



Eigen bedrijf

Ze weten heel goed wat ze willen en timmeren hard aan de weg om dat te bereiken. Economische crisis of niet: deze vier jonge ondernemers hebben hun hart gevolgd en runnen inmiddels hun eigen bedrijf in de hippische sector. Lees hier hun ervaringen.

PORTRETTEEN

DE
PAARDENKRANT
EXTRA

JUNI
2013

TEKST:
YVONNE TERMEER

BEELD:
YVONNE TERMEER

‘Volg je hart en doe wat je leuk vindt’

‘Als je echt iets wilt, dan kom je er wel.’ Onder dit motto zette Sharon Nawijn haar Trainingscentrum Horsevision op. Ze heeft er een baan naast, maar werkt hard aan haar naamsbekendheid om een goed inkomen uit haar bedrijf te kunnen halen. .

De 22-jarige Sharon Nawijn helpt mensen die een probleem met hun paard hebben. Ze biedt trainingen aan op het gebied van horsemanship, grondwerk en vrijheidsdressuur. Haar belangrijkste activiteiten zijn problemen als trailerladen oplossen en het inrijden van jonge paarden. Dit alles gebeurt op basis van de door haar zelf ontwikkelde methode Horsevision, een vorm van natural horsemanship.

“Van jongs af aan was ik eigenlijk al onbewust met horsemanship bezig. Ik zat uren in de wei of stal om de paarden te bestuderen.

Het natuurlijke gedrag van paarden vind ik heel interessant. Hun lichaamstaal heb ik omgezet naar menselijke lichaamstaal”, vertelt Nawijn, die uit verschillende stromingen zoals Parelli, Hempfling en de leefstijl van de vroegere indianen de beste stukjes pikte.

De oud-studente van CAH Dronten legt uit: “Horsevision speelt in op het gedrag en de psychologie van het paard. De mens wordt getraind in de omgang met paarden en de wijze van communiceren. Dat klinkt misschien wat zweverig, maar dat ben ik niet. Daarmee probeer ik mij te onderscheiden van mijn collega’s. Ik houd het graag praktisch, maar ik bekijk het wel vanuit het paard. Ik neem de tijd en het belonen van goed gedrag staat centraal. Ook betrek ik de eigenaar van het paard er altijd bij. Zadelmak maken doe ik met de eigenaar samen, dat is fijner voor het paard en op die manier weet de eigenaar ook hoe hij straks zelf verder moet gaan met het paard. Voor trailerladen geldt dat uiteraard ook.”

VOLDOENDE VASTE KLANTEN

De jonge ondernemster kan nog niet leven van haar bedrijf. Ze heeft er op dit moment een baan van achttien uur per week bij. “Ik draai nu ongeveer de helft van de omzet die ik nodig heb om van te kunnen leven. Ik hoop dat ik over een jaar mijn baan kan opzeggen. Dit jaar heb ik veel demonstraties en clinics gepland staan en hopelijk levert dat voldoende nieuwe klanten op.”

De accommodatie van Trainingscentrum Horsevision is sober. Sharon huurt de grond en houdt de paarden op natuurlijke wijze. Er is een paddock en een verhard pad met daarop een schuilstal voor haar drie paarden. Een deel van de lessen geeft ze in de aanwezige roundpen en bak. “Over vijf jaar hoop ik mijn eigen plek te hebben met meer ruimte voor het stallen van andere paarden. Daarnaast verwacht ik over vijf jaar voldoende vaste klanten te hebben, zodat ik een goed inkomen kan halen uit mijn bedrijf. Verder hoop ik tegen die tijd bekend te zijn in het hele land.”

De beste tip die Nawijn kreeg toen ze haar bedrijf begon, is dat je moet doen wat je leuk vindt. “Als je echt iets wilt, dan kom je er wel. Ik ben met niets begonnen en heb alles hier zelf opgebouwd. Ik heb mijn hart gevolgd en het begin is er”, vertelt ze enthousiast.

www.trainingscentrumhorsevision.nl

32 33



‘Fijn om heft in **eigen hand** te nemen’

Geen duizend in een dozijn-producten, maar exclusieve ruitersportartikelen. Dat is het idee achter webshop Boutique Hippique van Shanna Alderliesten. “Ik wilde iets anders bieden, geen product voor de grote massa, maar iets unieks dat niet iedereen heeft.”

Shanna Alderliesten (25) uit Silvolde liep al even rond met het idee om een webshop te beginnen. Na een bezoekje aan de Spoga, een grote internationale paardensportbeurs, wist ze precies wat ze wilde. Een webshop met exclusieve artikelen, waarbij rijjasjes en bloesjes van het merk LotusRomeo een prominente rol spelen. Op 1 januari dit jaar opende ze haar virtuele winkel: Boutique Hippique.

In haar webshop verkoopt ze naast de jasjes en bloesjes ook haaraccessoires. “Vaak net iets apart dan gebruikelijk, zoals parelnetjes en parelelastieken, bijna allemaal met Swarovski. En plastronspelden. Allemaal blingbling spulletjes, maar wel chique en elegant.” Ook groomingspullen uit de Amerikaanse westernwereld zijn te vinden in de webshop van Alderliesten.

