



*Succ6zine.nu*

*Spetterende Successen  
deel 1*

*Erica Theloosen*

## Spetterende Successen

Dit e-book Spetterende Successen deel 1 krijg je cadeau van het multimediale **Succ6Zine.NU**. Hierin lees je vijf inspirerende succesverhalen van bijzondere ondernemers, met een mooi voorwoord van Jan des Bouvrie. Hij geeft een vooruitblik op alle ondernemersverhalen die in het boek staan.



Het boek is geschreven door Erica Theloosen van tekstbureau Caatjes Pen. Haar interesse gaat uit naar de persoon achter de ondernemer. Het is niet voor niets dat je op de website [www.caatjespen.nl](http://www.caatjespen.nl) leest : Wie is de mens achter jouw klant ? En wie ben jij, de persoon achter het bedrijf ? Dat zijn steeds haar vertrekpunten als ze teksten schrijft voor ondernemers. Haar ambitie is te schrijven met het oog op mensen. De teksten hebben altijd een persoonlijke tint, of het nu gaat om bedrijfsreportages, advertorials,

websiteteksten of (nieuws)brieven.

Contacten met andere ondernemers inspireerden haar de verhalen achter de ondernemer in boekvorm uit te gaan geven. Graag wil ze deze successen delen met andere ondernemers en ondernemende mensen. Dit boek mag je kosteloos verspreiden onder jouw netwerk. Het is immers altijd leuk om met anderen successen te delen.

Coverfoto: Roel van Diem van [www.roelvandiem.nl](http://www.roelvandiem.nl)



Mocht je het 'echte', luxe boek willen ontvangen of cadeau willen geven, dan is dat ook mogelijk. Dit boek is tot stand gekomen met auteur Renate Diks. Het is te bestellen via [www.caatjespen.nl/webshop.html](http://www.caatjespen.nl/webshop.html). De prijs van het boek is inclusief portokosten 20 euro.

Omdat **Caatjes Pen** deze kosten op zich neemt, betaal je geen 20 euro maar 17,50 euro. Vul bij coupon de volgende kortingscode in: SZnu2009.

## Testimonials:

**Erik Janssen van [www.startconnecting.nl](http://www.startconnecting.nl):**

Het was inspirerend om je boek te lezen. Thanx.

**Marion Peters van [www.marionpeterscoaching.nl](http://www.marionpeterscoaching.nl)**

Ik heb je boek over ondernemers met veel plezier gelezen. Alle individuele verhalen heb je beeldend verwoord. Daardoor kon ik me echt een voorstelling maken. Leuk om te lezen waar iedereen zijn keuzes op baseert. Ook de standaard vragen ter afsluiting van ieder verhaal vond ik interessant.

Noor van Gulik, geïnterviewde:

Erica heeft de gave om een interview met je te houden waarbij je niet het gevoel hebt dat het business is. Ze is heel persoonlijk en heeft een warme manier van schrijven en merkt belangrijke details direct op. Ik vond het erg interessant om door haar geïnterviewd te worden voor haar boek 'Bijzonder Ondernemend - Spetterende Successen'.

[www.fonkel.nu](http://www.fonkel.nu)

Ontvang ook gratis deel 2 door je aan te melden via het [aanmeldformulier](#). Je ontvangt op: **21 januari 2010** deel twee van Spetterende Successen. Hierin staat het bijzondere verhaal van onder andere Aad Ouborg, de selfmade ondernemer en zeer bekend van het keukenmerk Princess. Je leest er ook over de succesvolste jonge ondernemer onder de 25 jaar: Danny Mekić'.

**Vanaf 21 februari 2010** ontvang je gratis de tweemaandelijks preview waarin je alvast iets kunt lezen over het eerste issue van het multimediale **Succ6Zine.NU** dat steeds een maand later verschijnt.

Zowel de previews als deel 1 en deel 2 van de e-books **Succ6Zine.nu - Spetterende Successen** mag je schenken aan anderen in je netwerk.

## Inhoudsopgave

<b>Voorwoord</b> Jan des Bouvrie	<b>2</b>
<b>Ondernemen is nooit een droom geweest; het is wel onze droom KiwiMedia succesvol te maken</b> In gesprek met Arjan, Jeroen en Fulko	<b>6</b>
<b>FONKELEnd</b> In gesprek met Noor van Gulik	<b>18</b>
<b>Stop met zoeken naar klanten</b> In gesprek met Vincent Smit	<b>29</b>
<b>Tawasol</b> <b>Een leven in het teken van geven</b> In gesprek met Abdel Razak Chraou	<b>41</b>
<b>Visit-it Meer dan een bezoek waard</b> In gesprek met Ranco Mes	<b>52</b>
<b>Nawoord</b> Erica Theloosen	<b>63</b>

## Voorwoord

### Jan des Bouvrie



Allereerst vind ik het leuk dat ik benaderd ben om voor dit mooie boek een voorwoord te schrijven. Heerlijk om te zien hoe twee vrouwelijke ondernemers zo'n item als bijzondere ondernemers onder de loep nemen. Het schrijven heeft een dubbele functie. Daarmee bedoel ik dat het een goede manier is om van je af schrijven, maar ook dat je veel leert over zakendoen. Dat ze daarbij ook nog eens naar de persoon achter de ondernemer op zoek zijn, geeft de verhalen zeker een meerwaarde. Zo weet je meer hoe en van waaruit de stap tot ondernemen gemaakt is. Kijk naar de verhalen van Aad Ouborg, Niels de Vos en Danny Mekic'. Al op jonge leeftijd zie je dat het ondernemen in hun bloed zit. Ik ben ervan overtuigd dat dit de basis moet zijn. Als deze aanwezig is, moet dat wel via opvoeding en scholing verder ontwikkeld worden, anders groei je niet uit tot een goede ondernemer. De jonge jongens van KiwiMedia wil ik hier noemen. Niet uit een ondernemersgezin komend, maar vanuit hun opleiding wel gestimuleerd. Dan is er een basis voor succes gelegd.

Na het lezen van de verhalen, blijft me bij dat omstandigheden vaak een rol gespeeld hebben bij het nemen van de beslissingen. Noor van Gulik nam de stap tot ondernemerschap zelfs tijdens een zeer zware periode, toen ze nog herstellende was van een borstoperatie. Bij Vincent Smit speelde de frustratie mee dat hij zo weinig interimmers geplaatst kon krijgen. Bij Mike Leers was de confrontatie met een chronische ziekte een beslissingsmoment om van polisboer CZ om te schakelen naar het vervullen van een gidsfunctie. Allemaal hebben ze de tijd gepakt om zich te bezinnen op de dingen waar ze goed in waren en wat ze leuk vonden om te doen. Zo onderneem – je vanuit je passie. Wil je ondernemen om geld te verdienen, dan is dat gedoemd te mislukken.

---

### **Succes heb je als je een verandering weet in te zetten**

---

In het leven gaat het om veranderingen. Succes heb je als je een verandering weet in te zetten, zoals Angelique Lemmens met haar unieke kaartjes en fotografie. Of als je met iets nieuws komt. Hier vind ik het verhaal van Leonie Linssen een mooi voorbeeld van. Als eerste vrouw doorbreekt ze het taboe rondom polyamorie en specialiseert ze zich in het coachen van mensen met ingewikkelde relatievormen. Maar ook Timo ten Cate van Digital die met spiritueel ondernemerschap een bijdrage levert aan veranderingen. Zo kom je van bijzonder ondernemen tot spetterende successen.

Creëer je eigen kansen, blijf volhouden aan je ideeën. Zeker in het begin van een ondernemerschap zul je absoluut moeten doorzetten, je rug rechten en blijven geloven in je eigen concept. Mijn complimenten voor Abdel Razak Chraou en Ranco Mes. In hun verhalen lees ik dat ze steeds, ook tijdens zware tegenslagen, in hun eigen concept zijn blijven geloven.

Heb je personeel, dan wil ik je graag uit ervaring nog een advies mee geven: zorg voor een goede uitstraling, kom blij en positief op je werk aan. Het personeel zal met respect naar je kijken en alles voor je over hebben. Als ik zelf een keer niet lekker in mijn vel zit, dan rijd ik een rondje extra met de auto, zet de muziek hard en zorg ik ervoor dat ik in een goede stemming het Arsenaal binnenstap. Dat werkt!

---

### **Neem tijd voor jezelf om te ondernemen en geef creativiteit de ruimte**

---

De verhalen zijn zeker inspirerend voor de lezer. Als ondernemer doe je inspiratie op waarvan je niet wist dat je die had. Zo luisteren naar en lezen over andere ondernemers helpt je een eind op weg. Sta altijd open voor advies, maar neem wel zelf je beslissingen. Als ik voor een beslissing sta, praat ik met veel vrienden om me heen. Alle antwoorden tel ik bij elkaar op en vervolgens

neem ik na afweging een beslissing. Het is altijd goed om meningen van anderen te horen. Je bent immers nooit te oud om te leren. Heb je eenmaal een beslissing genomen, twijfel dan niet langer, maar ga ervoor!

Om tot vernieuwing, dus tot succes te komen, heb ik een goede tip voor ondernemers. Iedere morgen sta ik om zes uur op. Dan pak ik twee uur tijd voor mezelf. Mijn slogan is dan ook: neem tijd voor jezelf om te ondernemen. Door dit te doen ben je honderd procent alert en geef je creativiteit de ruimte.

Ik wens de ondernemers in het boek nog veel meer successen toe. U als lezer wens ik ontzettend veel plezier toe met dit bijzonder inspirerende boek.

Jan des Bouvrie

8 september 2009

[www.jandesbouvrie.nl](http://www.jandesbouvrie.nl)

## Ondernemen is nooit een droom geweest; het is wel onze droom KiwiMedia succesvol te maken



Zeven studenten begonnen samen aan een onderneming. Hemel en aarde (vooral de examencommissie) moest overtuigd worden van hun plan. Nu, twee jaar na aanvang, hebben ze een goed lopend bedrijf: KiwiMedia, dat corporate en campagne websites maakt. Weliswaar zijn ze nu met zessen, omdat nummer zeven een baan bij een baas en een mooie leasebak een aantrekkelijker vooruitzicht vond. Ik had een geweldig enthousiast interview met drie van hen: Arjan van Meer (Oosterhout, 1985), Jeroen Hauser (Roermond,

1987) en Fulko Wiebenga (Zeist, 1981).

### Een steuntje in de rug

Bij aankomst in het bedrijfsverzamelgebouw Goeman Borgesius in Utrecht, zag ik al snel dat het een prachtig pand is om hier kantoor te houden. De kantoormuimte van KiwiMedia ziet er fris en natuurlijk kiwigroen uit. De jongens geven aan dat ze bijzonder geboft hebben met deze locatie. Begonnen ze tijdens hun studie in lokaaltjes op school, al snel was dat geen haalbaar concept. Iedere dag weer

moesten ze op zoek naar een ruimte waar ze een paar uur konden zitten. Dan de boel weer oppakken en verkassen. Dat schoot niet op. Dit bracht Jeroen (developer) op het idee om gewoon maar eens bedrijven te bellen met de vraag of ze nog een ruimte over hadden. Arthur van Breukelen van NewElement reageerde enthousiast op zijn vraag. Uiteindelijk werd het voor beiden een win-win situatie. KiwiMedia verzorgde in ruil voor het gebruik van een ruimte de website en flyers.

