

START UPS EN DOWNS

Finalist bij de ondernemingsplanwedstrijd New Venture. En dan? Is er leven na New Venture?

De dromen van drie jonge ondernemers.

Tekst: Frank den Hoed | Foto's: Sam Rentmeester/FMAX

Ondernemerschap leeft onder studenten. Dat blijkt alleen al uit het aantal deelnemers aan de businessplancompetitie New Venture. Dit jaar leverden meer dan honderd studentondernemers hun ondernemingsplan in voor de 2010-editie van de wedstrijd. Op 24 juni strenden zij om de eer (en een van de geldprijzen van 25.000 euro).

De gretigheid van studenten om te ondernemen klinkt ook door in het kersverse onderzoek Onderwijs en ondernemerschap, uitgevoerd door onderzoeksbureau EIM in opdracht van het ministerie van Onderwijs. Volgens dat onderzoek is een kleine 40 procent van de studenten bezig met het opzetten van een bedrijf of heeft al een bedrijf.

Niet alle initiatieven van studenten zijn even succesvol. De opmerking van een oud-New Venture-deelnemer dat diverse van zijn collega's in de start-up-fase zijn blijven hangen, spreekt voor zich. Maar daar staan legio voorbeelden van bedrijven tegenover die wél uit de startblokken zijn gekomen.

Drie winnaars van een New Venture Award over het leven na het winnen van de ondernemingsplanwedstrijd.

www.vno-ncw.nl, dossier Innovatie

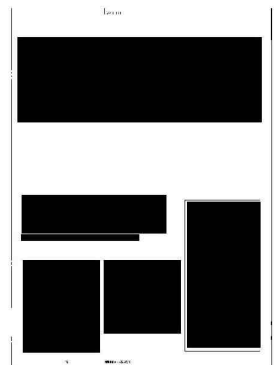
New Venture

Wie een bedrijf start loopt tegen veel vragen op – zeker als het om een innovatieve start-up gaat. New Venture speelt daar op in met een ondernemingsplancompetitie. New Venture is een initiatief van McKinsey & Company en het ministerie van Economische Zaken, in partnership met onder meer VNO-NCW.

Doel van de competitie is innovatieve ondernemers te begeleiden bij het starten van hun bedrijf.

Aan de competitie is een – zeker voor start-ups – aantrekkelijk prijzengeld (25.000 euro voor de winnaars) verbonden. Bovendien mogen de deelnemers rekenen op feedback van consultants, ondernemers en investeerders. Uiteraard – zo stelt New Venture – met strikte geheimhouding en zonder de zeggenschap over het eigen idee te verliezen.

www.newventure.nl



'We gaan in twintig landen van start'

"Gaaf! Superspannend!" Zo omschrijft Tom Schouten het gevoel dat de verkoop van de fluxchair nu echt gaat beginnen. "De ontwikkeling van een product is één ding, de markt bestormen is een heel ander verhaal. Dit jaar staan we op allerlei internationale designbeurzen." Flux Furniture heeft grote ambities. "We gaan straks in twintig landen wereldwijd van start."

De reacties op de fluxchair zijn zo enthousiast dat de verleiding groot is om direct na te denken over een vervolg. "We hebben zeker ideeën voor andere producten. Maar eerst maar eens onze aandacht hier op richten." De gietmal voor de productie van de ultraplatte, opvouwbare en compact stapelbare stoel wordt in september geleverd. "Dan kan de serieproductie eindelijk echt beginnen."

De tijd dat Schouten en zijn kompaan en studiegenoot Douwe Jacobs Flux Furniture samen runden is inmiddels verleden tijd. "We hadden geldschieters nodig om de productie van de fluxchair een stap dichterbij te brengen. Maar ook mensen met ervaring op het gebied van marketing. We liepen die mensen eigenlijk bij toeval tegen het lijf tijdens de opnames van een televisieprogramma waar we de stoel *pitchten* en het klikte gewoon."

De partners zijn aandeelhouder geworden. "Natuurlijk, het is een grote stap om nieuwe aandeelhouders in huis te halen, maar het voelt goed. Het zijn duidelijk geen mensen die gaan voor het snelle geld. We profiteren erg van hun expertise. Ze ondersteunen ons met kennis op de gebieden waar wij niet zo thuis in zijn."

