

WHAT IF...

AIKO KOSTER, PARTNER

In gesprekken met klanten spreek ik geregeld over het veranderde evenwicht in de wereld. Vaak komt dezelfde vraag naar voren: hoe reëel is de verwachting dat zaken compleet anders zullen (ver)lopen dan we tot op heden gewend zijn? Enige jaren geleden hadden we namelijk niet kunnen bevroeden dat het grootste vakantiebedrijf ter wereld geen eigen onroerend goed bezit, het snelst groeiende taxibedrijf ter wereld geen eigen wagens op de balans heeft staan en dat een succesvolle Nederlandse start-up allerhande objecten verhuurd zonder daarvan zelf het eigendom te hebben.

Naast de exponentiële groei die deze bedrijven doormaken, hebben ze nog iets gemeen: Massive Transformative Purpose (MTP), een hoger doel om iets radicaal te veranderen en ondertussen de wereld te verbeteren. Voor AirBnb en Uber is dat naar mijn mening de capaciteit van kamers en auto's beter inzetten. Duurzaamheid dus. Ze krijgen medewerkers en publiek enthousiast voor wat ze aan het doen zijn, omdat een positieve bijdrage aan een wereldwijde verandering meer motiveert dan hogere winstcijfers.

Naast het hebben van een hoger doel zijn er nog vier andere 'nieuwe spelregels' die deze bedrijven hanteren: veel flexibel en op afroep beschikbaar personeel, het benutten van de gemeenschap, slim gebruik van algoritmes en het benutten van andermans bezit. De inzet van flexibel personeel en het gebruik van algoritmes maakt dat ze veel efficiënter kunnen werken. Dat dit niet alleen besteed is aan nieuwkomers op de markt bewijst pakketvervoerder UPS dat 2 miljard euro per jaar heeft bespaard sinds algoritmes de routes van hun chauffeurs bepalen. Die houden rekening met files en berekenen zo de goedkoopste routes.

Vaak vertellen ondernemers mij dat start-ups relatief makkelijk deze elementen kunnen inzetten, omdat zij niet de erfenis hebben van oude bedrijfssystemen en -culturen. Maar een extreem voorbeeld dat gevestigde patronen je als ondernemer juist niet in de weg hoeven te staan, zag ik onlangs in de prachtige documentaire 'Ants on a shrimp' van de Nederlandse regisseur Maurice Dekkers.

De film vertelt het verhaal van René Redzepi, de beroemdste chef-kok van de wereld, die al jarenlang met zijn restaurant Noma wordt uitgeroepen tot beste restaurant ter wereld. Hij heeft zijn zaak in Kopenhagen dichtgegooid en is met zijn hele team verkast naar Tokyo. In zijn pop-up restaurant wilde het team in drie maanden tijd 3.000 couverts serveren. Voordat de tijdelijke zaak überhaupt open was, hadden zich al meer dan 60.000 mensen gemeld om te komen eten.

Redzepi illustreert hiermee prachtig dat hij zoekt naar een radicale wijziging als zaken comfortabel gaan aanvoelen. Dit was een van zijn grootste drijfveren om naar Tokyo te gaan. Alleen in deze oncomfortabele positie komt zijn creativiteit en ondernemerschap tot volle wasdom en is hij is staat iets neer te zetten wat anderen niet lukt. Zo beantwoordt Redzepi zijn eigen 'what if'-vraag.

Daarmee raakt Redzepi wat mij betreft de essentie van één van de facetten van een goed en succesvol ondernemer. Ook bestaande spelers kunnen een exponentiële organisatie worden: als ze bereid zijn radicaal te veranderen. Kleine stapjes zijn niet groot genoeg.

📍 JEROEN OERLEMANS