Op dat moment had Arthur al een nieuwe locatie voor een bedrijfsverzamelgebouw op het oog, maar daar werd nog hard aan gewerkt. Ook voor KiwiMedia was daar een plek gereserveerd. Sinds mei 2009 zitten ze met zijn zessen op de eerste etage. De prachtige ruimte hebben ze verdeeld in units, zodat front en back office gescheiden van elkaar kunnen werken. “Nu worden we niet telkens afgeleid en bemoei ik me ook niet overal meer mee”, schertst Arjan, de projectmanager. “We zijn reuze blij dat we hier zitten en dat we Arthur ontmoetten. Het was een lekker steuntje in de rug.”

### **Hoe goed kennen ze elkaar?**

Mijn interview start ik direct met de deur in huis vallend door te vragen elkaars karakter te beschrijven. Wat weifelend start Fulko (designer) met de karaktereigenschappen van Arjan te benoemen. Gelukkig kunnen de zes alles tegen elkaar zeggen en ontstaan er daardoor nooit

onderhuidse gevoelens ten opzichte van elkaar. Dus al snel benoemt hij dat Arjan goed is in zijn werk en meedenkt, maar ongeduldig is als het om het werk gaat. “Soms denkt hij dat als de klant met een aanpassing komt, dit zo klaar is. Dan gaat hij eraan voorbij dat er meer werk aan vast zit. Bovendien”, en dan kijkt hij Arjan aan, “kan hij soms erg dominant zijn. Maar hij is een goede planner en daarom hebben wij hem tot projectmanager gebombardeerd.” Fulko bemoeit zich ook graag met de bedrijfsvoering, maar anders dan Arjan laat hij de uitvoering graag aan anderen over. Hij is inhoudelijk goed en daar ligt zijn focus.

Arjan beschrijft Jeroen als rustig en intelligent. Hij denkt na over de bedrijfsvoering en probeert iedereen over de streep te trekken. Arjan en Jeroen sparren regelmatig over de richting waar ze met KiwiMedia heen willen, waarbij Jeroen meer denkt vanuit KiwiMedia en Arjan meer vanuit de klant. Een goede aanvulling op elkaar dus.

Antoine van Echtelt (Zeist, 1987) is een prima accountmanager en samen met Arjan bezoekt hij de klanten en is hij verantwoordelijk voor het relatiebeheer. De laatste karakters die de revue passeren zijn Marc van Rooijen (Woerden, 1983 en art director), iemand die op ongeveer alle vlakken kennis heeft en deze graag toepast in uitdagende projecten en Lars Wisselink (Utrecht, 1986 en interaction designer). “Lars heeft altijd grootse creatieve ideeën. Hij denkt vooral hoe we

het voor de klant zo gebruiksvriendelijk kunnen maken. Nieuwe technieken houden hem altijd bezig, maar ook hoe ze te implementeren zijn in hun concepten.”

Als ik dit zo hoor, dan merk ik op dat iedereen zo zijn eigen rol binnen KiwiMedia heeft. “Dat klopt”, zegt Jeroen. “Vanaf begin 2009 zijn we met onze rolverdeling bezig geweest. Waar eerst iedereen zomaar wat voor de vuist weg deed, zijn nu duidelijke taken vastgesteld en weet ieder zijn verantwoordelijkheden. Nu kunnen we elkaar hierop aanspreken.”

### **KiwiMedia verklaard**

Gaandeweg het gesprek wil ik toch wel eens weten hoe ze nu aan hun bedrijfsnaam zijn gekomen. Er wordt wat gelachen, waarop Fulko vertelt: “Tijdens mijn opleiding aan het grafisch lyceum was er een opdracht om een fictief bedrijf op te richten. Marc en ik kwamen op de naam KiwiMedia, omdat hier delen van de naam van mijn, inmiddels ex-vriendin, en mijn achternaam in zaten en omdat het lekker fris en fruitig klonk. Jarenlang hebben we met deze naam niets meer gedaan, totdat we met z’n allen een lange brainstormsessie hielden over de naam van ons bedrijf. We kalkten een bord vol, maar een naam, nee, ho maar! Toen opperde ik deze naam en vrijwel direct was iedereen het ermee eens.” En de naam blijkt aan te slaan. Ze ontvangen veel positieve reacties en bovendien is het een naam die iedereen snel onthoudt.

## De start van KiwiMedia

Een volgende vraag die bij mij opkomt is wanneer de vriendschap ontstond en of daar ook de samenwerking uit voortvloeide? Jeroen: "Tijdens onze hbo opleiding Digitale Communicatie aan de Hogeschool Utrecht, kwamen we vanaf het eerste jaar bij elkaar in de klas. Tijdens de intro was er direct een klik en vanaf dat moment trokken we als vrienden met elkaar op." Even verloren ze elkaar uit het oog toen in het tweede jaar voor een richting gekozen moest worden. Maar de band was sterk en nog steeds troffen ze elkaar. In het laatste jaar moest er een minor gekozen worden.

Daar had de groep helemaal geen trek in: Dat bood echt geen uitdaging en ze waren bang dat ze elkaar uit het oog zouden verliezen. "Marc, Lars en ik", vertelt Jeroen, "spraken daar eens in de kroeg met elkaar over. Omdat ik al een eigen bedrijf had, werd er geopperd om met elkaar een bedrijf op te richten." Het hele stel werd direct enthousiast voor dit plan, maar de hobbel op school moest nog genomen worden. Gelukkig deelden twee docenten hun enthousiasme en hebben zij een intensieve lobby met de examencommissie gevoerd. Met als resultaat, hetzij sceptisch, dat ze een 'go' kregen. De lat werd erg hoog gelegd. Ze moesten veel opdrachten uitwerken om punten te halen. De inschrijving bij de Kamer van Koophandel leverde wel één studiepunt op van de dertig. Dat was dus aanpoten, maar ze haalden het. "Onze zevende man, Maarten, was er toen nog bij. Hij

heeft altijd gezegd dat werken bij een baas en een auto voor hem belangrijk waren. Hij haakte dan ook na de studie af, zodat wij nog met ons zessen overbleven.” In deze periode werkten ze hard aan het (administratief) op poten zetten van KiwiMedia.

### **Geen risico's**

“Waar wij best trots op zijn”, vertelt Arjan, “is dat wij met eigen middelen ons bedrijf gestart zijn en er nooit een lening aan te pas kwam. We wilden absoluut geen risico's nemen. Naast onze studie en het runnen van ons bedrijf, had ieder nog een bijbaantje. We maakten misschien wel zestig uur per week. Zelfs het eerste jaar na de studie heeft iedereen voor niets gewerkt. Een salaris zat er echt niet in. Het goede van deze groep is dat iedereen dat er ook voor over had.” Dubbel feest was het toen iedereen voor de eerste keer salaris kreeg, wel € 500,00 per maand! Nog steeds is de club van mening dat er regelmatig geïnvesteerd moet worden. En dat houden ze ook vol. Zo is er onlangs geïnvesteerd in een nieuw kantoorpand en huisstijl. Op de vraag voor welke bedrijfsvorm ze gekozen hebben, vertelt Jeroen: “Wij zijn een VOF en hebben een contract tussen ons zessen afgesloten. Ieder heeft dus één zesde deel van het bedrijf. Ooit zijn we foutief voorgelicht door een accountant, die ons vertelde dat we een BV moesten oprichten. Hij vergat erbij te vertellen dat je dan wel per persoon een ton moest omzetten. En dat is bij ons nog niet het geval.”

## Coach Frank

De jongens hadden zelf nooit gedacht dat ze zelfstandige ondernemers zouden worden. Het thuisfront weet niet wat er allemaal bij komt kijken om een onderneming als KiwiMedia te runnen, dus een goede sparringpartner hebben ze er niet aan. “Natuurlijk zijn ze geïnteresseerd in wat we doen en hoe we dat doen, maar verder hebben ze er ‘geen kaas van gegeten’. Onze sparringpartner is Frank Lommers. We hebben hem leren kennen als coach bij de Utrechtse Ondernemers Academie. Hier hebben we dertig seminars gevolgd. Alhoewel het is afgelopen, zien ze ondernemer Frank nog steeds in de kroeg, waar we de ontwikkelingen van KiwiMedia blijven bespreken onder het genot van een biertje en bitterballen. Hij prikt naadloos door dingen heen, onthoudt alles en houdt ons een spiegel voor. Hij was ook degene die ons aanspoorde om de rolverdeling duidelijk te stellen. We kijken iedere keer weer uit naar een gesprek met hem,” zegt Arjan enthousiast over Frank, die ze steeds meer als hun vriend beschouwen.

## Het stel privé

Als ik zo met dit enthousiaste stel aan de praat ben, wordt mijn nieuwsgierigheid gewekt voor hun privéleven. Gelukkig staan ze open om hierover te praten: “Voor mij geldt dat KiwiMedia op één staat”, glimlacht Arjan. “Hier zal ook niet snel iets boven komen. Van de rest van het stel hebben

er twee een vriendin. Steeds meer krijgen ze de behoefte om uit hun studentenflat te trekken en daarom zijn ze stuk voor stuk op zoek naar een andere woning. Inmiddels wordt dat financieel ook beter haalbaar. “Lekker iets voor mezelf hebben en niet meer die vieze studentenflat met anderen delen”, dat is waar Fulko naar uitkijkt. Hij is degene die naast KiwiMedia druk is met teamsporten. Hij probeert alles zo goed mogelijk te combineren. Als er een samenloop van omstandigheden is, dan kiest hij voor KiwiMedia: “Dat heeft dan toch prioriteit, want dat is onze inkomstenbron.” Ook Arjan sport, maar dat is meer op individuele basis. Zodoende is hij flexibel in de tijden die hij daarvoor uittrekt.

### **Focus op relatiebeheer**

Is netwerken belangrijk voor ze? “Ja, hoewel we geen vaste netwerkbijeenkomst hebben. We zijn nog zoekende wat we daarmee willen. In Utrecht zijn echt veel netwerken actief. Wel weten we dat mond tot mond reclame voor ons belangrijk is. We weten dat we eerst moeten geven. Dat doen we dan ook regelmatig door mensen verbeterpunten voor hun website aan te geven. Maar ja, daar haal je niet altijd een opdracht mee binnen. Mensen moeten zelf inzien dat ze ons nodig hebben”, licht Jeroen zijn antwoord toe. “Binnenkort gaan we al onze relaties uitnodigen om onze nieuwe locatie te komen bekijken. Bovendien drinken we vaak een biertje met ze. Dat is iets wat

bij ons past. Wij proberen met kleine attenties en aandacht ons netwerk te onderhouden. Antoine en Arjan zijn daar heel goed in.”

---

**Onze succesformule: eerlijk zijn, met veel plezier en enthousiasme werken, irritaties zakelijk uit de weg halen en goede samenwerking.**

---

Als ze terugkijken vanaf de start tot nu, concluderen ze dat ze zich zeker succesvol mogen noemen. Arjan: “We gaan steeds professioneler werken. Gaat een opdracht niet door, dan vinden we dat uiteraard niet leuk, maar we accepteren dat eerder. We laten niet meer zo onze emoties hun gang gaan.” Jeroen geeft aan dat merkbaar is dat ze betere ondernemers zijn geworden. Verder bestaat hun succesformule uit: eerlijk zijn, met veel plezier en enthousiasme werken, irritaties zakelijk uit de weg halen en goede samenwerking. “Bij ons vallen rollen en vaardigheden zo in elkaar tot een compleet plaatje. Onze klanten merken dat ook. Met iedere vraag kunnen ze bij een van ons terecht!”

Uiteraard hebben ze nog veel ambities om hun successen te verbeteren. “Nu de rollen duidelijk zijn en de huisstijl er is, gaan we werken aan de marketing. ‘Brutale’ verkoop ligt ons niet. Daarom gaan we een proef doen met een externe verkoper die een dag in de week bij KiwiMedia komt werken.

