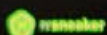




Alle sneakers krijgen een dieptereiniging.

Onze ozonbehandeling verwijdert alle bacteriën.



TON HEERZE:

“Ik wilde te snel, nu wil ik de tijd voor mensen nemen”

“Ik was mijn bedrijf,” zegt Ton Heerze (45) zonder aarzelen. Jarenlang stond zijn naam synoniem voor Webton, het Hengelose marketingbureau dat uitgroeide tot een begrip in Twente. Na de verkoop vorig jaar is Ton zoekende. Wat is eigenlijk zijn identiteit? Op dit moment zet hij zich in elk geval graag maatschappelijk in. Met ReSneaker opent hij een winkel met een doel: ‘refreshen’ en ‘re-integreren’.



Van Nike Air Max 1 Watermelon tot Leopard. En van exclusieve Nike x Patta The Wave tot verschillende Jordans of Air Max 90 en 95. In de winkel van ReSneaker aan de Molenstraat in Hengelo waant menig sneakerliefhebber zich in een walhalla. De wanden staan vol met exemplaren die nauwelijks van nieuw te onderscheiden zijn. Toch spreken we hier van 'refreshed' schoenen. Opgekocht via Ebay, Vinted of Marktplaats of gewoon langsgebracht door liefhebbers. Ton Heerze legt uit: "We knappen de schoenen op met stoomreinigers. Suède wordt opgeborsteld, leer wordt gereinigd, we repainten het design en zorgen er ook voor dat de binnenkant een opfrisbeurt krijgt."

Inhoudelijk weet zijn compagnon eigenlijk meer, geeft Ton toe. Zelf is hij wel sneakerliefhebber, maar hij moet zijn meerdere erkennen in Rick Venus. Ton: "Ik kwam hem toevallig op het spoor en hoorde dat hij vier of vijf paar sneakers per week opknapte." Ton kreeg al snel het idee om dat aantal op te schroeven en de sneakers aan te bieden in een winkel. Het reinigen kon worden opgepakt samen met reïntegratiebureau Factor Twee. Ton: "Ik zag een win-winsituatie. Natuurlijk kun je als dagbesteding vogelhuisjes in elkaar zetten of lopendebandwerk doen, maar dit product spreekt veel meer jongvolwassenen aan."

En zo zijn er dus mensen die wel een steuntje in de rug kunnen gebruiken, verbonden aan ReSneaker. "Je ziet het zelfvertrouwen bij de medewerkers groeien", legt Ton uit. "Dat is heel mooi om te ervaren. Juist dat vertrouwen hebben ze namelijk nodig om weer mee te doen in de maatschappij." Zelf focust Ton zich vooral op de marketingstrategie van de winkel. Hoe wordt het concept goed neergezet? Waar moet de nieuwe webshop aan voldoen? Het is waar zijn hart nog altijd sneller van gaat kloppen: merken bouwen.

Vasthoudend

Die ondernemersgeest zat er al vroeg in. Hoe dat precies komt, weet hij eigenlijk niet. Maar op de middelbare school stond Ton al muzieklippen te verzamelen. Hij brandde de nummers op cd's en vroeg daar geld voor. In de buurt poetste hij fietsen. Binnen de kortste keren zag hij zo spaardoelen dichterbij komen. Op zijn 20e startte hij Webton, het marketingbureau dat een grote naam in

Twente werd. "We hebben ooit een keer een naamsbekendheidsonderzoek in Twente gedaan. Tussen namen als Grolsch en Vredestein hebben we ook onze eigen naam gezet. Qua omvang hoorden we helemaal niet in dat rijtje, maar we kwamen als nummer 3 van Twente uit de bus. Dat merk bouwen is dus wel goed gelukt, daar ben ik trots op."

Met zo'n 2000 klanten, een eigen volleybalvereniging, sponsoring van FC Twente en zelfs reclame op stadsbussen kon je inderdaad niet meer om Webton heen. Die busreclame is overigens een mooi voorbeeld van de vasthoudendheid van Ton. "Dat was hier eigenlijk nog nooit gedaan. Het kon niet werd er gezegd. Maar ik zag dat het in andere plaatsen wel kon. Dat ben ik uit gaan zoeken en ik heb het voorgelegd. En uiteindelijk kan ik dan net zo lang door blijven zeuren tot ik het voor elkaar heb."

