



Voor: Marjolein Pinkster met achter het stuur ABA bestuurslid Carel Abeln
Achter: (vlnr) Toon van Dooijeweerd, Raymond Amesz, Wim van Tol, Henk Stolp en Raymond Sneek

**ELKAARS BUSINESS EN DE PERSOON
DAARACHTER BETER LEREN KENNEN**

Meer Business to Business

Het draait bij ABA, zoals de volledige naam Ajax Business Associates aangeeft, om business. Dan is het natuurlijk mooi als er tijdens de Algemene Ledenvergadering (ALV) ondernemende leden opstaan, die zich daar hard voor willen maken. Inmiddels hebben onder leiding van bestuurslid Carel Abeln de eerste concrete initiatieven 'handen en voeten' gekregen.



Als houder van drie business seats koos Carel Abeln er al snel voor om lid te worden van ABA. Hij werd zeer prettig verwelkomd, weet hij nog. ‘Het persoonlijke sprak me direct aan en de ambiance van de ABA-Lounge en ABA-Club paste goed bij mij en mijn relaties. Ik voelde me bij ABA direct thuis.’ Een aantal jaren terug werd hem gevraagd om een actieve rol in het bestuur te spelen. Carel kende inmiddels binnen de ABA veel mensen, maar vooral alleen van gezicht. Tijdens de jongste ALV werd door een aantal ABA leden het idee geopperd om binnen de businessclub ondernemers, die daarvoor openstaan, de mogelijkheid te bieden om elkaar beter te leren kennen. ‘Dat hadden we al vaker besproken en sprak mij direct aan’, zegt hij. ‘Ik begreep meteen wat er bedoeld werd. Zo ervaar ik het zelf ook. Immers rond wedstrijden zijn leden die genodigden meenemen vooral met hun gasten bezig. Dan is er minder tijd en aandacht voor anderen. Daardoor leer je elkaar niet echt kennen, terwijl daar kennelijk toch behoefte aan is, getuige het initiatief dat op de ALV werd ingebracht.’



WIM VAN TOL

Wim van Tol – ViPcom: ‘Voor mij is aansluiting bij ABA belangrijk om ‘over de muren van andere bedrijven’ te kunnen kijken. Het werkt toch het beste onder het genot van een kop koffie om met DGA’s en mede-beslissers te kijken of je ‘iets’ voor elkaar kunt betekenen? Voor de business van ViPcom, het verbeteren van klantcontacten bij organisaties, zijn persoonlijke contacten belangrijk. Dat geldt ook voor een aantal andere leden en dus is het goed om elkaar beter te leren kennen en elkaar weten te vinden als je ‘iets’ kunt betekenen. De ABA-netwerkborrels zijn een goed initiatief om de onderlinge toegankelijkheid te vergroten.’



TOON VAN DOOIJEWERD

Toon van Dooijeweerd – YourGift Cards: ‘Voor mij is het ABA-netwerk niet vrijblijvend! Je wil binnen het ABA-netwerk uiteraard niet gedwongen worden om business met elkaar te doen, maar je kunt als lid elkaar wel opzoeken. Wij richten ons met YourGift cadeaukaarten vooral op de zakelijke markt en bieden maatwerk aan bedrijven die cadeaukaarten willen inzetten als loyaliteit en/of beloning voor medewerkers en relaties. Door actief te netwerken willen we met ondernemers binnen ABA graag in gesprek komen en wie weet, komt van het een, het ander.’

NETWERKMOMENTEN

Carel Abeln: ‘Daar zijn we samen direct mee aan de slag gegaan. Eigenlijk is het mooi dat een aantal leden elkaar graag beter wil leren kennen en geïnteresseerd is in elkaars business. Dat is de meerwaarde van een platform als ABA. Ik realiseer mij wel dat niet alle leden daar behoefte aan hebben. Dat hoeft ook niet. Naar mijn inschatting zijn er zeker 100 tot 150 leden van de 275 die niet alleen een actieve rol





in hun bedrijf uitoefenen, maar ook meer willen dan alleen het bezoeken van thuiswedstrijden van Ajax en het genieten van de fantastische faciliteiten rondom de wedstrijd. Daar wil ABA graag netwerkmomenten voor faciliteren. Met die activiteit richten wij ons niet zozeer op alle leden, wel op diegenen die zich tot dit initiatief aangetrokken voelen en heel gericht met andere leden over hun business willen praten. Elkaar beter leren kennen, daar gaat het om. En wie weet resulteren die contactmomenten vroeg of laat in 'iets' voor elkaar kunnen betekenen. Dat is het win/win idee achter deze nieuwe ABA Business to Business activiteit.'