Flux heeft veel te danken aan New Venture. "We hebben de ontwikkeling van de fluxchair kunnen financieren met prijzengeld. Maar veel belangrijker is dat we door onze deelname aan de competitie ons ondernemingsplan hebben kunnen aanscherpen. Bovendien heeft het ons de kans gegeven om in contact te komen met potentiële investeerders."

De weg naar het eindproduct verliep niet zonder hindernissen. "De eerste modelletjes van de fluxchair waren papieren vouwseltjes. Daar hebben we lades vol van." Na prototypes uit hardboard en vinyl volgde een eerste model op ware grootte, gefreesd uit een vlakke plaat plastic. Mooi, maar te bewerkelijk en daardoor te duur voor serieproductie. Uiteindelijk viel de keuze op spuitgieten. In het begin heeft Flux kunnen leunen op de ondersteuning door Yes! Delft (ondernemerscentrum van de TU Delft; red.). "Je hebt daar allemaal ondernemers om je heen, kunt coachingtrajecten volgen en deelnemen aan workshops. Maar we hebben ook op andere vlakken veel te danken aan de universiteit. Neem alleen al de patentaanvraag. Zoiets vergt een investering die je als net afgestudeerd student niet kunt doen."

Hoe innig de band ook is, Flux heeft zijn langste tijd op het terrein – en onder de vleugels – van de TU Delft gehad. "We verhuizen binnenkort naar Amsterdam, naar een nieuw kantoorpand in een leuke omgeving. Maar de band met de universiteit blijft bestaan", haast hij zich te zeggen.

www.fluxchairs.com

'Zonder goede business case red je het niet'

Ze kwamen naar de TU Delft met het plan *race engineer* te worden. Maar het liep iets anders. Uiteindelijk kwamen de broers Van Raemdonck 'in' de vrachtauto's terecht. "Minder sexy natuurlijk." Ze zijn druk bezig om hun aerodynamische SideWings voor trekker-opleggercombinaties productierijp te maken. Hjalmar Van Raemdonck is er zeker van dat hun bedrijf een succes wordt. "Vanaf het moment dat de eerste klant zijn voertuigen ermee uitrust, gaan we snelheid maken"

Deelname aan New Venture heeft de broers doen inzien dat een team van twee personen voor dit project eigenlijk te klein is. "Er komt teveel tegelijkertijd op je af." Het heeft hen ook duidelijk gemaakt dat ze po-

tentiële klanten bij hun project moesten betrekken. "Als we niet met de competitie hadden meegedaan, was het besef waarschijnlijk later gekomen. Het resultaat is merkbaar: het project is na het winnen van de prijs in een stroomversnelling terechtgekomen."

De broers hebben hun product helemaal opnieuw laten bekijken. Onder meer qua esthetiek. Het oog wil ook wat: vastgeschroefd op een trailer moet het er ook mooi uitzien. En ze hebben gezocht naar een productiepartner. Die hebben ze uiteindelijk in Oost-Europa gevonden. "We zitten nog in de prototypefase. Maar we hebben nu al een intentieverklaring van onze *launching partners*. Vervoerders als Ahold, ДНЛ, Jan de Rijk, Greenery, GE TIP. Mooie visitekaartjes."

Het geheim achter de SideWings zit 'm volgens Van Raemdonck in het aerodynamische profiel aan de voorzijde van de wings (kunststof afdekplaten). Dat zorgt voor een betere windgeleiding. En dat vertaalt zich weer in een lager brandstofverbruik. "Onafhankelijke onderzoeken tonen aan dat een besparing van 8 procent mogelijk is."

De broers konden voor de ontwikkeling van hun eerste prototype terugvallen op de hulp van TNT. "We mochten kosteloos gebruik maken van hun mensen en materieel. Puur omdat ze geloven in ons idee." In een latere fase kwamen er ook andere bedrijven bij, zoals DHL en TPI. "Zij leveren trekkers en opleggers en staan open voor ons. Ze passen zelfs hun routes aan zodat we goede vergelijkingen kunnen maken."

Waarom die bedrijven zoveel moeite doen? Volgens Van Raemdonck is het een kwestie van gunnen. "Ze vinden het leuk om mee te werken met die jonge gasten. Dat ze aan zoiets als dit kunnen bijdragen. En dat is heel belangrijk: mensen enthousiast maken. Want als je dat niet lukt, wordt het heel lastig. Dan heb je niet de goede business case, ben je niet de juiste persoon of heb je geen goed product."

