

# 01

## **Waarom KMO-ondernemers economische helden zijn...**

Voorwoord door Jean-Pierre Segers,  
departementshoofd Business  
aan de Provinciale Hogeschool Limburg

**“Ondernemend zijn is geen ziekte!”**

**“Mogen falen is een optie”**

De (familiale) kleine en middelgrote ondernemingen (kmo's) zijn de pijlers van het ondernemerschap, de innovatie, creativiteit en groei in onze economie en maatschappij.

“We moeten vermijden dat Belgen een veelbelovend project in de kast laten liggen of ermee naar Amerika trekken”, zegt Olivier Verbeke in Trends (29 maart 2012). Ideeën moeten gekoesterd en begeleid worden. Die begeleiding kan steunen op het advies van vennoten of een netwerk van coaches en mentors – vaak zelf ondernemers of experts in een bepaald vakgebied.

Vraag een ondernemer naar zijn of haar verhaal en je krijgt het verhaal van bouwen aan een idee, van bijsturen, van doorbijten. Maar vooral van kansen zien en ze grijpen. Of hoe ondernemen tot méér ondernemerschap leidt. Met als resultaat innovatieve, creatieve, hard werkende en koppige ondernemers en hun kmo's.

Mijn ouders waren kleine zelfstandigen die een superette uitbaatten hartje Tongeren. Ik was twaalf en hielp graag mee in de winkel. Het liedje van Dolly Parton *“working 9 to 5”* was aan mijn ouders niet besteed. Daarentegen hadden zij ‘lange uren’ en ‘klant is koning’ hoog in het vaandel staan. Als de winkel gesloten was, de rekken aangevuld en de vloer gedweild na een lange werkdag, kon het gebeuren dat een klant-koper toch nog aanbelde omdat hij iets vergeten was. Het kon regenen, sneeuwen of wat dan ook, maar de winkel werd weer geopend en de klant werd met de glimlach geholpen. Die klantvriendelijkheid en dienstbaarheid vind je terug bij de meeste van onze kleine en middelgrote ondernemingen.

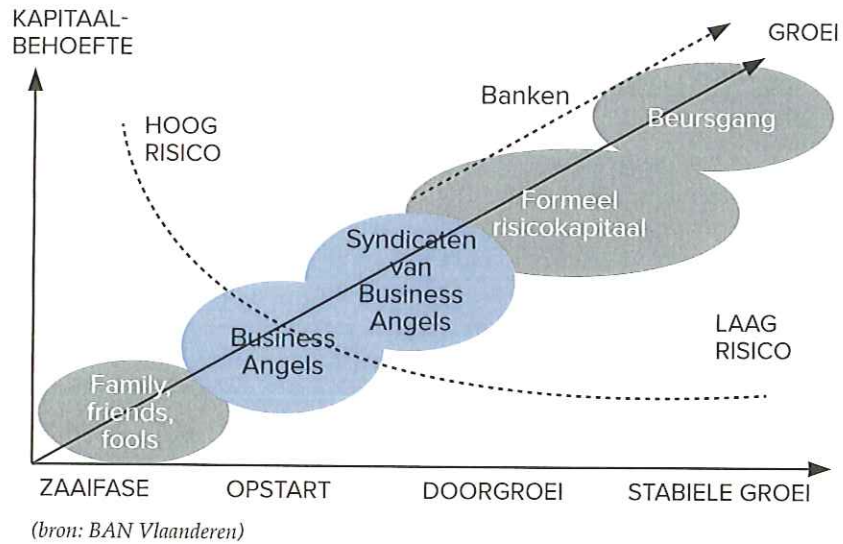
Bedrijfsleiders van (meestal familiale) kmo's zijn mensen van weinig woorden die niettemin het belang inzien van een harmonieuze relatie met hun medewerkers, hun klanten, de gemeenschap waarin ze actief zijn en hun leefomgeving. Een goede verstandhouding met alle belangengroepen zorgt voor vertrouwen, een solide positie en duurzaamheid.

