

VAN JONGE ONDERNEMERS VOOR JONGE ONDERNEMERS

Na een succesvol forum met 'vrouwen in de top' in 2006, vond Vallei Business het anno 2007 tijd voor een andere doelgroep: de jonge ondernemer. Waar lopen deze 'groentjes' tegenaan in de dagelijkse gang van zaken? Worden ze wel serieus genomen? Hoe komen ze aan een netwerk? Hoe belangrijk is status? Voor welke valkuilen moeten zij waken? Een interessante discussie resulteerde in zeven onderbouwde tips – leerzaam voor iedereen die overweegt om voor zichzelf te beginnen én voor de gevestigde ondernemer.

De start van een eigen onderneming is een combinatie van karakter en 'het juiste duwtje in de rug', zo blijkt uit de discussie. De deelnemers hebben ieder een eigen verhaal bij de start van hun bedrijf. Zo zijn de twee jongsten, Pors en Hooijer, vanuit hun studie in het bedrijfsleven gerold. Pors al na zijn eerste jaar omdat hij wilde weten hoe de geleerde stof in de praktijk aangewend

kon worden. Hooijer werd, samen met twee mede-studenten, door een docent op het idee gebracht: "Wij zijn echt op mijn zolderkamer begonnen. Drie laptops, drie bureaus, drie telefoons. Daar zaten we dan. We hadden nul verplichtingen en via via kwamen we aan de eerste opdrachten." Baggerman is voor zichzelf begonnen nadat hij er met het mede-eigenaarschap op het kantoor

waar hij in dienst was er niet uit kwam met zijn werkgever. Het beroep zat in zijn bloed: "Op de lagere school wilde ik al makelaar worden. Als we op zondag met mijn ouders gingen wandelen, bekeek ik alle nieuwbouwwoningen van binnen. Als de vraagprijs van een woning die in de krant stond onduidelijk was belde ik met de verkopende makelaar. Sinds ik voor mezelf ben begonnen, is het zo hard gegaan. Dat had ik niet durven dromen." Werkman heeft samen met zijn compagnon De Jong bewust gekozen voor de start van een eigen onderneming. Zijn vader en zus hebben ook een eigen zaak. Werkman gelooft dat dat meegespeeld heeft: "Je kent het toch van dichtbij en hebt van nature kennelijk een durf om in het diepe te springen. Bovendien zie

**"LAAT JE NIET LEIDEN DOOR
ANGSTEN ALS JE WILT
BEGINNEN. GELOOF IN JE EIGEN
KRACHT." (PETER PORS)**

ik bij mezelf een drang naar zelfstandigheid, zelf iets creëren. Daarbij is het ▶

DEELNEMERS:



JAN WERKMAN, DIRECTEUR,
WERKMAN EN DE JONG
34 JAAR

Op 1 februari 2005 is Werkman samen met zijn compagnon Bas De Jong van start gegaan met Werkman en De Jong. Het in Ede gevestigde bedrijf is een generalistisch werving & selectie bureau, dat bovendien pay-roll dienstverlening aan biedt. De eerste twee jaar zijn naar wens verlopen; zoals blijkt uit het huidige personeelsbestand van zeven.

EWOUT HOOIJER,
DIRECTEUR, DE INDRUK
25 JAAR

Hooijer is direct na zijn studie aan de Hogeschool Utrecht met twee mede-studenten een eigen onderneming gestart. Sinds 10 februari 2004 hebben zij zich, met een aantal gevestigde ondernemers, verenigd in De Indruk. De Indruk is een bundeling van creativiteit en kennis van techniek, communicatie en presentatie. Dit reclamebureau verzorgt alles op het gebied van reclame, bedrijfscommunicatie, grafische vormgeving, audiovisuele productie en internet.



COR ALBERTS,
ADVOCaat, BLOM ADVOCATEN
30 JAAR

Alberts is één van de 11 advocaten die in dienst is bij Blom Advocaten. Blom Advocaten is een eigentijds en middelgroot advocatenkantoor, gevestigd te Veenendaal. Het kantoor bestaat meer dan 30 jaar en staat voor een persoonlijke aanpak en een informele sfeer. Alberts beschrijft het kantoor als een ondernemingsgerichte praktijk, waar veel aandacht is voor ondernemersrecht, arbeidsrecht en vastgoed.

