

NAAM Bas van de Beeten
FUNCTIE Eigenaar/Algemeen directeur
KLANT Van de Beeten

NEW INTER VIEW

Zijn vader zag hem het liefste koeienboer worden, maar daar moest Bas van de Beeten niks van weten. In 2009 verkocht hij daarom het agrarisch loonbedrijf van zijn vader en richtte zich, met de overgebleven zeven werknemers, op grondverzet. Inmiddels is Van de Beeten uitgegroeid tot een multidisciplinair aannemingsbedrijf met ruim 200 man personeel. Het Brabantse familiebedrijf aan de Erpseweg is een begrip in Veghel en omgeving. Iets wat volgens Bas alles te maken heeft met de nieuwe identiteit die Van de Beeten een aantal jaar geleden presenteerde. [Lees verder ...](#)

JE VERKOCHT OP JE DERTIGSTE STIEKEM HET BEDRIJF VAN JE VADER. VERTEL.

‘Op mijn vijftiende stopte ik met school en ging ik in het agrarisch loonbedrijf van ons pa werken. Ik heb tot mijn drieëntwintigste op de tractor en loader gezeten, maar daar was ik op een gegeven moment klaar mee. Ik was een druk mannetje, wilde vooruit. Daarnaast voelde ik me niet thuis met het agrarisch loonwerk. En dus stapte ik op een maandagavond stiekem naar een concurrent en verkocht ik daar het bedrijf van mijn vader. Met twee A4'tjes kwam ik thuis. Hierop stond de deal met de overeengekomen prijs. Ik had álle machines verkocht. Ga dat maar eens vertellen thuis. Drie weken lang kreeg ik geen respons, maar op een gegeven moment kwam ons pa toch naar me toe met een akkoord. “Als jij het wil doen, ga je gang”, zei hij. En dus verkochten we het loonbedrijf en kreeg ik de leiding over de overgebleven zeven personeelsleden. Daarmee ben ik me op grondverzet en transport gaan richten en flink aan de slag gegaan.’

MET IN 2017 EEN COMPLEET NIEUWE IDENTITEIT.

‘Ja, drie jaar nadat ik in het bedrijf kwam, namen we Meulendijks uit Son en Breugel over. Hierdoor groeide het bedrijf flink. Van de Beeten Meulendijks werd onze naam. Veel te lang. Daarom zei Ben Bolman, onze financieel directeur: “Bas, onze naam en logo, dat moet anders. Beter.” In eerste instantie vond ik dat onzin. Wat boeit het? Hup, gewoon werken en geld verdienen. Toch bleef Ben aandringen. Daarom besloot ik een kunstenaar uit te nodigen die voor ons een nieuw logo kon ontwerpen. Deze kwam vervolgens met logo's met een schild en een wapen erop. Drie keer niks. Niels Bek (directeur New Brand Activators, red.), die van vroeger uit al een vriend van mij is, zei toen dat zij bij New dat ook helemaal voor mij konden verzorgen. Daar had ik mijn bedenkingen bij. Dat zal wel veel te duur zijn, dacht ik. Ik schrok inderdaad van het budget wat ik zou moeten vrijmaken. »



In december lanceert Van de Beeten, samen met grondstoffenproducent Heros, OptiBlend®: een hoogwaardig en circulair funderingsmateriaal als alternatief voor traditionele funderingsmaterialen in de bouw en infra. Denk aan toepassingen bij bedrijfs- en parkeerterreinen, ophogingen, wegen, fietspaden en vloerverhardingen in logistieke centra en bedrijfshallen. Duurzaam én betrouwbaar!





» Toen Niels ook nog eens over sessies begon, was ik al helemaal sceptisch. Sessies, wat moet ik daar nou weer mee? Ja, ik was toen echt niet bezig met strategische besprekingen om met verschillende disciplines en vanuit diverse invalshoeken naar mijn bedrijf te kijken. Ben wilde toch doorzetten. En dus kregen we sessies. Moesten we twee uur lang met acht man bij elkaar zitten. De mannen van New sloegen grote vellen papier open en begonnen te tekenen. En te vragen. Dronken we liever bier of wijn? Droegen we het liefste een pantalon of spijkerbroek? Opel of Fiat? En zo ging het steeds diepgaander. Na een of twee sessies begon ik het eigenlijk écht leuk te vinden. De sessies zetten mij aan het denken over wat het leven nou eigenlijk inhoudt. Wie ik wil zijn, wat ik wil uitstralen en waar ik in de toekomst heen wil. Dingen waar ik als 'eenvoudige' jongen eerder niet over na had gedacht. Door die vragen lag er opeens een compleet businessplan op tafel. Uiteindelijk kwam daar een volledig nieuwe identiteit uit. Vanaf dat moment voelden wij dat die merknaam zo belangrijk is. Die merksessies veranderden álles en dat was ook de start van onze professionalisering.'

