



De Passieval
Annemarie van Gaal

"Ik stel wel eens een hypothetische vraag aan een groepje ondernemers met mooie bedrijven en omzetten tussen de één en drie miljoen euro: 'Stel, iemand geeft je een miljoen euro om in je bedrijf te investeren. Je mag zelf bepalen hoe je het geld uitgeeft: marketingacties, meer of beter personeel, verbetering van de productiefaciliteiten, enzovoort. De keuze is aan jou, maar je móet het geld investeren in je bedrijf. Als je binnen twaalf maanden na de investering de omzet van je bedrijf hebt verdubbeld, mag je de miljoen euro houden, zonder verdere verplichtingen. Lukt het niet je omzet te verdubbelen, dan krijgt degene die jou de miljoen euro heeft gegeven, je bedrijf. Wat doe je?'

De ondernemers met het meeste ondernemersbloed in de aderen zeggen meteen 'ja'. Zij denken amper na over de gevolgen.

Als niet-ondernemer of als bestuurder van een groot bedrijf kun je je deze reactie niet voorstellen. Je hebt een mooi bedrijf, je riskeert toch niet dat je dat kwijtraakt? Die hang naar het nemen van gecalculerde risico's en kunnen leven zonder zekerheden, hoort bij ondernemerschap. Stress en slapeloze nachten zijn niet erg en de zware storm die volgens De Jager op komst is, zien we met een gezonde spanning tegemoet: *When the going gets though...*

Honger

Het is precies zoals de maffiabaas Don Corleone zei: 'Wie echte honger heeft gekend is sterker en bereid om verder te gaan dan een ander'. En honger is precies wat veel ondernemers de afgelopen jaren hebben gehad. Honger omdat de omzet terugliep, alle mogelijkheden op leken te zijn en de banken en de belastingdienst bepaald niet meehielpen. Maar de honger heeft alleen maar sterker gemaakt. De crisis is geen zegen, maar ook geen ramp.


Bij grote, logge bedrijven daarentegen is weinig honger geweest. De reserves zijn groot en slinken een beetje, maar niemand merkt het. Iets minder dividend voor aandeelhouders en de banken blijven genereus. Bij veel kleine ondernemers was de honger levensbedreigend voor hun onderneming. Verdien-modellen werden op hun kop gehouden en uitgeschud. Nieuwe business uitgetest. Er was geen tijd en geld voor dure marktonderzoeken, dus werden nieuwe ideeën meteen in de praktijk getoetst en moesten binnen twee weken resultaat opleveren. Introducties moesten voor een kwart van het normale budget. Gebrek aan tijd en geld bleek geen belemmering, maar eerder een garantie voor succes omdat alles scherper en slimmer moest. Zij roken hun kansen. Zij namen geen gas terug, integendeel: zij traptten het pedaal nog even verder in. Dit was het moment om te scoren. Zij onderhandelden nieuwe tarieven en voorwaarden uit met hun leveranciers (in tijden van crisis mag je namelijk best opportunistisch zijn). Zij draaiden de markt naar hun hand, verplaatsten de productie naar lokale fabrieken, pasten hun distributie aan en groeiden met hun bedrijf tegen alle marktomstandigheden in.

Bij dit type ondernemers levert de crisis achteraf mooie strijdverhalen op.

Volhardendheid

Maar er is ook een ander type ondernemer. Dat zijn de ondernemers die niet ondernemen om te leven, maar leven voor hun onderneming. Deze ondernemers geloven vaak onvoorwaardelijk in het eigen product of dienst. Daardoor lopen zij het risico dat zij, zelfs als het slecht gaat, onveranderd door blijven gaan. Ze gaan nóg harder werken, proberen alles nóg beter te doen, maar kunnen door hun eigen passie niet meer objectief naar hun eigen onder-

neming of de markt kijken. Al schreeuwt de markt om aanpassing, dan nog veranderen zij hun koers niet. Deze ondernemers zitten gevangen in hun eigen passieval.

De laatste tijd krijg ik veel mails van ondernemers die financiële hulp vragen. Vaak gaat het om dit type ondernemers. Zij zijn hun bedrijf begonnen uit pure passie en hun onderneming dreigt nu kopje onder te gaan door de recessie, maar zonder uitzondering blijven deze ondernemers een heilig geloof houden in hun eigen product of dienst. Allemaal lijden zij aan de 'passieval'. Tot het bittere einde vasthouden aan hun manier van handelen. Funest, want met 'het bestaande beter doen' red je het niet meer in deze barre en snel veranderende tijden. De passieval is de grootste bedreiging voor deze groep ondernemers. Misschien is het vastklampen aan passie wel de allerlaatste zekerheid die sommige ondernemers moeten leren om op te geven. Om te overleven moet je ook je passie durven te laten varen. Heel eng, maar heel noodzakelijk, zeker in tijden van crisis." 



FOTOGRAFIE: © MARIJN VAN RIJ

annemarievangaal@speakersacademy.nl