade en schande wijs is geworden, zijn de individuele targets voor intercedenten. “Dat werkte niet, zo eerlijk moet ik zijn. Sterker nog, er ontstond zelfs een oncollegiale sfeer, bijvoorbeeld toen een collega een cv van een andere collega uit

zijn bureau haalde om de betreffende kandidaat stiekem te bemiddelen. Van die individuele bonussen zijn we daarom maar snel afgestapt. Ze frustreren de sfeer en daarmee de groei.”

Niet iedereen heeft natuurlijk last van plots stoppende compagnons, lastige bureaus, nare oud-werkgevers, ontbrekende visies of collega's-met-ellebogen. Toch geven de bovenstaande ervaringen je wel een goed beeld van wat je zoal zou kunnen overkomen. Dus doe je voordeel met al die lessons learned.

4 barrières waar iedere scale-up mee te maken krijgt

Dan over naar serious business. Want er zijn 4 barrières te definiëren waar iedere scale-up vroeg of laat mee te maken krijgt. Dus ook jij. Nog even los van algemene groeibarrières van (hopelijk) voorbijgaande aard, zoals COVID-19 en economische laagconjunctuur. En los van wetgeving waar iedereen inmiddels wel aan gewend zou moeten zijn, zoals de roemruchte WAB. We sommen de 4 barrières op en vertellen er meteen bij wat je ermee moet.

1. Investeren in software

Hoe omzeilen? Niet. Investeren in software doet even pijn, maar is noodzakelijk voor je toekomst.

Een CRM, ATS, verloningssoftware, planningssoftware, huisvestingssoftware. Allerlei andere software voor frontoffice, midoffice en backoffice. Je kunt als scale-up digitaliseren tot je een ons weegt. Waarom is investeren in software geen keuze? En waarom kan het wél een barrière zijn? Paul de Wilde: “Wil je als relatief kleine speler groeien, dan moet je software gewoon op orde zijn. Ooit ben ik recruitment bij wijze van spreken met Windows Verkenner gestart, maar dat werkte

niet. Vandaar dat wij in 2020 zijn overgestapt naar een totaaloplossing, een alles-in-één-systeem. Daarbij komt dat sinds de WAB steeds meer opdrachtgevers wilden dat wij de juridisch werkgever zouden worden van het personeel. Gevolg daarvan was onder meer dat wij ook verloningssoftware moesten aanschaffen. Het implementeren van al die software kost veel tijd en geld.” In die zin is investeren in software dus een *barrière*. Let wel: investeren in software zet slechts op korte termijn een rem op je groei. Het is even pijnlijk, omdat je je moet verdiepen en flink in de buidel moet tasten. Maar het is een investering in de toekomst, op lange termijn levert deze investering je tijd én geld op. Typisch geval van ‘kosten gaan voor de baten uit’ dus.

In welke software je zou moeten investeren, is afhankelijk van je situatie. Laat je daarover eventueel adviseren. Tino van den Tillart zweert zelfs nog bij good old Excel. “In mijn overtuiging heb je software alleen nodig als je zelf de verloning regelt. Heb je die uitbesteed, dan kun je – zeker als je wat kleiner bent – prima toe met Excel, dat houdt je scherp.”

Wat opvalt bij de meeste andere geïnterviewden, is dat de alles-in-één-systemen relatief populair zijn. Net als Paul de Wilde maken Harald Jager en Jolanda Zielemans daarvan gebruik, al geven ze toe dat ze de technologie nog niet optimaal benutten. Jager: “Doordat we relatief klein zijn, doen we best veel werkzaamheden buiten de software om. Als we snel iemand moeten plaatsen, nemen we niet de tijd om een vacature in het systeem te zetten. Dan werken we in onze ogen toch sneller zonder.”

Volgens Zielemans gebruikt zij slechts zo’n 10 procent van de mogelijkheden van haar alles-in-één systeem. Maar zelfs dat kleine percen-

tage levert haar al veel voordelen op: “Dankzij onze investeringen in software werken we nu een stuk efficiënter. Het bijhouden van gegevens van opdrachtgevers en kandidaten kost veel minder tijd dan toen we dat in Excel deden. Bovendien weten we nu zeker dat we aan de AVG voldoen.” Denis Vaessen ten slotte heeft ook geen seconde spijt van zijn investeringen in software en herkent zich in de voordelen die Zielemans noemt. “Wij zijn ooit begonnen met niks. Na Excel hebben we een huis-tuin-en-keukensysteem gehad. Beide kosten uiteindelijk tijd en geld. Momenteel hebben we eindelijk professionele software.”

2. Gebrek aan kennis

Hoe omzeilen? Expertisegebieden uitbesteden (zie ook hoofdstuk 4).

