



Aart van Veller, Marieke van der Giessen en Yoeri van Alteren

Jonge ondernemers anders?

Hoe bouwen twee jonge ondernemers, Yoeri van Alteren (37) van de 'Club van 30', en Aart van Veller (24) van 'Wij zijn Koel' aan hun onderneming? Zij zijn niet bang om af te gaan en maken maximaal gebruik van netwerken... Hoe doen ze dat dan?

Met de 'Club van 30' willen dertigers op hoge functies die macht en budget hebben binnen hun bedrijf het Nederlandse bedrijfsleven duurzaam maken. 'Wij zijn Koel' adviseert en ondersteunt toonaangevende organisaties met als doel een neutrale of zelfs positieve invloed te hebben op het klimaat. Marieke van der Giessen directeur van Baakblue vroeg naar hun aanpak en ideeën.

Wat is jullie visie op ondernemen, het geheim van jullie succes?

Aart: "In het diepe durven springen en gewoon doen. Op de juiste momenten op de juiste plek zijn en dan doorzetten." Yoeri: "Minder politiek. Minder belast door de traditionele manier van zaken doen. In veel organisaties is men beducht op wat ze zeggen en doen, bezig met het afbreukrisico dat je loopt. Iets wat mis gaat probeer ik niet weg te poetsen. Ik ben niet bang om af te gaan, wij zijn creatiever." Aart: "Ik pak het anders aan denk ik. Als er een vraagstuk ligt, dan is de eerste vraag die ik of die mijn mensen stellen: *Wie? Wie weet dit?* Zonder dat je zelf gaat oplossen. Ik werk binnen een netwerk. Alle expertise past niet in één bedrijf. Die huur ik in als ik ze nodig heb. Yoeri: "Wij hebben een andere manier van samenwerken dan in de meeste corporate organisaties. Daarom vragen ze ons. Mensen zoals wij kunnen partijen goed bij elkaar brengen." Aart: "In de markt van verduurzaming is zoveel te doen. Ik denk alleen maar 'hoe meer hoe beter' en niet in termen van concurrentie." Yoeri: "Ik merk dat veel CEO's zien dat dit nodig is, dat verduurzaming innovatie-plus is. Dat is een redelijke revolutie binnen hun eigen bedrijf, in alle gelegingen. Zij zetten hiervoor 30ers, begin 40ers in op hoog niveau. Aart: "In de 50er-60ers-modus zijn de CEO's niet meer echte changemakers.

Hoe regel je je verdienmodel als netwerkorganisatie?

Aart: "Waardecreeatie voor je klant! Binnen vijf jaar moet het winstgevend zijn om klimaatneutraal te ondernemen. Alles wat je geïnvesteerd hebt in duurzaamheid moet

zichzelf terugbetalen. Je geeft de garantie dat duurzaamheid goedkoper is. Sommigen willen de allernieuwste technologie, dan gaat dit niet op. Yoeri: "Ik vraag een eerlijke goede prijs, geen hoge 'fees' en daar wil men voor betalen. Omdat je flexibel bent heb je minder overhead. Dat geeft de klant het vertrouwen dat je geen mensen op de klus zet die niks opleveren." Aart: "Dat is zo mooi van het topgrading-model. Dat zegt dat je goede mensen 2 keer zoveel moet betalen, dan heb je 1/3 van de mensen nodig. Je doet met 1/3 van de mensen hetzelfde werk en die betaal je 2 keer zo goed. Kies voor mensen die het beste zijn. Het is een uitdaging om die mensen te vinden. Goede mensen bind je door goede klussen en een goede cultuur."

Wat betekent duurzaamheid voor jullie?

Yoeri: "Iedereen die de keuze maakt om zijn bedrijfsprocessen te verduurzamen, komt tot de conclusie dat het gaat over slimmer nadenken. Anders kijken naar de dingen die je als vanzelfsprekend zag." Aart: "We gaan niet vertellen hoe ze het moeten doen. We gaan ze voordelen met principes en kernwaarden, wat er nu aan de hand is in de wereld. Ze mogen zelf conclusies trekken. Duurzaamheid is een continue proces van jezelf blijven herdefiniëren, verbeteren en ontwikkelen. Op een gegeven moment gaan mensen het zelf snappen. Ze nemen dan bij iedere beslissing een stukje duurzaamheid mee. Net zolang tot er waarde gecreeërd wordt met enkel winnaars. Dus niet ten koste van elkaar, maar dankzij elkaar, zonder verliezers in de keten."