

Wie is... Richard Theuws

“IK HEB EEN STAPJE TERUGGENOMEN EN BEN MEER GAAN ONDERNÉMEN”



RICHARD THEUWS (37) IS EEN GEDREVEN ONDERNEMER IN BERGEIJK EN SAMEN MET ZIJN VROUW EIGENAAR VAN MERCHANDISE.NL. ZIJN BEDRIJF BEHEERT MAAR LIEFST 25 WEBSITES EN IS DÉ SPECIALIST IN MERCHANDISE, PROMOTIONELE ARTIKELEN, RELATIEGESCHENKEN EN PRIVATE LABEL PRODUCTIES. HIJ WON DE ZIBB BUSINESS CHALLENGE 2009 OMDAT ZIJN CREATIEVE BEDRIJF OP VEEL VLAKKEN ONCONVENTIONEEL MAAR WEL SUCCESVOL IS. “WIJ WERKEN OP EEN KLASSIEKE ‘BOEREN’ MANIER.”

HOE IS HET ZO GEKOMEN?

“Ik had er nooit aan gedacht om een eigen zaak te beginnen. Het is per ongeluk gebeurd. Het zit in mijn bloed denk ik, want mijn vader had een eigen wegebouwbedrijf. Ik was bedrijfsleider bij een producent van sportartikelen en een klant vroeg me een kledinglijn te ontwikkelen. Ik vond dat een heel leuk idee en besloot om samen met vrienden – ontwerpers en tatoeëerders – voor de hobby een eigen kledinglijn te ontwikkelen, maar dat ging me niet vlug genoeg. Ik was heel enthousiast over mijn idee en kon niet wachten. Omdat ik destijds mijn eigen kleding met vlammen en doodskoppen in het buitenland moest bestellen,

ben ik kleding uit Amerika gaan importeren. Die verkocht ik dan op festivals en andere evenementen. Omdat ik veel mensen in de muziekindustrie ken, kreeg ik regelmatig verzoeken of ik niet petjes of shirtjes voor hen kon maken. In het begin vond ik dat niet zo interessant want ik had een leuke baan, maar ik ben het toch gaan doen. Dat is op z’n zachtst gezegd uit de hand gelopen.”

HOE IS HET OM ZELFSTANDIG ONDERNEMER TE ZIJN?

“Het bevalt me heel erg goed! Ik doe de hele dag wat ik leuk vind, wat wil je nog meer? Of ik van mijn hobby mijn werk heb gemaakt? Nee! Want toen we begonnen wist ik niet eens het verschil tussen polyester en katoen. Ik ben per ongeluk iets gaan doen wat ik erg leuk vind. Na verloop van tijd wordt dat dan vanzelf je werk én je hobby. We werken inmiddels voor heel uiteenlopende klanten, maar we komen oorspronkelijk uit de muziekindustrie. Dat is een heel leuke branche. Je hebt alleen al een band met mensen omdat je van dezelfde muziek houdt. Een persoonlijke aanpak is dan een stuk eenvoudiger. Ik ben trots op onze klanten en ik vind het leuk om daarover te vertellen op onze blog. Maar we werken voor iedereen – van de verjaardag van oma tot een nationale direct marketing actie – en we maken alles;

“We zijn nog geen grote jongen, maar opereren wel in een heel grote markt. Als we zouden willen kunnen we tien keer zo groot worden”

SIMPLY CLEVER



ONZE NIEUWE VERDIENMODELLEN



De nieuwe **Škoda** Superb Combi vanaf **€ 28.200,-**
Lease vanaf **€ 549,-**

DE NIEUWE ŠKODA FABIA GREENLINE SLECHTS 14% BIJTELLING



De nieuwe Fabia Combi Greenline 1.2 TDI.

- 14% bijtelling
- Houdersschapsbelastingvrij
- brandstofverbruik gem. 1 op 29,5 km
- CO2 uitstoot slechts 89 gr/km
- Royale uitrusting
- Slechts € 15.990,-
- **Lease vanaf € 299,-**

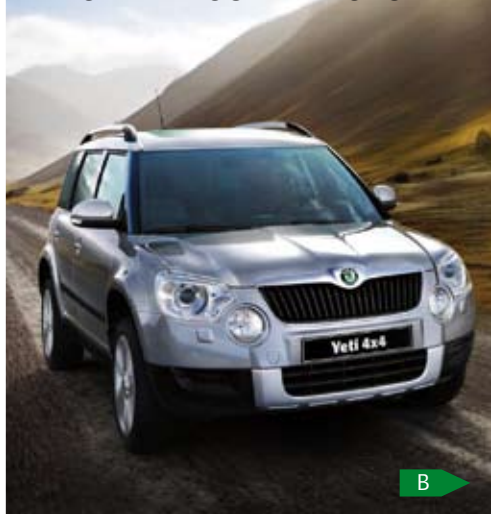
DE OCTAVIA SLECHTS 20% BIJTELLING



Octavia 1.2 TSi 105 pk Benzine
vanaf **€ 18.700,-**
Lease vanaf **€ 429,-**

Octavia 1.6 TDi 105 pk Diesel
vanaf **€ 25.300,-**
Lease vanaf **€ 589,-**

DE YETI DE SLIMME SUV VAN ŠKODA



Vanaf € 19.190,-
• **5 Sterren score NCAP crashtest**
• **Leverbaar met 7-traps DSG automaat**
• **Lease vanaf € 399,-**

Brandstofverbruik gemiddeld 3,4-10,2 L/100 km (1 op 9,8-29,4) CO2 emissie 89-237 gr/km.

