



KEES-JAN VAN BEELEN

(SINDS 2009 MANAGER SERVICES BIJ WASSERIJ / LINNENVERHUUR G. VAN DER KLEIJ & ZN. BV EN VERANTWOORDELIJK VOOR FINANCE, HUMAN RESOURCES, INKOOP EN KLANTENSERVICE.)

OVER WASSERIJ / LINNENVERHUUR G. VAN DER KLEIJ & ZN. BV

De naam zegt het al. Wasserij / Linnenverhuur G. van der Kleij & Zn. bv is een familiebedrijf dat al zes generaties lang linnen wast en verhuurt. In 1859 gestart met het wassen en strijken van boorden en nu, ruim 160 jaar later, gespecialiseerd in het wassen en verhuren van bed-, bad-, tafel- en keukenlinnen voor hotels en restaurants. Het bedrijf heeft in 2015 een nieuw pand langs de A2 laten bouwen. De hypermoderne fabriek is twee keer zo groot als de vorige locatie en er is ruimte voor uitbreiding naar drie keer zo groot.

'GROEI IS GEEN DRIJFVEER.'

"We wassen normaal 500 duizend kilo linnen per week", vertelt Manager Services Kees-Jan van Beelen trots. "We zijn een van de grootste wasserijen in Europa, met alles op één locatie. Groei is geen drijfveer, het gebeurt omdat we ons werk goed doen. We willen het mooiste product leveren met de beste service." Op de werkvloer staan indrukwekkende machines voor het sorteren, wassen, drogen, strijken en vouwen van het linnen. "Er is zo veel geavanceerde techniek hier. De machineleverancier gebruikt onze fabriek als showroom voor klanten uit de hele wereld."

"Duurzaamheid speelt natuurlijk een grote rol. Onze wasmachines draaien bijna helemaal op warm water dat afkomstig is

van restwarmte, en we verbruiken slechts 1,8 liter water per kilo was door het hergebruik in de verschillende compartimenten in onze wasstraten. We gebruiken alleen duurzame energie en kapot linnengoed wordt gerecycled."

STOFFIG IMAGO

"De wasserijbranche heeft een stoffig imago met vooroordelen over slechte arbeidsomstandigheden. Dit is een speerpunt voor ons: onze wasserij moet een voorbeeld zijn dat het anders kan. Innovatief en met hart voor onze werknemers."

"We komen moeilijk aan personeel en werken daarom met uitzendbureaus en werknemers uit het buitenland. Maar we willen dat onze werknemers binding hebben met ons bedrijf, het familiegevoel. Daarom zetten we nu vol in op zelfstandige werving in Nederland", legt Kees-Jan uit. "Daarnaast investeren we in technologie. Dat klinkt als een dure oplossing, maar wij denken juist andersom: met meer machines kunnen we meer doen met dezelfde mensen. Zo hebben we een sorteerrobot die minimaal twee fte bespaart. Inmiddels hebben we een tweede arm voor deze robot besteld en in de toekomst willen we er nog een sorteerrobot bij."

'WE REKENEN NOG IN DRIE CIJFERS ACHTER DE KOMMA.'

"De wasserijwereld is een vechtmart met hele scherpe marges. We winnen of verliezen het boven alles op personeel. Ik maak wekelijks

een omzetverwachting. Op basis hiervan plannen we het personeel in en dit monitoren we per dag. We zijn een bedrijf dat nog rekent in drie cijfers achter de komma!"

OVER KEES-JAN VAN BEELEN

Kees-Jan (46) woont in Woerden en heeft twee tienerdochters. Hij is fanatiek wielrenner en traint het hele jaar door om in de winter strandwedstrijden te rijden. Na zijn studie Accountancy aan de HEAO in Utrecht, werkte de financial een tijdlang als accountant bij Grant Thornton. Na een switch naar Van Nieuwpoort Beheer en Groothandel de Ruyter, startte Kees-Jan in 2009 bij Wasserij Van der Kleij. "Ik ben binnengehaald als financiële man, maar inmiddels is de omzet met 174% gegroeid en ben ik als Manager Services ook verantwoordelijk voor personeelszaken en voor alles wat daarnaast op kantoor gebeurt, zoals binnendienst, in- en verkoop, administratie, buitendienst en secretariaat."