Venture capitalists waren een optie toen het op financieren aankwam. "Maar iemand die aan de zijlijn staat mee te kijken en elke maand komt controleren wat je doet, lag ons niet. Daarom hebben we primair gekozen voor iemand die minder investeert, maar wel fulltime bij ons meewerkt. Daarnaast maken we gebruik van een bankfinanciering en subsidies."

Dat banken terughoudend zijn, begrijpt hij. "Hoe goed je ook mag zijn, je hebt nog niks verkocht en nog niks bewezen. Het blijft een lastig verhaal. Zeker tijdens de crisis. Voordeel van crisis was dat we heel goedkoop hebben kunnen inkopen, omdat de productie in heel Europa zo goed als stillag."

2011 moet voor Ephicas het eerste echte verkoopjaar worden. "We gaan direct internationaal. Ik denk dat we in het eerste kwartaal onze *launching customers* gaan bedienen. En daarna zo snel mogelijk verder. Het zal nog een jaar stug zijn, omdat het tijd kost om nieuwe klanten te overtuigen van ons product. Maar op het moment dat één klant zijn vloot ermee uitrust, verwacht ik dat de snelheid er in komt."

www.ephicas.eu

‘Zelfs voor kleine bedragen stevig onderhandeld’

"Wat ik heb gedaan na het winnen van de prijs? Ik heb het gevierd. En daarna ben ik gewoon doorgegaan", klinkt het nuchter. Jan van der Tempel en zijn team hadden net de schaalmodeltesten met de Ampelmann achter de rug toen hij de New Venture Award in de wacht sleepte. Een goed jaar later was de eerste 'echte' Ampelmann een feit. Tijd voor de switch van universiteit naar eigen bedrijf.

Een zelfstabiliserend platform dat op zee een veilige overstap mogelijk maakt van bijvoorbeeld een schip naar een boorplatform. Het klinkt veelbelovend. Maar hoe verkoop je het aan investeerders als het eerste exemplaar nog moet worden gebouwd? Het bleek een flinke uitdaging. Maar uiteindelijk lukte het hem. De sponsoring door het bedrijfsleven duurde nog het langst. "Zelfs voor relatief kleine bedragen waren stevige onderhandelingen nodig."

