

## Vakantiepret of vakantieleed

Juli. Het is dan bijna (of eindelijk) weer zover: Nederland in zomerreces. Nu eens even verlost van 'the battle of the fittest'. Niet meer 'eten of gegeten worden'. De continue worsteling om klanten, omzet en winst maakt plaats voor 150% vakantiepret. Vooral het 'niets-moeten-en-alles-is-prima-gevoel' laat ons grenzeloos wegzakken in een eindeloze vakantieroes. Hoera!

Wellicht bent u als één van die vele montere vakantiegangers. U wilt méér dan alleen maar luieren! U kiest voor optie A: u legt de vakantiepret zo hoog mogelijk. U probeert het onderste uit de kan te halen. Ú bent per slot van rekening ondernemer met een hoofdletter O.

Dan ervaart u toch al weer snel het effect van de Theory of Constraints. Want bij de optimalisatie van uw vakantiepret worden harde knelpunten pijnlijk voelbaar. Niet alles kan mee op vakantie. En ook is er niet overal tijd voor. Niet iedere reisgenoot wil en kan in het zelfde tempo de zelfde ambities waarmaken. En pijnlijker .... niet alles kan binnen het te krappe vakantiebudget.

Prima: uw vakantie wordt beslist een inspirerende tijd: een bezielende bron van bruikbare leerpunten. Neem er tenminste 3 mee naar huis. Deze helpen u beslist om zakelijk het 2<sup>e</sup> halfjaar nóg beter te presteren.

Maar wellicht gaat u voor optie B: u kiest voor vooral 'niets-moeten-en-alles-is-prima'? Deze aspiraties zijn voor ú voldoende! Ook prima: uw doel is 'het hoofd leeg'. Zo begint ú tenminste 'boordevol energie' aan de 2<sup>e</sup> ronde.

Op vakantie gaan lijkt wel op ondernemen: ambities waarmaken. Wat bepaalt dadelijk úw vakantiepret of vakantieleed? Hoe wordt dat bereikt? En kwam dat uit!? Laat het u maar eens gewoon gebeuren!

Peter Schuitmaker  
BBO&F