

De marktwaarde van ervaring

Met enkele jaren werkervaring op zak heb je wat te bieden: vakkennis, een aardig netwerk en veel goede ideeën. Het is het overwegen waard om dan zelf de markt op te gaan met een eigen bedrijf.

Door Els van den Brink. Gepubliceerd in C2W op 25 maart 2006

“De basis is dat je een goed idee moet hebben waar je echt achter staat”, zegt Gerard Aaftink van Bèta Career. Hij begeleidt regelmatig mensen met een exacte opleiding bij het zoeken naar een baan of het starten van een eigen bedrijf. “Dat idee hoeft helemaal niet zo briljant te zijn”, zegt hij. “Juist de combinatie van het product en de mens maakt het uniek.”

Zo'n idee ontstond bijvoorbeeld bij Jan Groenewold, sinds een jaar als zelfstandige werkzaam onder de naam Groenewold Consulting. Voor die tijd werkte hij als theoretisch chemicus/natuurkundige bij de TU Delft, waar hij af en toe wel een klusje deed voor wat bedrijven. Zo had hij al eens een geslaagde theoretische berekening gedaan voor een stickerfabrikant die daar erg enthousiast over was. “Er zijn vast wel meer bedrijven die zulke modellen nodig hebben”, kreeg Groenewold te horen. Daar raakte hij zelf ook steeds meer van overtuigd. “Veel bedrijven hebben wel theoretische berekeningen nodig, maar ze willen niet iemand hebben die continu rondloopt. Vaak hebben die mensen ook maar een beperkte blik, terwijl ik nu als ondernemer in allerlei verschillende omgevingen dingen leer.”

Ervaring

De overheid is wel enthousiast over het ondernemerschap en probeert het op alle mogelijke manieren te stimuleren. Lang niet alle gestarte bedrijfjes zijn uiteindelijk ook succesvol. Veel mensen denken vooral aan een eigen bedrijfje als ze net zijn afgestudeerd of tijdens een periode van werkloosheid. Maar de beste vooruitzichten hebben zij die eerst als werknemer enige jaren ervaring opdoen en dan een start wagen in de hun bekende branche. Dat blijkt ook uit de ervaring van Stan Verbraak, al had hij wel een korte periode van werkloosheid nodig om daadwerkelijk de sprong te durven wagen.

Verbraak had na een korte universitaire carrière als polymeertechnoloog vijftien jaar gewerkt bij kunststofproducent GE Plastics, eerst als productontwikkelaar en later als productmarketeer. In 2003 raakte hij die baan door onoverbrugbare meningsverschillen met zijn Amerikaanse manager opeens kwijt. Terwijl het solliciteren niet echt wilde lukken, zei iemand op een gegeven moment tegen hem: “Jij bent veel te duur voor mij om je aan te nemen, maar als je ooit bereid bent om op projectbasis wat te doen, dan heb ik veel interesse.” Dat werd uiteindelijk de eerste klant van Verbraak's eigen bedrijf, Solid Polymer Solutions.

Verbraak maakt dankbaar gebruik van de ervaring die hij heeft opgedaan en richt zich dus nog steeds op de kunststoftechnologie. In het begin bood hij zijn marketingdiensten ook buiten die branche aan, maar daar bleek hij lang niet de enige te zijn, en zeker niet de goedkoopste. Juist de combinatie van vakkennis en marketingervaring bepaalt zijn marktwaarde. Verbraaks huidige klanten zijn allemaal kleine bedrijven in de kunststoffenbranche die te klein zijn om iemand zoals hij in dienst te nemen en die gebaat zijn bij mensen die multi-inzetbaar zijn. Verbraak: “Ik

onderscheid me doordat ik niet alleen advies uitbreng, maar ook een stukje projectmanagement doe, waarbij ik projecten initieer, begeleid en afrond.”

Netwerk

Een aantal jaar werkervaring is niet alleen nuttig vanwege de inhoud, maar ook vanwege het netwerk dat je in die periode kunt opbouwen. En dat heb je zeker nodig bij de start van een eigen onderneming, vooral om de eerste opdrachten binnen te halen. Alle klanten van Verbraak komen uit zijn netwerk, of hadden via-via over hem gehoord. Zo had een oud-collega van Verbraak een nieuwe baan gekregen in de glasvezeltechnologie en zijn naam getipt aan een Amerikaans bedrijf in dezelfde branche dat iemand zocht voor hun Europese vertegenwoordiging. Daardoor werd Verbraak opeens uitgenodigd om op hun kosten naar Amerika te komen voor overleg.