Deze jongen is heel goed in cold calling en heeft het zelfvertrouwen om dat te doen. Hij gaat in onze regio (Utrecht) potentiële klanten bellen om onze producten meer bekendheid te geven.”

KiwiMedia richt zich zowel op corporate als campagne websites. Haar onderscheidend vermogen is dat ze creatief, interactief en dynamisch werk aflevert. “De klant komt met een idee, wij pakken dit op en werken het uit zodat hij versted zal staan. Onze concepting fase is zeer uitgebreid. Ons idee wordt gepresenteerd aan de klant, waarbij we al ver gaan met een uitwerking in de conceptfase”, vertelt Fulko, één van de creatieve breinen. “Hierdoor zien we wel dat 95% van de voorstellen doorgang vindt. Wat we écht willen is dat onze naamsbekendheid in de regio Utrecht zo groot wordt, dat binnen twee jaar iedereen onze naam noemt, als iemand op zoek is naar een goede website. We zijn mogelijkheden aan het onderzoeken of we in de vorm van bijvoorbeeld een workshop onze kennis kunnen delen. Ook op deze manier kunnen we werken aan de naamsbekendheid.”

### **Op zaterdag al zin in maandag**

Deze formule van zes ambitieuze jonge mannen, een goede coach op de achtergrond, een bedrijfsvoering die steeds beter wordt, de plannen die er voor de toekomst gemaakt worden, draagt bij aan hun trotse gevoel: “Dit hebben we toch maar mooi bereikt.

Ondernemen is nooit een droom geweest, maar het is wel onze droom om KiwiMedia succesvol te maken. En ... het klinkt misschien gek, maar ik zeg op zaterdag al dat ik zin heb in de maandag", besluit Arjan dit bijzondere interview.

**Aan iedere ondernemer hebben we dezelfde slotvragen gesteld. Na elk verhaal lees je hun antwoorden. Vergelijk ze en doe er je voordeel voor jouw situatie!**

**Vind je dat ondernemen 'in het bloed' zit of is het te leren?**

Ondernemen is zeker te leren, dat weten we uit eigen ervaring. Je moet wel houden van een uitdaging, lef tonen en doorzettingsvermogen hebben.

**Heb je als ondernemer wel eens een blunder begaan? Zo ja, wat was die blunder dan?**

Op vakantie gaan met z'n allen. Slecht bereikbaar zijn hierdoor en financiële gevolgen op je bord krijgen.

**Wat is jullie beste idee als ondernemers?**

De ruimte in onze nieuwe locatie te scheiden in units, zodat front en back office van elkaar gescheiden zijn. Dit leidt niet af. En een verkoper aantrekken voor de cold calling.

**Wie is jullie grote voorbeeld in ondernemersland?**

Frank Lommers: onze coach. Hij hielp ons op weg naar een hoger niveau.

**Welke 'gouden tip' heb je voor andere (startende) ondernemers?**

Gewoon starten! Beter vandaag dan morgen. Focussen op wat je wilt doen en sparren met anderen.

**Onze slogan is:**

Sterk in online creatie.

**Noem in maximaal vijftien woorden wat ondernemen voor jullie betekent.**

Vrijheid – risico nemen – verantwoordelijkheid – veelzijdigheid – zin in je werk – spannend – verbreden horizon.

I [www.kiwimedia.nl](http://www.kiwimedia.nl)

E [informatie@kiwimedia.nl](mailto:informatie@kiwimedia.nl)

T 030 – 755 15 08

## FONKELEnd



Foto Paul Kruijssen  
[www.pprojects.nl](http://www.pprojects.nl)

Al vanuit de verte zie ik dat ik bij het goede adres aankom. Een groot paars bord met 'Fonkel, therapie en training' prijkt in de voortuin. Ik loop naar achteren toe, omdat ik op haar website gelezen heb dat ze bezoekers van harte welkom heet in haar praktijkruimte aan de rustige achterkant van haar woonhuis in Biezenmortel. Deze ruimte ziet er fris uit en heeft diverse lichtgroene accenten. Met een bos bloemen op tafel en een schaal met rozen heeft Noor van Gulik (Biezenmortel, 1962) een echt buitenmens, de natuur in huis gehaald. Ze onthaalt me met een lekker vers gezet kopje kruidenthee.

Noor en ik raken direct aan de praat over deze mooie ruimte. "Op zoek naar een prettige praktijkruimte, opperde mijn man Paul het idee om 'zijn garage' om te bouwen. Dat vond ik zo'n ruimhartig voorstel, omdat het echt zijn klusruimte was. Uitgezonderd het loodgieterwerk en het elektriciteitsdeel, dat werd uitbesteed, hebben we samen keihard gewerkt om deze ruimte te krijgen zoals ik het wilde, met frisse kleuren, helder en knus." De dag voordat Noor het bord 'Fonkel' in de tuin plaatste, heeft ze door heel Biezenmortel een brief verspreid om de inwoners op de hoogte te brengen van haar bedrijf. "Dit beschouwde ik als het moment waarop ik een druppel in het water liet vallen, met de bedoeling dat deze een rimpeling ging veroorzaken." Noor, die veel

waarde hecht aan het vieren van dingen, wilde heel graag officieel vieren dat haar praktijk geopend werd. Het opzetten van een eigen bedrijf is voor haar namelijk een heel proces geweest in een bijzonder moeilijke periode. Met veel publiciteit, persberichten en advertenties heeft ze de opening aangekondigd. Ze was er aan toe om aan de buitenwereld te laten zien wat deze moeilijke fase in haar leven haar allemaal had gebracht. Op 31 januari 2009 was het zover. Een enthousiaste Noor: "Ik geniet nu nog steeds van het moment dat wethouder Carine Blom van de gemeente Haaren officieel de grote paarse strik doorknipte. En dat bijna honderd mensen op mijn uitnodiging waren ingegaan om dit speciale moment met mij mee te vieren."

### **Ik wist niet wat me overkwam**

We zoomen het interview in op dat moeilijke proces voorafgaand aan deze bijzondere openingsdag. Twee dagen nadat Noor en haar man Paul hun lang gekoesterde droom, een eigen huis midden in de natuur in vervulling zagen gaan, ontdekt Noor een knobbeltje in haar borst. Ze weet meteen wat dit betekent; haar moeder had precies hetzelfde meegemaakt. Het is 19 juni 2006 en Noor gaat direct naar de dokter. Op 5 juli wordt ze geopereerd. "Het was een heel onwerkelijke periode", memoreert Noor. "Ons oude huis werd op 3 juli opgeleverd en tot aan de operatie was het gewoon doorpezen om alles klaar te krijgen. De artsen ontdekten uitzaaiingen in de poortwachtersklier. "Nu ga ik dood," was het eerste wat door mij heen schoot." Een tweede

operatie volgt. Na een spannende tijd komt de uitslag met het verlossende woord dat er geen verdere uitzaaiingen zijn. “Wel moest ik zware chemokuren en bestralingen ondergaan en daarna een immuun-therapie. Wat was ik verschrikkelijk ziek van de chemo’s!” Maar Noor zou Noor niet zijn als ze ook uit deze periode de goede dingen haalt. De derde week tijdens deze kuren gebruikt ze om leuke dingen te doen. Van het begin af aan is ze heel open geweest over haar ziekte en wat het met haar deed. “Ik stuurde iedereen een mail om ze steeds op de hoogte te brengen hoe het er met mij voorstond. Ik kreeg veel reacties terug, omdat het voor velen toch een laagdrempelige manier is om te reageren.”

Door zo open te zijn, genereert Noor, zonder dat ze dat kon vermoeden, veel hulp en belangstelling. Buren, vrienden, kennissen, van iedereen krijgt ze hulp in en om huis. Het was immers net na de verhuizing en er moest nog zoveel gebeuren! “Het was fantastisch, ik wist niet wat me overkwam.”

Het is in deze periode dat Noor op zoek gaat bij zichzelf. “Ik was zo dicht bij de dood, maar ik wilde niet dood! Ik ging bij mezelf na wat ik van binnenuit werkelijk wilde met mijn leven. Met iedereen die me lief was, ben ik gaan sparren om een goede keuze te maken. Zoiets doe ik niet half.” Al vrij snel weet Noor, diepgaand via haar hart, dat ze met individuele mensen of met kleine

groepjes wil werken. Dit allemaal in het verlengde van haar vroegere expertise die ze heeft opgebouwd als trainer sociale vaardigheden met middelbare scholieren in vormingscentra.

## Opleidingsgat

Al snel concludeert Noor dat er een gat in de scholing en ervaring is met het oog op wat ze wil doen. Omdat ze iets nooit half doet, wil ze het professioneel aanpakken. Daarom gaat ze samen met Paul op zoek naar een opleiding die haar past. Vanuit een diep geworteld gevoel dat mensen recht hebben op een goede ondersteuning en dat het mogelijk is dat ze hiervoor een vergoeding krijgen, staat voor haar als een paal boven water dat het een erkende opleiding moet zijn. Ze kiest voor de HBO opleiding Integratieve Psychotherapie.

Uiteraard bespreekt ze dit uitgebreid met haar oncoloog en bestralingsarts. "Zij raadden mij aan de opleiding een jaar uit te stellen totdat de behandelingen voorbij waren en ik weer wat op krachten was gekomen. Maar op de een of andere manier kon ik dat niet. Ik kreeg de ingeving dat ik niet alleen een lichaam ben, maar ook een geest, een hart en ziel heb. En die vertelden mij dat ik het wel moest doen." Met de opleiding maakt Noor goede afspraken voor het geval het niet mocht lukken. Voor de opleiding gaat ze naar Driebergen, waar ze geregeld tussen de middag even rust. Ze kan gelukkig de eerste keer met iemand meerijden, omdat ze toen net weer aan het

infuus was geweest. Het valt haar lichamelijk niet altijd mee. “Maar ik wilde hier en nu leven met een blik op de toekomst. Deze gedachte heeft mij er echt doorheen geloodst.” De tweede opleidingsdag kan Noor zelf rijden. “Ik weet nog zo goed dat ik de eerste keer zelf naar Driebergen reed. Bij de brug bij Zaltbommel zat ik te juichen dat ik weer meetelde in de maatschappij. Nog steeds komt deze beleving bij mij terug als ik over deze brug rijd.” Inmiddels heeft Noor haar eerste diploma gehaald en volgt ze nu een verdiepende opleiding.

### **Steun en toeverlaat**

Paul is haar steun en toeverlaat en staat vierkant achter haar. “Ik heb hem elf jaar geleden leren kennen. Beiden hadden wij een scheiding achter de rug die niet onze keuze was, terwijl we allebei vinden dat je het beste kunt groeien in je huidige relatie. Toen we elkaar ontmoetten was het direct liefde op het eerste gezicht. We hebben zelfs over dit onderwerp meteen met elkaar gesproken.” Paul heeft twee kinderen en Noor ook, die van begin af aan heel goed met elkaar kunnen opschieten. Hun leeftijden variëren van vijftien tot vijfentwintig jaar. Als ‘nieuw’ gezin vinden ze het opbouwen van eigen tradities erg belangrijk. Zo wordt ieder jaar de Pasen gevierd met een groot ‘eierzoekfestijn’. “We hebben dan een hoop plezier met elkaar. Opa en oma’s komen en na een startschot begint het feest.”