De jonge ondernemster probeert met deze artikelen producten aan te bieden die in ons land niet of nauwelijks te verkrijgen zijn. “Ik ben de enige in Nederland die deze jasjes en bloesjes verkoopt. Ook de plastronspelden en groomingspullen zijn hier nog niet bekend. Stuk voor stuk artikelen die je bij de reguliere ruitersportzaak niet kunt krijgen”, vertelt Alderliesten, die vooral met het merk LotusRomeo aan de weg timmert. “Het is een Hongaars product, waarbij vooral het borduursel onderscheidend is. Het merk straalt elegantie uit en is bestemd voor ruiters die willen opvallen.”

SPONSORING

De Silvolde kan nog geen inkomen halen uit haar webshop, maar is wel erg tevreden over de gang van zaken. “Eigenlijk heb ik het hobbymatig opgestart, om erbij te doen dus. Ik zie wel hoe groot het wordt, maar ik mag niet klagen. Als deze groei zich voortzet, ga ik dit fulltime doen. Ik vind het echt heel erg leuk. De interactie met de klanten, maar ook de speurtocht naar nieuwe spulletjes liggen me heel goed.” Alderliesten is de Nederlandse vertegenwoordiger van LotusRomeo en wil proberen om daar retailers voor te krijgen. “Het is een relatief nieuw merk dat we samen met de producent groot in de markt willen zetten. Samen met de eigenaresse van LotusRomeo sponsor ik dressuuramazone Sanne Gilbers, A-kaderlid bij de junioren, en zo hoop ik meer naamsbekendheid te krijgen. Daarnaast wil ik in de springsport ook wat aan sponsoring gaan doen. Over vijf jaar? Dan hoop ik dat LotusRomeo heel groot is op de Nederlandse markt. En het liefst zou ik een fysieke winkel willen rond die tijd”, vertelt ze enthousiast.

Shanna Alderliesten heeft veel zaken zelf uitgezocht, maar kreeg

ook tips van haar leveranciers bij het opstarten van haar webwinkel. De belangrijkste kwam van Éva Székely, de designer en producent van de jasjes. “Zij zei tegen mij: ‘Als je iets wilt, dan moet je het ook doen.’ Dat trok me over de streep. Ik vind het fijn om eigen baas te zijn en om het heft in eigen handen te kunnen nemen, zodat ik niet meer afhankelijk ben van anderen. Als het uiteindelijk niet lukt, dan heb ik pech. Maar ik heb het in elk geval wel geprobeerd”, besluit ze fanatiek.

www.boutiquehippique.nl



‘Hoofd- en bijzaken van elkaar scheiden’

Het netwerk dat hij opbouwde als internationaal springruiter en handelaar kwam Jeroen Hendriks goed van pas toen hij drie jaar geleden met Jan Arts Omheiningen in zee ging. Inmiddels is Hendriks eigenaar van het bedrijf en speelt hij in op de behoefte van klanten aan een totaalpakket.

Omheiningen spelen nog steeds een sleutelrol binnen het bedrijf, maar de focus ligt steeds meer op het aanbieden van een totaalpakket. “We zijn gespecialiseerd in de levering en plaatsing van omheiningen voor paardenweides en tuinen, daarnaast bieden wij een uitgebreid assortiment aan stalbenodigdheden, hindernismateriaal, lichtmasten voor buitenpistes en paardenboxen. We merken dat klanten steeds meer

behoefte hebben aan een totaalpakket. Daarom gaan we steeds meer projectmatig werken en bieden we nu bijvoorbeeld ook stal-inrichting aan”, vertelt de dertigjarige Jeroen Hendriks.

Per 1 januari van dit jaar verhuisde hij met zijn bedrijf naar Didam. Daar werd ingetrokken bij Hendriks Hoveniers, het bedrijf van Jeroen Hendriks’ vader. “We hebben daar de beschikking over een moderne zaag- en timmerwerkplaats met voldoende ruimte voor opslag van het materiaal. Maar nog belangrijker is de samenwerking met Hendriks Hoveniers. Wij kunnen onze klanten nu complete plannen aanbieden voor de inrichting van hun erf. In samenwerking met een landschapsarchitect kunnen we in overleg met de klant een ontwerp maken voor het hele bedrijf. Omheining is daar een onderdeel van, maar we kunnen ook rijbanen en verlichting aanleggen, of bijvoorbeeld grond- en straatwerk verzorgen. Hiermee willen we ons onderscheiden van de rest.”

