

*Aantal starters groeit snel - Ondernemen tegen de stroom in*

'De dag dat we begonnen met ons nieuwe bedrijf, sloegen we de krant open en was de crisis in al zijn hevigheid losgebarsten.' Aan het woord is Martijn Pater van Fronteer, een strategiebureau dat doet aan cocreatie: gebruikers mogen meedenken over een nieuw product, bijvoorbeeld de menusamenstellers van Van der Valk over een nieuw rijstmerk.

In de eerste zes maanden van Fronteer sneden klanten in hun marketing- en innovatiebudgetten vanwege de crisis. Daardoor moest Pater zijn werknemers op de pof betalen met zijn creditcard. "We gingen langs de rand van de afgrond." De ondernemers sloegen zich door de crisis door het kleine beetje geld dat ze nog hadden te besteden aan scholing van hun werknemers. "Zodat klanten, als zij toch op zoek waren naar adviseurs, wel bij ons moesten uitkomen." Inmiddels zijn er tien werknemers in dienst en moet het kantoor verhuizen omdat het uit zijn voegen barst. Veel ondernemers zijn positief over hun beginperiode in barre economische tijden. Zo ook Gustaaf Haan en Aren van Muijen. Zij begonnen de Zonnefabriek, een bedrijf dat zonnepanelen op daken legt om duurzame energie op te wekken. Geen van beiden had hier ervaring mee Van Muijen schreef over energie, Haan adviseerde in de energiesector. Het beste aan ondernemen vindt Haan dat je je bedrijf geheel naar eigen inzicht kunt inrichten. "Ik heb een hekel aan wachtmuziekjes aan de telefoon, dus bij ons geen SkyRadio als je wordt doorverbonden." Haan werkt niet meer zoals voorheen de hele dag achter een bureau, maar staat ook geregeld op het dak. "Het is verrassend hoe vaak het eigenlijk beter weer is dan je denkt als je vanachter je bureau naar buiten kijkt." Er was weinig aarzeling om een bedrijf te beginnen in de crisis. "Als we er al bij stil hebben gestaan, dan was het de gedachte dat als het ons nu lukt, we alles aankunnen." Wel hadden ze een grote klant die zelf failliet ging en de rekening niet kon betalen. Daardoor draaiden maakten ze het eerste jaar geen winst. Haan ziet de zonnepanelenbusiness als een uitweg uit de crisis. En niet alleen voor zichzelf en zijn zakenpartner "Een klant had al zijn spaargeld op Icesave gezet, na spannende maanden kreeg hij dat terug, eind 2008. Hij wilde dat niet meer op de bank zetten, maar investeren in iets nuttigs; duurzame energie op het dak van zijn huis."

Emily de Valk heeft dezelfde ervaring. "De tijd van snelle, oppervlakkige consumptie is wel voorbij," zegt zij. De Valk begon samen met Emilie Vermeer AimAtArt dat speciale bedrijfsuitjes organiseert. Geen bowlen met bitterballen, maar een bezoek aan een museum met interactieve opdrachten. De markt staat daar nu voor open en het eerste jaar is niet tegengevallen. "We hebben niet elke dag boterhammen met pindakaas hoeven eten." Bram Ellens begon zijn bedrijf Harvest simpelweg omdat er een opdrachtgever was. Toen Hyves op de stoep stond met een verzoek een manier te bedenken waardoor er geld verdiend kon worden aan het verkeer op de site, besloot hij met collega Daan Sanders ontslag te nemen bij zijn toenmalige werkgever Ebay, eigenaar van Marktplaats. Ze begonnen in een garagebox in Amsterdam-West. "Er kwamen steeds meer opdrachten en na vier maanden dachten we; hé, dit is een bedrijf." Het devies van Harvest 'we help you make money' sloeg aan bij bedrijven die op dat moment vooral met de kortetermijnverdiensten bezig waren. Slapeloze nachten heeft Ellens niet. "De eerste drie maanden waren spannend, toen onze tactiek nog geen resultaat opleverde. Maar toch heb ik minder stress dan toen ik in loondienst was." Thomas Beekman was ook niet bang om te beginnen in een economisch moeilijke tijd. Hij werkte de eerste vijf maanden vanuit huis. "Toen ik live in de uitzending van Radio 538 over mijn uitgeverij Belmondo Books mocht vertellen, lag op mijn bed te bellen want in de woonkamer stond de wasmachine te loeien."

Zijn mening over de crisis? "Als de economie tien procent krimpt, moet je tien procent harder werken." Hij timmert hard aan de weg met zeventien titels; boeken zoals *My favorite notes*, waarin de lezer lijstjes in kan vullen of *Sowieso* nog doen in mijn leven waarin twee blanco pagina's zitten die de koper zelf kan invullen. Het moeilijkst aan ondernemen vindt Beekman de tijd die voorbij snelt. "Nieuwe concepten maken, duurt langer dan je denkt." Beekman laat zich daardoor echter niet ontmoedigen en ook niet door de economische malaise. "Je kunt achter je bureau gaan zitten balen, maar daarmee maak je geen omzet." Ontslag is ook een goede motivatie voor ondernemerschap. Bruno Bont werkte bij dagblad *De Pers*, maar werd van de ene op de andere dag de wacht aangezegd. Met spaarcenten en geld van de ontslagregeling vertrok hij naar Bangladesh om daar drie sloepen te kopen. Een probleem; hij wist niets van boten. Toen bij het openen van de container in Nederland de sloepen beschadigd waren, zat er niets anders op dan heel hard aan de slag te gaan. "Ik was er dag en nacht mee bezig. Op internet zocht ik op hoe de motor werkt en af en toe belde ik een bevriende monteur." Zijn bedrijf *SloepCompany* is inmiddels door schade en schande wijs geworden en gespecialiseerd in het importeren van reddingssloepen. "Van een aantal keer op je bek gaan, leer je het meest." Zelf varen zit er niet in voor Bonte. "Ik ben constant met boten bezig, ik ben jaloers op de mensen die door de gracht tuffen met een zonnebril in het haar. Ik ben dan aan het schuren, lakken en repareren."