Binnen het gezin zijn nu drie ondernemers. Paul heeft een eigen bedrijf en de oudste zoon ook. Dit is niet zo gepland. “We komen allebei niet uit een ondernemersgezin. Het voordeel is dat we elkaar enorm stimuleren. We lijken veel op elkaar en doen alles met passie. Daar hebben we veel plezier van, maar soms slaat het ook een keer om. Zo maken we dus ook ruzie met passie!” Noor gaat regelmatig met Paul mee naar zakelijke (netwerk)bijeenkomsten. Al die mensen hebben van dichtbij meegemaakt wat er bij Noor gebeurde en zagen hoe ze ermee omging. Hiermee heeft ze veel credits opgebouwd. Paul, die een eigen reclamebureau P Projects in Udenhout heeft, is degene die de huisstijl van Fonkel ontworpen heeft en voor de website, flyers, brochures, visitekaartjes en bewegwijzering gezorgd heeft. “Het was een enorm voordeel dat ik dat niet hoefde uit te besteden toen ik mijn bedrijf startte.”

### **Ondernemer? Nooit!!**

Noor vertelt dat ze haar hele leven geroepen had dat je nooit ondernemer moest worden. Dit kreeg ze uiteraard terug geworpen door haar kinderen, toen ze toch besloot een eigen bedrijf te starten. Waarom heeft Noor die keuze gemaakt? “Het was voor mij niet meteen helder om een eigen bedrijf te starten. Voor mij stond de optie ook open om in loondienst te gaan werken. Gaandeweg het hele proces kwam ik erachter dat wat ik wilde doen, alleen kon als ik een eigen

praktijk zou hebben. Bovendien was dat gezien de beperkte energie die ik destijds had, de enige oplossing om de dagen zo in te vullen zoals dat mij uitkwam.”

In de lijn van tradities kiest Noor ervoor om 5 juli 2008 haar bedrijf Fonkel in te schrijven bij de Kamer van Koophandel. Twee jaar eerder was dit de datum van haar eerste operatie. “Deze datum wilde ik ombuigen naar iets moois en bovendien was dit de verjaardag van mijn favoriete oma. Nu kan ik met een goed gevoel op deze datum terugkijken.”

Hoe is Noor aan de naam Fonkel gekomen? “Ik heb eerst een brainstormlunch thuis georganiseerd met mensen uit mijn familie, het bedrijfsleven, collega’s, vrienden, vriendinnen en uiteraard ook Paul. Belangrijk voor mij was dat het een kort en krachtig Nederlands woord moest worden, niet zwevend maar wel een die hoop uitstraalt.” Tijdens de lunch komen ze er niet uit. Maar met een vriendin filosofeert ze door en komt ze op de naam Fonkel. “Alhoewel het niets betekent, voelde het goed en deed het me denken aan fonkelen.”

Vlak voor de spectaculaire opening zit Noor erg in de piepzak. Ze heeft net te horen gekregen dat er plekjes op de lever ontdekt waren. Desondanks laat ze het openingsfeest gewoon doorgaan. Achteraf goed, want gelukkig waren de plekjes geen reden om bezorgd over te zijn.

## **Ik ben Noor en ik wil anderen helpen**

Noor, die zich typeert als een harde werker, die nooit iets half doet, heeft Fonkel vanuit haar gevoel weggezet. Ze wil dat graag doen zonder geld te lenen en ze is er trots op dat het haar gelukt is. Ze beseft wel dat het een risico is om volledig voor haar praktijk te gaan. “Maar ik sta positief in het leven en volgens mij houdt het de kanker weg.” Dat neemt niet weg dat de tijden tussen de onderzoeken en de uitslag steeds spannend zijn. Nadat ze een uitslag hoort, heeft ze toch een week nodig om de spanning weer los te laten. Ze merkt dat haar cliënten hier ook mee worstelen. Omdat zij dezelfde ervaringen heeft, kan zij in haar therapie daar goed met hen over praten. “Ik kan tijdens een behandeling de beslissing nemen om een andere kant op te gaan. Mijn cliënten ervaren dat als

---

**de oplossing en kracht voor het probleem is in mensen zelf te vinden**

---

heel vertrouwd.” Zelf vindt ze dat ze hiermee aanvullend is op andere therapeuten. “Uiteraard gaat dat niet altijd zonder emoties”, vervolgt Noor, “maar ik kan het ook goed loslaten. Ik ben er heilig van overtuigd dat de oplossing en kracht voor het probleem in mensen zelf te vinden is. Ze

ontdekken tijdens de therapie dingen waar ze heel blij mee zijn. Als ik mensen vervolgens zie opbloeien en hun kracht vinden in het leven, dan geeft dat mij een boost aan blijdschap en energie.”

Haar warme belangstelling ligt bij kankerpatiënten, daar heeft ze een grote betrokkenheid bij. Maar haar hulp zet ze ook graag breder in zoals bijvoorbeeld voor mensen met problemen rondom leven en werk, relatieproblemen, bij angsten, verlies, stress en bij mensen die op zoek zijn naar zichzelf. In zes tot acht behandelingen weet ze heel veel te bereiken.

Sommigen noemen Noor een coach. Anderen noemen haar een therapeut of counselor. “Het maakt mij niet uit hoe mensen mij noemen. Ik ben Noor en ik wil anderen helpen”, zet ze zichzelf weg.

### **Een ‘kast vol laatjes’**

Als Noor begint te vertellen over de inhoud van haar werk, geeft ze aan dat ze als het ware een kast vol laatjes heeft. Bij Integratieve Psychotherapie staat integratief voor de beste methodieken uit alle stromingen. Noor kan ze allemaal toepassen. “Ik luister en kijk goed naar mijn cliënten. Daarna open ik een la met die methodiek die het beste bij de cliënt past en resultaat zal opleveren. Het grote voordeel is dat er eenvoudig van methodiek geswitcht kan worden. Bovendien kan ik binnen de methodiek alles op individuele personen op maat afstemmen. Ik vind

het heerlijk dat ik niet met protocollen te maken heb.” Dat Noor zich helemaal thuis voelt in haar werk, komt door haar levenservaring, intuïtie en empathisch vermogen. Haar twee specialismen kan ze volledig inzetten. Deze bestaan uit het werken met kankerpatiënten, naasten en nabestaanden en iedereen die haar hulp wil inroepen. Daarnaast gaat ze niet alleen een gesprek aan, ze gaat dieper en werkt met gevoel, lijf, tekeningen, dromen en visualisaties.

Wat de toekomst haar gaat brengen? Noor barst van de ideeën en ontwikkelingen. Ze geeft workshops in haar praktijkruimte, maar ook op locatie. “Spreekt het me aan en zie ik iets in een idee, dan doe ik daar iets mee.” Noor is de kracht achter haar onderneming.

Ik heb haar leren kennen als een deskundig, warm en zeer betrokken persoon, met meer dan genoeg bagage. Bovendien iemand die écht maatwerk kan leveren. De rimpeling in het water zal zeker steeds verder gaan.

Noor besluit ons open interview met een korte terugblik: “Het was een doffe ellende, een soort ‘wake-up call’, maar ik heb er zoveel goeds aan overgehouden. Daar is mijn praktijk het levend bewijs van!”

**Vind je dat ondernemen 'in het bloed' zit of is het te leren?**

Ondernemen is volgens mij te leren als je het écht wilt. Je moet er wel bepaalde kwaliteiten voor inzetten.

**Wat is je beste idee als ondernemer?**

Dicht bij jezelf blijven! Ook in je acquisitie en netwerken. Van dichtbij naar verder weg, als een druppel die rimpelingen in het water maakt.

**Wie is je grote voorbeeld in ondernemersland?**

Mijn man Paul Kruijssen, omdat hij met optimisme en een berg energie telkens nieuwe kansen ziet.

**Welke 'gouden tip' heb je voor andere (startende) ondernemers?**

Volg je hart! Volg je passie!

**Mijn slogan is:**

Vier het leven!

**Noem in maximaal vijftien woorden wat ondernemen voor jou betekent.**

Ondernemen is je hart volgen en tegelijk zakelijk en professioneel zijn.

I [www.fonkel.nu](http://www.fonkel.nu)

E [info@fonkel.nu](mailto:info@fonkel.nu)

T 013 – 533 39 37

## Stop met zoeken naar klanten

### Een commerciële misser?



Volgens velen is bovenstaande quote van Vincent Smit (Alkmaar, 1975) trainer bij Just Connecting, een commerciële misser want: “We moeten tijdens een kredietcrisis juist wél op zoek gaan naar klanten” Deze interessante uitspraak en nog veel meer bijzonder nieuws van deze ‘ideale starter’ kreeg ik van hemzelf te horen tijdens ons gezellige interview in restaurant Dauphine te Amsterdam.

Eerst wil ik graag meer weten van, volgens onderzoeken, deze ideale starter: halverwege de dertig, hbo-opleiding, kostwinner, leuke vriendin en kindjes.

Vincent lacht als ik dit aan hem voorleg: “Nooit geweten dat ik tot deze categorie behoor, maar het klopt wel allemaal.” Verder beschrijft hij zichzelf als een echte familieman, zijn gezin staat op nummer één en hij is helemaal gek op kinderen. Zijn vriendin Rachel is nu in verwachting van nummer drie. Samen hebben ze een dochter: Mila van vier jaar en zoon Keano van twee jaar. “Laatst kreeg ik voor Vaderdag van Mila een cd. Hierop stond een versje, in twee versies. Eerst werd het versje met de hele klas opgezegd en daarna volgde Mila die haar versje solo voordroeg.

Daarmee heb je mij dan echt te pakken. In de aanloop naar Vaderdag had Mila het regelmatig over: "Mijn vader is mijn beste vriend." Achteraf begreep ik dat het met de cd te maken had."

Rachel, zij is communicatieadviseur, wil tot een bepaalde hoogte zeker met Vincent meedenken. "Sparren met het thuisfront vind ik belangrijk, maar ik ga daar niet al te ver in door. Onlangs ging Rachel mee naar een LinkedIn workshop. Ze was helemaal verbaasd: "Is dit ook Vincent? Die daar zo eenvoudig een grote groep toespreekt?" Dat komt natuurlijk omdat je je zakelijk heel anders ontwikkelt dan persoonlijk. Ik vertel natuurlijk wel dat ik dat doe, maar als je het dan meemaakt en met eigen ogen ziet, is het toch anders dan dat je het hoort."

### **Ik wilde groeien, zij wilden krimpen**

Vincent wist al langer dat hij het pad van ondernemer op wilde, maar het duurde toch enkele jaren voordat hij de stap definitief nam. Ruim vijftien jaar is hij in dienst geweest bij diverse bedrijven. Na zijn mavo-diploma en een opleiding in de procestechniek, heeft hij bij Hoogovens en Paramelt gewerkt. Hier werd hij op jonge leeftijd procesoperator en kreeg hij mogelijkheden om door te leren. "Ze hadden hoge verwachtingen van mij. En ik wilde graag geld verdienen én ook studeren." Dit laatste deed hij door een avondstudie op te pakken. Tijdens zijn mavo-jaren had Vincent niet echt zin in studeren. "Pas jaren later merkte ik dat studeren wél leuk was en dat ik er

ook wat mee kon bereiken. Op school was ik niet het populairste jongetje, dat heeft me wel gevormd. Ik vind het nu dan ook erg leuk als ik zie dat anderen zich door mij geïnspireerd weten”, vervolgt Vincent enthousiast zijn ‘schoolverhaal’. Het studeren ging Vincent goed af. En zo stuurde hij binnen korte tijd als jong binkie van drieëntwintig jaar groepen mensen aan, van jong tot oud. Het studeren hield niet op. Hij pakte de studie Midden Management op en later de Post hbo-opleiding bedrijfskunde. Hierna trok de bemiddelingsbranche en zo belandde hij bij diverse uitzend-, detachering- en werving & selectiebureaus. Vincent eigende zich vrijheden toe en nam soms best risicovolle beslissingen. “Ik weet nog wel”, grinnikt hij, “dat ik hiervoor wel eens op het matje geroepen werd. Waar ik vaak wilde groeien, werd mij altijd te verstaan gegeven dat we juist moesten krimpen.”

