

Raben winnaar TLN Ondernemersprijs 2011 in categorie Groot

# 'Aangenaam v



Voor Raben Nederland is het winnen van de TLN Ondernemersprijs 2011 niet alleen een aangename verrassing, maar ook een kroon op het werk. Het bedrijf steekt heel veel tijd en energie in kwaliteit en risicomanagement.

DOOR ANNELIES VAN STIJN

**N**iet één, maar twee prijzen sleepte het Raben Nederland uit Winterswijk binnen een week in de wacht. Na de TLN Ondernemersprijs 2011 volgde 3 dagen later ook de *Dutch-Polish Trade Award*, een prijs voor duurzaam ondernemen. Het geeft aan dat dit Achterhoekse transportbedrijf, dat vooral groot en bekend is in Polen en andere Oost-Europese landen, ook in Nederland hard aan de weg timmert om naam te maken. 'Dat is ook onze inzet geweest voor dit jaar', zegt Sven Baars, *managing director* van Raben Nederland. 'Dit van origine Achterhoekse

familiebedrijf is 80 jaar geleden begonnen en in 1993 uitgevlogen naar Polen waar we inmiddels één van de grootste transporteurs zijn. Omdat we echter meer zijn dan alleen Polen-specialisten en in de loop van de jaren ook flink zijn gegroeid in andere landen, waaronder Tsjechië, Slowakije, Duitsland, Hongarije, Oekraïne en de Baltische Staten, zijn we begin dit jaar een campagne gestart om juist dat bijzondere aspect voor het voetlicht te brengen. Onze Nederlandse vrachtauto's zijn in dat kader ook bestickerd met de tekst: Raben kent heel Europa! Kent u Raben?'

### Op de kaart

Naast het promoten van de Raben Group als Europees logistiek dienstverlener, wil Baars ook Raben Nederland beter op de kaart zetten. Hoewel de Raben Group met een verwachte omzet in 2010 van 488 miljoen euro en 485.000 vierkante meter opslagruimte verspreid over vestigingen in tien landen erg groot is, neemt Raben Nederland met 130 medewerkers en 4.000 vierkante meter opslagruimte slechts een bescheiden plek in. 'Ons doel is met Raben Nederland op korte termijn een groter marktaandeel te verwerven. Ik verwacht dat we binnen nu en 5 jaar

# errast'

dubbel zo groot kunnen zijn.' Op de vraag of deze groeiverwachting niet te optimistisch vanwege de recessie, schudt hij zijn hoofd. 'Er zijn altijd onzekere factoren, maar ook tijdens de crisis zijn zowel de Raben Group, als Raben Nederland gegroeid. Waar anderen vanwege de crisis kwaliteit en service hebben moeten inleveren, zijn wij ons daarop blijven focussen. Onze kracht is ook dat wat voor ons gewoon is, dat bij een ander al snel onder de noemer 'extra service' valt. Bij sommige bedrijven wordt dat stapje extra zelfs in rekening gebracht. Onze insteek die voortkomt uit onze missie en onze visie om de beste *customer service* te willen verlenen in de branche, wordt gewaardeerd door onze klant en werpt vruchten af. Zo informeren we onze opdrachtgevers sinds anderhalf jaar 's ochtends vroeg al als we weten dat er zich problemen gaan voordoen bij de aflevering bij hun klanten door bijvoorbeeld oponthoud. Op basis van die informatie kunnen zij dan hun klanten tijdig informeren en zonodig een koerier inzetten. Kom je te laat met die informatie, dan is het probleem niet meer op te lossen diezelfde dag', aldus Baars.