Ken jij alle ins en outs van de WAB? Ben je op de hoogte van alle CAO's? Ben jij AVG-expert? Deskundig op het gebied van de ET-regeling? Mooi. Maar de kans is groter dat je verzuipt in die duizelingwekkende hoeveelheid wetten en regels. Dat het zo veel tijd kost om alles bij te houden dat je langzamer groeit dan je zou willen. “Focus je als flexondernemer vooral op plaatsen van kandidaten,” zegt Ronald Vermeer, “je kunt simpelweg niet al die regelgeving bijhouden. Huur daar dan ook experts voor in.” Of koop software, want Vermeer ziet dat barrière 1 en 2 raakvlakken hebben. “Ik zie flexondernemers jarenlang met Excel werken, terwijl ze bijvoorbeeld voor een relatief klein bedrag een frontoffice-pakket kunnen aanschaffen. Dat levert om te beginnen tijdswinst op. Ze kunnen onder andere hun vacatures snel plaatsen op jobboards en social media. Maar verder voldoen ze ook aan wetgeving zoals de AVG. Die softwarepakketten houden bijvoorbeeld precies bij hoe lang kandidaatgegevens mogen worden bewaard.”

ET-regeling

Nog zo'n specifiek expertisegebied is de ET-regeling, iets waar Harald Jager in het verleden de mist mee is ingegaan. "Wij deden zaken met een backofficepartij. Die had het beste met ons voor, alleen de kennis van die ET-regeling was echt te beperkt, waardoor onze concurrentiepositie afnam. Zowel het tarief voor de opdrachtgever als het uurloon van de uitzendkracht schoot tekort. Dat remde onze groei. Om die reden zijn we overgestapt naar Flexpedia, een autoriteit op het gebied van de ET-regeling." Jagers verhaal toont aan: kennis over complexe regelgeving kun je als flexondernemer beter niet zelf opdoen, maar uitbesteden aan een deskundige partij, ook al kost dat geld.

3. Het niet-aannemen van medewerkers

Hoe omzeilen?: Neem de juiste mensen aan, maar doe dat gedoseerd

Het aannemen van personeel luistert extreem nauw. De scheidslijn tussen te snel en te langzaam mensen aannemen is flinterdun, maar kan net het verschil maken in je groei. Zo heeft Paul de Wilde met TPS achteraf gezien te lang gewacht met het zelf doen van recruitment. Het technisch uitzendbureau voor internationaal personeel vertrouwde jarenlang op internationale partners. "Dat ging op zichzelf best goed," zegt De Wilde, "maar het was toch een erg slimme zet om in 2017 recruitment in eigen hand te nemen. Dat had echter eerder gekund. Voor die tijd hebben we jarenlang bureaus in bijvoorbeeld Tsjechië ter plekke de sourcing laten doen, ik regelde dan de zaken op het moment dat iemand naar Nederland kwam. Maar recruitment, die hele candidate journey, is zo cruciaal voor je bedrijf. En dan bedoel ik het hele traject van iemand in het buitenland zoeken tot hier in Nederland plaatsen. Je kunt veel sneller groeien als je dat zélf doet."

Remco Valkman kan erover meepraten. “Nadat ik NestrX in 2002 ben gestart, heb ik te lang in mijn eentje alles zelf gedaan, wel een jaar of zeven. Waarom? Ik verdiende er gewoon een goede boterham mee, alles liep lekker en ik had niet echt de ambitie om groter te worden.” Valkman merkte dan ook dat hij niet groeide, maar er was nog meer. “Door de administratieve lastendruk waar flexondernemers mee te maken hebben, werd ik als het ware naar de backoffice getrokken. Verloning, facturatie, loonbeslagen, aangiftes: ik moest alles zelf doen. Ik kon dat wel, maar kreeg er totaal geen energie van.” Nadat Valkman mensen ging aannemen, begon NestrX flink te groeien. “Eerst kwam mijn vrouw in het bedrijf, zij ging onder andere de backoffice doen, zodat ik me kon richten op de frontoffice, op de opdrachtgevers en kandidaten. Daarna kwamen ook intercedenten in dienst. Win-win: ik kwam in contact met mensen en kreeg weer nieuwe energie, en NestrX groeide snel.”

Welke interne medewerkers neem je als eerste aan?

Ook andere flexorganisaties gingen harder groeien na het aannemen van interne medewerkers. Al verschillen ze onderling sterk in welke mensen ze precies in dienst namen. Lempers nam bijvoorbeeld intercedenten aan, Jager begon met het aannemen van een job coördinator en een administratief medewerker en De Wilde deed het weer anders. Met een soort drietrapsraket. “Jarenlang deed ik alles in m’n eentje, totdat opdrachtgevers me vroegen waar de facturen bleven. Daar had ik het eigenlijk te druk voor, daarom heb ik eerst iemand voor de administratie aangenomen. Toen we verder groeiden, heb ik mensen aangenomen voor sales, recruitment en huisvesting. Mijn eigen rol veranderde daarna in een aansturende. Sinds kort is er ook iemand voor de online marketing bijgekomen.”