Steeds meer kreeg het idee vorm om zelf te ondernemen. Op zoek naar een partij, kwam hij in contact met Leon Brouwers van Matchpartner. Heel direct gaf Vincent hem aan dat hij wel zijn toekomstige partner wilde worden. Zo ging hij vanuit Heerhugowaard in Leiden werken. Echter, de grote reisafstand gooide wat roet in het eten. Tegelijkertijd gaf één van zijn oude opdrachtgevers aan dat hij Vincent graag wilde hebben om binnen zijn adviesbureau de interim-tak vorm te geven. Dit was wat in zijn straatje paste: “Naast de snelheid van het uitzenden en het maken van de match, kwam daar ook advisering om de hoek kijken.” Zo werd voor Vincent steeds meer

duidelijk hoe hij zijn toekomst als ondernemer wilde vormgeven. Dat is echter nog wat anders dan de stap ook maken. In zijn achterhoofd speelden sterk vragen mee over de financiële haalbaarheid, de onzekere toekomst, het hebben van kinderen enzovoorts. Omdat hij iemand is die graag hoog inzet, duurde het even voordat hij deze stap definitief zette. Totdat hij in september 2008 ondervond, vanuit zijn functie als businessunitmanager, dat hij jaarlijks wel met vierhonderd mensen sprak, waarvan hij er maar dertig kon plaatsen. “Het stak me dat ik niet voor iedereen wat kon doen. Ik vond dat ik met een eigen trainingsbureau interim-managers, freelancers en zzp’ers veel beter kon leren om zichzelf te bemiddelen, waarmee ik dan veel meer mensen succesvoller en dus gelukkig kon maken.” En zo ontstond Just Connecting.

### **Conceptdenker**

Behalve dat hij veel tijd in zijn gezin steekt, houdt hij ook tijd over voor andere hobby’s. Regelmatig is hij op de golfbaan te vinden en is hij een fervent gamer op de Xbox 360. In 2008 werd hij zelfs derde in Europa met een Engelse clan. Het was een spel dat met meer personen gespeeld werd. Vincent, die snel overzicht over dingen heeft, was degene die de spelers aanstuurde. “Ik ben echt een scenariodenker en een kei in conceptdenken. Dat zit al sinds jong af aan in mij.” Toen hij Just Connecting startte, had hij een heel plan in zijn hoofd. Het uitschrijven van een businessplan vond hij daarom niet noodzakelijk. Wel had hij een stappenplan uitgewerkt

met een to-do-list. Hij wilde beslist geen financiering, zorgde zelf voor een financiële buffer en nam zich voor per direct te kunnen factureren. Voordat hij definitief stopte met werken, had hij al een informatieavond gegeven over zijn trainingen, wat hem direct de eerste inschrijvingen voor december 2008 opleverde. In korte tijd had hij alle trainingen, die al lang en breed in zijn hoofd zaten, op papier uitgewerkt. Hij factureerde aan alle deelnemers en dat leverde hem direct een goede omzet op. Wat hij op dat moment even vergeten was, was dat de trainingen ook in januari doorliepen, maar dat ze hem in die maand financieel niets meer opleverden. “Dat was even een struikelblok, waar ik direct mee kan dealen. Ik ben positief ingesteld en ik los dat ook op.”

Overigens herinvesteert Vincent meteen als de financiën dat toelaten. Het moet er bij hem altijd goed uitzien en soms betekent dit een duurdere investering zoals bij zijn website het geval was. Na een nieuwjaarsreceptie, georganiseerd door de Kamer van Koophandel, zocht Vincent contact met Nini Viëtor, communicatietrainer. Samen hebben zij zijn trainingen onder de loep genomen en adviseerde zij hem op het gebied van doseren en doceren. Voor beiden heel leuk om te doen. Zo leerde hij met de hulp van Nini te focussen: “Samen hebben wij de training aangepast en methodisch en didactisch onder handen genomen. Ik wilde een kennisconcept wegzetten, maar in eerste instantie niet het praktijkgedeelte erbij pakken. Het oefenen van vaardigheden laat ik graag aan anderen over. Zo verzorgt Nini nu de module Netwerkvaardigheden voor Just Connecting.”

Zijn pad leidde vervolgens naar het geven van workshops, seminars en colleges, omdat hij het overdragen van inzicht, kennis en technieken boeiender vond. Een aantal opvolgtrainingen heeft hij inmiddels omgevormd tot een zelfstudie.

---

## Straal van andermans successen

---

### **Zoek mensen die jouw klant kennen**

Vincent heeft een oprechte interesse in anderen. Hij kan stralen van het succes van anderen en hij wil ze dan ook graag helpen om ze succesvol(ler) te maken. Zoals Vincent zelf omschrijft:

“Mensen raken vaak bewust onbekwaam. Als mensen met mij in contact komen, dan merken ze dat ze er nog niet zijn en dat ze mij kunnen gebruiken om er te komen. Het liefste heb ik dat ik gevonden wordt, omdat ze van anderen horen dat ik dé oplossing voor hen ben. Ik word daarom gekocht.” Dat zijn nogal gedurfde uitspraken. Waarop Vincent vervolgt: “Omdat ik altijd veel bemiddelde, wist ik dat interimmers en zzp’ers fantastisch kunnen overtuigen aan tafel bij een opdrachtgever. Desondanks kwamen ze niet aan tafel. Ik kan deze mensen verschillende methoden aanreiken om sneller aan opdrachten te komen. Ik breng ze ook inzicht en technieken

bij in plaats van alleen kennis en methoden. Dat maakt dat ik klanten anders benader en dat is nieuw." Als kenner van LinkedIn begon hij ook met het geven van workshops. Hij ontdekte dat mensen wel hun profiel neerzetten, maar dat ze vervolgens niet uitgelegd kregen hoe ze dit medium goed kunnen toepassen. Dat zijn nou net die dingen waar Vincent op inspringt. "Vaak krijg ik vragen hoe je bijvoorbeeld op LinkedIn of Twitter iets kunt aanpassen. Dan denk ik: dat kan ik allemaal wel persoonlijk gaan beantwoorden, maar er zijn vast meer mensen met die vragen. Dan kan ik beter een kort filmpje maken en dat verspreiden via LinkedIn en Twitter of als gratis zelfstudie op mijn website zetten. Dat werkt nog beter. Bovendien zorgt dit ervoor dat ik ook steeds beter te vinden ben op dit soort netwerk of social media sites."

### **Stop met zoeken naar klanten**

Zo komen we bij zijn slogan: "Stop met zoeken naar klanten!" Maar start wel met zoeken naar mensen die jouw klanten al kennen. En zorg er dan voor dat zij jou gaan aanbevelen. In zijn trainingen gaat hij hier op in hoe je dat doet. Als jouw netwerk precies weet wat je doet en naar welke klanten je op zoek bent, dan openen zij voor jou deuren naar anderen. Leg je netwerk gewoon uit welke thema's of situaties zij moeten herkennen zodat zij meteen aan jou denken. Dan hoef je niet meer via koude acquisitie bedrijven te benaderen, maar word je gebeld omdat ze jou nodig hebben! "En dat bedoel ik nu met 'gekocht worden'. Jouw netwerk heeft je immers

aanbevolen!" Hier is niet alleen de hele strategie van Just Connecting op gebouwd, maar ook de naam Just Connecting is hierop gebaseerd.

Connecting staat natuurlijk voor het samenbrengen van mensen. Vincent trekt dit graag breder: "Het is ook dat mensen binnen zichzelf connecties gaan leggen tussen inzicht en technieken. Ik leer ze begrijpen dat acquisitie via je netwerk veel makkelijker en minder tijdrovend is dan ze denken. Velen zeggen achteraf dan ook: "Maar dat had ik ook zelf kunnen verzinnen". En dat klopt, maar zij hebben nu heel veel tijd kunnen besparen om het in een korte periode tot zich te nemen. Ik noem dat slim!"

Het is niet de ambitie van Vincent om personeel aan te nemen. Hij wil voorlopig groeien door samenwerkingen met anderen op te zetten op basis van een gentleman agreement. Vincent wil ondernemen met wat hij leuk vindt, op zijn eigen manier met een goed inkomen, maar zonder baas. En dan liefst in twintig uur dan in veertig uur, want dan houdt hij meer tijd voor thuis over. Nu hij enkele maanden bezig is, geeft hij aan dat de grens tussen privé en zakelijk verdwijnt. In de zin van dat als hij 's avonds aan het internetten is, hij ook zijn zakelijke e-mail even ophaalt en afhandelt. Hij heeft een kantoor aan huis. "Ik mis het contact met collega's gelukkig niet, want ik krijg er waardevolle contacten met ondernemers voor terug." Of hij thuis kan blijven werken, is

de vraag. Straks komt hun derde kindje en daar zal hij naar grote waarschijnlijkheid zijn werkruimte aan moeten 'opofferen'. Gelukkig heeft het nog even tijd om naar een geschikte locatie in de omgeving op zoek te gaan.

### **Goed geregeld**

Heeft een ideale starter zijn zaakjes goed op orde? Dat is wel eens iets wat erbij inschiet. Vincent vertelt hoe hij het geregeld heeft: "Ik heb geen pensioenvoorziening, gewoon omdat ik niet veel vertrouwen in het rendement heb. Dat los ik dus op een andere manier op. Wel heb ik een arbeidsongeschiktheidsverzekering afgesloten, maar dan alleen voor het ergste geval. Ook niet te hoog, maar gebaseerd op mijn oude salaris. Waar ik direct gebruik van ben gaan maken, is een back-up online dienst van KPN. Voor een gering bedrag per maand wordt dagelijks mijn computerinhoud geüpdate. Ik kan daar zelf aangeven van welke mappen ik een back-up wil hebben. Dat geeft me een gerust gevoel. Ik moet er niet aan denken dat ik al mijn gegevens kwijt zou raken. Nee, lacht Vincent, van een blauw scherm word ik nu niet meer nerveus!"

### **Een creatieve doener**

Ik heb nog twee vragen voor Vincent. Vindt hij zichzelf succesvol en heeft hij nog andere ambities? "Als je je netwerk openstelt voor anderen en ze met elkaar in contact brengt, dan kost

dat geen moeite. Ik kan eindeloos belangeloos geven. Dit is mijn formule tot succes. Omdat ik anderen graag help om succesvoller te worden, zijn hun successen ook van mij. Zoals al gezegd kan ik daar ontzettend van stralen." Hij heeft voor zichzelf ook een 'vijf seconden - vijf minuten' concept ontwikkeld. "Daar waar ik eenvoudig wat kan weggeven, doe ik dat direct. Soms heeft dat iets langer nodig en als het echt te lang duurt of strategisch minder interessant is, dan is het ook wel eens gewoon: Nee."

Over ambities gesproken! Hij trekt een blik open. Als conceptdenker weet Vincent een heleboel te bedenken, maar heeft hij er niet de kennis en de tijd voor om het uit te voeren. Hij wil zijn ideeën wel graag laten vermarkten, om daar ook zelf van te profiteren. Een conceptenportal zou daarom handig zijn. Enkele ideeën van hem zijn een 'Suggestiemachine', een applicatie die aan de hand van surfgedrag suggesties aan de hand doet om met deze of gene in contact te komen. Op het gebied van duurzaamheid en groene energie denkt hij aan een sportmotor met een elektromotor. Daar heeft hij wel een grote investeerder voor nodig die affiniteit met motoren heeft. Zijn blik zie ik verworden tot een droomblik: Volgens mij ziet hij zichzelf al wegscheuren op zo'n motor.