**'IK BEN
NIET DIE
ONDERNEMER
DIE ALLEEN
MAAR
IN GELD
DENKT'**

‘DIE MERKSESSIES VERANDERDEN ÁLLES’

HEB JE DAAR EEN VOORBEELD VAN?

‘Ontelbaar veel voorbeelden, zelfs. Het is ongelooflijk wat die branding ons allemaal heeft gebracht. Het is zó’n belangrijk onderdeel van een bedrijf. Het straalt professionaliteit uit, het maakt dat je je merk beter kunt verkopen. Door die sessies leerde ik hoe ik alleen de beste klanten en leveranciers om me heen kon verzamelen. Onze merknaam nu is de kracht van ons bedrijf, dus als we New toen niet in de arm hadden genomen, waren we nooit zover gekomen. We hebben vandaag de dag dik 200 man personeel en een locatie in Oosterhout. Alles hebben we gebrand met ons nieuwe logo en huisstijl. Niet alleen onze vrachtwagens en machines, maar echt alles. Ik wil dat het er tot in de puntjes netjes en verzorgd uitziet. Dat straalt uit wat wij zijn: de beste. Ik merkte het na de switch ook direct aan het personeel. Dat was bijzonder. Mensen willen echt onderdeel uitmaken van Van de Beeten. Iedereen was zo trots! Sinds de introductie kregen we opeens veel sollicitaties binnen. Het personeelsverloop bij ons is ook minimaal, het personeel is loyaal. Ik zou ook niemand kwijt willen. Het zijn stuk voor stuk toppers.’

HOE BEN JIJ VOOR JE PERSONEEL?

‘Ik behandel mensen zoals ik zelf behandeld wil worden, dus eerlijk en oprecht. Maar ik ben wel duidelijk. Ik zeg wat ik vind. Een voorbeeld hiervan is dat ik wil dat onze vrachtwagens elke week worden gewassen en perfect in de rij worden geparkeerd, zodat we maandag fris en schoon beginnen. Daarin doe ik geen concessies. Maar omdat we het juiste uitstralen met onze merknaam, trekken we de juiste mensen aan. Naast duidelijk ben ik ook sociaal. En gevoelig: ik kan er wakker van liggen als iemand van mijn personeel het moeilijk heeft. Daarom doe ik alles voor ze. En dat gaat ver. Kom je in scheiding te liggen en heb je het financieel moeilijk, help ik je. Zit je niet lekker in je vel, regel ik de allerbeste coach voor je. En we kunnen goed bier drinken samen, hè. Feestvieren kunnen we als de beste. Als we een personeelsfeest geven, is iedereen er. We pakken ook altijd groots uit met personeelsfeesten. Met z’n allen bij elkaar zijn en feesten vind ik veel belangrijker dan het kostenplaatje. Ik ben sowieso niet die ondernemer die alleen maar in geld denkt. Helemaal niet, zelfs.’



A portrait of Bas van de Beeten, a middle-aged man with short dark hair, wearing a dark blue button-down shirt. He is looking slightly to the right of the camera with a neutral expression. The background is blurred, suggesting an indoor setting.

MEER OVER BAS

VEGHEL OF ERP?

'Veghel. Meer ontwikkeling!'

CARNAVALLEN OF SKIËN?

'Skiën. Het liefst ga ik vier keer per jaar: drie keer een weekend en nog een week met de familie tijdens carnaval.'

COMPLIMENTEN GEVEN OF ONTVANGEN?

'Sowieso geven. Ik word ongemakkelijk van complimenten krijgen. Daar praat ik meteen overheen. Geven doe ik volle bak.'

GROOTSTE BLUNDER OP HET WERK?

'Echt grote blunders kan ik zo niet herinneren, maar ik ben nogal lomp aangelegd dus ik kan nog weleens iets kapotmaken.'

MOOISTE DAG VAN JE LEVEN?

'Dat was afgelopen zomer, toen ik mijn vriendin Nathaly ten huwelijk vroeg. Dat, de geboorte van onze kinderen en de dag dat we onze nieuwe merknaam in de Koekbouw presenteerden. Die dagen betekenden alles voor mij.'