**"DOE WAAR JE PLEZIER IN
HEBT EN GOED IN BENT.
KEN JE TALENT."
(JAN WERKMAN)**

kennissenkring op en toon je aan dat je jezelf staande kunt houden. Vervolgens zou je, eventueel, in de maatschap toe kunnen treden. Of voor jezelf beginnen, als je de maatschap niet in wilt of het niet mogelijk is." Van Silfhout constateert dat jonge ondernemers voornamelijk gedreven worden door lef: "Als je jong bent, neem je meer risico's. Dan heb je het enthousiasme, de onbevangenheid en het doorzettingsvermogen om het gewoon te doen. Daar moet je nu gebruik van maken. Vaak hoor je ondernemers na tien jaar zeggen: ik zou het nu niet meer durven." Pors hoopt met zijn tip dan ook mensen over de streep te trekken die nog twijfelen: "Je moet gewoon gaan. En niet te bang zijn voor de beren op de weg." Wellicht dat de vraag die Baggerman zichzelf ruim twee jaar geleden stelde, van dienst is: "Wat is erger? Een eigen zaak beginnen en het lukt niet of zestig zijn en spijt hebben dat je het nooit geprobeerd hebt?" "In loondienst is overigens ook niet zonder risico", vult De Fluiter tot slot aan.

De forumdeelnemers hebben gemerkt dat het essentieel is om je eigen identiteit en dat van je bedrijf te kennen. Zo meent Werkman: "Mijn compagnon en ik vullen elkaar goed aan. Hij neemt de financiën voor zijn rekening en ik de commerciële activiteiten. Het is de kunst om je talenten en valkuilen te kennen. Dan weet je of je deskundigheid van buiten moet halen." Van Silfhout is het daar volmondig mee eens: "Je core competenties zijn bepalend voor het succes. Veel organisaties zijn niet in staat om hun missie of doelstelling op papier te zetten. Terwijl dat wel de basis is." Pors heeft zelf aan den lijve het belang ervan ondervonden: "Wij zijn drie jaar op zoek geweest naar onze identiteit". ▶



► Pas toen hebben we een specialisme gekozen. Ik heb geleerd dat het belangrijk is om te denken in doelstellingen. Je moet weten waar je over twee tot drie jaar staat. Dan ga je het ook halen." De Fluiter heeft daar een aansprekend beeld bij: "Ondernemen is onderweg zijn met telkens een helder doel in het vooruitzicht." Van Silfhout benadrukt: "Kies voor een bedrijf en identiteit die bij je persoon past."

"LEER MENSEN KENNEN OM EEN NETWERK OP TE BOUWEN: DAAR WORDT HET WERK LEUKER VAN EN JE RAAKT MEER BETROKKEN."
(COR ALBERTS)

Alberts geeft deze tip aan de hand van zijn eigen ervaring: "Toen ik bij Blom Advocaten ging werken, kende ik niemand in de regio. Door me aan te sluiten bij diverse business clubs heb ik de afgelopen vijf jaar een aardig netwerk opgebouwd." Het belang van een netwerk staat buiten kijf. "De contacten vanuit je verleden zijn je referentiekader. Dat is je start", aldus Van Silfhout. Baggerman profiteert wat dat betreft van zijn achtergrond: "Ik ben geboren en getogen in Bennekom. Daardoor heb ik veel contacten en merk ik dat mensen het me gunnen." "Natuurlijk is het een kwestie van gunnen", vult Van Silfhout aan. "Maar, in slechte tijden gaat het vaak om geld. Dan moet je je werk goed gedaan hebben, zodat de klant weet wat hij aan je heeft." Baggerman herinnert zich dat hij in de eerste maanden weinig tijd had voor netwerken: "Toen ging het ondernemen voor. Ik leefde op adrenaline van 's morgens acht tot 's nachts twee". Hoe moet je dan te werk gaan tijdens het netwerken? Pors heeft er een helder idee bij: "Je moet ervoor zorgen dat je op het netvlies staat. Bovendien moet je je toegevoegde waarde in één minuut kunnen toelichten. Dan denken ze de volgende

keer misschien aan jou." Hooijer is het daar niet helemaal mee eens: "Ik kan in zo'n kort tijdsbestek niet de kracht van ons bedrijf benoemen. Volgens mij gaat het veel meer om een klik." De Fluiter gelooft in een combinatie van beiden: "Netwerken gaat om het opbouwen van de relatie, niet om de presentatie van jezelf. Het is natuurlijk wel belangrijk dat je enthousiast over je bedrijf kunt vertellen."

