

„Ik probeer in mijn kapsalon een huiselijke sfeer te creëren”

Ondernemen is vooral doen

tekst Jacomijn Hoekman
beeld RD, André Dorst

Vrijheid, je eigen baas zijn, zelf je uurloon bepalen: ondernemer worden is voor veel jongeren een droom. Eentje die werkelijkheid kan worden als je goed nadenkt, doelgericht bent en hard werkt.

Meld je aan bij de Kamer van Koophandel en je bent het; om ondernemer te worden hoef je niet veel moeite te doen. Om succesvol te worden des te meer.

Soms is het een kwestie van het juiste idee op het juiste moment. Zoals bij oprichter Charlie Dunstone van de eerste mobiele telefoonketen, Carphone Warehouse. De Brit zag al vroeg in dat de mobiele telefoon een grote toekomst had en begon op zijn 22e een telefoonwinkel. Inmiddels is hij multimiljonair.

Maar uiteindelijk komt het vooral neer op je houding als ondernemer: hard werken voor je bedrijf, scherp zijn op de kosten en je kansen benutten.

Dirk Simons (22), eigenaar van een aannemers- en restauratiebedrijf, vindt zijn opstelling tegenover klanten belangrijk voor zijn succes. „Beleefd en correct zijn, snel reageren: daarmee heb ik steeds meer klanten

gekregen.”

Johannes van de Berg (20), eigenaar van een vishandel, noemt een ander aspect: niet te lang nadenken. „Als ik iets bedacht heb, zie ik geen beren meer op de weg. Dan doe ik het gewoon.”

Kapsaloneigenares Janine Minnaard (26) probeert klanten te binden door een persoonlijke en open sfeer te creëren: „Ik wil hun het gevoel geven dat ze een uitje hebben als ze door mij geknipt worden.”

Voor de zussen Arike (21) en Jantine (19) Timmer, die een damesmodezaak hebben, zit het 'm in de benadering. Dus: „Eerst de klant even rustig laten rondkijken als ze binnenkomt. Als wij winkelen, vinden we het ook niet leuk als er meteen een verkoopster op ons afstapt. Verder is het belangrijk samen met de klant te zoeken naar kleding waar die tevreden mee is.”

Succes komt je als jongere niet aanwaaien. Je hebt geen grijze haren, die indruk kunnen maken op je klanten. Je weet misschien niet zeker of je echt zo goed bent als je zelf graag gelooft. En als je wel vol zelfvertrouwen bent, vinden anderen je misschien arrogant. Je hebt niet geleerd om te gaan met de gehaaide financiële streken van je klanten en met andere valkuilen. Bovendien: jonge ondernemers hebben vaak weinig benul van hun eigen financiële situatie: de hoofdreden dat ondernemers failliet gaan, volgens

het Nationaal Instituut voor Budgetvoorlichting (Nibud).

Toch pleit er ook veel vóór jong ondernemerschap, zegt Karina Blik van de Stichting Jong Ondernemen. De organisatie begeleidt studenten bij het starten van een onderneming. „Hoe eerder je een ondernemende houding ontwikkelt, hoe beter. Jongeren durven meer risico's te nemen dan ouderen, zien kansen en grijpen die ook. Bovendien hebben jonge ondernemers voor klanten een hogere aaibaarheidsfactor. Als ze met passie voor hun bedrijf gaan, wil een klant daar graag in geloven.”

En de valkuilen? Die kun je vermijden door een goede coach in de hand te nemen, zegt Blik. „Verder is ondernemen vooral doen, echt doen. Fouten maken is niet erg. Daar leer je juist van.”

Rest er nog één heel belangrijke vraag: Moeten jongeren in deze tijd van economische crisis eigenlijk wel een eigen onderneming willen hebben? Blik veegt het bezwaar van tafel: „Ondernemen is altijd een uitdaging, ook in economisch goede tijden. Je moet een doorzetter zijn, passie hebben, risico's durven nemen en eigenzinnig zijn. Heb lef en ga ervoor.”



Groeiend aantal jonge ondernemers

Op dit moment staan er bij de Kamer van Koophandel 882 jongeren tot 25 jaar ingeschreven. Het aantal starters onder de 30 jaar ligt nog veel hoger en bleef de afgelopen jaren groeien. Meer dan de helft van deze jonge onderne-

mers heeft een bedrijf in de sector dienstverlening en bouw. Twee derde van alle jonge starters is man. Vrouwelijke ondernemers hebben vooral een zaak in de persoonlijke dienstverlening en de detailhandel, mannen vooral in de bouw.