

Value Resources is het nieuwe Corinthe, maar dan anders

Bron: Flexmarkt

30-4-2011

De tijdige sabbatical van drie headhunters

In 2006 verzilverden Jan Rapmund, Marty Tuk en Tim Kamphorst het door hen opgebouwde recruitmentconglomeraat Corinthe. Nu hun relatiebeding is verlopen, bouwen de heren als investeerders een nieuwe waaier aan recruitment- en interimmerken uit. 'Maar ditmaal op afstand.' Het is deze maand vijf jaar geleden dat oprichter Jan Rapmund van headhunters- en interimbedrijf Corinthe zich met zijn twee compagnons Marty Tuk en Tim Kamphorst liet uitkopen. Corinthe ging april 2006 over in handen van de Amerikaanse MPS Group, die de omzet nog twee jaar fors zag stijgen. Toen de crisis uitbrak, hadden Britten en Amerikanen het in Oegstgeest voor het zeggen. Een nieuwe tijd brak aan. Rapmund en Tuk gingen met een lange vakantie en Kamphorst trad toe tot het bestuur van pensioenbeheerder Syntrus Achmea. En terwijl hun voormalige bedrijf al na een halfjaar crisis door de Amerikanen werd gestaakt en MPS Group zelf enkele maanden later door wereldmarktleider Adecco is verzwolgen, werd het ook stil rond het headhunterstrio.

Tot begin vorig jaar. Pal nadat hun concurrentiebedingen waren verstreken - toeval of niet? - lanceerden Rapmund, Tuk en ook Kamphorst, die daarmee alsnog terugkwam op zijn loopbaanwending, een nieuw bedrijf: The Executive Network (TEN). TEN is een headhunters- en interimmanagementpraktijk gericht op de topbestuurders in de financiële en zakelijke dienstverlening. Met een groot deel van hun clientèle hervatte het trio hun vak februari vorig jaar alsof er in de tussentijd niets gebeurd was.

PURE MAZZEL

Maar er was wel degelijk iets gebeurd. Feitelijk hebben de drie Nederlanders gecasht op de top van de markt. Niet dat hun timing vooraf bepaald was, volgens Rapmund was het zelfs 'pure mazzel': 'Ik zou niet weten wat het anders was. Timing? Leg maar uit hoe je dat precies doet. Ik heb geen idee.' Headhunting doen de heren al niet gratis, maar hun in 2006 verworven vermogen biedt het drietal de mogelijkheid om daarnaast te gaan investeren. Daarvoor hebben Rapmund, Tuk en Kamphorst investeringsvehikel True Value Resources (TVR) opgericht. Kort na de lancering van TEN - een voile TVR-dochter - maakten de heren in mei hun eerste participatie bekend: Interimbureau Yoxa. Yoxa is in 2009 door Nienke Platenburg opgericht, na haar vertrek als directeur van Corinthe-dochter Essential People. Met andere woorden, Platenburg is een voormalig werknemer van Rapmund, Tuk en Kamphorst. En zo ziet TVR het graag. Een tweede investering betreft Detac - een bemiddelaar van accounting- en controlspecialisten, die sinds 2007 in bezit is van directeur Martin Schomakers. Tuk: 'Martin deed een stuk of zeven klussen als zelfstandige voor Corinthe-dochter Heyday. Ook met hem werken we al jaren samen.'

CORINTHE 2.0

Naast deze twee investeringen in het eigen netwerk, heeft TVR afgelopen zomer ook eigen dochter Whyz opgericht. Onder leiding van voormalig Corinthe-consultant Pieter Riedstra, wil Whyz recruten en hanten onder hbo en wo-geschoolde professionals met minstens vier jaar werkervaring. Daarbij kan Riedstra handig gebruik maken van het netwerk van de drie grootaandeelhouders. Riedstra en

Platenburg zijn overigens niet de enige oud-werknemers die weer onder de vleugels van hun voormalige bazen zijn gaan werken. Inmiddels stelt Tuk al weer twintig voormalige werknemers middels TVR-dochters en investeringen aan het werk te hebben gesteld. Dat getal is inclusief de drie oprichters zelf. En hun hart ligt het dichtst bij de executive-search. Zoals Corinthe een gewilde prooi werd voor MPS vanwege de hoge marges die het kon vragen, zo moet ook The Executive Network meedingen naar de plaatsingen van de absolute top van het Nederlandse bedrijfsleven, althans zo vinden de oprichters. Aan het mondiale netwerk van executive-searchpraktijken Russell Reynolds en Egon Zehnder kan het bureau niet tippen, maar met een positie als gespecialiseerde lokale boutique zouden de heren erg tevreden zijn.