Al deze startende ondernemers hebben één ding met elkaar gemeen; bij de bank lenen daar peinsden ze niet over. "Ik heb de moeite niet genomen om naar de bank te gaan," zegt Valentine van der Lande. Zij lanceerde haar bedrijf *TenPages.com* toen de recessie net om zich heen sloeg en had het idee om geld te lenen bij voorbaat al afgeschoten. Maar afgezien daarvan merkte ze weinig van de crisis. "Ik heb juist het idee dat er meer mensen met een bedrijf zijn begonnen de laatste tijd." Ze maakt er handig gebruik van dat het nu mogelijk is scherper in te kopen. "Als ik had mogen kiezen had ik liever wel dan geen recessie gehad, voor mij persoonlijk dan." *TenPages.com* brengt aandelen uit van nog niet uitgegeven boeken. Voor vijf euro is een aandeel te koop; wanneer er tweeduizend aandeelhouders zijn die op basis van de eerste tien pagina's van het manuscript enthousiast waren, wordt het boek uitgegeven. Na een halfjaar zijn er al veertien boeken bij de uitgever afgeleverd. "Omdat het product maar vijf euro kost, is het niet echt crisisafhankelijk en het past wel bij de trend om nieuwe sterren te willen ontdekken." Enkele ondernemers die de uitdaging van de crisis niet uit de weg gingen, hebben een eigen clubje: *Starters in een Kutklimaat*, ook wel gecensureerd tot *Starters in een Koud Klimaat*, (*Stikk*). De bijeenkomsten van *Stikk* bestaan uit borrels waar eigenaren van jonge technologische bedrijven ervaringen uitwisselen met goden als de topmannen van *Nu.nl* of *TomTom*. "Het is als beginnend bedrijfje lastig de wereld te veroveren," zegt een van de initiatiefnemers Stefan Fountain. "Tijdens economische malaise is het zinvol tips te krijgen van ervaren ondernemers." Binnen besloten kring, dat wel. Aanwezigheid is strikt op uitnodiging en de telefoons moeten uit. Een goed voorbeeld van een zeer succesvolle beginnende onderneming van afgelopen jaar is *Layar*. Vrienden vroegen het drietal dat dit bedrijf in een nieuw medium op de mobiele telefoon begon, of dit nu wel zo verstandig was. "Maar we hadden al klanten en genoeg energie," zegt Maarten Lens-Fitzgerald. Met de technologie van *Layar* gebruik je je mobiele telefoon om lagen op de wereld om je heen te leggen. Zo kun je bijvoorbeeld op *Funda* zien welke huizen in de buurt te koop staan, *Tweetsaround* registreert de twitterberichten in de buurt en de Berlijnse muur is driedimensionaal te zien op het scherm van je mobieltje als je in de Duitse stad rondloopt. Na de lancering explodeerde de aandacht, er zijn nu 2,5 miljoen gebruikers wereldwijd. De crisis is een perceptie, volgens Lens-Fitzgerald. "Een uitspraak als 'Pas op dat het niet te hard gaat' vind ik zo calvinistisch."

De ondernemers die in de crisis begonnen, hebben geen gebrek aan optimisme. De gedachte dat als je de crisis overleeft, het daarna ook wel goed zal komen, overheerst. Maar ook nieuwsgierigheid naar de toekomst, want weten hoe het is om een bedrijf te runnen in een economisch gunstig klimaat, doen ze niet.

In 2008, het jaar waarin de crisis uitbrak, is het aantal startende ondernemers in Amsterdam met zeventien procent toegenomen. Het beeld kan vertroebeld zijn door de nieuwe Wet op het Handelsregister die voorschrijft dat alle ondernemers, ook zzp'ers, zich moeten inschrijven bij de kamer van koophandel. Ook in het eerste kwartaal van 2009 zette de groei door, met dertien procent. Dat blijkt uit cijfers van de Dienst Onderzoek en Statistiek van de gemeente Amsterdam. Het aantal opheffingen is tegelijkertijd ook toegenomen. In het eerste kwartaal van 2009 met ongeveer tien procent. In april 2009 is het aantal opheffingen toegenomen tot 733, een derde meer dan in maart 2008 en vijf procent meer dan in maart 2009.

Het aantal faillissementen is in 2008 met ongeveer een derde toegenomen vergeleken met 2007. In het eerste kwartaal 2009 bedraagt de toename ruim veertig procent vergeleken met het eerste kwartaal in 2008 en achttien procent ten opzichte van de voorgaande periode. In 2010 is het aantal faillissementen landelijk afgenomen. In Amsterdam slonk het aantal faillissementen alleen in bepaalde sectoren zoals de dienstverlening.

Copyright: Veerle Corstens