Het is duidelijk dat niemand aannemen de groei van je bedrijf niet stimuleert, al is het maar vanwege de aanvullende competenties die je misloopt (zie hoofdstuk 1). Je kunt in je eentje best groeien, ook door zaken uit te besteden, maar je groei versnelt nu eenmaal bij het aannemen van nieuwe medewerkers.

Verkeerde en te snél interne medewerkers aannemen

Maar daar doemen nieuwe barrières op. Je kunt bijvoorbeeld de verkeerde mensen aannemen, zoals Wim Davidse en Denis Vaessen al eerder betoogden. Ook kun je te snél mensen aannemen. Die ervaring heeft Jules Lempers. “Op een gegeven moment zijn we bij Lempers Select van twee medewerkers naar vijf medewerkers gegaan, terwijl we daar eigenlijk geen ruimte voor hadden. Fysiek niet en financieel niet. Dat zou ik nu anders aanpakken. Het ging om intercedenten, een belangrijke functie in onze organisatie. Mijn visie op deze rol is dat het geen kuddedieren moeten zijn. Ik verwacht van intercedenten een creatieve, proactieve, bijna brutale inbreng. Maar daarvoor moet je ze als je ze aanneemt eerst wel goed begeleiden. Je kunt niet verwachten dat ze dit allemaal zelf meteen kunnen. Begeleiding kost veel tijd en ik ben daarin tekortgeschoten. Gevolg was dat ik twee mensen weer heb moeten laten gaan. Een dure les.”

4. Begeleiden van medewerkers en kandidaten

Hoe omzeilen?: Niet. Het is vergelijkbaar met investeren in software. Het kost je voor een periode veel tijd (en dus geld), maar is noodzakelijk voor je toekomst.

Lempers' laatste opmerking is meteen een mooi haakje naar de laatste groeibarrière die je hoe dan ook gaat tegenkomen: het begeleiden van medewerkers en kandidaten. Lempers zelf deed dat in eerste instantie onvoldoende en betaalde daarvoor een prijs. Denis Vaessen herkent

zich in dat verhaal. “Vroeger namen we bij wijze van spreken mensen aan die zonder goede begeleiding direct aan de slag moesten. Meteen maar moesten gaan bellen. Uiteindelijk merk je dat dat niet werkt. Nu hebben we een uitgebreide onboarding voor nieuwe medewerkers. We nemen de tijd voor ze en dat loont.”

Niet alleen eigen medewerkers moet je goed begeleiden, maar dat geldt ook voor kandidaten. Jolanda Zielemans van Corio Works heeft vooral uitzendkrachten van vmbo- en mbo-niveau. Die moet je goed begeleiden om uiteindelijk succesvol te zijn en dus te groeien. En dat is af en toe pittig. “Je moet ze helpen met het opmaken van hun cv, je moet sollicitatiegesprekken met ze oefenen enzovoort. Daar heb je echt wel tijd, geduld en doorzettingsvermogen voor nodig.”

Begeleiding kandidaten uit andere culturen

Dat is misschien nog wel meer van toepassing op kandidaten uit andere culturen. Tino van den Tillart is er heel realistisch over: dat kost inderdaad ontzettend veel tijd. “We willen met EU Match graag goed zijn voor onze mensen. Neemt niet weg dat ik 80 procent van mijn tijd kwijt ben met het oplossen van problemen rond kandidaten. Je bent soms vader, moeder, leraar en politieagent tegelijk. Om een voorbeeld te geven, Polen en Litouwers moet je niet samen in een woning zetten, die vechten elkaar de tent uit. Daar moet je al rekening mee houden. En laatst hadden we een zieke kandidaat, van wie we vermoedden dat hij corona had. Sowieso kostte het uitleggen van begrippen als quarantaine al zeeën van tijd, maar deze man moest ook getest worden. Volgend probleem: hij had geen rijbewijs. Daardoor moest ik naar de testlocatie rijden, al met al ben ik er bijna een dag aan kwijt geweest. Dit allemaal niet doen is geen optie, want goede begeleiding is gewoon noodzakelijk, anders wordt het niets. Uitbesteden is ook geen optie, want kandidaten uit het buitenland zien mij als baas. Ze zijn autoriteit-gevoelig, dus een ander zouden ze niet accepteren.”