HOE WIL JE DAT MENSEN JOU LATER HERINNEREN?

'Als een fijn, gezellig mens die altijd goed voor anderen en zichzelf zorgde.'



‘VOOR MIJN PERSONEEL GA IK HEEL VER’

WAT VOOR ONDERNEMER BEN JIJ DAN?

‘Kijk, tuurlijk moet er geld verdiend worden, maar ik kan dat wel loslaten. Het allerbelangrijkste vind ik dat ik fijne mensen om me heen heb. Die fijne mensen krijg ik doordat die sessies me hebben laten denken waar ik heen wil. Wil ik een kleine tuin in een woonwijk maken of wil ik een groot landgoed aanleggen bij de meest professionele mensen? Allebei is goed, maar voor mij is het inmiddels helder: ik wil dat laatste. Ik wil bij de professionele club horen. Ik wil distributiecentra maken voor de grootste topmerken. Ik wil de beste zijn. Met de beste uitstraling en de beste mensen.’



HOE BLIJF JE DE BESTE?

‘Door te blijven innoveren en ontwikkelen. De groei erin te houden. Daarmee maak je het verschil. Laatst besloten ze bijvoorbeeld in Den Haag dat er geen stikstofuitstoot op de werkplaats meer mag plaatsvinden. Daar kun je dan van alles over vinden, maar het gaat gewoon gebeuren. Daar veranderen we niks aan. Daarom zeur ik niet, maar pak ik door. Die uitspraak moeten we omzetten in kansen. Dus gaan wij samen met onze vaste partners op zoek naar mogelijkheden om ons wagen- en machinepark aan te passen naar de gewijzigde omstandigheden en zelfs te investeren in nieuwe elektrische machines. Daarin moeten wij voorop lopen en investeren, vind ik. Het milieu vinden wij bij Van de Beeten heel belangrijk. We lanceren binnenkort ook OptiBlend: een nieuw, duurzaam menggranulaat. Het volgende product staat ook al op de planning: OptiStore. Met hele grote koffers kunnen we superveel regenwater opvangen. Duurzaam zijn is een belangrijk onderdeel in wie we willen zijn en wat we willen uitstralen.’

VIJF JAAR GELEDEN KWAM UIT DE STRATEGIESESSIES DAT JE DROOMDE VAN EEN LOCATIE AAN HET WATER. MET DE HAVENLOCATIE IN OOSTERHOUT IS DEZE RECENTELIJK UITGEKOMEN. WAT BRENGT JOU DIT VOOR VOORDELEN?

‘Aan het water zit veel scheepvaart. Met vrachtwagens over de weg rijden is mooi, maar over het water is uiteindelijk veel beter voor het milieu en de circulariteit. Op onze havenlocatie komen schepen van 3500 ton. Die lossen we aan de haven met een overslagkraan. We kunnen daar ook producten op- en overslaan en recyclen tot een nieuwe bouwstof. Dat is echt een aanvulling op ons bedrijf. Het geeft veel continuïteit.’



MAAK JE GROTE BESLISSINGEN, ZOALS HET KOPEN VAN EEN TWEEDE LOCATIE, MAKKELIJK?

'Best wel. Ik zoek vaak het randje op. Naast Oosterhout zijn de elektrische vrachtwagens daarvan een ander voorbeeld. Daar hebben we voor komend jaar superveel in geïnvesteerd. Dat zijn sprongen in het diepe die ik graag waag. Met een beetje vertrouwen in jezelf en de mensen om je heen komt het altijd goed. Opgeven doe ik niet, ik blijf doorgaan tot het wel kan. En dat is maar goed ook, denk ik. Anders stond Van de Beeten nu niet waar we nu staan. Daar komt ook onze slogan 'Grondig met daadkracht' vandaan.'



TOT SLOT: HEB JE NOG DROMEN EN DOELEN VOOR DE TOEKOMST?

'Ja, die zal ik altijd blijven houden. Het allerbelangrijkste? Ik wil de beste blijven. Altijd. Daarom blijf ik op zoek naar nieuwe mogelijkheden, ontmoet ik graag nieuwe mensen. En blijf ik proberen om kansen te benutten om verder te verbeteren en te professionaliseren. Dat gaat niet perse over kwantiteitsvergroting maar wel over kwaliteitsverbetering.'



WIJ ZIJN NEW. WIJ ZIJN BRAND ACTIVATORS.

Eisenhowerweg 13a | 5466 AB Veghel
Tel. +31 413 74 72 00 | info@wearenew.nl

