

IN WELKE BUSINESS ZIT JIJ EIGENLIJK?

Wim van Rooijen, trendverkenner bij Fountainheads
en veelzijdig ondernemer



wim@fountainheads.nl
033 260 0321
www.fountainheads.nl

De specerijenhandel heeft honderden jaren bestaan en creëerde veel welvaart. De eerste multinational de VOC en de Beurs in Amsterdam zijn iconen van onze geschiedenis. Miljoenen mensen over de hele wereld gebruikten specerijen. Niet alleen om smaak toe te voegen aan hun eten, maar vooral ook om eten te conserveren.

Aan de lucratieve handelsroutes kwam geen einde omdat kruiden en specerijen bijvoorbeeld dichterbij de afzetmarkten werd geproduceerd of werden vervangen door andere voedingsmiddelen. De handel werd in de 19e eeuw, binnen slechts 20 jaar, bijna volledig verstoord nadat de Amerikaan Frederic Tudor begon met het over de hele wereld verzenden van ijsblokken. Mensen merkten al snel op dat ijs kon helpen om voedsel langer te bewaren. Tudor zelf had geen specifieke 'anti-specerijenhandel-agenda' maar zijn eenvoudige idee om wereldwijd natuurlijk ijs te verkopen verstoortte de specerijenhandel wel.

Bedrijven die actief waren in de specerijenhandel verkochten, achteraf bezien, dus eigenlijk geen specerijen maar langer houdbare en smaakvollere voedingsmiddelen! En Tudor verkocht geen 'gebakken lucht' maar conservering door koeling met behulp van bevroren water.

Waarom profiteert de gevestigde orde met uitstekende marktposities zo weinig van nieuwe inzichten, ideeën of technologische vernieuwing? Als belangrijkste reden kan worden opgevoerd dat voor veel ondernemers niet duidelijk is in welke markt ze opereren. Het succes en het gemak waarmee in periodes van hoogconjunctuur de omzet wordt binnengehaald ontnemt ze het zicht op de werkelijke toegevoegde waarde voor hun klanten. De oogkleppen staan te strak afgesteld. Er wordt te weinig 'gegluurd bij de burens' en er is te nauwelijks ruimte voor functieloze tijd waarin de echte existentiële vragen en antwoorden van de onderneming worden onderzocht.

En zo is het aantal koetsenbouwers dat het uiteindelijk tot autofabrikant heeft geschopt op één hand te tellen. Het fossiele brandstof tijdperk zal om dezelfde reden ook niet eindigen door een tekort aan olie maar omdat er betere, schonere en goedkopere alternatieven zijn.

Om bestaansvraagstukken te beantwoorden helpt het om op een hoger abstractieniveau naar de markt te kijken. Op het moment dat je bijvoorbeeld bedenkt dat je mobiliteit levert in plaats van auto's verkoopt, of energie in plaats van fossiele brandstoffen, gaat er een wereld van nieuwe mogelijkheden open om de continuïteit van je bedrijf veilig te stellen.

De komende periode rondom de feestdagen leent zich uitstekend om eens serieus stil te staan waarom klanten op dit moment zo graag jouw producten of diensten afnemen. Tijd ook om te bedenken of er alternatieven voor het invullen van die wensen of behoeften zijn op basis van bestaande of zich ontwikkelende trends of nieuwe technologische mogelijkheden.

Want als jij dat zelf niet doet is er altijd wel iemand anders die graag de comfortabele marktpositie van je onderneming overneemt. Ook Frederic Tudor heeft het uiteindelijk niet volgehouden. Kunstmatig gemaakt ijs verving de natuurlijk geoogste variant. Ook hij vergat zich op tijd af te vragen wat nu echt belangrijk was voor zijn klant en welke technologische alternatieven er voorhanden waren.

De vraag voor jou is dus: In welke business zit jij eigenlijk?

Wim