



door corona geraakt werd. En in Vietnam staat onze eigen mihoenfabriek. Gelukkig kon de productie hier doorgaan. Wel werden de vrachttijden langer en de transportkosten hoger.”

#### TOVERWOORD: SPREIDEN

Peter is benieuwd of een gestagneerde inkoop ook automatisch leidt tot een gestagneerde verkoop. Maar mede door adequaat handelen, blijkt dat bij beiden niet zo te zijn. “Mijn vader was in Vietnam toen China in de ban raakte van corona”, vertelt Leon. “Zijn advies vanuit Azië was duidelijk: ‘veel voorraad inslaan’. Dit hebben we gedaan, waardoor we onze opdrachtgevers nu voldoende van dienst kunnen zijn. Om ook bij de inkoop van bami risico's te spreiden, zijn we uitgeweken naar Griekenland. Voedingsmiddelen als mihoen en bami zijn voor ons essentieel, want zonder kunnen we zeventig procent van onze producten niet aanbieden.”

Voor 2E Interconnection betekende corona stevige omzetzakeringen in bepaalde branches, maar ook flinke pieken in andere. “De ene klant maakt koffieautomaten en neemt nog maar vijf procent af. De andere levert beademingsapparatuur en zit juist op honderden procenten groei. Op inkoopgebied keken we overigens al vóór corona naar risicospreiding. China wordt steeds duurder, waardoor we voor onze speciaalkabels automatiseringskansen in Oost-Europa onderzoeken.”

#### STOF TOT NADENKEN

De wereld mét corona is een andere dan zonder. De effecten voor sommige bedrijven, zowel negatief als positief, gaan daardoor verder dan alleen een inkoop die hapert. “Leon, hoe zit dit bij jullie als je kijkt naar consumentengedrag en omzet?”, vraagt Peter zich af. “Is de afname van bijvoorbeeld kant-en-klaarmaaltijden gestegen?”

“We hebben alleen een hamsterpiek tijdens het begin van de eerste lockdown gehad”, zegt Leon. “Daarna hebben we juist minder kant-en-klare maaltijden verkocht, omdat mensen zelf meer zijn gaan koken. Ook in afzetmarkten is het dus een kwestie van spreiden. In dat kader waren we bezig met

serieuze exportlijnen, op bijna-leveren-niveau zelfs, maar helaas ligt ook dat nu even stil. Al met al hebben we gelukkig geen klagen hoor: we zitten nog aan de goede kant van de score. Maar deze coronaperiode heeft ons wel stof tot nadenken gegeven.”

#### GROTE ÉN KLEINE WERELD

Die laatste opmerking wekt Peters nieuwsgierigheid. “Wat heb je geleerd van deze periode?”, aldus de gespreksleider. Leon: “Dat de wereld heel groot is, maar ook heel klein kan zijn. En dat dikke bedrijfsplannen niet altijd werken, want er kan van alles gebeuren wat de boel in de war schopt. We moeten meer vanuit onze missie werken.” “Of moeten we onze business cases aanpassen op catastrofale invloeden waar we geen grip op hebben, zoals digitale virussen?”, reageert Peter. “Dat denk ik niet”, haakt Erik in. “Bedrijven zijn creatief en positief, en medewerkers flexibel. Voor alles is een oplossing. Ik denk dat we zelfs een tijdje zonder computers kunnen!”

#### CLAEREN CONFRONTEERT:

**Stelling 1: Het grootste pluspunt voor mijn privéleven dankzij corona is...**

Erik: “Dat we als gezin nóg dichter naar elkaar zijn gegroeid.”

Leon: “Veel meer rust en tijd. Vooral voor het gezin, maar ook voor sport en onze core business.”

**Stelling 2: Als ik corona tijdig had zien aankomen, dan...**

Erik: “Zou ik een vaccin ontwikkelen.”

Leon: “Zou ik het belang van gezond eten en lekker veel bewegen nog meer uitdragen!”

**Claeren is een volledig onafhankelijke financieel adviseur en verzekeringsmakelaar, met vestigingen in Oss en Den Bosch. In Claeren Connects zoekt directeur Peter Taylor Parkins steeds de ‘verbinding’ op tussen twee personen aan de hand van een wisselend thema. Artikelen van Claeren Connects zijn na te lezen op [www.claeren.nl](http://www.claeren.nl).**

Claeren Connects: Erik van Hees (2E Interconnection) en Leon Thé (Padifood)

# “WE MOETEN MEER VANUIT ONZE MISSIE WERKEN”

**Een treffender locatie had Peter Taylor Parkins van Claeren niet kunnen kiezen. In de fraaie lobby van Hotel de Weverij bespreekt hij met zijn gasten het thema ‘internationaal zaken doen tijdens corona en later’. Normaal wemelt het hier immers van de buitenlandse zakelijke gasten, maar nu is elke restaurantstoel leeg...**

Aan de bar is het ouwe-jongens-krentenbrood. Erik van Hees en Leon Thé praten over de tijd dat ze opgroeiden in het pittoreske Teeffelen. “We waren als Chinese familie best een bezienswaardigheid in het dorp”, zegt Leon. “Ik zag dat helemaal niet zo”, herinnert Erik zich. “Neem plaats!”, onderbreekt Peter de enthousiastelingen.

Op het gezicht van Peter maakt de gulle glimlach plaats voor een ietwat serieuze blik. “Ik heb vandaag te maken

met twee bedrijven met een internationaal karakter, die totaal anders zijn”, leidt hij het gesprek in. “Willen jullie me allereerst vertellen waar jullie lijnen over de landsgrenzen liggen? En ook of corona voor problemen heeft gezorgd?”

“In China en Italië kopen we veel standaardproducten en componenten in”, bijt Erik, eigenaar van 2E Interconnection, het spits af. “En ja, corona was vrij snel van invloed: al in de eerste maanden sloten fabrieken hun deuren, waardoor de toelevering stagneerde. Eerst in Azië en later ook in Zuid-Europa.”

“Wij halen onze belangrijkste grondstoffen uit het buitenland”, aldus Padifood-eigenaar Leon op zijn beurt. “Bami komt uit Italië, het eerste Europese land dat direct