STEVIGE ORGANISATIE

Jeroen Hendriks is fulltime met zijn bedrijf bezig en kan er goed van bestaan. “We hebben constant twee à drie ploegen buiten aan het werk. Zelf richt ik me vooral op de marketing en verkoop en Jan Arts doet dagelijks veel regelwerk op kantoor en de verkoop in de Achterhoek.” De komende vijf jaar wil de jonge ondernemer verder groeien naar een stevigere organisatie. “Ik wil geen groei in personeel, maar meer uitbreiden in de paardensector richting grote projecten waarbij we alles verzorgen; tekeningen, landschapsplan, beplanting, toegangspoorten, afrastering et cetera. We werken nu al samen met Agterberg voor het aanleggen van rijbanen, maar samenwerking met een stallenbouwer zou in de toekomst ook kunnen. Daarnaast wil ik onze productenlijn meer uitbreiden”, legt Hendriks zijn visie voor de toekomst uit. Belangrijkste tip die hij aan andere jonge ondernemers wil meegeven is het scheiden van hoofd- en bijzaken. “Dat is een tip van mijn vader. Wanneer je de bijzaken als hoofdzaken gaat beschouwen, verlies je het overzicht. Je moet de focus op je doel houden. Fouten? Wekelijks gaan er dingen fout, maar het belangrijkste wat ik heb geleerd is om meer te werken met begrotingen en daarop te sturen. In het verleden was ik daar wel eens te makkelijk in en vielen de kosten achteraf tegen. Nu weten we veel beter waar de kosten zitten en hoe we ze kunnen terugverdienen.”

www.janartsomheiningen.nl



‘Exclusiviteit en originaliteit voorop’

De saaie hindernissen die Tom Jongerius op elke wedstrijd tegenkwam, waren hem een doorn in het oog. Dat moet veel beter en leuker kunnen meende hij en TJ Hindernissen was geboren. “De uitdaging is om uniek en creatief te zijn, maar denk wel aan de verkooptant.”

Voor een springruiter zijn eigenlijk maar twee dingen van belang: een goede bodem en een goed parcours. Vaak zie je in een parcours alleen maar saaie (sponsor)hindernissen staan die veel op elkaar lijken. Ik wil graag wat anders bieden. Voor de paarden moet er wat te zien zijn en het parcours moet zowel voor paard als ruiter een uitdaging zijn”, vertelt spring- en eventingruiter Tom Jongerius (23) enthousiast. “Hindernissen die opvallen zijn leuk en bieden extra commerciële waarde voor de sponsor.”

Hij ontwerpt de hindernissen zelf in overleg met de klant, waarbij veiligheid, exclusiviteit en originaliteit vooropstaan. Zo maakte Jongerius voor een cateraar een oxer in de vorm van 3D-wijn glazen, 3D-servetten en bestek. “Dat werkt hoor, wanneer zo’n eigenaar met klanten in de vuptent staat en zijn hindernis recht voor hun neus staat”, vertelt hij trots. Daarnaast ontwerpt en verkoopt Jongerius eventinghindernissen. Naast origineel moeten die makkelijk te verplaatsen zijn. Een probleem waar Jongerius nog mee worstelt, is de prijs van zijn hindernissen. “Die begint bij 1.700 euro. Daaronder is het voor mij niet rendabel om een uniek ontwerp te maken. Die kostprijs wil ik graag lager krijgen. Maar het unieke en creatieve moet er wel in blijven, anders is voor mij de uitdaging weg.”

BEWUST BAAN ERBIJ

Hoewel Tom Jongerius meteen het eerste jaar na het afstuderen aan HAS Den Bosch al winst maakte, besloot hij om toch naast zijn bedrijf een baan te zoeken. Hij werkt fulltime op de afdeling bedrijven van de Rabobank. “Om een volledig inkomen te genereren uit de hindernisverkoop zou ik mij veel meer moeten richten op de verkoop van simpele, saaie hindernissen. Maar juist het creatieve en het ontwerpen van de hindernissen vind ik zo leuk. Met mijn baan erbij kan ik de opdrachten aannemen die ik leuk vind en waar ik energie van krijg. Bovendien vind ik mijn werk en het contact met collega’s erg leuk en leerzaam”, legt hij zijn keuze uit. “Wanneer de economie over een paar jaar wat aantrekt, kan ik mijn bedrijf misschien meer oppakken. Bijvoorbeeld met iemand erbij die de verkooptant wil doen. Voor nu vind ik deze combinatie prima.”

De ondernemer hoopt dat zijn bedrijf over vijf jaar is gegroeid. “Maar dat is wel erg afhankelijk van de economie. Sponsorhindernissen zijn sowieso een nichemarkt en die van mij zijn helemaal luxe. Ik ben afhankelijk van bedrijven die goed draaien en ook echt wat te besteden hebben.”

Als tip wil Jongerius graag meegeven dat het belangrijk is om eerst de verkooptant van je bedrijf op te zetten. “Met mijn eventinghindernissen ben ik wat te enthousiast geweest. De interesse was er wel, maar er was onvoldoende vraag. Ik heb daar veel tijd en energie in gestoken. Uiteindelijk heb ik alles wel verkocht, maar met te weinig winst. Maar goed, het heeft me wel weer publiciteit en nieuwe klanten opgeleverd.”

www.tjhindernissen.nl

