

# DE KROON

## SCHOONMAAKMARKT TREKT WEER AAN

De Kroon service- en schoonmaakdiensten uit Utrecht is nu precies 75 jaar actief, met al de derde generatie aan het roer. Broer en zus Kevin en Brenda de Kroon: "De schoonmaakmarkt trekt aan."

**tekst:** Dick van Zomeren

**B**egin 1940 startte Kees de Kroon in de stad Utrecht een glazenwas- annex schilders- bedrijf, totdat twintig jaar na de oprichting het accent verschoof naar alléén glazen- wassen en schoonmaken. Dat dienstenpakket is de afgelopen 50 jaar uitgegroeid tot zes facilitaire diensten, uitgevoerd door circa 450 medewerkers. Daarbij zijn dagelijks twee

nakomelingen van de oprichter betrokken, Brenda en Kevin de Kroon.

### **Voornaamste activiteit**

De groep wordt geleid door Kevin de Kroon (42), een kleinzoon van de oprichter, als algemeen directeur. Financieel directeur, sinds begin dit jaar, is Peter de Wever. De schoonmaakdivisie is nog altijd de voornaamste activiteit van de groep. Dat is terug te vinden in de cijfers, want 370 van de 450 medewerkers zetten zich daarvoor in. Ronald van de Bilt is hier als operationeel directeur verantwoordelijk voor de dagelijkse aansturing. Remco Drijver is verantwoordelijk voor alle commerciële activiteiten binnen de groep. Hij is sinds een jaar actief voor De Kroon. Voordien werkte hij acht jaar als vestigings- en salesmanager bij Asito en leerde het nodige in de praktijk toen Drijver

## ‘Om de klant te ontzorgen heb je geen kantoor nodig’

als vestigingsmanager verplicht een halfjaar in ‘het veld’ moest meewerken.

Brenda de Kroon (47) maakt ook onderdeel uit van het commerciële team en is een kleindochter van de oprichter. Ooit begon ze als vakantiekracht met schoonmaakwerk voor het bedrijf, maar vanaf haar negentiende jaar op de loonadministratie tot ze in 1994 haar moeder opvolgde als salesmanager. Als oudste van de twee omschrijft ze Kevin, de algemeen directeur, met een knipoog als haar ‘broertje’.

### Span of control

Zowel Brenda de Kroon als Remco Drijver geven ‘heel Nederland’ als werkgebied aan. Dat blijkt vooral te komen doordat de groep werkt voor landelijke ketens als Care (autoschadeherstel) en Regus (verhuur, ook in dagdelen, van kantoorruimten). Maar doorvragen leert ook dat 70 procent van de totale omzet van de groep in de provincie Utrecht wordt gerealiseerd. Voor de gebieden daarbuiten beschikt men over vestigingen in Maasdijk en Beverwijk. Dit om met name ook een goede dekking te hebben voor het gebied groot Rotterdam en groot Amsterdam. Drijver: “Je hoeft tegenwoordig geen groot netwerk van bijkantoren meer te hebben. Iedereen in de branche heeft de beweging gemaakt van meer naar minder, het concentreren. Om de klant te ontzorgen is geen kantoor nodig. Er is voortdurend communicatie met onze mobiele medewerkers, en opdrachtgevers komen zelden nog naar onze kantoren.”

De portfolio van De Kroon is gevarieerd en bestaat grotendeels uit kantoren, winkelcentra, VVE’s, zorginstellingen, onderwijsinstellingen en woningcorporaties. De groep promoot zes activiteiten met name: schoonmaken, zonwering, groenvoorziening, catering, beveiliging en glasbewassing c.q. specialistische werkzaamheden. Opvallend is nog steeds dat De Kroon een grote bekendheid geniet door het bestaan van het eigen zonweringsbedrijf,



ondanks het feit dat er dagelijks meer dan 60 bedrijfswagens met daarop Schoonmaak en Service-diensten op de weg actief zijn. Vermoedelijk komt dat doordat er ‘s zomers sprake is van een stortvloed aan reclame op RTV Utrecht.

