



## BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER

Marktleider in de Benelux en Duitsland als tweede thuisland in 2020: de ambities van Nine & Co liegen er niet om. Twee jaar geleden voer het bedrijf - voorheen bekend als Noppies - een stabiele koers, met hier en daar een lichte daling. In 2016 werd het bedrijf onderdeel van investeringsfonds Vendis: een keerpunt. Met Anne-Gien Haan als CEO zet het bedrijf vol in op innovatie, duurzaamheid en groei. De nieuwe Business Development Manager krijgt alle ruimte om daarin een leidende rol te spelen.

# OVER NINE & CO

Nine & Co voorziet vrouwen vanaf de zwangerschap tot het moment waarop de baby ongeveer twee jaar is via wholesale, retail en online kanalen van optimaal gemak en plezier. Niet alleen door mooie zwangerschapskleren (Maternity), maar voor alles waar de kersverse moeder de eerste jaren zoal mee bezig is (Baby & Kindjes) en alles wat in huis nodig is voor het gezin (Home & Slapen).

## BUY-AND-BUILD STRATEGIE

Sinds Vendis Capital het bedrijf overnam, is er veel veranderd. Allereerst wijzigde de naam van Noppies naar Nine & Co - refererend aan de negen maanden waar het allemaal mee begint. Daarnaast werden middels een buy-and build strategie de afgelopen twee jaar enkele andere merken ingelijfd, waaronder begin dit jaar nog het Duitse Alvi, marktleider op het gebied van slaapproducten voor baby's. 'Dit soort overnames verstevigen uiteraard onze positie en groeiambities, maar helpen ook onze merken te verduurzamen. Naast groei, zijn innovatie en meer duurzaamheid aanbrengen in onze merken belangrijke pijlers,' aldus Anne-Gien Haan (CEO). Samen Vendis heeft het bedrijf een heldere roadmap uitgestippeld om de ambitieuze doelstellingen te verwezenlijken.



# BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER

Nine & Co wil voor 2020 de omzet verdubbelen. Dat is waar de nieuwe Business Development Manager een prominente rol gaat spelen. Hoe hij/zij dat gaat bewerkstelligen? Niet door meer nieuwe merken aan te kopen, dat hoofdstuk is na de overname van Alvi even afgesloten. Hoe dan wel? Door onder andere het vizier te richten op de grote klanten (denk: Zalando, Amazon, Wehkamp), door bestaande merken scherper neer te zetten, categorieën slimmer in te delen, nog meer innovatie toepassen en het bedrijf online nóg verder te laten groeien.

**K**ortom: mogelijkheden genoeg. Zo ligt er voor de Business Development Manager allereerst een interessant vraagstuk op het gebied van het warehouse: hoe kan Nine & Co haar supply chain inrichten op de veranderende markt? Op dit moment is die vooral ingericht op wholesale business, maar de vertaalslag naar (veel meer) B2C ligt voor de hand. Een ander vraagstuk heeft betrekking

op de marges van producten - vanaf het moment waarop ze van de leverancier komen tot aan het moment van verkoop aan de consument. Wat gebeurt er tijdens dat traject precies met de marge? Wordt er niet teveel weggegeven, al dan niet aan 'verkeerde' klanten? Aan de Business Development Manager om dat proces nauwkeurig in kaart te brengen en er meer grip op te krijgen.

## DUURZAAMHEID EN INNOVATIE

Als het gaat om innovatie valt er volgens Haan veel te leren uit andere disciplines. Er is met name bewondering voor innovaties uit de sportwereld, die Nine & Co graag naar haar eigen producten zou vertalen. Denk aan zwangerschapsleding met anti-straling op de plek waar de foetus zit, kleding met aloë vera voor stralingsgevoelige gebieden of een app waarmee je kunt zien hoe je baby het doet, om slechts een paar mogelijkheden te noemen. Die innovatieve manier van denken toepassen in Design & Product Development, daar gaat het om. Ook bij die innovatietrajecten speelt de Business Manager een belangrijke, (aan)sturende rol.

De Business Development Manager stapt regelmatig in de auto naar Höxter in centraal Duitsland, om te ondersteunen bij de integratie van Alvi. Hoe kan de Duitse partij het best in het bedrijf geïntegreerd worden? Welk model is daarvoor het meest geschikt? Hoe winnen we meer marktaandeel in Duitsland?

## NUCHTERHEID, BETROKKENHEID EN LOYALITEIT

De Business Development Manager rapporteert direct aan de CEO, die

tegelijkertijd ook zijn/haar belangrijkste sparringpartner is. Op het kantoor annex showroom in Lelystad werken ruim 60 mensen - Sales; Marketing; Consumer Loyalty; Design, Buying & Sourcing; en enkele ondersteunende diensten als Finance en Customer Service. Daarnaast zijn op de logistieke afdeling nog zo'n 45 werknemers werkzaam. Tezamen is het een mooie bundeling van mensen met verschillende nationaliteiten en achtergronden, die onderling enkele kernwaarden hoog in het vaandel hebben staan, waaronder positiviteit, passie en een enorme betrokkenheid ten opzichte van het bedrijf.

