



Een terug- én vooruitblik met de huidige directie: Bas Alberts en Edgar Vos



Als laatste in de serie *'In gesprek met de Directies van Kersten'* spreken we Bas Alberts, CEO en Edgar Vos, CFO. Sinds maart 2020 vormen zij het directieduo van Kersten Hulpmiddelen en hebben ze een duidelijk doel: Kersten verder laten groeien zonder afbreuk te doen aan het DNA. Hoe kijken zij terug op de afgelopen jaren? En zeker zo interessant, hoe ziet de toekomst voor Kersten er uit?

‘Wij hebben de interviews met Ambrous, Stefan en Stephan en Frans natuurlijk ook zelf met veel interesse gelezen,’ begint Bas. ‘Je merkt dat Kersten bij een ieder van hen in hun hart zit. Dat lees je niet alleen terug, dat zie je ook terug als ze een rondje door het pand lopen. Zoveel positiviteit en loyaliteit. Ambrous, de oprichter en naamgever met technische achtergrond, heeft het belangrijke fundament gelegd. Stefan en Stephan hadden een duidelijke groeiambitie. Ze hebben als ondernemers het vliegwiel aangekregen en ook veel essentiële keuzes gemaakt zoals de focus op hergebruik en het bedrijf echt laten groeien. Na een wat mindere fase was het vervolgens Frans die Kersten weer in rustig vaarwater kreeg en vervolgens heeft klaargestoomd voor verdere groei.’ ‘Ik vind het ook mooi om te zien dat het blijkbaar niet uitmaakt of je pas drie jaar bij Kersten weg bent, of al 20 jaar,’ vult Edgar aan. ‘Het is een soort estafette; we dragen de stokjes aan elkaar over. Het

Het is een soort
estafette; we dragen
de stokjes aan elkaar
over.

leven kent verschillende fases; dat geldt ook voor een bedrijf. In elke fase is er iets anders nodig. Ik denk dat dat goed symboliseert hoe Bas en ik erin staan.’

Het leven kent
verschillende fases;
dat geldt ook voor
een bedrijf

Samen aan de slag

In 2020 nemen Edgar en Bas het stokje van Frans Mulder over. Beide mannen werkten tot kort daarvoor bij Medux, de holding waar Hartingbank en Medipoint onder vallen. ‘Vanuit die hoedanigheid kenden wij Frans ook,’ vertelt Bas. ‘We zagen hem als de man van Kersten. Toen we beiden binnen Medux niet meer deden waar we energie van kregen, besloten we er uit te stappen. Edgar: ‘Het contact met Frans is heel bepalend geweest of de deuren bij Kersten voor ons opengingen. Frans was toe aan een nieuwe uitdaging en liet weten dat het bedrijf ook klaar was voor een nieuwe fase. Toen wij met Value8, de investeerder van Kersten, in gesprek gingen om onze plannen en ideeën te delen, waren ook zij enthousiast. Vanaf dat moment kon de reis worden voortgezet.’

Zichtbaarder, groter en landelijk

‘We hebben goed nagedacht over de meest ideale schaalgrootte. We wilden dat Kersten zichtbaarder en groter zou worden, met een landelijk perspectief. Om een duurzame organisatie te zijn én te blijven is door ontwikkelen en groei essentieel, want in deze

Toen we
binnenkwamen was
Kersten een hele
bescheiden club

markt is stilstaan feitelijk achteruitgang.’ ‘Toen we binnenkwamen was het een hele bescheiden club,’ vervolgt Edgar. ‘Van de buitenkant wisten we veel beter hoe goed Kersten was. Het was destijds al lastig om een klant van Kersten te verleiden om over te stappen; die waren namelijk enorm tevreden. Dat hebben we aan iedereen meegegeven, dat ze veel beter waren dan vele anderen in de markt. Het was tijd om die Limburgse bescheidenheid los te laten. Na een voorstelrondje in alle vestigingen hebben we ons businessplan toegelicht. We hebben toen ook gezegd dat we groter wilden worden, met behoud van de familiale Kersten-sfeer. Ik denk dat iedereen bij het horen van onze plannen dacht: eerst zien, dan geloven. Vervolgens hebben we vrij snel een eerste invulling aan die plannen gegeven. In de eerste drie maanden wonnen we drie WMO-aanbestedingen. En in juni 2020 werden we door de overname van het Hulpmiddelencentrum in één klap een landelijke speler.’

Niet de grootste, wel de beste

‘We werden een landelijke organisatie en groter maar hebben ook altijd gezegd dat we niet de grootste willen worden. Dat is niet onze ambitie, omdat wij de klant écht belangrijk vinden en dicht bij de klant willen blijven staan. Dat lukt simpelweg niet als je een enorme organisatie bent. Bas vult aan.’ Ik heb weleens tegen oud-collega’s gezegd, het begon een beetje als grap: ‘we zijn niet de grootste, maar wel de beste. Die uitspraak is een beetje zijn eigen leven gaan leiden. En ja, ik ben echt enorm trots op hoe we het nu doen.’

