

REPORTAGE Ondernemen moet je een beetje in je hebben, maar je kunt wel veel bijleren. Ervaren VU-alumni coachen nu pas afgestudeerde zielsverwanten, die bij de eerste stappen op hun weg naar het ondernemerschap wel een steuntje in de rug kunnen gebruiken.

ANITA MUSSCHE

FOTO'S: COMVU/RIECHELLE VAN DER VALK EN YVONNE COMPIER



Nee is je grootste vijand



Antwoorden heeft hij niet, zegt coach-ondernemer Han Dieperink (52) tegen beginnend ondernemer Sander Koppelaar (23). “Antwoorden geef je zelf. Ik spar met je, maar wat je doet bepaal je helemaal zelf. Jij bent de ondernemer.” De VU-alumni zitten tegenover elkaar in Café Dantzig in Amsterdam. Beiden strak in het streepjespak, Koppelaar met fraaie das, Dieperink wat relaxter zonder. De espresso is nog niet besteld of ze zijn in zaken, niet gestoord door de huilende kinderen en het geroezemoes in het café. Coach en pupil zijn bij elkaar gebracht door CIMO (Centrum voor Innovatie en Maatschappelijk verantwoord Ondernemen). Toen de VU in 2006 en 2008 met ABN AMRO de Summerschool Ondernemerschap voor studenten organiseerde, bleek dat studenten die serieus bezig waren met het oprichten van hun eigen bedrijf behoefte hadden aan coaching. CIMO benaderde alumniondernemers van de VU en vroeg hen onder meer of ze jonge ondernemers wilden begeleiden. Eind 2008 werden twee

ervaren ondernemers aan twee beginners gekoppeld, in een pilot voor een coachings-traject.

Koppelaar, in 2006 afgestudeerd bij kunstmatige intelligentie, was een de deelnemers aan de Summerschool. Met een softwareprogramma waarmee werkgevers de ontwikkeling van hun werknemers kunnen volgen, heeft hij vooral in de hotelbranche nationaal en internationaal al succes. Coach Dieperink studeerde in 1986 af als econometrist. Nu is hij lid van de hoofddirectie van Inter Access, een grote ict-onderneming, en verantwoordelijk voor de strategie en innovatie van het bedrijf. “Met mijn twintig jaar ervaring weet ik wat je fout kunt doen als je een bedrijfje start”, zegt hij. “Natuurlijk wil ik Sander waarschuwen voor valkuilen, maar daar heeft hij eigenlijk een financiële man voor nodig. Ik ben meer een businessman, net als hij. Ik hoop hem vooral aan de ontwikkelingskant een duwtje in de goede richting te kunnen geven. Maar het is de eerste keer dat ik iemand coach, ook voor mij is het een avontuur.”

■ onderwijs in ondernemerschap

“We hebben het tij mee, dit is de tijd van ondernemerschap en innovatie”, weet Enno Masurel, hoogleraar duurzaam ondernemen en directeur van CIMO (Centrum voor Innovatie en Maatschappelijk verantwoord Ondernemen). “Sinds enige jaren zijn we bezig met het opzetten van onderwijs in ondernemerschap. We willen dat elke student op de VU beseft dat voor jezelf beginnen ook een optie is.” CIMO begon vorig jaar te inventariseren wat de VU voor haar alumniondernemers kan betekenen en omgekeerd. Zij blijken zich vaak te willen inzetten voor studenten met interesse in het ondernemerschap. Daarom zijn nu twee coachingstrajecten gestart. CIMO wil dit initiatief verder uitbouwen tot een community van alumniondernemers, die elkaar virtueel kunnen ontmoeten. Het centrum onderzoekt ook de mogelijkheden om alumniondernemers vaker in te schakelen bij het onderwijs.

■ meer weten?

www.cimo.vu.nl of mail pieter.van.diepen@cimo.vu.nl.



Sander Koppelaar (l) tegen zijn coach: 'Ik doe iets fout'

Met dat avontuur wil de VU haar studenten een betere start in het ondernemerschap geven. Onderzoek in het midden- en kleinbedrijf wees uit dat startende ondernemers met een coach innovatiever waren. Reden voor CIMO om hierop in te zetten. Lange tijd hadden academici weinig belangstelling voor ondernemen, maar dat is aan het veranderen. Daarom wil de universiteit ook in bachelor- en masteropleidingen meer plaats inruimen voor ondernemerschapsonderwijs. Daartoe zou de VU haar alumni-ondernemers dus ook graag als ervaringsdeskundigen voor de collegezaal zien.