OP WELKE PROJECTEN KAN IK ME STORTEN?

Grootste valkuil

Het is de kracht, maar misschien ook wel de grootste valkuil van de ondernemer. "Als een klant van ons een probleem had, dan nam ik dat aan als mijn eigen probleem. Ik ben heel erg oplossingsgericht. Ik had al van alles bedacht en bracht vervolgens een offerte uit. Daarna kon ik bij wijze van iedere dag aan de telefoon hangen. Gewoon omdat ik het probleem wilde oplossen. Maar soms moet een klant ook even twee weken over iets nadenken. Ik wil vaak te snel."

Het kenmerkt de drive die Ton altijd al heeft gehad. "Dat ging vanzelf. Ik was mijn bedrijf. Ik lag ook echt wakker van een slechte review, omdat ik dan het gevoel had dat het over mij ging." Webton werd Tons identiteit. Vierentwintig jaar lang. En dan is het best lastig als je het bedrijf



verkoopt. "Ik ben nu natuurlijk bezig met ReSneaker. Maar ik houd nog genoeg tijd over. Ik ben wat dat betreft nog een beetje zoekende. Waar ligt precies mijn interesse? Op welke projecten kan ik me storten?"

Maatschappelijke doelen

Het is in elk geval de bedoeling om nog meerdere projecten goed in markt te zetten. En steeds vaker hebben die projecten een maatschappelijk doel. Vijf jaar geleden werd Ton namelijk vader, inmiddels heeft hij drie kinderen. Dat heeft zijn ogen geopend. De dromen zijn niet meer alleen zakelijk. "Wat dat betreft brengt ReSneaker dat echt samen. Met deze doelgroep, mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, zou je nog veel meer aansprekende projecten kunnen waarmaken. En zulke concepten zijn natuurlijk ook uit te breiden naar andere steden." Zo haalt Ton bijvoorbeeld inspiratie uit een project waarbij zwerfafval van stranden wordt omgetoverd naar kunst. "We kopen met z'n allen zoveel plastic en dat komt overal

terecht. Als het nu al zo erg is, hoe ziet de wereld er dan over twintig jaar uit? Dat is wel iets waar ik steeds vaker over nadenk nu ik kinderen heb. Ik sta nog niet op de snelweg te protesteren, maar bewustzijn is wel een mooie eerste stap."

Ook persoonlijk zijn er nog doelen. "Ik wil me blijven ontplooien en nieuwe dingen blijven ontdekken. Webton is van A tot Z een hele mooi reis geweest. Maar ik heb niet altijd de juiste menselijke touch gehad. Ik ben van het oplossingen bedenken, knallen en iets snel voor elkaar krijgen. Maar ik vergeet soms wel om de mensen daarin mee te nemen. Ik zou vaker de tijd willen nemen om me in de mensen te verdiepen. Dat je weet hoe iemands weekend was en wat hem of haar bezighoudt. Dat vind ik lastig, omdat ik daar niet direct het resultaat van zie. Het zit niet in mijn natuur om dat te doen, maar ik wil dat wel graag leren. Dat soort dingen zijn niet meetbaar, maar uiteindelijk wel heel belangrijk." ●

Bilal Durmaz deed mee aan 'Alone':

“IK WAS IN DE
NATUUR ÉCHT
OP MEZELF
AANGEWEZEN”





Dagenlang overleven in de natuur. Nijverdaller Bilal Durmaz (52) heeft van 'bushcraften' zijn hobby gemaakt. Als hij gevraagd wordt voor het programma 'Alone' van Videoland, twijfelt hij geen moment. In de wildernis van Noorwegen moet hij zijn dagen alleen doorkomen. "Ik dacht dat de stilte de grootste uitdaging zou worden."