Van den Tillart neemt dus de noodzakelijke tijd voor begeleiding voor lief, hij kan niet anders. Dat neemt niet weg dat hij hier wel eens een naar gevoel aan overhoudt. “Ooit heb ik eens een kandidaat uit Litouwen gehad, die was hier samen met zijn vrouw. Wat begon op te vallen, was dat die vrouw het ’s avonds drukker had dan overdag. En dat die man andere mannen aan het ronselen was om gebruik te maken van zijn vrouw. Dat alles in een door mij gehuurde en verzorgde woning. Uiteindelijk moest de politie er zelfs aan te pas komen. Het begeleiden van mensen kost dus geregeld ongelofelijk veel tijd.”

4. Groeikeuzes
- Slim kiezen = sneller groeien -

In dit hoofdstuk zoomen we in op belangrijke keuzes waar je voor komt te staan als flexondernemer. In het vorige hoofdstuk kwamen natuurlijk ook al keuzes aan de orde, namelijk hoe je omgaat met groeibarrières. Een dag in het leven van een flexondernemer zit nu eenmaal vol met keuzes, beslissingen en besluiten. Het grote verschil tussen hoofdstuk 3 en 4? Bij de groeibarrières zette elke mogelijke keuze een al dan niet tijdelijke rem op je groei. Neem investeren in software: niet doen is geen optie, je komt dan niet veel verder, groeit niet of nauwelijks, maar wél investeren kost tijd en geld. Dat betekent even remmen dus en daarna weer vol gas verder. Bij de groeikeuzes in dit hoofdstuk gaat het vooral om slimme keuzes maken die je helpen om sneller te groeien. Toegegeven, er zijn raakvlakken tussen hoofdstuk 3 en 4, maar vooral vullen ze elkaar prima aan.

Keuze 1: uitbesteden aan externe partijen of zelf doen als flexorganisatie?

Wat is slim om zelf te blijven doen als uitzendbureau, wat is juist verstandig om uit te besteden? Nuance vooraf: heel veel hangt af van je persoonlijke voorkeuren en situatie. Neem een onderwerp als je financiën. De ene ondernemer pleit voor het betrekken van een bank of investeerder, terwijl de andere het juist liever allemaal zelf doet. Zoals Jules Lempers, die alleen in de beginjaren noodgedwongen externe hulp inriep. “Ooit kreeg ik het advies om voor mezelf te beginnen. Maar ik had helemaal geen geld, en bij de bank duurde het allemaal erg lang. Ik kwam in contact met een investeerder en die geloofde in mijn bedrijfsplan. Deze heeft eenmalig 130.000 euro geïnvesteerd en dat bedrag heb ik zo snel mogelijk afbetaald. Het was af en toe wel even spannend of ik mijn uitzendkrachten op tijd kon betalen, maar dat is allemaal goed gekomen. Alles wat we sinds het afbetalen verdienen, blijft in de zaak. Heel bewust kies ik ervoor geen externe financiering meer te gebruiken, ik wil altijd voldoende liquide zijn, zodat ik alles

zelf kan financieren.” Kortom, er is hier geen goed of fout, of je nu zelf wilt en kunt financieren of niet. Het hangt af van je persoonlijke mogelijkheden en visie.

Gebrek aan kennis remt je groei

Waar vrijwel iedereen het over eens is, zo zagen we in hoofdstuk 3, is dat een gebrek aan kennis je groei remt, dus dat uitbesteden van specifieke inhoudelijke kennis een verstandige keuze is. Toch ook hier een kleine nuance, want er zijn flexondernemers die die kennis toe-vallig zelf in huis hebben, uitbesteden is in hun geval zinloos. Remco Valkman is een voorbeeld, hij zat in het verleden ooit onder meer in het bestuur van de NBBU en was de medeoprichter van de Stichting Normering Arbeid. Van wet- en regelgeving is Valkman nauwgezet op de hoogte. “Om die reden besteden we bij NestrX eigenlijk niets uit. Sterker nog, we kregen zelf zo veel vragen uit de markt over wetten en regels dat ik Back to Core heb opgericht, een organisatie die flexondernemers ondersteunt bij praktische en juridische zaken.”

Nu komen we eindelijk bij een onderwerp waar uitbesteden voor elke scale-up zinvol is, te weten een belangrijk onderdeel van je bedrijfsvoering: de backoffice. Voor veel andere onderdelen van je organisatie geldt dat het echt een persoonlijke overweging is of uitbesteden slim is of niet. We zagen al dat Paul de Wilde ooit het recruitment van TPS uitbesteedde en het later zelf ging doen. Dat laatste legde hem geen windeieren. Tino van den Tillart daarentegen kiest heel bewust voor een mix: deels zelf doen, via Indeed en vergelijkbare buitenlandse jobboards, en deels uitbesteden, via recruitmentkantoren.

Maar bijna alle betrokkenen hebben de backoffice (ooit) uitbesteed aan een externe partij. Verstandig, vindt Robert Schoormans van Flexpartners. “Voor een scale-up zijn financiën onmisbaar voor groei. Je

komt echter al snel in de knel bij het voorfinancieren van je uitzendkrachten. Terwijl je zit te wachten op het betalen van facturen door je opdrachtgevers, moet je je kandidaten al wel betalen. Het is wijs om de hulp in te roepen van een organisatie die dit soort backoffice-werkzaamheden van je overneemt.”