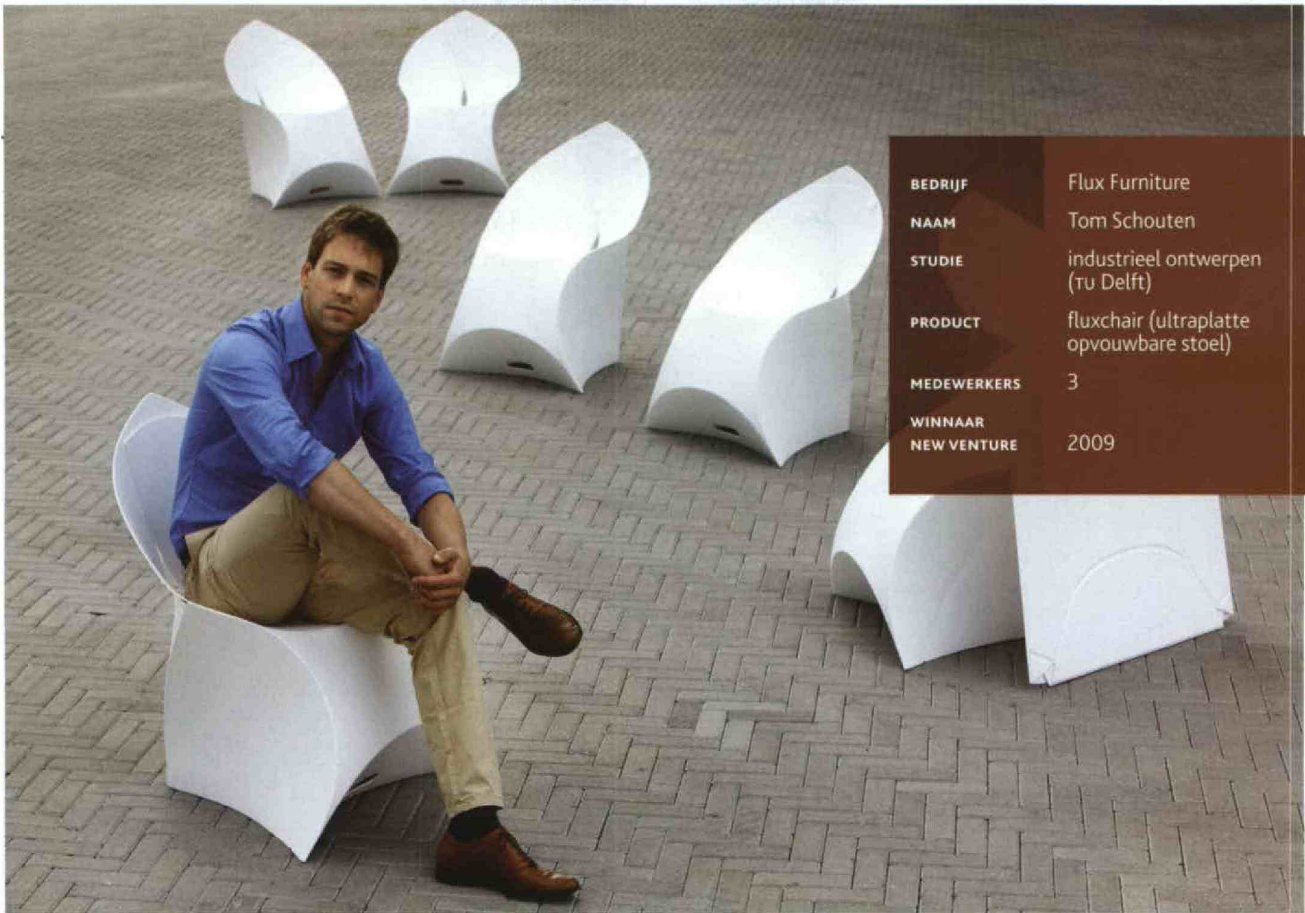
Bij de opschaling van het project van de fase van schaalmodel naar de bouw van een echt exemplaar speelde de factor geluk een rol. "Een van onze sponsors - Smit - was bezig met een project waarbij mijn technologie voordelig zou kunnen zijn. Het bedrijf durfde de gok wel aan en dat pakte heel goed uit, voor hen en voor ons. Zoiets helpt je geloofwaardigheid in de markt te vergroten." Het veroveren van de markt is een kwestie van een lange adem. "We zitten nu in een fase dat grote bedrijven als

Shell en BP snappen wat we doen, voor waar aannemen wat wij vertellen en ook bij ons huren. Omdat andere bedrijven hen zijn voorgegaan, een systeem hebben gehuurd, tienduizend veilige overstappen tegen een schappelijk tarief hebben bewerkstelligd. Ze zien dat het werkt."

Van der Tempel zou graag systemen verkopen, maar is van dat idee afgestapt. "We hebben recent beslist dat het businessmodel dat de markt ons opdrong - verhuur - het enige is dat we gaan aanbieden. We zijn nu dus eigenlijk service provider, leveren een veilige overstap op zee. We hebben de organisatie daar ook op ingericht. Zal je altijd zien: heb je net beslist alleen nog te verhuren, komt er een klant die een Ampelmann wil kopen."

Hij ziet de wereld als zijn markt. "In twee jaar tijd hebben we op vijftien verschillende schepen gestaan, op vier continenten gewerkt, twintigduizend overstappen gemaakt naar honderd verschillende soorten constructies. Op dit moment hebben we vier systemen operationeel. En er volgen er dit jaar nog zes. Hoe snel het verder gaat, blijft een beetje koffiedik kijken. Maar een doorgroei naar honderd systemen moet tot de mogelijkheden behoren." ■