### Groei in specialistische reiniging

De groepsomzet noemen ze niet, wel de verdeling in schoonmaak en overige services. Commerciële manager Drijver: “Van de groepsomzet vloeit 70 procent voort uit schoonmaakactiviteiten. De aanpalende diensten zijn als aanvullend meegegroeid, ook de zonwering. De groei is ook het sterkst binnen de schoonmaakdivisie en dan met name binnen het werkveld specialistische reiniging. Door de recessie hebben we vorig jaar wel op marge ingeleverd, niet op de omzet. Maar dit jaar is er een herstel in omzet en marge. We hebben geen megakantoren in portefeuille en gaan dus niet gebukt onder die 17 procent leegstand of het nieuwe oftewel thuiswerken. Ik denk overigens dat alle schoonmaakbedrijven wel merken dat de markt weer aantrekt.”

Brenda de Kroon: “Wat de recessie in mijn ogen wel heeft opgeleverd is dat beslissingen trager verlopen. Ik heb het idee dat als het om uitgaven voor facilitaire zaken gaat voorheen de secretaresse kon beslissen, en dat het akkoord nu op een wat hoger niveau ligt. Er gaat meer overleg aan vooraf.”

**DE KROON**

### In het kort:

- 75 jaar De Kroon
- Zes facilitaire diensten
- Werkgebied heel Nederland
- 70 procent omzet uit schoonmaak
- Focus op aanvullende diensten

#### Afspraak is afspraak

Formeel is acquisitie de taak van vier salesmedewerkers, maar de organisatie is zo overzichtelijk dat het verwerven van nieuwe of aanvullende opdrachten veel breder wordt opgepakt. Salesmanager Brenda de Kroon: “In beginsel werken we met z’n vieren, maar er wordt hier door alle functionarissen permanent gekeken naar kansen, niet alleen tijdens werkoverleg. Vooral in het MKB-segment. Denk daarbij niet alleen aan kantoren, maar ook aan scholen, schoonheidssalons, dokterspraktijken, buurthuizen en zalen. We zijn echt Utrechts, een begrip in de regio en zitten middenin het netwerk.”

Waarin is De Kroon beter dan de collega’s? Drijver: “Ik ga niet zeggen dat we beter zijn. Maar wat we hier absoluut koesteren is afspraak is afspraak.” Zijn collega De Kroon: “Dat moet je eigenlijk aan onze klanten vragen, die kunnen het antwoord geven. Ik denk dat het flexibiliteit is. We doen alles om een klant te ontzorgen. Met betrokkenheid, doordat het midden- en hoger kader gemiddeld 15 jaar in dienst is en we een familiebedrijf zijn met daarbinnen veel families doordat broers, zusters en zwagers van medewerkers ook in dienst traden en bleven.”

Zijn er ontwikkelingen in de markt die zorgen baren? Remco Drijver: “Dat was de prijsdruk, maar die voelen we niet meer of nauwelijks door selectief in te schrijven. Wat me branchebreed wel eens



opvalt is het gebrek aan baanbrekende vernieuwing. In de ICT is er elke dag wel een ontwikkeling. In de schoonmaak niet, geen echte breed toepasbare noviteiten. Hooguit oude wijn in nieuwe zakken. Je moet gewoon iedere dag met de beste vakmensen zorgdragen voor een schone werkomgeving, geen nee verkopen als er tijdsdruk is. En als er op zeer korte termijn een offerte aangeleverd dient te worden, regel dit dan snel. Verder moet je goed en breed inzetten op bevlogen rayonleiders en zorgen dat alle betrokken medewerkers en opdrachtgevers oprechte aandacht krijgen. Regel je dit goed in je organisatie, dan staat het huis en hoeft het niet verbouwd of afgebroken te worden.”

Driekwart eeuw De Kroon. Wat zijn de plannen voor de komende drie tot vier jaar? Brenda de Kroon: “Een wens van Kevin en van mij is verbreding van het werkgebied via onze klanten die een landelijke keten hebben. Meer werk rond bestaande vestigingen van klanten.” Remco Drijver: “Ik denk aan het bouwen aan opdrachten op nichemarkten als computerreiniging, kauwgomverwijdering en antigraffiti. Aanvullende diensten met een andere, zeg maar betere, marge.”

Ten slotte: wat gaat de buitenwereld merken van 75 jaar De Kroon? Brenda, namens de derde generatie: “Op drukwerk, de auto’s, sponsorborden en dergelijke komt te staan: De Kroon, 75 jaar jong. Verder komt er eind dit jaar een feest voor de relaties en medewerkers. Alle jaartallen van het bedrijf die een aanleiding gaven hebben we gevierd, die traditie zetten we gewoon voort.”