VAN OEGSTGEEST NAAR WASSENAAR

Daarvoor is een serieuze locatie een vereiste. TEN houdt kantoor in het Wassenaars 'Huis met het Blauwe Dak', het voormalige woonhuis van staatsman Jozef Luns, die er een fictief prive-jet in het glas-in-lood van zijn vide liet vereeuwigen. Het voornaamste bezit van de heren is hun netwerk. Met onder meer topbestuurders als voormalig procureur-generaal en huidig commissaris bij verzekeraar Aegon Arthur Docters van Leeuwen, voormalig CEO Sjoerd van Keulen van bank-verzekeraar SNS Reaal en CEO Jos Baeten van verzekeraar ASR Nederland prominent op hun website, hebben de heren toegang tot de top van financieel corporate Nederland. En dat netwerk is niet alken bedoeld voor hun executive-searchpraktijk. Het kan ook handig zijn als ingang voor de saleskrachten van huidige en mogelijke nieuwe participaties. In het netwerk steken de heren veel geld, onder meer voor wat Rapmund noemt 'visieverrijkende diners' en bijeenkomsten in de zogeheten 'Executive Lounge'. Rapmund: 'Het was onze derde Executive Lounge, in het automuseum van de oude Toyotaimporteursfamilie Louwman. Die heeft een van de meest indrukwekkende oldtimerverzamelingen ter wereld. Al onze gasten zijn bestuursleden en commissarissen van grote bedrijven en een paar ex-politici met een zakelijke carrière.' Wij spraken Tuk een dag na het diner.

Is zo'n diner met captains of industry ook een gelegenheid voor een sales-pitch voor uw dochterlabels?

'Nee. Ons netwerk is weliswaar ons grootste asset, maar de bijeenkomsten van de Executive Lounge zijn daar niet voor bedoeld. We bieden onze leden de gelegenheid om met elkaar van gedachten te wisselen en elkaar te inspireren. Zie dat als een investering van ons. En dat daar enorme behoefte aan is, heeft ons erg verrast.'

Is het toeval dat u gedrieën twee jaar na beëindiging van uw dienstverband bij het toen al overgenomen Corinthe opnieuw begint?

'Nee. We hebben met ons plan gewacht tot 2010. We wilden ons concurrentiebeding netjes nakomen. Dat hebben we keurig gedaan, al had MPS group intussen al de stekker uit Corinthe getrokken en deed het al langer niet meer aan executive-search.'

Sinds de start van The Executive Network heeft u ook drie nieuwe labels gelanceerd: de twee investeringen Yoxa en Detac en het eigen dochtermerk Whyz. Beslist u altijd zo snel?

'Soms kan dat snel. Wij kennen Nienke Platenburg van Yoxa en Marting Schomakers van Detac al heel lang. En dat is de belangrijkste eis als je in een bedrijf investeert: de ondernemer te kennen. Nienke was directeur van Corinthe-dochter Essential People en zo wisten we wat we van haar zouden kunnen verwachten. De enige eis die we aan elk van onze investeringen stellen is dat de ondernemer

de ambitie heeft om de beste in de markt te zijn. We mikken dus op kwalitatief marktleiderschap, niet op volume.'

Moet True Value Resources groter dan dan Corinthe was?

'Nee. We zijn niet opnieuw Corinthe aan het bouwen. Binnen Corinthe waren alle bedrijven zo met elkaar verweven dat we alleen als geheel te verkopen waren. We hadden een receptie, een pand en heel veel synergie: iedereen liep bij elkaar binnen. Aan de voorkant waren er vijf labels, maar aan de achterkant was het een bedrijf. Als grote uitzenders naar onze cijfers keken, waren ze altijd geïnteresseerd, maar nadat ze langs waren geweest, vonden ze het te moeilijk om te integreren in hun eigen organisaties.'

Yoxa is een interimbureau voor zzp-professionals. Detac detacheert tijdelijke financiële zzp'ers. Beconcurreren Yoxa en Detac elkaar?

'Op sommige vlakken wel. Yoxa bemiddelt voor opdrachtgevers in de financiële dienstverlening op alle functies: marketing, finance, operations, HR, projectmanagement en ICT. Detac doet voor alle branches alleen de financiële functies.'

Dat zou u onder de vlag van Corinthe nooit hebben geaccepteerd.

'Dat klopt. Wij hadden alle dochters van Corinthe ingekaderd in hun marktsegmenten. En al die labels stuurden we aan vanuit een holding. Dat is het verschil met onze positie nu als investeerders op afstand. Ik sluit niet uit dat er nog eens een bedrijf in onze portfolio zal gaan concurreren. Bovendien hebben wij minderheidsbelangen in die bedrijven. Formeel gaan wij daar dus niet eens over.'

U doet niet aan meerderheidsbelangen?

'Niet bij onze investeringen. Als we zelf een dochterbedrijf opstarten, zoals we met Whyz gedaan hebben, dan willen we niet minder dan 80 procent van de aandelen bezitten. Maar bij investeringen kiezen we bewust voor een belang van maximaal 40 procent. Dat is het grootste verschil met vroeger. Bij Corinthe was het groepsbelang groter dan het individuele belang. Ik heb toen bijvoorbeeld recruitmentdochter 30days verboden te hanten bij verzekeraar Aegon, want daar deden de andere merken Heyday en Corinthe zelf heel veel werk. Als Heyday zou gaan hanten waar Corinthe plaatste, zouden we flinke last hebben kunnen krijgen. Nu laten we die keuze aan de ondernemer. Het zijn zelfstandig opererende bedrijven die geen rekening hoeven te houden met de andere investeringen.'

