

Raise your game



In het kader van de Europese week van de KMO's was de VOM - vertegenwoordigd door Veerle Fincken - aanwezig als gast van Paul Rübzig (Oostenrijks EU parlements lid) op een ontbijtbriefing van 17 november in het Europees parlement. Er werd van gedachte gewisseld over een nieuwe benadering van industriële competitiviteit in de sector van Surface engineering. Aanwezig was ook Dave Elliott, CEO van de Surface Engineering Association en president van de Europese koepelvereniging CETS.

Industriële competitiviteit is een thema dat ook door ons in overweging werd genomen voor de VOM dag die later dit jaar zal worden georganiseerd. We geven daarom in dit artikel een korte samenvatting van de belangrijkste punten die door de sprekers werden aangehaald.

Bij zijn introductie wijst Paul Rübzig op het belang van de KMO's en de noodzaak om het juiste kader te scheppen voor groei.

Kristian Hedberg (Adjunct kabinetschef van EU commissaris Bieńkowska) onderstreept het belang van industriële competitiviteit en schetst twee hoogdringende uitdagingen op dat gebied:

- Dichten van de investeringskloof – investeringen zijn nog steeds beneden het pre-crisis niveau en in sommige sectoren is er zelfs een zero-investment over de laatste 7 jaar.
- Ontgoochelende ontwikkeling inzake productiviteit

Om aan deze uitdagingen het hoofd te bieden wordt een "New Single Market Strategy" aangekondigd. Die bestaat in het creëren van nieuwe opportuniteiten, waarvan een aantal in het bijzonder gericht zijn op KMO's, nl.:

- Een nieuw start-up initiatief – grensoverschrijdend en gericht op schaalvergroting
- Vooral grensoverschrijdende dienstverlening die kostenbesparend zal zijn voor de industrie

Daarnaast worden ook wetgevende initiatieven i.v.m. falen vooropgesteld alsook een wettelijk kader voor intellectuele eigendom. Boven alles moet de EC aandacht hebben voor betere regelgeving en de naleving ervan. Hierbij gaat het niet om meer, maar om betere reglementering.

Een "Think Small First" principe is daarbij een van de hoekstenen van de beleidsvorming, samen met een verbeterde "KMO test". Europese KMO's verdienen beter te worden geholpen om hun potentieel op lange termijn duurzame groei en het scheppen van banen volledig te ontsluiten.

Stephan Raes (Hoofd van het Economisch Departement onder het toekomstig EU presidentschap van NL) maakt belofte omtrent de agendapunten van het toekomstig Nederlands EU presidentschap, vooral i.v.m. de single-market strategie die is gericht op een convergentie van ecologie en economie.

Verder zal het succes van de KMO's worden gestimuleerd door drempeverlagende maatregelen voor het financieren en het vinden van de nodige resources voor schaalvergroting.

Betere regulering zal niet alleen kostenverlagend zijn voor KMO's maar ook innovatie in de hand werken.

Raes merkt op dat het "think small first" vaak in de praktijk wordt toegepast als "think small last", waardoor het uittesten op KMO's van cruciaal belang is. Het toekomstig presidentschap zal ook competitiviteit vooropstellen bij elk voorstel voor het ontwerpen van hun protocols en daarbij de KMO's centraal stellen.

Gerhard Huemer (Directeur Economical & Fiscal Policy) deelt de visie van de UEAPME (European Association of Crafts, Small&Medium sized Enterprises) die 12 miljoen Europese KMO's (samen goed voor 50 miljoen tewerkstellingsplaatsen) vertegenwoordigt. De recentste KMO en business barometer geeft aan dat KMO's nog nauwelijks investeren. Er is daarvoor

in Europa een investeringsplan nodig met nieuwe financiële instrumenten en betere raamkondities voor het aantrekken van private investeerders.

Voor competitiviteit is meer nodig dan alleen maar een lagere loonkost. Er is ook nood aan beter opgeleid en gekwalificeerd personeel, een betere infrastructuur en meer innovatieve systemen. Daarnaast is meer toegang tot derde-wereld markten een belangrijk element in de groei van de Europese economie.

Ook Huemer benadrukt de noodzaak voor betere regelgeving en efficiënte administratie ten behoeve van KMO's. Regelgeving moet oordeelkundig worden gedefinieerd door toepassing van het "think small first" principe en een verplichte "KMO test". Daarnaast is er behoefte aan een verstandig relementeringsprogramma dat eveneens het testen van de competitiviteit omvat.

"Europe's businesses suffer from complex, burdensome regulations. SMEs in particular are obliged to spend too much time dealing with administrative requirements."

Paul Rübzig haakt daarop in en benadrukt dat het belangrijk is om de koppeling te leggen tussen KMO's, consumenten en de industrie in het algemeen. Kleine en middelgrote Europese ondernemingen zijn de belangrijkste spelers in de globale waardeketen.

In het bijzonder bedoelt hij daarmee bepaalde sectoren die bepalend zijn voor de groei en de duurzaamheid van de Europese industrie. Met zijn stellingname dat de sector van de oppervlaktebehandeling één van die sectoren is wordt Dave Elliott geïntroduceerd.