Precies dit probleem dat Schoormans schetst, heeft Tino van den Tilart in zijn ‘scale-up-jaren’ ondervonden. “Tussen het verlonen van uitzendkrachten en het betalen van opdrachtgevers gaapte een gat. Daarvoor was financiering nodig. Eerst heb ik daarvoor aangeklopt bij een bank, maar die stopte daar op een gegeven moment mee. Toen hebben we een backoffice-partij gezocht die de verloning voor ons is gaan doen.”

Ook voor Jolanda Zielemans is de backoffice – naast wat ICT-werkzaamheden – het enige wat ze met Corio Works uitbesteedt. De rest, van recruitment tot sales, doet ze zelf. Denis Vaessen ten slotte heeft ooit een dappere poging gedaan om de verloning zélf te doen, maar kwam al snel tot de conclusie dat uitbesteden slimmer was. En dat had niet alleen met de financieringskloof te maken. “Ik was letterlijk met pen en papier in de weer. Loonstroken uitprinten, in enveloppen doen, postzegels erop en naar de uitzendkrachten sturen. Uitbesteden bleek veel sneller en handiger. Ook voor ons is de backoffice nu het enige wat we overlaten aan een externe partij.” Schoormans voegt toe dat het uitbesteden van je backoffice soms maar van tijdelijke aard hoeft te zijn. “De eerste paar jaar van je bestaan zou ik het sowieso uitbesteden. De kosten van een backofficepartij zijn namelijk niet al te hoog. Maar ergens komt er een omslagpunt, dan ben je zo gegroeid dat je een afweging kunt maken tussen de kosten van een backofficepartij enerzijds en het aannemen van een backofficemedewerker en de benodigde software anderzijds.”

Om een lang verhaal kort te maken, veel ondernemers maken eigen onderbouwde keuzes om iets uit te besteden aan een externe partij of juist niet. De grote gemene deler van wat wel wordt uitbesteed, is specifieke kennis van wet- en regelgeving én de backoffice. Ronald Vermeer heeft een nuttig slotadvies voor flexondernemers bij het vaststellen van wat je precies moet uitbesteden en wat niet: “Je moet goed bedenken waar jouw kracht ligt als flexondernemer. Aan de hand daarvan bepaal je wat je zelf doet en wat je uitbesteedt. Focus alleen op wat je goed kunt en wat het belangrijkste is voor jou.”

Keuze 2: delegeren aan je medewerkers of zelf doen als flexondernemer?

Ben je perfectionistisch en houd je krampachtig vast aan bepaalde werkzaamheden of kun je gemakkelijk delegeren aan je naaste medewerkers? Of is er juist een goede reden om zaken in eigen hand te houden als de grote baas? En wat heeft dit alles in vredesnaam te maken met groei? Dat laatste is nooit helemaal te bewijzen, maar lees voor de aardigheid onmisbare groeiskill 4 uit hoofdstuk 1 eens terug. Wim Davidse legde daar uit dat snelgroeïende uitzendbureaus worden gekenmerkt door delegerende bazen, die erg betrokken zijn bij hun personeel.

Eén zo'n delegerende baas is Remco Valkman, die aangeeft in feite alles aan zijn interne medewerkers te kunnen overlaten. “We werken bij NestrX met een trouwe club medewerkers, hebben nagenoeg geen verloop. Het zijn professionals aan wie ik alle werkzaamheden kan toevertrouwen.” Bij Corio Works kan Jolanda Zielemans ook prima delegeren, maar toch is er iets wat ze graag in eigen hand houdt. “En dat zijn de financiën. Die zijn niet alleen belangrijk voor het voortbestaan van de onderneming, maar vooral is het echt mijn ding.” SOMA Works heeft een driekoppige leiding, zegt Denis Vaessen. Zij houden

de grote portefeuilleonderwerpen in eigen hand. “Data, onboarding, HR en financiën, dat doen we zelf. Maar alle operationele werkzaamheden rond opdrachtgevers en kandidaten delegeren we juist aan onze intercedenten. Zij kennen immers bedrijven en vacatures veel beter dan wij.”

Het slotadvies wordt hier gegeven door Paul de Wilde, die een nuttige tip heeft over delegeren. “Alles wat een repeterend karakter heeft, delegeer ik aan medewerkers. Maar alles wat te maken heeft met nieuwe zaken, met verandering, daar ben ik zelf graag bij betrokken. In een business als de onze, die enorm onder druk staat, wordt digitaliseren steeds belangrijker. Daarbij houd ik graag een vinger aan de pols. Dus als er een nieuw systeem geïmplementeerd wordt, ben ik erbij. Omdat ik dat belangrijk vind, maar ook omdat het leerzaam is.”

