



'Het is moeilijker goede mensen dan nieuwe klanten te vinden'

Hans de Jongh

Amsterdam

Roel Hellemons (26) en Adriaan Moerman (24) maken zich geen illusies. Een economische storm is in aantocht en ook hun jonge, snelgroeiende bedrijf, Schoonmaakwoede, zal niet aan de gevolgen kunnen ontsnappen.

Als de hele financiële sector de broekriem aantrekt en de industrie duizenden mensen de laan uit stuurt, is het slechts een kwestie van tijd voordat ook schoonmakers de pijn voelen. 'De recessie komt eraan. Dat staat voor ons buiten kijf', zegt Moerman, die al een duidelijke prijsdruk waarneemt.

'De grote jongens beginnen al te stunten met hun prijzen', vult zakenpartner Hellemons aan. Als voorbeeld noemt hij een aanbesteding waarvoor Schoonmaakwoede in de running is. Het gaat om een garagebedrijf waarvan kantoor en showroom schoongemaakt moeten worden. Eerder was dit project goed voor euro 56.000 per jaar. Ditmaal wordt het karwei opnieuw vergeven, maar nu waarschijnlijk voor niet meer dan euro 50.000.

Desondanks ziet Schoonmaakwoede nog steeds groei, vooral vanwege hun bedrijfsmodel. In tegenstelling tot veel rivalen kent de Amsterdamse onderneming geen tussenlaag van voormannen en rayonleiders. Dit leidt tot lage kosten, waarvan het bedrijf in de naderende recessie kan profiteren.

In de zakelijke markt moet dat een concurrentievoordeel opleveren. Moerman: 'Daar zien we enorme kansen omdat wij gewoon lage kosten draaien en uiteindelijk toch goedkoper zijn, zo'n één à twee euro per uur, dan onze gemiddelde concurrent.'

Dit jaar verwacht Schoonmaakwoede een omzetstijging van rond de 300%. Volgend jaar zal dat afnemen, maar waarschijnlijk komen de opbrengsten dan toch voor het eerst boven de euro 1 mln uit.

Die prognose dateert van enkele maanden geleden, toen de oprichters het economische tij zagen keren. Dat was het moment om de koers van hun bedrijf te verleggen. Schoonmaakwoede gaat zijn pijlen meer richten op de zakelijke markt het stoffen en zuigen in kantoren - en wat minder op de particuliere markt - het boenen en poetsen bij mensen thuis.

Bij Schoonmaakwoede zijn de medewerkers, om het populair te zeggen, met de hand geselecteerd om zelfstandig aan de slag te gaan. Het gaat om schoonmakers, het zijn er al meer dan zeventig, naar wie je niet of nauwelijks hoeft om te kijken. De onderneming lijkt daarmee een beetje op een verzameling zzp'ers in loondienst. De hoge mate van zelfstandigheid verklaart waarom het bedrijf zonder voormannen en andere opzichters kan werken.

Binnen de particuliere markt levert de platte organisatiestructuur geen voordeel op als de recessie toeslaat. Huishoudens kunnen hulp altijd goedkoper organiseren dan Schoonmaakwoede kan aanbieden. Opdrachtgevers kunnen bijvoorbeeld besluiten om zelf te gaan stofzuigen. Of ze kunnen de 'witte' hulp inruilen voor een 'zwarte' werkster.

Daar kan Schoonmaakwoede niet tegen opboksen. 'De huishoudelijke hulp is heel erg conjunctuurgevoelig', zegt Hellemons. 'Daarom hebben we een halfjaar geleden gezegd: in die sector gaat een klap komen, dus laten we de middelen die we hebben aanwenden in de zakelijke markt.'

Afgezien van de prijsdruk zeggen beiden nu nog weinig van de kredietcrisis te merken. Moerman: 'Het is voor ons nog steeds moeilijker om goed personeel dan om nieuwe klanten te vinden.'

Er zijn iets meer klanten die opzeggen, maar er komen er nog steeds veel meer bij. Het aantal 'spijtoptanten' bedraagt maandelijks normaal gesproken ongeveer drie klanten, ofwel 0,5% van het totale bestand. Inmiddels is dat ongeveer verdubbeld. Hellemons: 'Maar dat is nog steeds niets als je weet dat we 160 nieuwe aanvragen per maand binnenkrijgen.'