## WARS VAN STROPERIGHEID

Van stroperigheid moeten ze in Lelystad niets hebben. Haan: 'Als duidelijk wordt dat we de strategie moeten wijzen, dan doen we dat.' Adaptiviteit en veerkracht, daar houden ze bij Nine & Co veel meer van. De nieuwe Business Development Manager moet dan ook een bovengemiddeld hands-on type zijn. En niet bang zijn voor de nodige complexiteit - want dat in deze branche oplossingen niet altijd zo simpel zijn als ze lijken, is een feit. Hij/zij krijgt van de driekoppige directie in ieder geval alle ruimte om een grote bijdrage te leveren aan verdere professionalisering van Nine & Co.



*'Iedereen hier heeft continu nieuwe ideeën, soms misschien iets té veel'*

Anne-Gien Haan




---

## ERVARING

- WO-niveau
- 3-6 jaar ervaring in Strategy of Management Consulting of Private Equity
- Kennis van fashion of retail is een pre

---

## PERSOONLIJKHEID

- Hands-on
  - Gestructureerd
  - Analytisch sterk
  - Creatieve, oplossingsgerichte aanpak
  - Resultaat gedreven teamplayer
  - Brede interesse, nieuwsgierig karakter
- 



LELYSTAD



FASHION/RETAIL



BUSINESS  
DEVELOPMENT

**MEER WETEN? NEEM CONTACT OP MET ANNELIJN NIJHUIS**

Consultant bij Top of Minds Digital Executives [annelijnnijhuis@topofminds.com](mailto:annelijnnijhuis@topofminds.com)

# VENDIS CAPITAL

Vendis Capital is een onafhankelijk private equity fonds dat zich richt op investeringen in kleine en middelgrote ondernemingen in de Europese consumentensector die goed gepositioneerd zijn om waarde te creëren door groei en/of transformatie. De ondernemingen waarin geïnvesteerd wordt genereren doorgaans een EBITDA tussen de 2 en 15 miljoen euro, met een sweatspot tussen de 5 en 10 miljoen.

Vendis is in 2009 opgericht en heeft sindsdien een sterk track record opgebouwd in de consumenten sector met vele succesvolle investeringen in leidende retailers en consumenten merken. Ze zijn hierdoor uitgegroeid tot de specialist in deze sector. Vendis is in veel opzichten anders dan andere private equity fondsen, allereerst door de sterke focus

op 1 sector. Tevens staan ze bekend om hun actieve betrokkenheid bij hun portfolio bedrijven, waarbij ze proberen bij te dragen aan verdere groei in omzet en winst om op die manier op een structurele en positieve manier waarde te creëren bij hun portfolio-bedrijven. De slogan van Vendis is niet voor niets 'Building brands together'.



*“We hebben echt een andere mindset en werkwijze. In plaats van enkel de cijfers bekijken en af en toe langskomen om op high-level mee te praten, zien wij als financiële partner een actieve rol voor ons weggelegd op zowel strategisch als tactisch niveau, waarbij we onze kennis en ervaring inzetten om onze bedrijven verder te ontwikkelen. We werken op een respectvolle manier samen met onze managementteams die vaak het bedrijf al tot dat punt gebracht hebben met de potentie om nog verder te groeien.”*

**DAVID VAN DER GRAAF,  
INVESTMENT DIRECTOR  
VENDIS CAPITAL**

## PORTFOLIO BEDRIJVEN:



# BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER POSITIE

De Business Development Manager is binnen een van de portfolio bedrijven van Vendis verantwoordelijk voor het drijven van strategische roadmap en vervult daarmee een sleutel rol tussen Vendis en het management team. Hij/zij zal onderdeel zijn van het management team van het portfolio bedrijf en actief samenwerken met alle overige MT leden. Tevens zal er nauw contact en samenwerking zijn met het investment team van Vendis.

---

Als Business Development Manager ben je dus in de lead van de roadmap waarmee je het strategisch plan zo goed en snel mogelijk van papier moet zien te krijgen hetgeen zou moeten resulteren in in klinkende resultaten. Je leert in deze functie hoe een operationele business echt werkt en hoe je door middel van strakke executie een goede strategie weet om te zetten in de gewenste resultaten. De focus ligt hierbij op het acceleren van de winstgevende langte termijn gorei, het bouwen van teams en het verder professionaliseren van de onderneming om deze hiermee naar het volgende stadium te brengen.



## CONTACT



**ANNELIJN NIJHUIS**

Consultant bij Top of Minds Digital Executives  
[annelijnnijhuis@topofminds.com](mailto:annelijnnijhuis@topofminds.com)