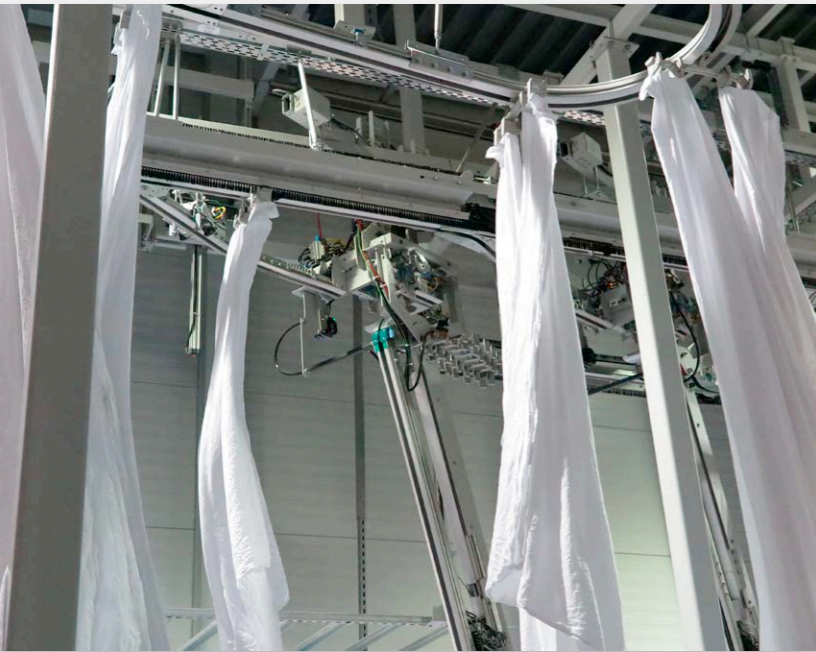
RFID-CHIPS IN DE WAS

"Zo'n 98% van het linnen dat hier rondgaat, is van ons. Een jaar geleden zijn we gestart met het chippen van het linnen met speciaal voor ons ontwikkelde RFID-chips. Zo weten we waar het linnen zich bevindt, zowel bij de horecalocaties als binnen de wasserij. Met deze informatie kunnen we meer sturen op de vraag in plaats van het aanbod van de klant."

'STUREN OP DATA IN PLAATS VAN VUILE WAS.'

"Het aanbod is elke dag anders. En wat binnenkomt, dat moeten we wassen. Door de chips kunnen we werken met linnenpools in plaats van een eigen voorraad linnen per hotel. Het einddoel is dat elke klant een eigen scanner heeft en zelf aan de hand van de reserveringen kan checken of ze voldoende linnen in huis hebben."

CFO GROEP Nederland



Kees-Jan is het enige niet-familieid in het directieteam, dat verder bestaat uit directeur-eigenaar Gerard van der Kleij en zijn twee zonen. De familie bevindt zich het liefst op de werkvloer en denkt daar procesverbeteringen en ideeën voor nieuwe machines uit. “Ik zit in de directie en het MT en geef mede sturing aan het bedrijf. Ik adviseer over de financiële consequenties van de plannen en prognosticeer jaren vooruit. Mijn geluk is dat niemand in de familie het financiële stuk ambieert. Ik krijg alle vrijheid en het is nooit saai hier.”

WAT MAAKT U EEN GOEDE CFO?

“Als persoon ben ik rustig, toegankelijk en open en ik denk dat mensen dat prettig vinden om mee samen te werken. Door mijn ervaring weet ik hoe processen werken en waar ik op moet letten. Mijn kracht zit in het nauwgezet kunnen voorspellen op korte en langere termijn. Met onze financiële belangen moet je goed kunnen forecasten en sturen.”

De CFO vindt zijn financiële uitdaging in ingewikkelde investeringsvraagstukken.

“De wasserijbranche is een kapitaalintensieve sector. Alles wat wij verdienen, investeren we in verbeteringen. Omdat we veel ontwikkelen, weten we bij aanschaf vaak niet wat het uiteindelijk gaat kosten. Ik heb geen kostprijscalculatie op artikelniveau, het draait om de omzet en de totale kosten. Ons speelveld is de verhuurcomponent. We investeren om het proces efficiënter te maken en zo de marge te vergroten.”

WAT STAAT OP DIT MOMENT OP DE FINANCIËLE AGENDA? EN WAT IS UW ROL DAARIN?