Niet afkomstig uit een ondernemersgezin, is Vincent Smit een ondernemend persoon, iemand vol levenslust en plannen. Zoals hij zelf zegt: "Een doener met veel creatieve ideeën."

Van hem horen we vast en zeker meer in de toekomst!

### **Vind je dat ondernemen 'in het bloed' zit of is het te leren?**

Ik wil vrijheid hebben, dus ga ik ondernemen. Dit is voor mij een resultante.

### **Heb je als ondernemer wel eens een blunder begaan? Zo ja, wat was die blunder?**

Ik heb eens vierhonderd flyers laten drukken met daarop alle data van mijn workshops.

Uiteindelijk heb ik er maar dertig van gebruikt, omdat de data niet meer van toepassing waren!

### **Wat is je beste idee als ondernemer?**

Ik maak anderen succesvol, waardoor ik zelf ook succesvol word. Anderen herkennen mij als geveer.

### **Wie is je grote voorbeeld in ondernemersland?**

Iedere ondernemer vind ik interessant, waarom doe je zo en wat kan ik van je leren.

**Welke 'gouden tip' heb je voor andere (startende) ondernemers?**

Trek je eigen plan en word ondernemer.

**Mijn slogan is:**

Stop met zoeken naar klanten.

**Noem in maximaal vijftien woorden wat ondernemen voor jou betekent.**

Vrijheid, flexibiliteit, goed inkomen zonder tachtig uur te hoeven werken, geen baas, anderen helpen.

I [www.justconnecting.nl](http://www.justconnecting.nl)

E [info@justconnecting.nl](mailto:info@justconnecting.nl)

T 06 – 81 95 84 59

Vincent heeft het e-book Word-Succesvol-via-Linkedin geschreven.

Een aanbeveling waard voor ieder die met LinkedIn verder wil komen. Kijk voor meer informatie op [www.word-succesvol-via-linkedin.nl](http://www.word-succesvol-via-linkedin.nl)

## Tawasol

### Een leven in het teken van geven



Foto: Dhinand Kleine  
[www.dhinand-kleine.nl](http://www.dhinand-kleine.nl)

Bij mijn speurtocht naar bijzondere ondernemers werd ik geattendeerd op Abdel Razak Chraou

('s-Hertogenbosch, 1972), commercieel manager bij Tawasol. Zijn verhaal horende, wist ik het meteen: ik wilde hem zeker in dit boek opnemen.

*Bijzonder*, omdat werkelijk alles in zijn leven draait om het helpen van mensen. *Ondernemend*, omdat hij etnomarketing in het topje van zijn vingers heeft zitten. Als geen ander weet hij de allochtone doelgroep te bereiken.

We hebben al enkele malen langdurig telefonisch met elkaar gesproken en al snel merk ik dat zijn enthousiasme geen grenzen kent. Abdel houdt kantoor in het deftige complex rond het station in 's-Hertogenbosch. "Ik heb hier niets in geïnvesteerd. Alles is gehuurd, van de kantoorruimte tot aan het koffiezetapparaat en de receptiemedewerkster aan toe. En dat bevalt mij prima." Met deze woorden val ik bij hem binnen.

Abdel heeft veel te vertellen en we moeten 'doorpraten', want na mij ontvangt hij een hooggeplaatst persoon uit het buitenland: "Dit vind ik zo interessant aan mijn werk. Ik krijg toegangen tot zoveel netwerken waardoor ik grote artiesten, ministers en vooraanstaande personen ontmoet. Bovendien kom ik overal, soms zelfs in de mooiste paleizen." Dan heeft dit succes zeker wel invloed op jou als persoon? "Nou, nee hoor", lacht Abdel, "ik zie wel dat ik heel veel mensen weet te inspireren, maar ik ben nog steeds dezelfde Abdel van jaren geleden." Dat is een Abdel wiens drive het is om mensen te helpen, die graag iets voor anderen wil betekenen en daarbij zijn eigenbelang helemaal wegcijfert. "Dat heb ik niet, ik wil en verwacht nooit iets van een ander." Als ik vraag naar een vertaling van de naam Abdel, dan geeft hij aan dat Abdel Razak eigenlijk aan elkaar geschreven moet worden en dat het het Marokkaanse woord is voor de 'Voorziener'. Vrij vertaald kan ik wel zeggen dat hij zijn naam eer aan doet.

## **Integratie staat bovenaan**

Later in het interview komen we terug op zijn vrijgevigheid. Dat is de zevenendertigjarige Abdel een aantal jaren geleden helaas fataal geworden. Graag wil ik nog meer over hem te weten komen, naast zijn drive om mensen te helpen. Hij vervolgt zijn verhaal: "Ik kom uit een Marokkaans gezin en behoor tot de tweede generatie Marokkanen in Nederland. In 1967 zijn mijn ouders met een schip naar Nederland gekomen waar ze zich in Heusden vestigden en later naar

Waalwijk vertrokken. Mijn vader kreeg een baan aangeboden bij Jonker Fris.” Trots vertelt Abdel dat zijn vader onlangs benoemd is tot Ridder in de Orde van Oranje Nassau, omdat hij zijn hele leven lang bruggenbouwer geweest. Dat begon al tijdens het werken in de Tolkenwinkel (tegenwoordig Rechtswinkel genoemd) waar hij veel voor allochtonen gedaan heeft. “Integratie stond bij hem bovenaan de lijst. Dit heb ik met de paplepel ingegoten gekregen en mijn hele opvoeding was daarvan doordrongen.

---

### Anderen weten te inspireren, is succes hebben

---

Wat ik wel leuk vind om te vertellen is, dat sinds mijn vader door de burgemeester geridderd werd, het contact met de burens is veranderd. Velen zagen de burgemeester bij ons naar binnen stappen. Dat wekte hun nieuwsgierigheid. Toen ze hoorden dat hij een lintje had gekregen, kwamen ze hem feliciteren. Daardoor ontstonden diepgaande gesprekken over relaties tussen allochtonen en autochtonen en mijn vader gaf open aan hoe hij daar tegenaan keek en hoe hij daarmee aan de slag ging. Zo zie je maar weer hoe belangrijk communicatie is.”

## Familie

Abdel is getrouwd en heeft twee kinderen, één van zes en één van acht jaar. Trots laat hij de familiefoto zien die een prominente plek op zijn bureau heeft. Hij is geboren en getogen in 's-Hertogenbosch. Dit geldt niet voor zijn vrouw Rachida. Zij is in Marokko geboren. "Omdat zij daar geboren is, worden onze kinderen automatisch als allochtoon bestempeld en krijgen we zelfs subsidie voor hen. Toen ik ze bij school ging opgeven, werd me dit meegedeeld. Dat vond ik even heel confronterend. Daar had ik namelijk nog nooit bij stilgestaan."

Het gezin is belangrijk voor Abdel. Iedere morgen brengt hij zijn kinderen naar school. Hij is een echt familiemens en vindt het heerlijk om ieder jaar zijn grote familie in Marokko een bezoek te brengen. Zijn kinderen, die wel Marokkaans verstaan maar niet spreken, hebben altijd leeftijdgenootjes om zich heen en het klikt buitengewoon goed. "Ze begrijpen elkaar uitstekend. Met deze bezoeken wil ik ze onze cultuur en culturele identiteit meegeven. Dat vinden mijn vrouw en ik super belangrijk." Abdel is zo gedreven en heeft het zo druk, hoe reageert het thuisfront op al zijn ideeën en nieuwe initiatieven? "Sparren met het thuisfront is voor mij essentieel. Dit levert vaak interessante discussies op. Waar ik al bijna in het proces sta als ik iets nieuws ga aanpakken, komt mijn vrouw altijd met een gezond wantrouwen op de proppen. Zij is wat dat betreft echt een tegenpool en geeft mij tegengas. Dit is goed voor mij en zorgt voor een juiste balans."

## Communicatie is mijn ding

Abdel komt niet uit een ondernemersgezin, maar vindt wel dat ondernemen in je bloed moet zitten. “Je krijgt dit mee, alhoewel het geen garantie voor succes is. Mijn vader was geen ondernemer, maar wel ondernemend. Dat heb ik van hem meegekregen.” Al op jonge leeftijd gaat Abdel bij een bakker werken en volgt hij de Bakkersvakschool in Wageningen. Hoewel hij het werk leuk vindt, staat hij graag op beurzen. “Van meet af aan was ik nieuwsgierig hoe bedrijven zich presenteren en hoe ze hun diensten en producten verkochten. Het onderdeel marketing en vooral de communicatie eromheen was helemaal mijn ding.”

Het was zijn broer Mustapha die op een gegeven moment met het idee kwam om handelscontacten te gaan leggen tussen Nederlandse ondernemers en hun collega's in Marokko en Turkije. Van het één kwam het ander en binnen de kortste keren organiseerden ze concerten en multiculturele beurzen. Ze kwamen in contact met allerlei topartiesten zoals Khaled, koning van de Raïmuziek en Tarkan uit Turkije. “Deze concerten bracht jongeren uit minderheidsgroepen op een eenvoudige manier bij elkaar. Maar als het erop aankomt, willen die jongeren toch vooral onder elkaar zijn. Wij snaptten dat en stimuleerden dat ook, want wij wilden niets liever dan mensen met elkaar in contact brengen. Het serieus nemen en ze rechtstreeks benaderen was dé manier om

een negatieve beeldvorming rond deze groepen jongeren weg te nemen.” Over een ondernemende geest van deze ‘selfmade’ pioniers gesproken!

---

## Mensen met elkaar in contact brengen en serieus nemen

---

Een anekdote wil Abdel wel kwijt: “Hoe goed wij de doelgroep ook kenden, toch maakten we een misser. Moyo concerts produceerde al onze concerten. Voor hun eigen concerten gebruikten ze grote zwart-wit posters. Wij namen dat over, maar daar sloegen we finaal de plank mee mis. Marokkanen en Turken houden juist van glossy. Gelukkig hadden we dat snel door en hebben we, overigens met succes, onze eigen saus eroverheen gegoten.”

### **Bankroet**

Hoe kon deze florerende zaak dan toch fout lopen? De rode draad van hun activiteiten was het ‘empoweren’ van allochtonen door laagdrempelige en herkenbare activiteiten te organiseren, waarbij het samenbrengen en informeren voorop stond. Een businessplan hadden ze hiervoor niet uitgeschreven. Totdat het succes hun overviel; toen bleek dat zo’n plan toch onontbeerlijk was wilde je een goed bedrijf opzetten. Het ging ze niet om meer en groter en al helemaal niet om

geld. Ze hadden een boodschap die gewoon aansloeg. Overheden en multinationals wisten hun te vinden. Abdel weet nog wel dat hij bij een bedrijfsadviseur van Deloitte Touche langsging. “Daar liep ik gillend weg, want de hoge tarieven die ze hanteerden, konden wij niet betalen. Dus op zoek naar een boekhouder op een zolderverdieping drie hoog. Die vonden we en aan hem gaven we onze schoenendoos met administratie af. Hij was niet gecertificeerd, maar wij vertrouwden hem, hij was immers boekhouder!” Totdat de belastingdienst op de stoep kwam en bleek dat er niets van onze boekhouding klopte. “Dat gaat je absoluut niet in de koude kleren zitten”, vertelt Abdel die nog steeds weet hoe dat voelde. Niet voor een gat gevangen en met veel veerkracht zijn ze er bovenop gekomen. Leon Ramakers van MOJO Productions, zag de kracht van het concept en bleef geloven in Abdel en zijn activiteiten. “Hij heeft ons financieel er weer bovenop geholpen. Het is niet in geld uit te drukken wat hij voor ons betekent heeft en nog steeds betekent.”