INFORMELE WERKGROEP

De eerste stap die na de ALV gezet werd, was het installe-



RAYMOND SNEEK

Raymond Sneek – Zon Comfort: 'Dat het bij ABA voor en na de wedstrijd altijd leuk en gezellig is, is natuurlijk top, maar ik mis het zakelijke tintje. Het is toch een investering en daar wil je als bedrijf zoveel mogelijk rendement uit halen. Dat geldt ook voor Zon Comfort. Wij richten ons met het onderhoud en meer van zonweringen in de Benelux op de zakelijke markt. Dan is het ABA podium een prachtig kwaliteitsnetwerk om met gelijkgestemde ondernemers in contact te komen. Als lid van de werkgroep wil ik graag een ambassadeursrol vervullen om de zakelijke kant van ABA beter naar voren te brengen.'



HENK STOLP – UNIEK PARKEN

'Als je ergens deel van uitmaakt en er aandacht aan geeft, dan mag je daar meer van verwachten, vind ik. Dat geldt ook voor het lidmaatschap van ABA. Daarom ben ik – als één van de pioniers – blij met het nieuwe netwerkiniatief. Ik ben vanuit onze business – het exploiteren van recreatieparken – lid geworden van ABA. Ook met het doel om collega ondernemers beter te leren kennen. Dat kost dan af en toe een paar uurtjes, maar dat vind ik de moeite waard. De eerste netwerkborrel bij Stern Auto was een goed begin en smaakt wat mij betreft naar meer.'

ren van een informele werkgroep. Deze leden worden in dit artikel aan u voorgesteld. 'Dat kostte weinig moeite', zegt Carel Abeln. 'Al snel was er voldoende draagvlak en mankracht om de eerste activiteit te organiseren. Dat was een netwerkborrel bij Stern Auto, dealer van Mercedes-Benz en partner van AFC Ajax. Gastheer Raymond Amesz bood spontaan de faciliteiten aan. Met de leden van de werkgroep werd afgesproken om 2 of 3 ondernemende ABA leden persoonlijk te benaderen en uit te nodigen. Dat werkte fantastisch. Er kwamen meer dan 30 ondernemers op de eerste netwerkborrel bij Stern af. Het werd een ongedwongen, informele en informatieve bijeenkomst.'

GUNFACTOR

Carel Abeln: 'De volgende staat alweer gepland, die



wordt gehouden op 8 juni 2018 bij Holland Casino, waar directeur Peter Voolstra onze gastheer zal zijn. Ook dan staat centraal: 'Elkaars business en de persoon daarachter beter leren kennen'. De ABA Business to Business borrels zijn dus, zoals gezegd, niet voor alle leden bedoeld. De borrels richten zich platgezegd op ondernemers die nog dagelijks "met hun poten in de klei staan" en bij voorkeur zeker ook op de jongere garde. Er wordt aan de deelnemers een proactieve, open en oprechte geïnteresseerdheid gevraagd. Dat zijn kenmerken om het interactieve verkeer te stimuleren. Het gaat bij zaken doen nog altijd om de gunfactor. Door elkaar beter te kennen, komt die dichterbij. Dat is het uitgangspunt achter



RAYMOND AMESZ – STERN AUTO

'Wij zijn trots dat wij gastheer mochten zijn van de eerste ABA Business to Business borrel. Het is fantastisch om te zien dat de ABA leden elkaar onder het genot van een hapje en drankje op een ongedwongen manier beter leren kennen. Net als wij met de spelers van Ajax doen, hebben wij de ABA leden ook meegenomen in de luxe en sportieve wereld van Mercedes-Benz. ABA en AFC Ajax, waar wij partner van zijn, zijn onlosmakelijk aan elkaar verbonden en waar Ajax stopt gaat ABA verder. Juist daarom is het interessant om elkaar ook buiten Ajax te ontmoeten om elkaars business beter te leren kennen.'

dit, vanuit een deel van de leden aangedragen, initiatief. Daar staan we als bestuur van de businessclub volledig achter. Dat deel van onze ABA leden die zich hiertoe aangetrokken voelt en hieraan een actieve bijdrage wil leveren geven wij graag een podium.'



De volgende ABA Business-to-Business bijeenkomst is bij Holland Casino

Wanneer? Vrijdag 8 juni 2018
Hoe laat? Welkom vanaf 17:00 uur