Een uitdaging gaat hij sowieso niet uit de weg. Bilal stond al eens op de top van de Kilimanjaro en beklom met zijn fiets menig bergtop. Hij haalde samen met vriend Rob Telgenkamp de Strongmanrun naar Nijverdalen en runt met zijn vrouw Christel al twintig jaar sportschool PLAN. Hij was bodybuilder en werkte mee aan het RTL-programma Obese. En nu dit avontuur. "Toen ik benaderd werd, dacht ik meteen: dit ga ik doen. Maar ik moest natuurlijk wel even overleggen of ik écht zolang van huis kon zijn, ook zakelijk gezien." Een 'once in a lifetime' kans noemt Bilal het. Met basisgereedschap overleven in een omgeving waar de elementen en dieren de baas zijn. Helemaal alleen. Geen camera- of geluidsmannen, beelden moet hij zelf maken. "Ik was écht op mezelf aangewezen. De zwaarte zat hem er ook in dat je zonder eten en drinken werd weggestuurd. En er mocht niets mee ter vermaak. Eén keer in de week kwam er iemand langs voor een medische check. Dat werd iets om naar uit te kijken."



Kletterend water

Met het eten redt hij zich redelijk. Er zijn bessen en cantharellen te vinden en hij heeft een vishengel en net. “Vooraf heb ik me natuurlijk voorbereid. Ik had afleveringen uit andere seizoenen gekeken en ik dook in natuurboeken om te weten wat eetbaar is. Maar op het vissen had ik me verkeken. Doordat ik mijn leesbril kwijtraakte, kreeg ik de draad niet meer goed door de haak. Daarnaast bleek het visnet ook veel efficiënter, maar ik was vergeten me daarin te verdiepen.”

Het is niet de enige tegenvaller. Zijn uitvalsbasis in Noorwegen ligt namelijk naast een grote waterval. “Tijdens het verzamelen ervaaarde ik de ultieme rust, maar daarna zat ik telkens weer naast het kletterende water. Op een gegeven



Wie is Bilal als hij ‘alleen’ is?

“Dan moet ik toch zeggen: een positief mens.”

moment werd ik daar horendol van. Dat geluid is zo intens. Na een week was ik daar zó klaar mee.” De honger en de geluidsoverlast zorgen uiteindelijk voor zoveel slaaptekort dat Bilal besluit te stoppen.



Bezinning

Hij verlaat als eerste van de negen kandidaten het programma. “Dat voelt toch een beetje als falen, ik ben namelijk competitief ingesteld. Maar ik wist al voordat ik eraan begon: ik ben niet de beste. Ik ben niet te trots om op te geven en wilde niet dat ik er mentaal schade aan zou ondervinden. Ik deed uiteindelijk mee om mezelf uit te dagen en dat is zeker gelukt.” Hij kan het dan ook goed naast zich neerleggen. “Mijn verwachting was dat de stilte de grootste uitdaging zou zijn, maar die heb ik dus nauwelijks ervaren.” Wel heeft hij tijdens het programma ‘uit’ kunnen staan. “Hier in Nederland staan we juist continu aan. Het was heel fijn dat dat daar even niet hoefde. Daar willen we hier ook meer mee gaan doen.” Hoe precies is nog niet duidelijk, maar dat er bij PLAN ideeën zijn ontstaan door het avontuur is wel helder. “Denk bijvoorbeeld aan een bezinningsreis, zodat mensen rust kunnen ervaren.”

Die rust ervaren deelnemers dan wel in een groep, want het alleen zijn is bij nader inzien niet Bilals grootste kracht. “Ik ben meer van het samenzijn. Ik zeg ook altijd dat gedeelde smart halve smart is en gedeelde vreugde dubbele vreugde. Hordes mensen om me heen zijn niet nodig, maar ik wil mijn

ervaringen wel met iemand kunnen delen. Daarom zou ik bij een soortgelijk avontuur met meer mensen willen gaan. Je ervaart dan dezelfde ontberingen. En je ervaart samen wat de natuur met je kan doen. Bedenk je maar eens dat de beste gesprekken bij een kampvuur plaatsvinden. Geen telefoon en midden in de natuur. Dan vallen alle stressfactoren weg.”