Volledig bankroet plaatste Abdel een advertentie op internet met de eenvoudige tekst: “Ik zit in de problemen, wie kan mij helpen?” Dit bracht hem in contact met Ruud Kaim, een fiscaal jurist en aangesloten bij een juristencollectief. Ruud was onder de indruk van de motieven en drive van Abdel en samen zetten ze een goede bedrijfsstructuur op. Abdel noemt hem steevast ‘mijn coach’. Het is Ruud die het concept bedacht voor de nieuwe onderneming Tawasol, wat vrij vertaald ‘communicatie’ betekent.

## Zijn activiteiten

Abdel legt mij uit wat Tawasol doet en wat zijn rol binnen het bedrijf is: "Tawasol is een mediaplatform en is er voor cultuur- en beleidsmakers, voor adverteerders en werkgevers die op zoek zijn naar gekleurd personeel. Mijn rol daarin is die van intermediair. Ik adviseer overheden en multinationals op strategisch en uitvoerend niveau hoe ze allochtone doelgroepen kunnen bereiken. Daarvoor stel ik mediaplannen op en koppel mijn klanten en de meest geschikte media aan elkaar." De focus van Tawasol is gericht op de etnische consument en cultuurgerelateerde media-aanbieders. Adverteerders kunnen er informatie vinden over doelgroepprofielen, doelgroepbereik en mediakosten.

Over media gesproken...Abdel is sinds 2001 ook uitgever van het blad Mzine. Dit woord is afgeleid van *l'maghribzine*, wat betekent 'Marokko is mooi'. Het is een lifestyle magazine voor zelfbewuste, jonge Marokkanen. Tegelijk wil MZine de Nederlanders beter kennis laten maken met de Marokkaanse cultuur en samenleving. Het staat voor tolerantie en wederzijds respect, maar Abdel schuwt het niet om met controversiële onderwerpen te komen. Met dit tijdschrift wil hij laten zien dat we in deze multiculturele samenleving veel van elkaar kunnen op steken.

## Bruggen bouwen

Dat Abdel's leven, net als zijn vader in het teken van 'bruggen bouwen' bestaat, is me duidelijk als hij vertelt over het initiatief van Matic, social care housing solutions. "Matic biedt op humanitaire grondslag een oplossing voor miljoenen daklozen overal ter wereld.

Ik ken de van Marokkaans-Algerijnse artieste Rajae el Mouhandiz heel goed. Met haar muziek en activiteiten draagt ze bij aan wederzijds begrip tussen mensen met uiteenlopende achtergronden. Matic en Rajae hebben elkaar gevonden in een samenwerking. Zij gaat met haar muziek bijdragen aan de sympathieke Matic-oplossing.

Waar multinationals en beleidsmakers voorheen te maken hadden met diverse partijen, biedt het loket nu op één plaats informatie over etnomarketing en toegangskanalen om de verschillende subdoelgroepen te bereiken. De krachten zijn zo gebundeld dat ze een enorme slagkracht ontwikkeld hebben, met als positief effect dat het de positie van allochtonen in Nederland versterkt.

Na afloop van het interview vat ik zijn hele verhaal in twee woorden samen: maatschappelijke betrokkenheid. "Als jij deze conclusie trekt", antwoordt Abdel, "dan is mijn verhaal goed overgekomen. Dit is dé essentie waar het bij Tawasol allemaal om draait!"

## **Vind je dat ondernemen 'in het bloed' zit of is het te leren?**

Je bent een ondernemer of je bent het niet!

## **Heb je als ondernemer wel eens een blunder begaan? Zo ja, wat was die blunder?**

Ooit koos ik voor een niet-gecertificeerde boekhouder, met alle gevolgen van dien. Als je dan geen vragen stelt dan ga je letterlijk voor de bijl. Iedere Nederlander hoort de wet te kennen.

## **Wat is je beste idee als ondernemer?**

Ik ben in een gat gesprongen om de communicatie tussen allochtonen en autochtonen tot stand te brengen, ook wel etno-marketing genoemd. Informatief, voorlichtend en commercieel; communiceren met allochtone doelgroepen is een vak apart.

## **Wie is je grote voorbeeld in ondernemersland?**

Leon Ramakers, oprichter Mojo Concerts. Ik kan in woorden niet uitleggen wat hij voor mij heeft gedaan. Ook is het niet in geld uit te drukken. En Ruud Kaim, mijn leermeester, heeft mijn rugzakje gevuld met focus, kennis en inzicht.

**Welke 'gouden tip' heb je voor andere (startende) ondernemers?**

Zoek mensen om je heen die hun vak of je vraagstelling verstaan. Durf te vragen en stel je gerust kwetsbaar op. Blijf reëel en doe wat je gevoel daarna zegt.

**Mijn slogan is:**

Als je niet kunt delen, kun je ook niet vermenigvuldigen.

**Noem in maximaal vijftien woorden wat ondernemen voor jou betekent.**

Ultieme belichaming van jezelf, eerlijkheid, oprechtheid en authenticiteit en het contact hebben met mensen.

I [www.tawasol.nl](http://www.tawasol.nl)

E [abdelrazak.chraou@tawasol.nl](mailto:abdelrazak.chraou@tawasol.nl)

T 06 – 20 87 34 33

## Visit-it

### Meer dan een bezoek waard



Een interview met een creatieve geest en een conceptueel denker vind ik altijd leuk. Ik kijk dan ook uit naar het gesprek met Ranco Mes (Tilburg, 1967). Hij is eigenaar/directeur van de Visit Media Group. Wat heeft hij in zijn ondernemerstijd onder handen genomen en was het altijd succesvol? De op vele fronten creatieve Ranco vertelt me dat hij snel een mix maakt van product – concept (vraag van consument) – hoe te vermarkten. Lachend wordt op zijn kantoor wel eens de volgende uitspraak gedaan: “Ho ho, stuur draaien, stuur draaien en weer gas geven!” Op deze manier wordt ‘tegenslag’ gerelativeerd op momenten dat het anders loopt dan gepland. I visit, als tekstschrijver van Nederlandse teksten zeg ik liever: ik bezoek, Ranco en vraag hem van alles over zijn ondernemerservaringen en hoe hij dat combineert met zijn privé-leven.

Alhoewel Ranco Mes niet uit een ondernemersgezin komt, wist hij al heel snel dat hij zou gaan ondernemen. “Na het volgen van een opleiding aan het Sint Lucas in Boxtel, een vakcollege in de branche communicatie en reclamevormgeving, startte ik mijn loopbaan bij een reclamebureau.

Daar had ik het na driekwart jaar al bekeken. Ik mocht hier niet ontwerpen, terwijl dat nu juist mijn grootste talent is. Dus startte ik mijn eigen ontwerp bureau: Mes Design, een eenmanszaak met de focus op huisstijl, maar mijn aanbod was wel breder." Mes Design groeide gestaag in de loop van de jaren en na enige tijd kon Ranco twee parttimers in dienst nemen. Het aannemen van personeel was voor Ranco een heel natuurlijk gebeuren en ging redelijk automatisch. "Dat ik met meer mensen de zaak kon draaien, zorgde ervoor dat ik me op mijn eigen talent kon focussen en dat gaf rust in de tent. Ik heb het nooit als lastig ervaren dat hiermee ook allerlei personeelstaken op mijn bordje kwamen, dat nam ik er gewoon bij." Na acht jaar had Ranco het echter wel gezien: "Ik was steeds meer bezig met drukwerkbegeleiding en ander randgebeuren in plaats van met ontwerpen." Langzaam bloedde zijn bedrijf dood. Hij maakte toen, op zijn dertigste een grote stap naar de wereld van de horeca.

## **Mazzel**

Ranco omschrijft zichzelf als een creatieve man, op vele fronten. Hij kan snel vanuit een product de vertaalslag maken naar een totaalconcept. Hij is een sociaal en kunstzinnig mens, maar zeker ook zakelijk ingesteld. "Heel soms kan in doorslaan naar het kunstzinnige, dat kan wel eens een valkuil voor mij zijn. Muziek is mijn grote passie. Ik wilde zo graag naar het conservatorium, maar het kwam er niet van." Het schoolse systeem van het conservatorium benauwde hem en hij

vluchtte in een reclameopleiding. Ranco, die graag zingt, achter het slagwerk en de piano zit, vormt samen met Rogier van der Ven, een muzikaal cabaretesk duo dat ze de naam Mazzel hebben gegeven. "Rogier is al bijna twintig jaar mijn vriend. Ooit werden we op een feest aan elkaar voorgesteld. Ik speelde piano en zong tijdens feesten en partijen en Rogier deed hetzelfde. Van meet af aan klikte het zowel op muzikaal als op vriendschappelijk gebied." In 2003 beleefde Mazzel een hoogtepunt. Het duo deed mee in de voorrondes van het Songfestival. "We zagen het als één grote grap om hieraan mee te doen. Alhoewel we kwamen tot aan de televisie voorrondes kwam het net niet tot een landelijke doorbraak." Als dit zou lukken, dan was het wel mazzelen geweest en daarom hebben we onszelf de naam Mazzel gegeven.

Ranco en Rogier hebben drie jaar lang gewerkt aan een album, dat in september gelanceerd werd. Alle muziek en Nederlandse teksten maakten ze zelf. "Twee keer per week repeteren we, wat een goede ontspanning voor mij betekent. Daarnaast treden we uiteraard nog steeds regelmatig op." Sporten komt er niet meer van. "Vroeger heb ik enorm veel gehockeyd, maar deze wereld was ik beu nadat ik een aantal jaren trainer en coach was geweest. Toen heb ik deze sport vaarwel gezegd, ook omdat andere dingen lokten."

De 'hoogtijdagen' van het duo Mazzel kwamen voor Ranco op een mooi moment. Alhoewel zijn stap naar de horeca groots was en met veel succes, volgde in 2003 een grote deceptie, wat hem beslist niet in de koude kleren ging zitten. Dat hij zich toen op de muziek kon storten, was zeer welkom.

### **Een drive om door te gaan**

Waarom zette Ranco de stap naar de horeca? "Dat weet ik niet goed te definiëren. Ik vond en vind de horeca erg boeiend, iedereen kan er over mee praten en oordelen en ik wilde met mijn creativiteit een zaak laten draaien." Even eerder in het interview gaf Ranco aan dat hij een Brabants Bourgondische inslag heeft. Daarover door filosoferend komt misschien daar ook wel de affiniteit met de horeca vandaan.

Ranco startte op zijn dertigste in Tilburg restaurant Majesteit. Dit liep zo geweldig dat hij binnen een jaar een tweede Majesteit opende, maar dan in 's-Hertogenbosch. Daar ging echter alles fout wat maar fout kon gaan. "Ik besepte niet hoe goed Tilburg draaide en dat het niet zomaar kopieerbaar was naar een andere stad. Ik kwam in staat van faillissement terecht, maar kon gelukkig, dankzij de hulp van een leverancier, een doorstart maken."