5. Groei-uitsmijters
- Groeitips vanuit de praktijk -

Groeitip 1: Pak je telefoon en ga bellen

Harald Jager: “Er zijn tal van marketingtips en -trucs te verzinnen om te groeien, maar het begint toch echt bij het klassieke ambacht: het persoonlijke contact met opdrachtgever en kandidaat. Niets doen levert ook niets op. Je moet dus zelf in actie komen om uiteindelijk uitzendkrachten te werk te stellen.”

Groeitip 2: Richt je alleen op opdrachtgevers en kandidaten

Ronald Vermeer: “Focus is echt het toverwoord. Je bent uitzendbureau, dus richt je dan ook op je corebusiness van het plaatsen van kandidaten bij opdrachtgevers. Een goede pizzeria maakt ook alleen pizza’s, niemand komt er speciaal om spareribs te bestellen.”

Groeitip 3: Vermijd prijsskopers

Remco Valkman: “Er zijn opdrachtgevers die voor een dubbeltje op de eerste rang willen zitten. Ga daar niet mee in zee of neem er afscheid van. Ze kosten je de meeste tijd en vaak betalen ze je ook nog eens het laatst.”

Groeitip 4: Houd er rekening mee dat je om de zoveel jaar een professionaliseringsslag moet maken

Wim Davidse: “In de eerste jaren steek je terecht veel tijd in digitalisering. Maar weet dat elke scale-up na ongeveer 3 tot 5 jaar, als je zo’n 10 tot 15 miljoen euro omzet draait, nieuwe stappen moet zetten. Op het gebied van het professionaliseren van je marketing, recruitment en sales bijvoorbeeld. Dat is echt een wetmatigheid waar je maar beter vast rekening mee kunt houden.”

Groetip 5: Laat je inspireren

Denis Vaessen: “Wat ons erg geholpen heeft, is geïnspireerd blijven. Dat kan op allerlei manieren, van het lezen van boeken over groei tot het bezoeken van ondernemersbeurzen.”

Groetip 6: Doe aan risicospreiding

Remco Valkman: “Daarmee bedoel ik dat je je opdrachtgevers zoveel mogelijk moet spreiden en daarmee dus je risico's. Beter 10 kleine opdrachten dan 1 heel grote. Stel dat die laatste wegvalt, heb je een probleem.”

**6. Facts & figures
inclusief info over de geïnterviewde
uitzendondernemers**

Ontwikkeling totaal aantal uitzendbureaus (code 78201)

Jaar+kwartaal	Stand - Hoofd-vestigingen	Stand - Neven-vestigingen	Stand - Vestigingen
2018Q1	5.785	1.564	7.349
2018Q2	5.831	1.489	7.320
2018Q3	5.856	1.475	7.331
2018Q4	5.947	1.470	7.417
2019Q1	5.967	1.462	7.429
2019Q2	5.992	1.458	7.450
2019Q3	6.027	1.435	7.462
2019Q4	6.078	1.453	7.531
2020Q1	6.090	1.435	7.525
2020Q2	6.060	1.347	7.407
2020Q3	6.069	1.326	7.395
2020Q4	6.076	1.324	7.400
2021Q1	6.078	1.305	7.383

Bron: KVK

Aantal startende uitzendbureaus per kwartaal (78201)

Jaar+kwartaal	Start - Hoofd-vestigingen	Start - Neven-vestigingen	Start - Vestigingen
2018Q1	220	41	261
2018Q2	164	12	176
2018Q3	221	19	240
2018Q4	207	14	221
2019Q1	187	18	205
2019Q2	172	20	192
2019Q3	187	34	221
2019Q4	220	19	239
2020Q1	201	24	225
2020Q2	127	13	140
2020Q3	155	22	177
2020Q4	185	15	200
2021Q1	nmb	nmb	nmb

Bron: KVK

Aantal stoppende uitzendbureaus per kwartaal (78201)

Jaar+kwartaal	Stop - Hoofd-vestigingen	Stop - Neven-vestigingen	Stop - Vestigin- gen
2018Q1	136	117	253
2018Q2	96	27	123
2018Q3	108	26	134
2018Q4	163	19	182
2019Q1	108	25	133
2019Q2	105	14	119
2019Q3	106	15	121
2019Q4	156	40	196
2020Q1	175	123	298
2020Q2	108	35	143
2020Q3	118	29	147
2020Q4	142	36	178
2021Q1	nmb	nmb	nmb

Bron: KVK

Aantal stoppende uitzendbureaus per kwartaal (78201)