"SLUIT JE ERGENS BIJ AAN WAAR JE JE THUISVOELT."
(GERT DE FLUITER)

Voetbalclubs, belangenverenigingen, golf, bridge. Er zijn tal van business clubs waarbij je je als ondernemer kunt aansluiten. Het is niet haalbaar om overal lid van te zijn. Hoe maak je een keuze? "Kies een groep uit die aansluit bij jou. Ik ben bijvoorbeeld lid van Dovo. Ik heb er vroeger gevoetbald en mijn zoon speelt er nu in de jeugd. Ik heb een feeling met die club", adviseert De Fluiter. Zo kunnen jonge ondernemers zich ook aansluiten bij verenigingen voor hun eigen leeftijdscategorie, zoals Jong Management (verbonden aan VNO NCW) of de Ronde Tafel. Van Silfhout ziet daar wel het voordeel van in: "Je herkent dan dingen bij elkaar, die bij je levensfase en bedrijf passen. Die ervaringen kun je uitwisselen." Alberts vult hem aan: "Je ziet bovendien dat 50-plussers hun eigen netwerk hebben van leeftijdsgenoten. Bovendien hebben ze het idee dat jij hun zoon zou kunnen zijn." Pors merkt dat dat ook juist voordelen oplevert: "De wat oudere ondernemers hoeven niet meer te sprinten. Ze willen je wel helpen en zijn bereid om je wat te gunnen." Baggerman: "Persoonlijk vind ik het leuk om een opdracht aan een jong bureau te gunnen. Die hebben vaak een frisse kijk en lopen nog hard." "Overigens merk ik op de golfclub dat leeftijdsverschillen er niet toe doen. We delen allemaal dezelfde hobby", aldus Werkman.

DEELNEMERS:

**WIM VAN SILFHOUT, SALESMANAGER
TECHWARE TELECOM
38 JAAR**

Momenteel is Van Silfhout in dienst bij Techware Telecom, een bedrijf dat het MKB adviseert over mobiele aansluitingen. Hij werkt er aan de implementatie van een businessplan, nadat hij interim dit plan had opgezet. In het verleden heeft hij zelf een eigen onderneming gehad. Hij brengt vandaag dan ook veel ervaring mee.



"PROBEER ONDERSCHIEDEND TE ZIJN EN GA UIT VAN JE EIGEN KRACHT (JILLIS BAGGERMAN)

Als jonge ondernemer ben je niet alleen druk met je 'nieuwe' product, maar ook de verpakking daarvan. Zowel letterlijk als figuurlijk. Want, hoe kies je een goede naam voor je bedrijf? Hoe richt je je bedrijf in? Met welke auto kom je voorrijden? Met andere woorden: voor welk imago kies je? Zo wilde Baggerman graag een kroonluchter bij de entree van zijn eigen zaak. Hij vroeg anderen om advies: "Ik vind deze lampen veel sfeer hebben, maar anderen vreesden dat het te decadent over zou komen. Ik heb het toch gedaan en het is goed bevallen. Klanten waarderen het." Werkman vergelijkt het met de pooltafel bij Lukkien: "Die past daar helemaal. Volgens mij gaat het erom dat je keuze aansluit bij de doelgroep en natuurlijk dat je er zelf plezier in hebt." Hetzelfde



**GERT DE FLUITER, REGISTER
ACCOUNTANT, SCHUITEMAN
37 JAAR**

De Fluiter is per 1 januari 2006 één van de eigenaren van Schuiteman Accountants & Adviseurs. Hij werkt inmiddels zes jaar bij dit accountantskantoor, waarin alle disciplines vertegenwoordigd zijn voor de ondernemer van vandaag en morgen. Schuiteman kent vijf vestigingen, waarin zo'n 100 medewerkers actief zijn.