Positiviteit

Terugkijkend waren alle ontberingen in Noorwegen het zeker waard. Maar trots op zijn avontuur is Bilal niet per se. “Ik vind dat een moeilijk woord om in te zetten. Trots ben ik eerder op de zelfstandigheid en zelfredzaamheid van onze dochter bijvoorbeeld. En op het feit dat ik als coach kan luisteren en kijken zonder te oordelen. Dat ik mensen in hun waarde kan laten.” En als het om hemzelf gaat? Wie is Bilal als hij ‘alleen’ is? “Dan moet ik toch zeggen: een positief mens.” Hij haalt een papiertje uit zijn telefoonhoesje met daarop de woorden liefde, vrijheid, vriendschap, avontuur en autonomie. “Dit zijn mijn kernwaarden en daar herinner ik mezelf graag aan. Ik wil goed in het leven staan en anderen helpen zonder misbruik van mezelf te laten maken. Dat is wie ik ben, ook als ik er alleen voorsta.” ■



Vakmanschap én menselijkheid

De kunst van het onmogelijke bij Jansen Restorations

SOM'S SUCCESFACTOR

De ene onderneming blijft worstelen om het hoofd boven water te houden. De andere slaagt er in om alles wat het aanraakt in goud te veranderen. Is het goed ondernemerschap, is het geluk of is het een kwestie van wachten tot de juiste kans voorbij komt? Of is het een combinatie van factoren? Het Sallands Ondernemers Magazine wil het naadje van de kous weten. Oftewel, wat is de SOM's Succesfactor? Voor deze editie gaan we in gesprek met Bas Jansen van Jansen Restorations. Dit bedrijf werd eind november uitgeroepen tot Onderneming van het Jaar in Olst-Wijhe.



Klanten uit Brazilië, Italië, Frankrijk en Nieuw-Zeeland. Overal komen ze vandaan voor het ambacht in Wesepe. Bij Jansen Restorations Carrosseriebouw weten ze namelijk ieder onderdeel van oldtimers te vervangen óf te restaureren. Of het nu om een gigantische Ferrari-verzameling gaat of om een piepkleine Franse Rovin. Wat de vraag ook is, 'kan niet' bestaat hier niet. En dat zorgt voor succes. Eind november werden ze dan ook Onderneming van het Jaar in Olst-Wijhe. Eigenaar Bas Jansen: "Onze mensen maken het succes. Zonder hen ben ik nergens."

De puzzel weer passend krijgen. Daar zijn ze bij Jansen Restorations meesters in. Van plaatwerk herstellen tot motors reviseren en van remblokken vervangen tot het bekleden van de klassiekers. Zelfs van de grootste 'roestbak' weten ze hier weer een flitsende oldtimer te maken. Zo eentje waar de hoofden voor draaien. Bas Jansen is een van die mensen die van zijn hobby zijn werk wist te maken. Maar dat ging natuurlijk niet zonder slag of stoot. "Mijn opa Reint is op deze plek in 1937 begonnen met het bouwen van houten wagens", legt Bas uit. "Hij was timmerman en bouwde ook wel eens een huis. Uiteindelijk richtte hij zich op wagens. Auto's en huizen, dat klinkt nu gek. Maar in die tijd lag dat best dicht bij elkaar." Het maken van wagens groeide uit tot een volwaardig carrosseriebedrijf

waar vrachtwagencabines, verhuiswagens en vooral veewagens werden gebouwd. Als vader Gerrit in 1964 toetreedt, groeit niet alleen de werkplaats, maar ook de creativiteit. Hij ontwikkelde polyester buggy's op VW-chassis en bouwde de meest uiteenlopende carrosserieën. Ook werd er wel eens een oldtimer gerestaureerd, want dat was voor Gerrit hobby.

Vastberadenheid

Zoals wel vaker valt de appel niet ver van de boom. Want ook zoon Bas is al jong autogek. Op zijn 16e restaureerde hij zijn eerste auto. "Ik moest altijd bezig zijn, mijn ADHD zat me anders gruwelijk in de weg", vertelt hij lachend. "Daarom kwam ik ook terecht op het speciaal onderwijs. Vanuit daar ging ik naar