Dit jaar hoopt Schoonmaakwoede, dat vanaf de eerste dag winstgevend was, af te sluiten met een omzet van ergens tussen de euro 750.000 tot euro 1 mln. Het verschil hangt af van de mate waarin de kredietcrisis alsnog toeslaat in het laatste kwartaal. Maar het resultaat zal hoe dan ook veel beter zijn dan in 2007. Toen behaalden Moerman en Hellemons een omzet van 'slechts' euro 300.000.

Voor volgend jaar voorzien beiden nog steeds groei. Dat is niet alleen te danken aan het bedrijfsconcept dat zich de afgelopen twee jaar heeft bewezen.

Wat ook meespeelt, is de gezonde financiële uitgangssituatie van Schoonmaakwoede, stellen de twee oprichters. Ze hebben van begin af aan zonder vreemd vermogen gewerkt en kunnen tegenvallers dus makkelijk opvangen.

Bovendien hebben Moerman en Hellemons het afgelopen halfjaar flink gespaard. Moerman: 'We hebben een redelijke financiële buffer.' Al met al verwacht Schoonmaakwoede dat de omzet volgend jaar zal toenemen tot ongeveer euro 1,2 mln.

Dat is wel wat minder dan waar de Amsterdammers eerder dit jaar van uitgingen. Toen zaten ze nog drie ton hoger met hun prognose. 'Maar die hebben we in september verlaagd. Die prognose leek toen niet meer zo realistisch', aldus Hellemons.

Schoonmaakwoede

Studentenwerk

Roel Hellemons en Adriaan Moerman vonden studeren niet spannend genoeg

Daarom richtten ze in 2006 hun bedrijf op

Schoonmaakwoede wil klanten werven met medewerkers die uit zichzelf aan de slag gaan

Het bedrijf voorziet een jaaromzet van circa euro 850.000

Oprichters Adriaan Moerman (links) en Roel Hellemons (rechts), met in hun midden schoonmaker Leif Aaslund.

Foto: Elmer van der Marel

On-Nederlands Sociaal vaardig stoffen en poetsen

Schoonmaakwoede is ontstaan uit een idee van de studenten Roel Hellemons en Adriaan Moerman. Vergeleken met de dienstverlening in landen als Spanje en Groot-Brittannië vonden zij die van Nederlandse schoonmaakbedrijven maar erg pover.

Zij zagen een markt voor een bedrijf dat ervaren en betrouwbare vakmensen levert voor karweitjes in en om het huis. Denk aan klusjesmannen, tuinlieden, au pairs en schoonmakers. Dat plan bleek al snel te ambitieus. Om goede mensen te kunnen leveren, moesten de Amsterdammers hun businessmodel beperken. Ze kozen voor hulpen in de huishouding. Geen gewone hulpen, maar aanpakkers, die nauwgezet en op eigen initiatief een huis helemaal kunnen schoonhouden.

Het zijn mannen en vrouwen die nogal eens slecht gedijen bij een gewoon schoonmaakbedrijf. Daar krijgen ze te maken met anderen die continu over hun schouder meekijken. De medewerkers van Schoonmaakwoede hebben dit niet nodig. Deze ideale werknemers vinden Hellemons en Moerman bij de Centra voor Werk en Inkomen in de vier grote steden.

Gemakkelijk gaat dat niet. Minder dan één op de tien kandidaten die de CWI's heeft voorgedragen wordt aangenomen. De elite van Schoonmaakwoede kan pas na enkele testen aan de slag. Tijdens de sollicitaties worden ze een halve dag doorgezaagd over hun motivatie en sociale vaardigheden. Ook moeten ze laten zien dat ze daadwerkelijk kunnen schoonmaken.

Copyright (c) 2008 Het Financieele
Dagblad

Metadata

Katern/Bijlage	Het Financieele Dagblad, maandag 03 november 2008
Pagina	Entrepreneur (pag. 12)
Rubriek	Young Entrepreneur Schoonmaken
Auteur(s)	Jongh, H. de
Personen	Moerman, A.;Hellemons, R.
Trefwoorden	oprichting; van; de; onderneming

Plaats uw reactie

Titel:

Reactie: (max. 2000 karakters)



Versturen

REACTIES 0 van 0