Zoekt TVR meer investeringen?

'We zijn op dit moment met twee partijen in gesprek voor 40-procentparticipaties. Een nichebedrijf houdt zich bezig met werving en selectie en een bedrijf is een recruitmentspecialist op het gebied van etnische diversiteit. Daarnaast krijgen we de vraag van onze relaties of we niet een werving en selectiebedrijf in de ICT-markt kunnen opzetten. Daar denken we over na. Ik ben in die markt nog geen partij tegengekomen die echt topkwaliteit levert.'

Waarom die moeite doen? De ICT-markt is een oververzadigde markt.

'Daarom juist. Als je een onderneming wilt starten, moet je niet zoeken naar een gat in de markt, maar naar een markt met heel veel aanbod en heel veel vraag. Want daar is vaak de gemiddelde kwaliteit van het niveau heel laag. En als je daar een kwaliteitsspeler weet te worden, heb je

gegarandeerd succes. Daarom kiezen wij ook voor multibranding. Als je grootste wilt worden, moet je monobranden. Wil je de beste worden, dan moet je multibrander zijn. We zijn zelf nichespelers, specialisten en geen generalisten. Dus investeren wij in specialisten, met een scherp gedefinieerd businessmodel.'

Voor de crisis nam u ontslag. Wat zijn de grootste veranderingen sinds Corinthe?

'De opkomst van de brokers, die alle facturen en contracten met externen voor opdrachtgevers beheren en daarvoor per uur een paar euro afromen. Die bestonden vroeger ook wel, maar waren niet zo machtig als nu. Want inmiddels - en dat verbaast me wel zijn er veel bedrijven waar alles loopt via zo'n broker. Elke aanvraag voor een interimmer gaat naar de broker, die de opdracht met de markt deelt. En de hele markt wacht die opdracht af en wie het eerst een passend CV stuurt - dat is echt minutenwerk - maakt de match.'

Is dat geen vooruitgang?

'Vanuit efficiency is dat misschien wel slim, maar niet vanuit kwaliteit. Het gevolg is dat er geen intake en geen selectie meer wordt gedaan. Er worden mensen voorgesteld die de opdrachtgever en de broker nog nooit hebben gezien. Dus je ziet ook steeds meer managers, die willen toch weer contact met bureaus.'

Wat is de toegevoegde waarde van bemiddelaars?

'Die zit meer in de selectie dan in de search. Kandidaten zoeken kunnen opdrachtgevers via internet zelf ook eenvoudig. Onze toegevoegde waarde ligt in het helpen van de klant bij het scherp krijgen van wat ze echt nodig hebben. Bij de intake, dus. Want een opdrachtgever zegt wel vaak dat hij weet wat hij zoekt, maar wij tasten af of de inleener ook aan iemand anders heeft gedacht, met een heel ander profiel.'

Merkt u dat de markt in 2010 weer getrokken?

'Ja. Onze omzet is elke maand weer gegroeid. Maar tegelijkertijd zijn we weer van nul af begonnen. Veel minder omzet kun je niet draaien...'

U bemiddelt vooral in de financiële en zakelijke dienstverlening. Hoe ziet de toekomst er voor die markt uit?

'De financiële markt krijgt sterk te maken met vergrijzing. Dat is het goede nieuws. Tegelijk gaan de financials ook grote klappen incasseren. Ik denk dat er over vijf tot tien jaar nog maar half zoveel mensen in de financiële dienstverlening werken. Vooral onderop de loonlijsten van de banken en verzekeraars gaan de klappen vallen. En dat komt vooral door automatisering en outsourcing. Die trend zie je nu al bij verzekeraars: afdelingen autoschadeverzekering moeten bijvoorbeeld van tweehonderd man terug naar twintig man. En ik sprak vandaag iemand van een verzekeraar van drieduizend man personeel die nu al weet dat de loonlijst over vijf jaar terug zal zijn gebracht tot vijftienhonderd.'

Terugkomend op de geschiedenis van Corinthe. Doet het pijn?

'Natuurlijk doet het pijn. Vooral toen toenmalig directeur Ellen Croes me tijdens mijn vakantie in 2009 belde. Jan en ik waren toen enkele maanden vertrokken. Ze liet weten dat de Amerikanen de stekker uit Corinthe hadden getrokken. Kijk, wij verkochten het in 2006 in de hoop dat de koper er

heel blij mee zou zijn. Het zou natuurlijk mooier zijn geweest als het bedrijf nog had bestaan. Maar goed: we hebben er een nette prijs voor betaald gekregen. En bovendien: van de 140 mensen die bij Corinthe werkten, hebben we er inmiddels weer 20 in dienst.'

Heeft u die weggekocht?

'Nooit. We hebben dat zuiver gespeeld. We zouden dat vanaf 2009 hebben gemogen. Toch hebben we het ook naar de letter zuiver gespeeld. Al onze huidige mensen waren al weg bij Badenoch & Clark toen ze bij ons in dienst kwamen.'