



Jan Krediet winnaar TLN Ondernemersprijs 2017, categorie groot

'Kracht en creativiteit medewerkers gebruiken'

Geweldig vinden ze het bij Jan Krediet om na het faillissement en de succesvolle doorstart eind 2013 nu de TLN Ondernemersprijs 2017 in de categorie groot in de wacht te slepen. "En we hebben 't met z'n allen gedaan!", aldus de directie.

DOOR ANNELIES VAN STIJN

Drie jaar geleden hing de vlag er bij Jan Krediet in Steenwijk, internationale meubel- en keuken-transporteur, heel anders bij dan nu. "Het ging niet goed en er was werkelijk geen houden meer aan", zegt Klaas Slim, sinds september 2013 betrokken bij Jan Krediet en sinds begin 2014 algemeen directeur. Slim en commercieel directeur Rogier Stoop vormen de directie. Beiden zijn mede-eigenaar. "We zijn failliet gegaan en hebben een doorstart gemaakt. Daarbij hebben we van een derde van ons personeel afscheid moeten nemen. Inmiddels gaat het goed. Toen ik afgelopen voorjaar het managementteam dan ook voorstelde mee te doen aan de TLN Ondernemersprijs keken ze me sceptisch aan. Ik heb toen gezegd: als je de beste wil zijn in het vak meubellogistiek, dan moet je jezelf durven meten en de concurrentie willen aangaan. Boven-

dien zag ik het hele traject van de TLN Ondernemersprijs, waar wordt gewerkt volgens het INK-model, als een soort gratis bedrijfsscan. Winnaar of niet, we zouden er veel aan kunnen hebben."

Bijzonder

Slim grinnikt als hij terugdenkt aan de enorme vragenlijst die in het kader van de TLN Ondernemersprijs moest worden ingevuld. "Dat kostte veel tijd, maar op basis van deze lijst zijn we wel genomineerd. We waren aangenaam verrast door de nominatie. Niet in de laatste plaats omdat we ook nog eens waren genomineerd in de categorie groot. Omdat we ons er op laten voorstaan dat we de klus van wederopbouw met z'n allen hebben geklaard, hebben we voor het bezoek van Dekra ook medewerkers uit alle geledingen van ons bedrijf hun verhaal laten doen. Zelfs beddenfabrikant Auping

heeft als klant met de heren van Dekra gesproken." Alleen al de terugkoppeling die Slim na die dag kreeg van Dekra was voor hem waardevol om tot verdere verbeteringen te komen. "Maar nu we genomineerd waren, Dekra een dag was geweest en er filmpjes waren opgenomen, kwamen we in de mood. Vanaf dat moment wilden we natuurlijk ook winnen. Je hebt het dan alleen niet meer zelf in de hand. We gaven onszelf wel een kans, maar het was voor mij een moment om nooit meer te vergeten toen ik onze naam tijdens die lasershow zag verschijnen. Dat was écht bijzonder."

Boost

Het winnen van de prijs heeft de medewerkers en dus ook Jan Krediet als bedrijf een enorme boost gegeven. Slim: "Het faillissement heeft er enorm ingehakt en een stuk zelfvertrouwen weggehaald. Bovendien

is het moeilijk, ook voor degenen die hier wel konden blijven werken, om weer vrolijk en onbezorgd aan de slag te gaan. Het winnen van de prijs geeft aan dat we de goede weg zijn ingeslagen. We hebben de prijs gewonnen, omdat we de kracht en de creativiteit van al onze medewerkers hebben gebruikt. Dat is echt een staaltje sociale innovatie." Slim vertelt dat er veel reacties zijn gekomen op het winnen van de prijs van klanten en relaties. "Ook hebben we veel aandacht gekregen van de diverse media met zelfs een pagina in Het Financieel Dagblad, een interview op BNR Nieuwsradio en een artikel in een meubelblad. Uit alles blijkt dat de TLN Ondernemersprijs aanzien heeft."

Enthousiasme

Het enthousiasme over de aanbevelingen van Dekra was zo groot bij de directie van Jan Krediet dat de suggestie om de verouderde website aan te passen aan de moderne bedrijfsvoering al is gedaan. "De tijd van veel trucks, magazijnstellingen en opsommingen op de website is voorbij. Er staan nu meer filmpjes en andersoortige teksten en beelden op", aldus Slim. Verder zijn ze bij Jan Krediet nu ook volop bezig met de opbouw van business intelligence, ofwel dashboards met koppelingen naar allerlei data.