Jaar+kwartaal	Stop - Hoofd-vestigingen	Stop - Neven-vestigingen	Stop - Vestigingen
2018Q1	12	0	12
2018Q2	11	0	11
2018Q3	15	1	16
2018Q4	13	1	14
2019Q1	10	0	10
2019Q2	12	1	13
2019Q3	15	0	15
2019Q4	16	0	16
2020Q1	12	0	12
2020Q2	15	2	17
2020Q3	8	0	8
2020Q4	7	0	7
2021Q1	nbn	nbn	nbn

Bron: KVK

Info over de geïnterviewde uitzendondernemers

Lempers Select

Geïnterviewde: Jules Lempers

Functie: mede-eigenaar

Aantal vestigingen: 2 (Heerlen en Sittard), vanaf januari '22 3 (Maas-tricht)

Aantal interne medewerkers: 7

Aantal uitzendkrachten: ongeveer 200

Overige informatie: Lempers Select bestaat ruim 2 jaar. Het uitzendbureau richt zich met name op het lage segment, tot mbo+. Het bemiddelt in functies voor onder meer de bouw, techniek, logistiek en klantenservices. Persoonlijk contact is de onderscheidende kracht.

KTP Interflex

Geïnterviewde: Harald Jager

Functie: mede-eigenaar

Aantal vestigingen: 1 (Enschede)

Aantal interne medewerkers: 5

Aantal uitzendkrachten: ongeveer 175

Overige informatie: KTP Interflex bestaat ruim 3 jaar. Het uitzendbureau werkt vooral met arbeidsmigranten uit Polen, Hongarije en Roemenië. Op basis van hun vakkennis worden zij naar Nederland gehaald en door KTP Interflex voorzien van huisvesting.

TPS

Geïnterviewde: Paul de Wilde

Functie: directeur

Aantal vestigingen: 1 (Breda)

Aantal interne medewerkers: 10

Aantal uitzendkrachten: ongeveer 75

Overige informatie: TPS is een technisch uitzendbureau dat 13 jaar bestaat en zich richt op internationaal personeel voor functies als elektriciën, onderhoudsmonteur, timmerman en stukadoor.

Flexpartners

Geïnterviewden: Ronald Vermeer en Robert Schoormans

Overige informatie: Flexpartners is een dienstenplatform voor de intermediair. Ruim een jaar geleden zijn Vermeer en Schoormans hiermee gestart om samen met ondernemers te kijken naar waar groeikansen zitten. Dankzij collectieve inkoop kunnen die ondernemers vervolgens tal van diensten tegen scherp tarief afnemen, zoals back-office, huisvesting en mobiliteit. Die diensten worden vervolgens door gespecialiseerde partners geleverd.

EU Match

Geïnterviewde: Tino van den Tillart

Functie: directeur

Aantal vestigingen: 1 (Veghel)

Aantal interne medewerkers: 3

Aantal uitzendkrachten: gemiddeld 80-90 op jaarbasis

Overige informatie: EU Match is van origine een aanbieder van personeelsdiensten die gebruikmaakt van Oost-Europese arbeidskrachten. Afhankelijk van de vraag van de opdrachtgever bemiddelt EU Match ook Nederlandse kandidaten.

Corio Works

Geïnterviewde: Jolanda Zielemans

Functie: directeur

Aantal vestigingen: 1 (Brunssum)

Aantal interne medewerkers: 5

Aantal uitzendkrachten: circa 65

Overige informatie: In 2012 is Corio Works opgericht, in 2016 heeft Jolanda Zielemans het bedrijf overgenomen. Met Corio Works wil zij een ‘menselijk uitzendbureau’ zijn, waarin mensen geen nummer zijn. Corio Works levert vooral personeel in de bouw, techniek, schoonmaak en transport.

Dzjeng

Geïnterviewde: Wim Davidse

Overige informatie: Davidse heeft als HR- en flexstrateeg Dzjeng opgericht. Van daaruit onderzoekt, adviseert en presenteert hij onder meer op het gebied van flexibiliteit en strategie. Daarnaast is hij hoofdredacteur van het vakblad Flexmarkt magazine.

SOMA Works

Geïnterviewde: Denis Vaessen

Functie: mede-eigenaar

Aantal vestigingen: 2 (Maastricht en Weert)

Aantal interne medewerkers: 13

Aantal uitzendkrachten: ongeveer 140

Overige informatie: SOMA Works is in 2011 gestart in Maastricht. Vaessen en zijn compagnons hebben het uitzendbureau in 2015 overgenomen en een professionaliseringsslag gemaakt. Met een heldere visie richten ze zich nu op de Metaal & Techniek, Bouw & Infra en Productie & Logistiek.

NestrX Uitzendbureau

Geïnterviewde: Remco Valkman

Functie: eigenaar

Aantal vestigingen: 1 (Dordrecht)

Aantal interne medewerkers: 8

Aantal uitzendkrachten: zo'n 230

Overige informatie: Valkman heeft NestrX in 2002 opgericht. Sindsdien is NestrX uitgegroeid tot een bureau dat zich met Werving & Selectie, Uitzenden en de Bemiddeling van zelfstandigen richt op alle sectoren.