LTS, omdat ik me wilde verdiepen in metaal. Die auto's leer ik hier wel, dacht ik altijd." Doorzettingsvermogen zat er al vroeg. Want hoewel Bas thuis helemaal niets deed aan school, was hij er tijdens de lessen altijd en lette hij ook op. En zoals wel vaker bij eigenwijze ondernemers was er een trigger nodig om door te gaan. "Toen iemand zei 'de MTS haal je niet', wilde ik me bewijzen." Hij haalt het én doet er nog een schepje bovenop. Hij gaat namelijk de hbo-studie Technische Bedrijfskunde doen. Dan al weet hij namelijk dat hij de zaak wil overnemen. En dan kan de kennis over bedrijfskunde wel eens van pas komen. Bas zit in het derde jaar van zijn studie als er mond-en-klauwzeer (MKZ) uitbreekt. "Dat was hier zo heftig dat we al heel snel zonder werk zaten", legt hij uit. En hoewel hij nog maar een jaar hoeft



te studeren, besluit hij direct om te stoppen met school. "Ik wilde iets doen. Ik zei tegen m'n vader: we gaan ons op de oldtimers storten. Mijn vader dacht toen nog dat er met die hobby geen geld te verdienen viel." Bas zag de kansen wel. Want juist aan hobby's wordt veel geld uitgegeven. Op zijn opleiding waren ze al bezig met duurzaamheid en juist daar zag Bas zijn heil. Tien jaar lang is het heel hard werken en eten ze bij wijze van droog brood. Maar langzaam maar zeker weten Bas en vader Gerrit hun plek te veroveren. Ze bouwen een netwerk op en specialiseren zich in vooroorlogse auto's.

Eerlijkheid in communicatie

Als jonkie, tussen al die 'oudjes' komt Bas wel eens even laten zien hoe het moet. Vol bravoure, maar ook vol van vertrouwen naar anderen. Die eerlijkheid is volgens Bas wat hen het succes heeft gebracht. "We gingen altijd zelf naar de leveranciers, zelf naar de klanten. Dat doe ik nog steeds. Weten wat er speelt is heel belangrijk in ons vak. Uiteindelijk moet je het vertrouwen van iemand winnen." Want zo'n restauratie gaat om serieus geld. Toch doen ze bij Jansen Restorations bijna alles op nacalculatie. "Uiteindelijk zijn we platgezegd een urenfabriek, maar we laten wel precies zien hoe we die uren hebben ingezet." Een klant wordt namelijk in iedere stap meegenomen met foto's en uitleg in een speciaal programma. "Met eerlijkheid kom je uiteindelijk het verst. Natuurlijk kan ik de hoofdprijs voor iets vragen, maar ik vind het veel belangrijker dat die auto's in beweging blijven. Dat die klassiekers voor meer mensen bereikbaar blijven en dat

het behapbaar is. Het maakt dus niet uit of je met een Ferrari of een Volkswagen komt, iedereen betaalt hetzelfde uurtarief." Dat er kunde is in de werkplaats, dat is wel duidelijk. Kan een onderdeel niet geleverd worden? Dan maken ze het gewoon zelf. En ja dat kost soms tijd en dat gaat soms fout. Maar alles staat of valt bij duidelijke communicatie. "Als er iets misgaat, moet je er ook staan. De kunde is er ook bij soortgelijke bedrijven, maar vaak gaat het mis op de communicatie."

Voorop voor de markt

Zelf staat hij al lang niet meer in de werkplaats. Geen zwarte handen meer, geen geur van olie in de neus. Meer is hij manager geworden en misschien wel voorvechter van zijn branche. "Toen ik een urenregistratieprogramma wilde, klopte ik bij BOVAG aan. Uiteindelijk kreeg ik twee ton om iets te ontwikkelen. Ik dacht dat dat veel geld was, maar voor software is het juist heel weinig." Bas ontdekt dat een soortgelijk programma al in Nieuw-Zeeland bestaat. Hij geeft het geld terug en gaat met het programma uit Nieuw-Zeeland aan de slag. "Dat programma wordt hier in Nederland nu meer gebruikt dan daar." Het een typisch voorbeeld van waar Bas voor staat. "Kijk eens verder in de branche. Denk niet alleen aan wat goed is voor jezelf, maar ook aan wat goed is voor de markt." Ook nu weer steekt hij zijn nek daarvoor uit. "Juist in de toekomst is het nog meer zaak om samen te werken. Ik zie andere bedrijven als mijn collega's niet als concurrenten. Als we samen inkoop kunnen doen en juridische dingen als een geschillencommissie kunnen regelen, versterken we elkaar echt. Daar wil ik graag voor vechten."