Genoemde vanaf prijs is incl. BTW en BPM, excl. verwijderingsbijdrage en kosten rijklaar maken. Leasebedrag is excl. BTW en brandstof per maand via Skoda Leasing o.b.v. 48 mnd en 20.000 km per jaar full operational lease. Wijzigingen, druk- en zetfouten, ook in uitvoeringsdetails, voorbehouden.

AUTOBEDRIJF WILS

Waalreseweg 128, 5552 HR Valkenswaard, Tel.: 040 - 203 06 33



“Het gevolg van een slechte werksfeer is vrijwel altijd een inefficiënt bedrijf waar dagelijks veel productiviteit en dus opbrengst verloren gaat”

stapje teruggenomen uit mijn werkproces en ben meer gaan ondernemen. Ik merkte dat ik meer uit handen kon geven dan ik had gedacht, waardoor ik me meer kon richten op het verbeteren van de organisatie.”

HANTEER JE EEN BEPAALDE VISIE?

“Wij werken op een klassieke ‘boeren’ manier. Wij kopen pas iets als we het kunnen betalen. Als morgen alles in zou storten, dan hebben we geen grote problemen, want alles wat hier staat, is betaald. Je moet je niet groter voordoen dan je bent. Verder vinden we de werksfeer binnen een bedrijf heel belangrijk. Ik ben in het verleden zelden bedrijven tegengekomen met een echt prettige werksfeer. Het gevolg is vrijwel altijd een inefficiënt bedrijf waar dagelijks veel productiviteit en dus opbrengst verloren gaat, omdat de sympathie weg is. Vanaf het moment dat we ‘aan het personeel moesten’ proberen we echt collectief samen te werken en zorgen we voor veelvuldig overleg zodat alle neuzen dezelfde kant op staan. Als puntje bij paaltje komt, dan ben ik natuurlijk wel de baas, maar wel op zo'n manier dat iedereen daar grip voor heeft.”

HOE ZIE JE DE TOEKOMST VOOR JE?

“Op logistiek en administratief gebied hebben we een goede organisatie, dus we zijn heel schaalbaar en kunnen redelijk eenvoudig nieuwe websites opstarten. Maar we hebben nog geen idee hoe groot we willen en kunnen groeien. We kijken heel gefocust naar eventuele uitbreidingen. Iedereen binnen ons team heeft zijn eigen specifieke kwaliteiten waarin hij beter is dan de rest. Daar leren wij allemaal van. We zijn altijd op zoek naar mensen die ons bedrijf naar een hoger plan kunnen tillen, maar we houden wel scherp in de gaten dat we niet meer groeien dan we aankunnen.”

van bedrukte en geborduurde (werk)kleding tot buttons en op maat geproduceerde premiums. Het is erg leuk om persoonlijk advies te geven. We hebben goede connecties in productielanden over de hele wereld en kunnen daardoor breder denken dan het gemiddelde relatiegeschenkenbedrijf. Op basis van de doelgroep en het budget van de klant kunnen wij een voorstel uitwerken dat bij hen past.”

BEN JE SUCCESVOL?

“We zijn in juni 2003 begonnen. Toen was het echt nog een hobby. Vanaf 2005 zijn we ook voor anderen gaan produceren en toen hebben we ons eigen kledingmerk al heel snel stil moeten leggen. Vanaf dat moment groeien we echt enorm, afgelopen jaar zelfs met twintig procent. We vinden klantenbinding heel belangrijk. Internetmarketing zorgt voor nieuwe klanten en omdat de meeste klanten terugkeren, betekent elke nieuwe klant dus een omzetgroei. Door de crisis zijn er best wel veel concurrenten failliet gegaan. Het is misschien wat lomp om te zeggen, maar achteraf gezien hebben wij daar wel profijt van gehad. Wij zijn een klein bedrijf en beginnen nu eigenlijk pas mee te tellen binnen de branche. We zijn nog geen grote jongen, maar opereren wel in een heel grote markt. We kunnen tien keer zo groot worden, al betwijfel ik of we dat willen. Als de markt voor de helft in zou zakken, dan betekent dat nog dat we vijf keer zo groot kunnen worden. De crisis heeft vooral een aantal bedrijven getroffen dat niet met vernieuwing bezig is. Wij hebben niet bewust gekozen voor vernieuwing tijdens de crisis, want we zijn daar sowieso al constant mee bezig. Als je je hoofd boven het maaiveld steekt, kan ie ervan afgekapt worden. Gebeurt dat echter niet, dan ziet iedereen je wel.”

WAT HEEFT DE ZIBB BUSINESS CHALLENGE 2009 OPGELEVERD?

“We hebben er niet alleen een groot advertentiebudget, een auto, goede contacten en leuke opdrachten aan overgehouden, maar hebben er ook waardevolle lessen uit geleerd. Als je een onderneming start, dan begin je heel creatief je plannen uit te werken. Maar als het eenmaal begint te lopen, dan zit je op een gegeven moment gewoon ‘je werk te doen’. Dat zijn over het algemeen taken die je ook gerust aan je personeel kunt overlaten. Met deze wedstrijd werd ik verplicht om dat stuk even los te laten. Ik heb een