Samenwerking

Op de vraag waar 'm het succes in zit na de doorstart van het bedrijf en wat er is veranderd, hoeft Slim niet lang na te denken. "Ten eerste zijn we gaan samenwerken met transportbedrijven die ook meubellogistiek verzorgen. De meesten zitten in het zuiden van het land. Samenwerken is dan gunstig, want daarmee voorkomen we veel af- en aankilometers en dus ook lege kilometers. Verder doen we veel meer aan automatisering. Zo zijn we druk bezig met klanten realtime dashboards

'Maximaal inzicht geeft betrokkenheid en motivatie'

te geven. Daarin kunnen ze diverse data zien, zoals betrouwbaarheid, doorlooptijden en zendinggrootte per regio. Wijzelf kunnen de rendementen niet alleen per klant, maar ook per regio per klant zien. Ook het betrekken van het personeel bij de processen is een belangrijke verandering



Jan Krediet verzorgt meubelvervoer nationaal en internationaal.

geweest na de doorstart. We geven hen per maand maximaal inzicht in hoe we ervoor staan, wat de rendementen en de plannen zijn en hoe het staat met de klanttevredenheid enzovoorts. Dat geeft betrokkenheid en motivatie."

Scrum

Een manier van werken die Slim ook heeft doorgevoerd na de doorstart is het zogenoemde scrummen. "Iedere ochtend om negen uur komen op vijf plekken medewerkers met een teamleider vijftien minuten bij elkaar. Ze behandelen twee vragen: Wat had gister beter gekund en waar gaan we vandaag op letten? De vijf teamleiders komen vervolgens naar mij en gezamenlijk doen we een zelfde sessie. Dat werkt goed. Het is een borgen van dat voornemens en ideeën ook daadwerkelijk worden uitgevoerd." Slim licht toe: "Ik ben van huis uit organisatiepsycholoog en bedrijfskundige. Ik kijk graag naar deze processen. Daarbij ben ik naast directeur van Jan Krediet ook nog een dag in de week akkerbouwer. En zoals in het boerenbedrijf aan de keukentafel overleg wordt wat er die dag gaat gebeuren, wie wat doet en wat beter kan, zo doen we dat hier nu ook. Heel simpel, het heeft me wel een halfjaar gekost om het ingeslepen te krijgen, maar het werkt."

Weeksprints

Naast de scrums zijn er ook de zogenoemde weeksprints, waarin medewerkers wordt gevraagd met ideeën te komen. "Daar

worden ze aan het einde van het jaar ook op beoordeeld", zegt Slim. "Op deze manier betrek je je medewerkers bij de operatie en je hoort niet meer dat ideeën geen gehoor vinden. Het gaat hierbij niet altijd om grote dingen, maar wel om tips en adviezen die duidelijk tot efficiency en verbetering van de processen leiden. Het mag bij ons niet meer voorkomen dat medewerkers zeggen dat een bepaald probleem al heel lang bestaat, maar dat niemand er iets aan doet."

Visie

Het was voor Slim en de rest van de medewerkers dus geen verrassing dat de jury in haar rapport aangaf dat "Jan Krediet een bedrijf met visie is, waar innovatie en continue verbetering volop aandacht krijgen en het personeel een niet te onderschatten factor is. Een bedrijf waar mensen al hun talenten zo goed mogelijk kunnen gebruiken". Het in 1924 opgerichte Jan Krediet is – met zijn drie vestigingen, ruim 130 man personeel, circa 100 vrachtwagens die dagelijks voor klanten de weg op gaan, 25.000 vierkante meter warehouse & expeditie en meer dan 15.000 palletplaatsen – de klap van 2013 duidelijk te boven. Voor internationaal transport participeert Jan Krediet in Mach-3000, een samenwerkingsverband van meubelvervoerders in heel Europa. Naast transport verzorgt Jan Krediet ook voorraadbeheer, orderpicking, handling en orderadministratie, meubelasssemblage, (her)verpakken, etiketteren, retouren afhandelen en factureren.