Het duo Bas en Edgar

‘Wat ons sterk maakt is dat we tegenpolen zijn,’ vertelt Bas. ‘Bij mij is het glas halfvol, en bij Edgar half leeg. Samen zien we alles. Onze rolverdeling gaat eigenlijk automatisch en vanzelf. Het is echt niet altijd makkelijk, maar we vertrouwen elkaar 200%. Dat is heel fijn in deze positie.’ Edgar knikt. ‘Als management profiteren we van twee keer 180 graden zien. We pakken het totale spectrum mee: 360 graden. Wat hij niet ziet zie ik, en vice versa. Dat is mooi. En dat zien zit ‘m zowel in het interpersoonlijke als in het zakelijke. Daarnaast zijn we allebei gedreven.’



Het zou niet werken als de ene constant in versnelling vijf zit, en de andere niet. We zijn tegenpolen met loyaliteit en respect naar elkaar. Daarin ligt onze kracht.'

Aanscherpen en oppoetsen

'Het is niet zo dat we sinds ons aantreden dingen heel anders hebben aangepakt. Nee, integendeel. Dat wat er al was hebben we aangescherpt en opgepoetst. Kijk bijvoorbeeld naar het MVO-stuk en circulariteit. Dat was echt al enorm goed. Wij hebben het alleen meer op de kaart gezet, onder andere door de Green Deal te ondertekenen. Hierdoor werd Kersten de eerste hulpmiddelenleverancier die partner van de Green Deal was. Ook traden we toe tot PSO trede 3, waarmee we inclusiviteit, waar we al sinds jaar en dag aan werken, hebben geobjectiveerd. Het zijn voorbeelden van dingen die we al deden, maar die we hebben opgepoetst met als doel: Kersten meer kleur geven en meer zichtbaar maken in de markt. Zodat het ook voor klanten een optie wordt om met dit mooie bedrijf samen te kunnen werken'.



Het draait om mensen

'Wij geloven in een platte structuur en zelfsturende teams. Daar zetten wij geen onnodige lagen tussen, want waarom zou je? De lijnen zijn kort en we doen het met z'n allen. Daarbij is onze intrinsieke motivatie groot. Wij lopen net dat stapje harder omdat we het zo leuk vinden. Dat geldt denk ik voor al onze mensen. En precies daarmee maak je het verschil, daar ben ik van overtuigd. Het zit hem in de klant die om 16:55 uur belt en wél geholpen wordt. Dat krijgen we terug, het is niet voor niets dat we zo goed scoren als het gaat om klanttevredenheid.' 'Zeggen wat je doet en doen wat je zegt, heel veel moeilijker kan ik het niet maken. En dat spreekt zich vanzelf rond. Ik word regelmatig gebeld 'Kan ik niet eens komen praten?' Bas lacht. 'En praten kan natuurlijk altijd!'

Trots

'Voorgaande Kersten-directeuren kwamen niet uit de branche. Wij hebben natuurlijk al behoorlijk wat 'hulpmiddelenkilometers' gemaakt. En die kennis zetten we elke dag in. Als bedrijf doen we het goed, al hebben we de afgelopen tijd heel wat voor onze kiezen gehad, zoals corona, grondstoffencrises en niet te vergeten de vreselijke situatie in

Onze positie in de markt is uniek.

Oekraïne. Maar tot op heden zitten we nog steeds op koers. En natuurlijk gaat dat ook bij ons met vallen en opstaan. En met veel vertrouwen hebben én houden. We hebben een plan; dat draag je uit naar je bedrijf en je medewerkers. Vervolgens geef je daar met elkaar vorm aan. We krijgen als organisatie steeds meer het geloof dat we echt trots mogen zijn op wat we doen, we zijn niet meer zo bescheiden. Dat besef wordt gevoed omdat we het terug horen van onze klanten. Zo hebben we in Amsterdam (Wmo) de hoogste score op het gebied van klanttevredenheid. Dat is geen toeval. Een mooie levering, op tijd; dat is waar het in deze branche om draait. En dat doen we gewoon heel erg goed. Als directie zijn we faciliterend, maar onze mensen maken het verschil. En als we het dan ook nog eens heel erg leuk hebben met elkaar, is dat helemaal fantastisch.'

Bouwers 2.0

'Kijkend naar de toekomst denk ik dat we een goede basis hebben staan en klaar zijn voor verdere groei. We gaan ons fundament nog verder verstevigen, zowel op het gebied van infrastructuur als dat van de bemensing. Iedereen snakt naar meer en ziet kansen in de markt, in alle segmenten. Wat er staat gaan we nóg beter maken, dat is momenteel onze focus. Onze positie in de markt is uniek. We zijn een totaalleverancier en een landelijke speler met de beste mensen die de meeste ervaring hebben en de hoogste drive. En: we hebben de meest blijde klanten.' Wat als Bas en Edgar ooit weggaan, hoe zullen mensen dan op hen terugkijken? 'Als je een organisatie bouwt, verander je geleidelijk ook een cultuur. Bas en ik hebben die nieuwe cultuur dan bewerkstelligd. Een cultuur van vertrouwen, en van groei en verandering. Want je moet als organisatie blijven veranderen, zeker in de economie waar we nu inzitten. Anticiperen en out of the box denken zijn sleutelwoorden en gisteren is geen gegeven voor morgen. Ja, die cultuurverandering hebben we tegen die tijd met elkaar absoluut doorgevoerd.'