www.ampelmann.nl



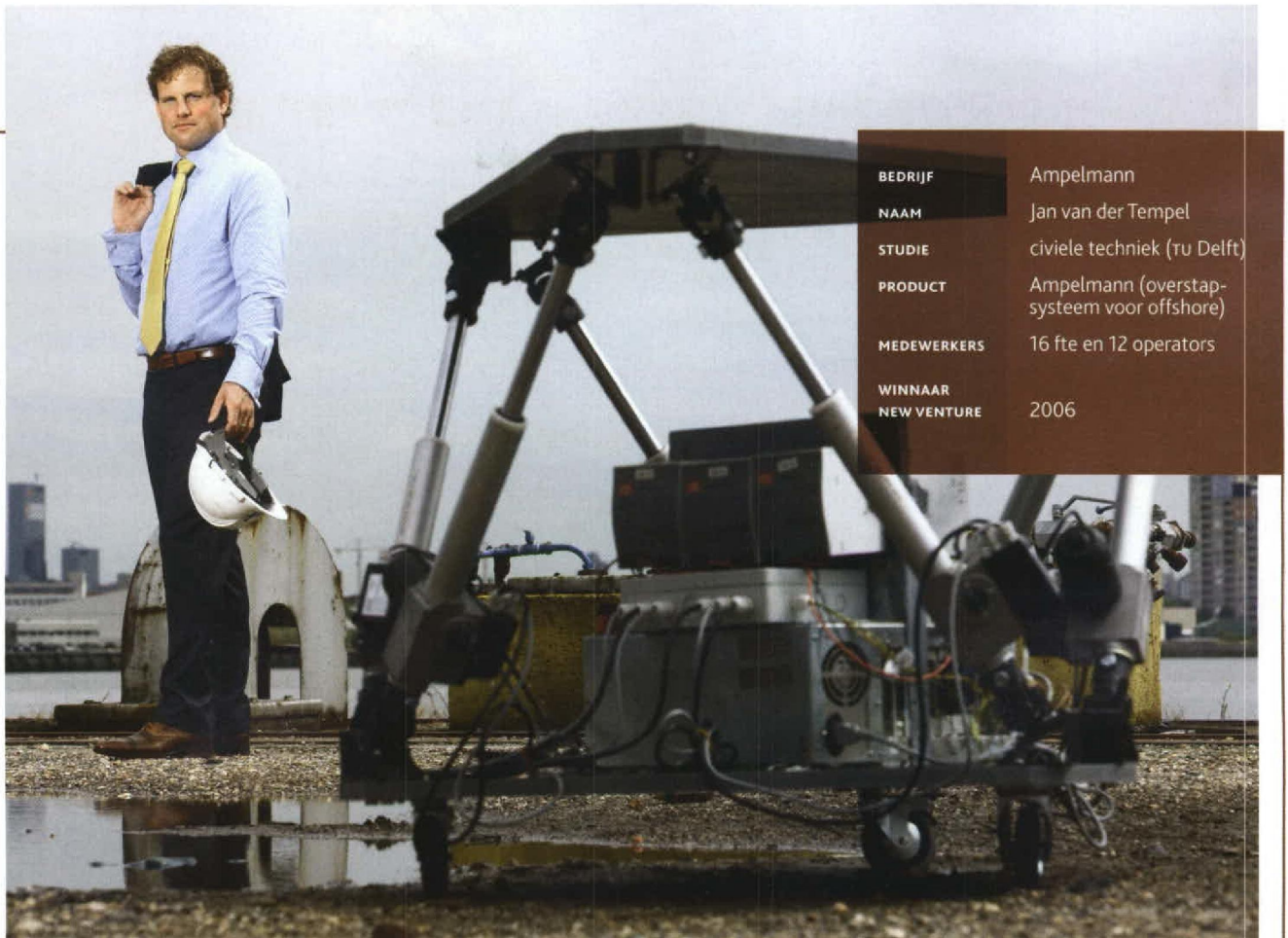
BEDRIJF	Flux Furniture
NAAM	Tom Schouten
STUDIE	industrieel ontwerpen (ru Delft)
PRODUCT	fluxchair (ultraplatte opvouwbare stoel)
MEDEWERKERS	3
WINNAAR NEW VENTURE	2009

Tom Schouten: 'Dankzij nieuwe aandeelhouders is de productie van de fluxchair in een stroomversnelling terechtgekomen'



BEDRIJF	Ephicas
NAAM	Hjalmar Van Raemdonck
STUDIE	lucht- en ruimtevaart- techniek (ru Delft)
PRODUCT	brandstofbesparende sidewings voor vrachtauto's
MEDEWERKERS	4 fte
WINNAAR NEW VENTURE	2008

Hjalmar Van Raemdonck (met een SideWing in de windtunnel): 'Voordeel van de crisis was dat we heel goedkoop konden inkopen'



Jan van der Tempel (bij een schaalmodel van de Ampelmann): 'Doorgroei naar honderd systemen behoort tot de mogelijkheden'