

Samenwerkingen

Door: **Wolfgang Hendrix** | december 24, 2014



‘Op zijn Nederlands’ zijn er weer een aantal nieuwe initiatieven ontstaan voor samenwerkingsverbanden en ik zie dat andere verbanden door marktverschuivingen weer een boost hebben gekregen. Als ondernemer vind ik dit een goede zaak. Samen met gelijkgestemden zoek je naar voordelen die je als individueel bedrijf niet kan behalen.

Parallel hieraan loopt echter altijd het commercieel belang. Een keihard zakelijk principe is dat alle uitgaven die een consument bij de concurrent doet, niet meer in jouw bedrijf gebeuren. Dus naast het commercieel gemak en voordeel, speelt vooral de concurrentiestrijd hierin een belangrijke rol. Hoe exclusiever de kwaliteit en kwantiteit van de samenwerking, hoe hoger de competitieve waarde is. Mijn betoog is dat commerciële samenwerkingsverbanden die direct gekoppeld zijn aan een commercieel belang, alleen zinvol zijn als ze bij een beperkt aantal gebruikers ingezet worden. Pas dan wordt een commercieel verband ook gelijk een commerciële concurrentie-tool en dat is essentieel in deze markt, waar aan de voorkant vaak vriendelijkheid hoogtij viert, maar aan de achterkant een bikkelharte strijd plaatsvindt. De consument volgt veelal online zijn eigen route naar een ideale reis of vakantie en alle aanbieders zoals reisbureaus, reisorganisaties, lokale aanbieders, airlines enz., staan hierin naast elkaar. Dus onderscheidend vermogen wordt steeds belangrijker en dat bereik je niet met eenheidsworsten.

Alleen wanneer het belang echt commercieel overstijgende zaken betreft, denk hierbij aan de Europese regelgeving, dan is voor onze branche de ANVR de daarvoor aangewezen entiteit. Daar hebben we allemaal wat aan en dan speelt concurrentie geen rol...