“Dat de horeca dicht is, dat is voor ons funest. Zonder overheidssteun hadden we zeker platgelegen. We draaien nu op 30-35% van het normale volume. Door de verwachte nasleep van de opgebouwde schulden is de meerjarenplanning extra belangrijk.” Kees-Jan is even stil en veert dan op. “Het is een bijzonder interessante tijd.”

“We willen juist nu tegen de stroom in investeren en dat is voor mij als financial heel spannend. Big data speelt hier een grote rol. Met de gegevens uit de chips en de ontwikkelde algoritmes krijgen we veel nieuwe inzichten. Hiermee willen we onze voorraad omlaag brengen en de servicegraad omhoog.”

‘ONZE MARKETING IS MOND-TOT-MONDRECLAME.’

“We hebben geen verkoopafdeling, onze marketing is mond-tot-mondreclame. Normaal kunnen we de vraag niet aan. Maar we kunnen nu niet te veel nieuwe klanten aannemen. Want zodra de horeca open mag, zitten we weer vol. Met de huidige steunmaatregelen kunnen we onze 150 mensen in eigen dienst aanhouden en die hebben we straks keihard nodig. Het is extra spannend, omdat we onze flexibele schil

van 150 medewerkers hebben moeten laten gaan. We hopen dat de productie geleidelijk toeneemt en we rustig kunnen opschalen met nieuwe werknemers.”

HOE DENKT U OVER DE FINANCIËLE MARKT?

“Door de lage rente is geld nu heel goedkoop. Dat is plezierig, maar als de rente gaat stijgen is dat een risico. Leningen worden dan duurder en onze investeringen moeten wel worden gefinancierd.”

“Onze grootste zorg is hoe de hotels en restaurants uit de crisis komen. Nu lopen de steunmaatregelen nog, maar dat geld moet straks worden terugbetaald en de belastingen gaan vrijwel zeker stijgen. Door de opgebouwde schulden zal de economische groei in een aantal sectoren de aankomende jaren achterblijven. Er gaan zeker nog klappen vallen in de horeca- en de wasserijwereld.”

“De grote vraag is wat er gebeurt als we allemaal zijn gevaccineerd. Stroomt de hotels weer net zo vol als voor corona? Een bezettingsgraad in een hotel van 80% of 90% is voor ons een wezenlijk verschil. Gelukkig zitten we in een luxepositie, want bij een lagere bezettingsgraad kunnen we nieuwe klanten zoeken. En die staan al voor de deur!”

De vraag van de vorige interview kandidaat, Bert van Ravenswaaij, CFO bij Koninklijke Nederlandse Munt:

“WELKE MOGELIJKHEDEN VOOR INSOURCING ZIE JE VOOR JOUW ORGANISATIE?”

“Het ultieme voorbeeld is natuurlijk dat we sinds 2006 ons eigen linnen verhuren. We zijn onafhankelijk van andere linnenverhuurders en hebben korte lijnen met onze klanten. De logistiek hebben we ook in eigen beheer. Een eigen wagenpark en chauffeurs met kennis van de klant, dat houdt de servicegraad hoog.”

‘WE KUNNEN ALLEMAAL SCHOONWASSEN, MAAR OP TIJD LEVEREN IS CRUCIAAL.’

“Met onze eigen technische dienst kunnen we bij storingen direct schakelen en zijn we niet afhankelijk van de beschikbaarheid van de leverancier. We nemen geen enkel risico, want de was kan geen dag wachten. We kunnen allemaal schoonwassen, maar op tijd leveren is cruciaal!”

“Afgelopen periode hebben we personeelswerving in huis gehaald en nu kijken we naar ICT-beheer. We hebben veel maatwerkoplossingen en ontwikkelen software voor het nieuwe voorraadbeheer. We willen graag een eigen ICT-er die al onze systemen begrijpt en monitort.” Kees-Jan vat het lachend samen: “Insourcing is kenmerkend voor ons familiebedrijf. We willen onafhankelijk zijn en zelf aan het roer staan.”

WELKE VRAAG ZOU U WILLEN STELLEN AAN EEN VOLGENDE CFO VOOR DEZE INTERVIEWREEKS?

“Voor de hedendaagse CFO is het noodzakelijk dat je je persoonlijk en professioneel blijft ontwikkelen. Hoe bewerkstellig jij dit?”