Bij Groenewold werkte het op een vergelijkbare manier. De Leidse professor Hans Fraaije, die bezig was met een commercieel chemisch rekenpakket (CULGI), had via-via gehoord van Groenewolds onderneming en belde hem met de vraag of hij de verkoop van hun computerprogramma wilde begeleiden. Dat sloot goed aan bij Groenewolds eigen ideeën, zodat hij daar inderdaad mee aan de slag is gegaan. Natuurlijk kost een eigen bedrijf enorm veel tijd, zeker in het begin. Met een negen-tot-vijfmentaliteit zul je het echt niet redden. Maar toch merken Verbraak en Groenewold allebei dat hun eigen onderneming hen ook veel energie geeft, waardoor ze naast hun bedrijf ook nog allerlei andere dingen kunnen doen. Groenewold: “Het klinkt afgezaagd, maar ik heb veel meer het gevoel dat ik vrij ben. De universiteit kan heel verstikkend werken.” Naast zijn consultancybusiness heeft hij nu nog een tweede bedrijfje opgericht onder de naam Cook & Chemist. Koken was altijd al zijn hobby en samen met kok Eke Mariën waagt hij zich nu op het terrein van de moleculaire gastronomie. Samen organiseren ze verschillende cursussen en lezingen, waarvoor veel belangstelling is.

Ook Verbraak zegt veel meer rust te hebben, waardoor hij weer ruimte heeft voor creativiteit. Als zanger, tekstschrijver en componist van de band Helloïse is hij veel bezig met muziek. Voordat hij begon bij GE Plastics was hij daar ook al bij betrokken, maar daarna heeft zijn muzikale carrière enkele jaren stilgelegen. Verbraak: “Ik heb altijd met veel plezier gewerkt bij GE Plastics, maar achteraf realiseer ik me dat ik werd leeggezogen. Iets creatiefs lukte helemaal niet meer.” Nu heeft hij die muzikale draad weer opgepakt. De eerste nieuwe cd is afgelopen jaar uitgekomen en een tweede is in aantocht.

Overtuigingskracht

De verhalen van Jan Groenewold en Stan Verbraak klinken aanstekelijk. Waarom zijn er dan toch zo weinig bèta's die hun voorbeeld volgen? Gerard Aaftink komt onder bèta's tenminste veel minder startende ondernemers tegen dan onder zijn andere klanten. Hij denkt zelf dat dat komt doordat veel bèta's meer inhoudelijk gericht zijn, en minder gericht op het onderhouden van relaties. Verbraak stelt dat bèta's zichzelf vaak niet goed kunnen verkopen. “Dat heb je wel nodig als je opdrachten wilt binnen halen.” Maar met een dosis motivatie en overtuigingskracht valt er veel te bereiken.

Groenewold Consulting

Wie: Jan Groenewold
Sinds wanneer: januari 2005
Eerdere baan: Theoretisch chemicus/natuurkundige bij de TU Delft
Specialiteit: Theoretische berekeningen waarbij chemische, fysische en materiaalkundige aspecten een rol spelen.
Voorbeeld van werkzaamheden: Berekening aan schade door stofdeeltjes bij de productie van computerchips met een nieuw type machine van ASML.
Meer informatie: www.denk-werk.nl

Solid Polymer Solutions

Wie: Stan Verbraak
Sinds wanneer: juli 2004
Eerdere baan: productontwikkelaar en productmarketeer bij kunststofproducent GE Plastics
Specialiteit: productontwikkeling en marketing op het gebied van technische kunststoffen. Als consultant geeft hij niet alleen advies maar voert projecten ook daadwerkelijk uit.
Voorbeeld van werkzaamheden: Europese vertegenwoordiging voor Amerikaanse bedrijf in glasvezeltechnologie, d.w.z. contact met leveranciers, marketing en technische ondersteuning.
Meer informatie: www.solidpolymersolutions.com