Vechten doet hij niet alleen voor de branche. Ook voor zijn mensen. Misschien is het wel daarom dat hij nooit handen tekortkomt. En dat is in de techniek vaak anders. Het bedrijf trekt aan. Niet alleen omdat de auto's tot de verbeelding spreken, ook omdat ze zelf 3D tekenen en omdat de werkdruk wat lager ligt. Bas: "Deze auto's hoeven niet morgen af." De planning voor restauraties zit voor de komende jaren vol. Voor onderhoud zijn er wel plekken. "Ik kan moeilijk tegen mensen zeggen dat ze pas over drie jaar weer kunnen rijden", legt Bas uit. Met 22 mensen wordt er keihard gewerkt. Dag in, dag uit. Ook door medewerkers die soms net even een steuntje in de rug nodig hebben. Mensen bij wie het niet allemaal vanzelf gaat. "Het belangrijkste is om elkaar te respecteren. Ook zij kunnen namelijk heel veel. Zelf zat ik ooit op wat ze spottend de 'mongolenschool' noemden, maar kijk eens waar ik terechtgekomen ben. Je moet denken in oplossingen, niet in problemen. Dat is ook wel onze kracht, om open minded te zijn. Ik ben dan ook écht trots op mijn mensen. We doen het hier echt samen en ik ben nergens zonder hen. Niemand doet zich hier anders voor en dat is ook absoluut niet nodig. Dat geldt ook voor mij. Ik zou zelfs de koningin nog in mijn zwarte werkblouse ontvangen. Niet in een pak met stropdas. Maar met dat overhemd met ons logo. We zijn hier namelijk trots op waar we vandaan komen. Juist dat maakt dat anderen ons bedrijf ook waarderen."

Fouten maken mag

Als je zo in het leven staat, worden er ook op de werkvloer genoeg fouten gemaakt. Toch helpt het volgens Bas niet om spijt te hebben

van dingen. "Kijk naar hoe je het een positieve draai kunt geven. Natuurlijk zijn wij ook weleens tegen de lamp gelopen. Dan geef je 100% commitment, maar krijg je dat niet terug. Of er gaat iets verkeerd bij een ontwerp. Er is hier ooit vier keer achter elkaar een fout gemaakt bij het produceren van een onderdeel. Dat kostte 1500 euro per keer. Toch zal ik dan nooit iemand de schuld geven. Maar we kijken wel naar hoe we ervoor zorgen dat het niet weer gebeurt. Want als je niet leert, kom je niet verder."

Buiten de lijntjes kleuren

Misschien is de rode lijn in het succes wel: durf buiten de lijntjes te kleuren. Doe het zoals je het zelf voor ogen hebt, niet wat anderen van je verwachten. Bas: "Ik heb mijn hele leven al gefreewheeld. Maar als ik ergens iets over zeg, doe ik dat niet zomaar. Want waar het ook over gaat: ik verkoop geen onzin." En dus staat hij naar eigen zeggen als 'circusartiest' op beurzen. Dus maakt hij een succesvolle podcast met Bas van Werven. En dus organiseert hij open dagen in Wesepe om jongeren te laten zien hoe mooi de techniek is. Allemaal om ervoor te zorgen dat de mensen weten hoe mooi zijn vak is. "Ik heb geen natuurlijke opvolging en mijn naam is uiteindelijk ook niets waard. Het gaat erom dat die auto's blijven rijden. Dat de verhalen van die klassiekers nog jaren verteld blijven en heel belangrijk: dat je elke dag blijft leren en positief naar jezelf kunt kijken. Natuurlijk zijn er ook shitledagen, die mogen ze hier op de vloer ook hebben. Maar voor mezelf geldt: als ik drie dagen geen plezier meer heb in mijn werk, dan stop ik. Dat meen ik ook echt. Maar natuurlijk hoop ik wel dat er voor die tijd iemand opstaat met dezelfde passie."