**JILLIS BAGGERMAN, BEËDIGD
REGISTER MAKELAAR-TAXATEUR
O.Z., JILLIS BAGGERMAN
MAKELAARDIJ, 34 JAAR**

Op 1 februari 2005 is Baggerman gestart met zijn eigen makelaarskantoor in zijn geboortplaats Bennekom: Jillis Baggerman. Het is een jonedroom die uit is gekomen. De zaken gaan goed. NVM Makelaar Baggerman heeft een extra makelaar aangenomen (Jan ten Donkelaar) en is uitgeroepen tot 'Jonge ondernemer van 2006 in Ede'. Momenteel heeft hij vier mensen in dienst.



geldt eigenlijk voor de selectie van een auto. Een auto moet representatief zijn, maar niet 'overdone', zo is de heersende mening. Pors heeft bewust nagedacht over het imago van Pors de Ridder PR: "Klanten moeten wel het idee hebben dat ze met een professionele partij in ze gaan. We hebben een mooi kantoor en rijden een gemiddelde auto. We zijn een gewoon normaal bedrijf dat werkt voor zijn centen." "Vaak zie je dat organisaties zich spiegelen", legt Van Silfhout uit, "ze zoeken klanten bij wie ze zich thuis voelen en in wie ze zich herkennen."

"GEBUIK JE GEZOND VERSTAND EN HOUD PLEZIER IN JE WERK."
(EWOUT HOOIJER)

Lang niet alle startende ondernemers oogsten succes. Gemiddeld is na 2 jaar 25 procent van de gestarte bedrijven weer beëindigd, na 5 jaar 50 procent. Waarom gaan deze bedrijven over de kop? "Sommige jonge ondernemers hebben het

geld al uitgegeven voordat ze het verdiend hebben", weet De Fluiter. Hooijer kent een aansprekend voorbeeld: "Tegelijkertijd met ons startte een zelfde soort bedrijfje. Toen wij nog rondreden op een scooter hadden zij al een Volvo C70 geleased. Driekwart jaar later waren ze verdwenen. Als je product goed is en je doet 'een beetje normaal', dan kom je een heel eind, volgens mij." Werkman heeft een aantal praktische tips: "Toen we begonnen, hebben we bewust de vaste kosten laag gehouden. Verder zorgen we ervoor dat we de betalingsstermijn scherp in de gaten houden en kort op de crediteuren zitten." Alberts komt ook nogal eens wat tegen als advocaat: "Af en toe ontmoet ik ondernemers die na een aantal jaar tot de conclusie komen dat de algemene voorwaarden niet goed op orde zijn. Of dat ze contracten en garanties niet hebben geregeld. Dat soort zaken moet je direct in het begin goed vast leggen. Dat scheelt negatieve energie en een hoop gedoe." "Het is overigens niet altijd de ondernemer zelf aan te rekenen. "Nier ieder goed plan is uitvoerbaar", weet Van Silfhout.



**PETER PORS, ALGEMEEN DIRECTEUR,
PORS DE RIDDER
25 JAAR**

Pors begon in 2001 samen met zijn studiegenoot De Ridder een communicatiebureau. In 2004 is hij alleen verder gegaan en heeft besloten zich te specialiseren in PR. Pors benadrukt dat het hierbij gaat om het creëren van naamsbekendheid en publiciteit voor het bedrijf (en niet om reclame). Pors de Ridder groeit gestaag en profiteert van de afwezigheid van een grote concurrent in de regio. Momenteel werken er drie tot vier mensen.

"KIJK HEEL GOED NAAR JE EIGEN ONDERNEMING EN TREED AF EN TOE BIJEN DE KADERS OM JE MISSIE OPNIEUW TE BESCHOUWEN."
(WIM VAN SILFHOUT)

Deze tip van Van Silfhout is voornamelijk bedoeld voor organisaties die de eerste fase hebben doorstaan. "Het is de kunst om na de pioniersfase de kerncompetenties vast te houden. Dan gaat je organisatie namelijk groeien en moet je nadenken over hoe je je kwaliteiten kunt vasthouden. Je ziet dat ondernemers dan vergeten om naar medewerkers of klanten te luisteren en de omzet gebruiken voor de buitenkant, in plaats van voor de herstructurering van de interne organisatie. Een ander punt waar ze voor moeten waken, is het ontstane uitgangspunt dat 'elk idee goed is', sluit Van Silfhout af. ■