Ranco merkte dat hij een enorme drive bezit om door te gaan, dat hij niet iemand is die bij de pakken neer gaat zitten, ook niet bij grote tegenslagen. Ook toen zag hij direct weer kansen. Na drie jaar verkocht hij restaurant Majesteit en opende met zijn beste vriend een nieuw restaurant: Villa Majesteit in Goirle. "Omdat wij heel wat projecten samen met veel succes hadden gedraaid, leek me dat dit ook moest lukken. Maar helaas, al gauw bleek dat de samenwerking niet boterde en moest ik afscheid nemen van Villa Majesteit. Mijn kompaan bleef in de zaak zitten. Het duurde een half jaar voordat de zakelijke kant afgerond was en ondertussen dacht ik na over wat ik wilde gaan doen en bereiken. Dit is iets wat ik nu nooit meer zou doen. Ik raad iedereen af om met z'n beste vriend te gaan ondernemen." Juist in deze lastige periode speelde het Songfestival en de voorrondes een grote rol in het leven van Ranco. Zijn creatieve geest leidde er gelukkig niet onder. Hij stortte zich naast de muziek ook op het schilderen. "Het is absoluut de zwaarste tijd die ik ooit heb gekend, maar het bracht me ook weer verder." En de vriendschap? Ranco hield steeds de hoop dat het goed kwam, maar blijkbaar was er toch te veel gebeurd.

### **Stuur draaien en weer gas geven**

Het internet was het volgende hoofdstuk waar Ranco zich op richtte. Hij ging op zoek naar antwoorden op vragen zoals: 'Wat is internet? Hoe werkt het? Waar gaat het met internet naar toe?' Steeds meer streeft hij naar het wegzetten van een eigen internetproduct. "Ik zag dat

internet een zelfstandige business op zich begon te worden, denk maar aan Bol.com en Nu.nl. Alle trends op het gebied van naamsontwikkeling van url's hield ik nauwlettend in de gaten." Zo kwam bij hem de naam Visit, een woord dat in alle landen goed te begrijpen en te verstaan is, naar boven drijven en in combinatie met een plaats of landennaam leidde dat tot het toerismeplatform. Al snel legde hij zeventig verschillende landennaam vast, allemaal in combinatie met Visit. Zo ontstond Visit-Holland, Visit-Belgium enzovoorts.

De overkoepelende naam Visit-it.com was dan ook snel geboren en gedeponereerd bij het merkenbureau. "De naam samen met een sterk beeldmerk begrijpt een Fries, maar ook een Japanner. We startten met ons platform en er werd genavigeerd met in huis gemaakte plattegronden. We hadden net alles gelanceerd, toen Google Maps online kwam." Ranco moet er nog om lachen: "Je begrijpt dat onze eerste reactie was: "Oef, dit gaan we niet winnen."

Dus moesten we 'het stuur draaien en weer gas geven', een slogan die we overgenomen hadden van een exploitant van botsautootjes op de Tilburgse Kermis. Bij alles wat even tegenzit of anders gaat, roepen we dit hard door de ruimte. Het relativeert ons en we gaan meteen weer aan de slag." Dus werd Google Maps vervolgens direct geïntegreerd.

Niet lang hierna en na een diepgaande brainstorm ontstond de startpagina: Visit-it.com.

“Natuurlijk waren er al diverse startpagina’s. Maar ik zag en merkte dat ook de vormgeving een steeds grotere rol ging spelen. De bundeling van bestaande content, in combinatie met een esthetisch verantwoorde vormgeving en de gebruiksvriendelijke navigatie is de grote kracht van startpagina Visit-it.com.”

### **Nieuw fenomeen**

Al tien jaar woont Ranco samen met Kimm Heesters. Zij is de sales specialist binnen Visit-it.com. Dat roept bij mij natuurlijk de vraag op of dat privé en zakelijk goed gaat? “Kimm werkt nu sinds drie jaar bij ons. Zij is echt een mensenmens en legt steevast de eerste contacten. Vervolgens ga ik met deze partijen aan tafel zitten. Daar ben ik weer goed in. Zo vullen wij elkaar uitstekend aan. Wij kunnen het werk redelijk goed scheiden van ons privéleven, wat niet wegneemt dat we nooit over het werk praten. We hebben goede zakelijke afspraken gemaakt. Zo zitten we bijvoorbeeld niet op dezelfde verdieping. En het werkt nog steeds prima.” Het is ook Kimm die de eerste contacten met partners zoals kranten, tv, radiozenders, booking.com, videoland en Uitzending gemist heeft gelegd. “Dat ik bij hen aan tafel kwam om te praten of ik een deel van hun content mocht hebben, in ruil voor meer bezoekers op hun website, was voor hen een nieuw fenomeen. Hun antwoord was in beginsel steevast: ‘Pak onze rss-feed maar.’ Ik wilde meer.”

Steeds weer slaat Ranco's verhaal aan en alle partners zijn razend enthousiast over een samenwerking. Met een betaversie (site in ontwikkeling) is Visit-it.com online gegaan. Na een half jaar proefden ze allemaal de grote potentie van deze startpagina en zo werd in oktober 2008 Visit-it.com landelijk gelanceerd.

---

**drie succesfactoren: unieke bundeling van bestaande content,  
gebruiksvriendelijk navigeren en een mooie vormgeving**

---

Ranco noemde al eerder de drie succesfactoren: unieke bundeling van bestaande content, gebruiksvriendelijk navigeren en een mooie vormgeving. Maar de grote kracht achter Visit-it.com is dat ze uniek zijn op het gebied van SEO (search engine optimization) "Wij denken te weten hoe websitepagina's gebouwd moeten worden om hoog te scoren in zoekmachines, maar dan zonder ervoor te hoeven betalen. Wij hebben een idee hoe Google zoekt en dat zien we terug in onze resultaten. In acht maanden tijd hebben we over de honderdduizend unieke bezoekers per maand gerealiseerd. Dat is drie maanden eerder dan we verwacht hadden. Door deze sterke SEO

brengen wij partners/adverteerders en bezoekers/kopers bij elkaar wat direct tot verkoop kan leiden van het product. Met deze nieuwe manier van adverteren wordt marketing sales.

Deze startpagina, deze manier van 'het omgaan met internet' vindt Ranco echt zijn ding. "Ik wil niet anders meer. Internet is eindeloos en stopt niet, sterker nog: in internet zitten nog zoveel ontwikkelingen en mogelijkheden!" Zijn ambitie strekt dan ook verder. Hij wil met deze startpagina binnen vijf jaar tot de top vijf van startpagina's in West-Europa behoren. Wel dan in combinatie met het toeristenplatform. "Ik wil van het merk Visit-it een brand maken!"

Hoe kijkt Ranco tegen het nemen van risico's aan? "Bij ondernemen horen risico's en ik neem ze ook. Soms overschrijd ik een grens, misschien omdat ik teveel een kunstenaar ben? Maar omdat ik geloof in mijn product, vind ik de risico's die ik neem wel verantwoord."

Zijn mensen jaloers op zijn successen? "Jaloers is wel een groot woord, maar ik denk wel dat ze mij weleens benijden dat ik door blijf gaan in het ondernemerschap. Ik blijf enthousiast en geloof er voor honderd procent in. De drive om door te gaan is er. Misschien is het wel mijn manier van leven."

**Vind je dat ondernemen 'in het bloed' zit of is het te leren?**

Als het in je bloed zit leer je elke dag.

**Heb je als ondernemer wel eens een blunder begaan? Zo ja, wat was die blunder?**

Samen ondernemen met je beste vriend, die overweging alleen al!

**Wat is je beste idee als ondernemer?**

Altijd het laatste idee, nee geintje (creatieve geest hè). Nee echt, mijn laatste idee is verreweg het beste! Bezoek het: [www.visit-it.com](http://www.visit-it.com).

**Wie is je grote voorbeeld in ondernemersland?**

Die heb ik eigenlijk niet. Ik ben zeker geïnspireerd door mijn beste vriend waar ik ooit samen een onderneming mee startte.

**Welke 'gouden tip' heb je voor andere (startende) ondernemers?**

Maximale inspanning, maximale ontspanning.

**Mijn slogan is:**

Wat er ook gebeurt, rustig blijven het zal wel ergens goed voor zijn.

**Noem in maximaal vijftien woorden wat ondernemen voor jou betekent.**

Gaan!

I [nl.visit-it.com](http://nl.visit-it.com)

E [info@visitmediagroup.com](mailto:info@visitmediagroup.com)

T 013 – 532 11 98

Sinds 01-07-'09 biedt Visit Media Group met Visit-it Tools betaalbare internetoplossingen met dezelfde kennis die zij hebben opgedaan met Visit-it.com.

Kijk op [tools.visit-it.com/home/home](http://tools.visit-it.com/home/home)

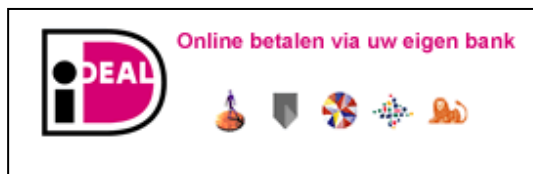
## Nawoord

Ik hoop dat je geïnspireerd bent door deze verhalen. Denk aan de tip van Jan des Bouvrie en geef jezelf de tijd om te ondernemen. Sta achter je eigen concept, heb er vertrouwen in. Samen met een grote portie doorzettingsvermogen kom je er altijd. Wil je ook vijf andere bijzondere ondernemersverhalen lezen?

Dat kan. Meld je aan via het [aanmeldformulier](#) en ontvang:

Op **21 januari 2010** **Spetterende Successen** deel 2.

Vanaf **21 februari** gratis de tweemaandelijks preview van Succ6Zine.NU.



Het eerste issue van Succ6Zine.NU verschijnt op **21 maart 2010**.

[Abonneer](#) je NU voor een jaar en betaal via het veilige iDeal. Je ontvangt voor **slechts € 28,20** incl. BTW 6x Succ6Zine.NU.

Wat kun je verwachten van Succ6Zine.NU:

- Je **leest, hoort én ziet** een uitgebreid interview met een (on)bekende ondernemer. We vragen onder andere naar zijn/haar succesfactoren.

- Artikelen met toepasbare tips en inzichten om jou nog meer succes te laten ervaren.
- De agenda biedt je een overzicht van workshops, trainingen etc. die bij kunnen dragen om nog succesvoller te worden.
- Verder staan er interessante artikelen in over multidimensioneel ondernemen, een nieuwe manier van ondernemen die leidt tot winst voor je klant, samenleving, milieu en je eigen onderneming.
- Jouw inbreng wordt gewaardeerd. We horen graag jouw succeservaringen en die van anderen, die we ook in het e-zine gaan opnemen. E-mail jouw succeservaring (liefst met foto van het succesmoment en max. 200 woorden) naar [info@succ6zine.nu](mailto:info@succ6zine.nu). Wie weet sta jij in het volgende issue.



**Succ6Zine.NU** is een initiatief van Michael J. Dawkins en mij. Hij is dé faciliteerder tot successen. “Ik ben al jaren gefascineerd door succes. Wat is het, en hoe word je succesvol. Ik heb gemerkt dat succes voor iedereen iets anders kan zijn. Echter het pad naar succes, daar zitten veel overeenkomsten in. Deze ga ik binnen dit magazine met je delen.” Newton zei er het volgende over. “Ik ben succesvol omdat ik op de schouders van reuzen sta”. Leer van de besten en word meer succesvol.

[www.michael-dawkins.nl](http://www.michael-dawkins.nl).

Meld je nu aan op [www.succ6zine.nu](http://www.succ6zine.nu) voor het multimediale Succ6Zine.NU. Het e-zine staat boordevol waardevolle informatie hoe je kunt werken aan jouw successen. Het helpt je deuren te openen naar jouw succes. Kijk ernaar, niet in de toekomst, maar NU: Het heet niet voor niets

**Succ6Zine.NU**

Daarom ook een succesvolle groet van  
Erica Theloosen en Michael J. Dawkins

I [www.succ6zine.nu](http://www.succ6zine.nu)

E [info@succeszine.nu](mailto:info@succeszine.nu)

T 06 – 410 408 56 (E) of 06 - 811 360 83 (M)