Hoger in de boom

Aan het cafétafeltje lopen Dieperink en Koppelaar in hoog tempo hun vaste agenda door, waarbij alle aspecten van Koppelaars onderneming voorbij komen: financiering en marketing, product en bedrijfsvoering. Dit

keer besteden ze veel tijd aan het omgaan met klanten. Koppelaar benaderde telefonisch de managers van een groot aantal hotels, maar kreeg ondanks de positieve reacties op zijn product te weinig opdrachten: "Ik doe iets fout", concludeert hij. Dieperink checkt met de jonge ondernemer de factoren die het uitblijven van succes kunnen verklaren: timing, aanpak van het gesprek, aansluiting van het product op de wensen van de klant. En heeft Koppelaar wel de juiste persoon benaderd? "Degene die de dagelijkse leiding heeft is gauw gevonden, maar je moet hoger in de boom komen, waar de besluitvorming plaatsvindt. Schrijf de mensen die je nu hebt gebeld niet af, ik zie nog heel veel mogelijkheden!" De senior-ondernemer wil ook weten of zijn pupil meteen prijzen heeft genoemd, maar dat heeft Koppelaar geprobeerd uit te stellen. Belangrijk, vindt Dieperink: "Als je een

prijs noemt, moet de manager gaan oppassen dat hij geen toezeggingen doet die hij moet verantwoorden. Dan zegt hij voor de zekerheid nee. En 'nee' is je grootste vijand." Hoe vindt Dieperink het om zo'n jongen tegenover zich te hebben die net komt kijken? "Leuk toch?!", glimlacht hij. "Natuurlijk moet hij nog een hoop ervaring opdoen, maar hij zit vol vuur. Hij zou overal aan het werk kunnen en vijf keer zoveel verdienen, maar hij wil hiermee bezig zijn. Je herkent een ondernemer in hem, iemand die autonoom wil zijn. Hij kiest ervoor de uitdaging aan te gaan. Dat is geen garantie voor succes, maar wel een voorwaarde."

Te dwingend

In zijn bedrijfspan in Amsterdam Noord heeft zelfstandig ondernemer Diederik Tomesen (45) afgesproken met Marie-Christien van Wensen (25), die net als Koppelaar »



Coach Diederik Tomesen tegen Marie-Christien Wensen: 'Neem de kortste weg'

de Summerschool Ondernemen volgde. Ook dit coachingpaar is vrijwel gelijk gekleed, maar dan casual, in T-shirt met vest. Wellicht geen toeval, want bij het koppelen van coaches en pupillen let CIMO op een 'persoonlijke klik'. Die is belangrijker dan of de ondernemers op hetzelfde terrein actief zijn. Het instituut nodigde vooral alumni uit met veel ervaring en een duidelijke visie op ondernemen.

Als initiatiefnemer en eigenaar van Artitec, een bedrijf dat technisch speelgoed en souvenirs ontwikkelt en produceert, is Tomesen gewend de lakens uit te delen. "Ik ben een ondernemer, ik kan misschien wat te dwingend overkomen", zegt hij. "Maar ik ben ook ondernemer", pareert Van Wensen lachend, blijkbaar zelfverzekerd genoeg om weerstand te bieden aan eventuele druk. Maar dan nemen de laatste ontwikkelingen rond de website 'Happy moms', die de vorig

jaar afgestudeerde bedrijfswetenschapper aan het opzetten is, hen in beslag. Geïnteresseerd kijkt Tomesen op de laptop mee naar het ontworpen logo. De structuur van de site ziet er professioneel uit, vindt hij. Wel is hem opgevallen dat de nadruk ligt op informatievoorziening en het onderling communiceren van de doelgroep, moeders, met elkaar. "Ik kreeg niet de indruk dat je hier iets kunt kopen?" merkt hij op. Van Wensen beaamt dat. Ze wil haar geld verdienen met onder meer met het verkopen van reclamebanners. Nu zit ze echter vast: hoe bepaalt ze de prijs van reclame op een site waarvan ze nog niet weet wat het succes daarmee de marktwaarde zal zijn? Tomesen denkt dat het belangrijker is aan de slag te gaan met banners verkopen, ook al heeft ze de ideale prijs nog niet bepaald: "Vertel wat een geweldige website je hebt en hoe succesvol die wordt. Misschien verdienen je er nu

niet veel aan, maar je doet verkoopervaring op en werft alvast klanten."

Tomesen wil Van Wensen graag behoeden voor verkeerde beslissingen, vooral waar het gaat om geld uitgeven en het aangaan van verplichtingen. Maar hij wil haar ook helpen een goede balans te vinden tussen theorie en praktisch handelen: "Marie-Christien heeft het na vijf jaar universiteit een beetje gehad met de theorie, ze wil nu snel en praktisch aan het werk. Ik probeer haar te vertellen dat ze niet het kind met het badwater moet weggooien en als academicus haar analytische vaardigheid juist moet gebruiken." Je kunt echter ook te theoretisch bezig zijn, weet hij: "Als Marie-Christien de waarde van haar website wil berekenen voor ze haar klanten gaat benaderen, zeg ik: neem de kortste weg, bel gewoon op! Maar het is een hele slimme meid en dit is een proces. Het komt allemaal wel goed." «