7. Scale-up Stappenplan voor Spectaculaire Groei

Het Samenvattende Scale-up Stappenplan voor Spectaculaire Groei

Als je alle input van de experts achter elkaar zet, kun je de volgende 7 stappen voor verdere groei onderscheiden.

1. Ontwikkel je competenties

Werk hard, zet door, focus, wees sociaal, let op wat er in de markt gebeurt, kruip in de huid van je opdrachtgevers en kandidaten, en organiseer. Lukt iets je écht niet? Plaats dan iemand naast je die dat wel kan.

2. Zie de kansen (en grijp ze natuurlijk!)

Flex is everywhere. Kansen liggen er extra voor gespecialiseerde uitzendbureaus die hun doelgroep door en door kennen. En die kandidaten uit binnen- en buitenland op een slimme manier aan zich kunnen binden.

3. Investeer in software

Ongetwijfeld krijg je te maken met heel bijzondere tegenslagen, onvoorspelbare vooral. Maar zeker weten dat je ooit voor de keuze komt te staan of je moet investeren in dure software of niet. Het is eigenlijk geen keuze: doe het, want digitalisering gaat razendsnel. Laat je desnoods adviseren.

4. Besteed specifieke kennis en expertise uit

Nog zo'n blijvende barrière: al die ingewikkelde wetten en regels die flexland kent. Je bent echter je bedrijf niet begonnen om je te verdiepen in wetgeving, laat staan erin te verzuipen. Dus uitbesteden die hap.

5. Neem interne medewerkers aan

In je eentje kun je veel. Ook groeien lukt best. Maar lang niet zo spectaculair als wanneer je mensen aanneemt. Voor recruitment, marketing, sales, administratie, of wat dan ook. Doe het niet te snel, want 6.

6. Begeleid je medewerkers en kandidaten zorgvuldig

Haastige spoed is zelden goed. Als je mensen aanneemt, denk dan niet dat ze automatisch aan je wensen voldoen. Dat ze je visie begrijpen, dat ze in je cultuur passen. Neem de tijd voor goede onboarding en begeleiding. Geldt ook voor kandidaten, binnenlandse maar zeker buitenlandse.

7. Besteed de backoffice uit

Dit hangt een beetje samen met 3. en 4., maar vrijwel alle experts adviseerden dit expliciet en klip-en-klaar. Als scale-up kun je bijna niet zonder hulp van een backofficepartij. Denk alleen maar aan het voorfinancieren en het voldoen aan de juiste CAO's, SNA, SNCU, etc. Kost een beetje, levert veel op.

8. Slotwoord en dank

Slotwoord

Hopelijk geeft dit boek je handvatten om van scale-up door te groeien naar ongekende hoogten. Het is nu verder aan jou, tenminste: als je de juiste skills hebt, alle kansen ruikt, de barrières handig omzeilt, de slimste keuzes maakt en de tips en adviezen van de ervaringsdeskundigen opvolgt! Succes!

Dankwoord

Dank aan allen die hebben meegewerkt aan de realisatie van dit boek. Vooral de geïnterviewde uitzendondernemers en onafhankelijke experts die de tijd wilden vrijmaken om hun kennis en ervaringen te delen. Superbedankt!

Team Flexpedia
www.flexpedia.nl

Uitzendbureau Scale-Up Praktijkcase

Een blauwdruk voor flexbureaus met groeiambitie

Hoe doe je dat eigenlijk, groeien? Of je nu een start-up, scale-up of grotergroeier bent, op allerlei momenten in het bestaan van je uitzendbureau ben je toe aan een groeistap. In het bijzonder voor jou als scale-up – lees: het uitzendbureau dat zo'n één tot drie jaar bestaat – hebben we dit boek geschreven. Om je concreet inzicht te geven in bijna alle mogelijke onderdelen van groei, waarmee je vervolgens zelf praktisch aan de slag kunt.

We hebben onderzoek gedaan en input gevraagd van allerlei uitzendbureaus die groei aan den lijve hebben ervaren. Met alle stuipen die daarmee gepaard gingen. Ze kunnen je uit eigen ervaring vertellen wat je wel en vooral ook níét moet doen. Naast die uitzendbureaus laten we onafhankelijke experts aan het woord.

Het boek is verder doorspekt met feiten, quotes, cijfers, tips, tricks en adviezen, de zogeheten groei-uitsmijters. Je komt ze overal tegen in het boek en zijn direct toepasbaar in de praktijk van jouw eigen uitzendbureau om te groeien.

**'Must read
voor ambitieuze
flexondernemers
met groeiambitie'**



€14,95