Interventie van Dave Elliott (CEO van de SEA en president van CETS, Europees comité voor oppervlaktebehandeling):

De SEA is anno 1887 opgericht in de UK als vertegenwoordiger van bedrijven die actief zijn in de oppervlakte

engineering. Als president van het Europees comité voor oppervlakte-behandeling vertegenwoordigt Elliott meer dan 20.000 KMO's.

De toepassing van oppervlakte engineering is een vitale schakel in vrijwel alle commerciële bedrijfstakken die een breed gebied overspannen: van aandrijfmotoren tot vliegtuigen, van iPods tot medische implantaten en van scheermesjes tot racewagens.

Wat Elliott vooral uit de interventie van Bienkowska weerhoudt is dat in verband met de nieuwe aanpak van industriële competitiviteit de oplossing voor KMO's er in bestaat de inzet te verhogen – woordelijk to “raise our game”.

We moeten inderdaad voor onze ondernemingen en raamwerk creëren dat aanpassingsvermogen en groei

mogelijk maakt en er is behoefte aan een open geïntegreerde benadering van de industrie.

Elliott gaf daarbij een praktijkvoorbeeld uit het recentste REFIT scorebord met daarin het volgende statement:

“De impact van deze maatregelen om de implementering van REACH in de hand te werken zal worden geëvalueerd binnen het kader van een toekomstig rapport i.v.m. de resultaten van REACH, voorzien in 2017. Daarin zal worden geëvalueerd of REACH erin is geslaagd tegemoet te komen aan de heersende bezorgdheden en of er bijkomend moet worden bijgestuurd.”

Elliott stelt dat niet volstaat om pas in 2017 te weten of de genomen maatregelen al dan niet efficiënt zijn geweest. Het zal nodig zijn om te weten hoe KMO's functioneren, nog voordat de

regelgeving voor het eerst op papier wordt gezet en dus op voorhand te weten welke de impact zal zijn alvorens met het finaliseren van de wetgevende maatregelen verder te gaan.

Elliott pleit voor een geschikte en juist geproportioneerde wetgeving die meer zekerheid geeft voor de KMO's die moeten investeren in de nodige infrastructuur en R&D om competitief te blijven.

In het standpunt van Dave Elliott herkennen we de bekommernissen van onze VOM leden. Kijk dus alvast uit naar de VOM-dag in november 2016 waarvoor wij eveneens “Raise your Game” als thema willen vooropstellen.

Frank Schelfaut
Veerle Fincken

Wiltec voor vierde jaar op rij bekroond tot Best 2015 Managed Company

Wiltec is door Deloitte en ING uitgeroepen tot Best Managed Company. Dat betekent dat Wiltec ook in 2015 hoort tot de best geleide bedrijven binnen het Nederlandse midden- en grootbedrijf. Het thema was ‘de flexibiliteit van business modellen’: welke ontwikkelingen zien bedrijven, hoe zorgen zij ervoor dat het business model levensvatbaar blijft en nóg belangrijker: wat is de toegevoegde waarde voor klanten?

Deze titel is een mooie erkenning én bevestiging dat Wiltec continu luistert naar haar klanten, meegaat met de veranderende wereld en daar haar producten en diensten op aanpast.

Deloitte en ING organiseerden in 2015 voor de negende keer het Best Managed Companies programma. Daarbij hebben de deelnemende bedrijven antwoord gegeven op vragen als: ‘Wat is mijn toegevoegde waarde in de “nieuwe wereld”, rekening houdend met veranderende vraagpatronen, veranderende eisen en veranderend gebruik van de klant?’ en

‘Wat moet ik veranderen om deze toegevoegde waarde te kunnen leveren?’

Goede voorbeelden daarvan zijn de klantenservice die sinds dit jaar voor alle bedrijven bereikbaar is van 07.30 – 21.00 uur, de klantenservice per WhatsApp en de logistieke oplossing waarbij duizenden medewerkers van klanten kledingpakketten op maat ontvangen op hun huisadres.

Klantenservice via WhatsApp



Voor elk bedrijf is een uitstekende bereikbaarheid essentieel en daarom is Wiltec nu ook via WhatsApp bereikbaar. Deze snelle en laagdrempelige service voor klanten is nu al een succes en wordt enorm gewaardeerd.

Deze applicatie wordt in Nederland door 9,5 miljoen mensen gebruikt en is een bijzonder laagdrempelig communicatiemiddel. De populaire App is een perfect middel voor klanten om in contact te komen met Wiltec. Ze kunnen via WhatsApp terecht bij de Wiltec specialisten voor vragen, tips, advies, het sturen van foto's, filmpjes en zelfs voor het plaatsen van een bestelling.

Zo kan de klant op locatie direct een foto doorsturen van een artikel of onderdeel, snel een vraag stellen waarbij ze direct antwoord krijgen, of een bestelling plaatsen. Geen invulformulieren of lange gesprekken. Het bespaart tijd en daarmee geld. Dat het werkt, is nu al een feit. Veel klanten weten de weg naar Wiltec via WhatsApp al te vinden.

Voor meer informatie:
Wiltec
Marianne van de Haterd