## Prijsverhoging

Als gevolg van dit beleid heeft Raben het voor elkaar gekregen bij een klant, die in economisch slecht weer zat vanwege de crisis, toch een prijsverhoging door te voeren. 'En dat terwijl deze klant had aangegeven op dat moment geen prijsverhogingen te accepteren', vertelt Baars. 'Dat zegt dus iets over de waardering die je krijgt door commercieel mee te denken.' Andere sterke punten die volgens Baars maken dat Raben Nederland de komende jaren kan doorgroeien zijn de bestaande bedrijfscultuur van een familiebedrijf, het werken met regionale werknemers die zeker geen 5 tot 9-mentaliteit hebben

## Toch prijsverhoging doorgevoerd in lastige crisistijd

en de vrijheid die werknemers hebben gekoppeld aan ondernemerschap. 'Juist omdat je medewerkers meer zelfverantwoordelijkheid geeft, zijn ze extra gemotiveerd en denken ze mee. Dat leidt voor beide partijen tot winst, letterlijk en figuurlijk.'

## Reacties

Het winnen van de twee prijzen heeft bij Raben Nederland de afgelopen week tot een golf aan reacties geleid. Baars: 'Het is heel erg leuk om ineens zoveel positieve reacties te krijgen van klanten, concullega's, leveranciers en diverse media. Ook voor onze medewerkers zijn het behalen van de prijzen en de vele reacties daarop geweldig. Zij zien het als grote waardering voor hun werk, ondanks dat risicomangement een door het management uitgestippeld beleid is. Wat wij als management onderkennen en ook onderstrepen is dat risicomangement nooit goed zou kunnen worden uitgevoerd als het niet zou worden gedragen door het hele bedrijf. Dat is ook het verschil met ons en veel andere bedrijven. Bij Raben is risicomangement geen papieren tijger die alleen als commerciële *tool* wordt gebruikt en om die reden zijn doel voorbij schiet. Bij ons wordt daarom onder meer bij risicomangement veel aandacht besteed aan het menselijke aspect. Het zijn immers ook je mensen die het moeten doen.'

## Brainstormen

Zowel in de Raben Group als bij Raben Nederland is risicomangement sinds 2005 een onderdeel van de bedrijfsvoering. Doel is de bedrijfsvoering onder alle omstandigheden te kunnen continueren en geld te besparen door risico's te vermijden. 'Basis voor risicomangement is een goede *database*', vertelt Baars. 'Daarin staan data op basis waarvan je analyses maakt en opvolging kunt doen.



Links: Sven Baars en Ewald Raben met minister Melanie Schultz van Haegen.

Belangrijk daarbij is het continu updaten van het databestand, zodat je kunt blijven inspelen op de actuele situatie.' Daarnaast zijn we met dit systeem met alle afdelingen een dag bij elkaar gaan zitten om te brainstormen over alles wat er kan gebeuren. Dat varieert dan van brand tot een mogelijke griep epidemie, zoals dat vorig jaar speelde. Vervolgens maak je plannen en draaiboeken die je tevoorschijn kunt halen op het moment dat dat nodig mocht zijn. Eén van de zaken die we als gevolg van het inspelen op een mogelijke griep epidemie goed hebben geregeld, is het hebben van *back ups* voor iedere functie binnen het bedrijf. Het voordeel daarvan is dat als er nu eens iemand ziek is voor kortere of langere tijd, je niet hoeft te zoeken naar vervanging. Dat is dan als vanzelf meteen geregeld.'

## Tips

Hoewel auditbureau Vianorm weinig aan te merken had op het risicomangement bij Raben, zijn er altijd wel wat verbeterpuntes, zo ook in de Achterhoek. Baars: 'Wat steeds weer terug kwam, was de vraag hoe wij ons onderscheiden van onze concurrenten? Dat is inderdaad iets wat we intern te weinig deden, maar waar we nu extra aandacht aan besteden. Verder hebben we nog een aantal positieve tips gekregen over hoe we ons verder kunnen ontwikkelen. Het leuke is dat je door discussie met Vianorm opnieuw gaat nadenken over je eigen handelen, beleid en beslissingen. Soms leidt dat tot nieuwe inzichten en doe je er iets mee, soms ook niet.'