#### FAMILY, FRIENDS & FOOLS

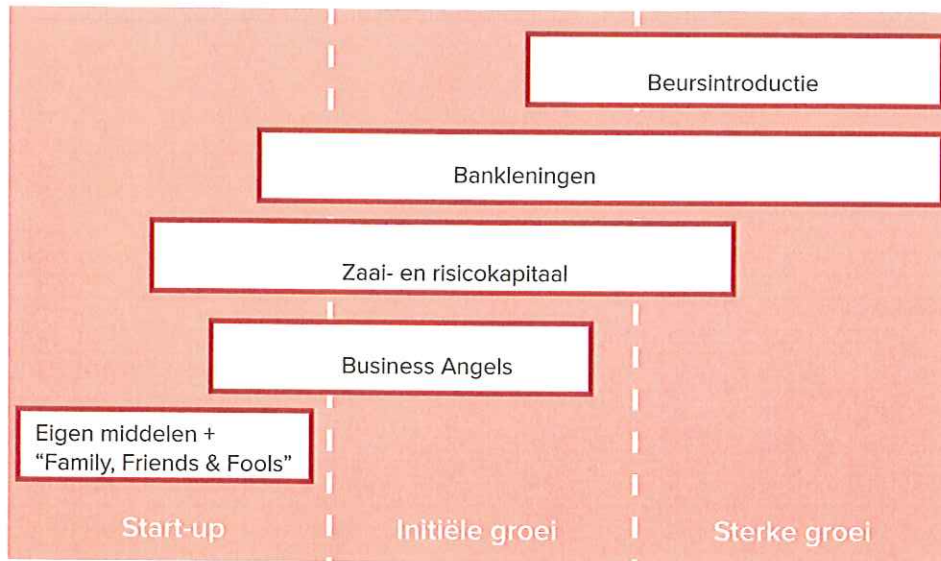
In de kmo- en managementliteratuur wordt vaak verwezen naar het principe van ‘Family, Friends & Fools’.

Familie, (netwerk)vrienden (*Friends*) en (netwerk)durvers-‘gekken’ (*Fools*) worden medeaandeelhouder van de jonge startende kmo. Bij gebrek aan voldoende eigen middelen kan je in eerste instantie trachten mensen uit je omgeving bij je project te betrekken en hen ervan te overtuigen financiële middelen ter beschikking te stellen.

Dit kan bijvoorbeeld door hen medeaandeelhouder te maken: zo worden zij mede-eigenaar van je onderneming en zorgen zij mee voor eigen inbreng.



Een andere mogelijkheid is dat deze personen het geld aan de ondernemer *lenen*: deze middelen zullen door de andere schuldeisers als quasi 'eigen vermogen' worden beschouwd indien de geldschieter de lening 'achtergesteld' verklaart ten opzichte van deze schuldeisers.



Vooral de levenscyclus waarin een onderneming zich bevindt, beïnvloedt de financieringsmogelijkheden. Er is echter één rode draad: in elk van de stadia is het netwerk van de ondernemer van groot belang. Bij wie kan hij te rade gaan voor een correct advies en bij wie kan hij aankloppen voor de nodige financiering?

Onze Europese samenleving accepteert geen falen (*business failure*). Waar men in de USA zegt "Yes, you can!" zal men in België/Europa al snel het vermanende vingertje opsteken: "Begin er niet aan!" of "Ik heb het je toch gezegd! Je begint toch niet opnieuw?!". Een trieste mentaliteit die vernietigend is voor ontlukkend ondernemerschap.

Een andere invalshoek is deze van *recurrent* ondernemerschap of *serial entrepreneurship*. Van "start-up > faillissement > start-up > faillissement > start-up > succes/groei > ongoing concern" is al helemaal een moeilijke zaak in onze contreien. Eén van de inspiratiebronnen om na een faillissement bij te sturen en opnieuw te beginnen, is een performant netwerk.



## SUCCESVOL NETWERKEN

Ik ga graag te rade bij mijn professionele goeroe en de ultieme kmo-expert in België: prof. dr. em. Rik Donckels van het voormalige KMO-Studiecentrum van de KU Brussel. Donckels omschrijft 'samenwerking' als één van de cruciale ondernemersgebonden elementen, naast onder meer het waardenpatroon, persoonlijke doelstellingen en eigen verwachtingen, familiale situatie en de bereidheid tot delegeren. Samenwerking veronderstelt ook doelgerichte netwerking.

an-  
et-  
en

de  
rtje  
pp-  
ap.

ur-  
s/  
lén  
in-

Donckels stelt: "Rond de bedrijfsleider bevindt zich de onderneming in al haar facetten. Voorbeelden zijn bedrijfsdoelstellingen en strategie, sterke en zwakke punten op het vlak van aangeboden goederen en diensten, technologie, innovatiegerichtheid, financiële situatie, menselijk kapitaal, marktbenadering, interne organisatie en netwerkvorming". Bij die netwerkvorming mag men het belang van maatschappelijk verantwoord ondernemen en van de kmo-adviesraden zeker niet vergeten.

Succesvolle rolvoorbeelden zijn erg belangrijk in het netwerk van nieuwe starters. Denken we in Limburg maar aan Jo Nelissen, Grete Remen, Hilde Rutten, Mark Decat en Luc De Clerck. Soms groeien starters snel uit tot grote (markt)spelers die op hun beurt opnieuw starten en er visionaire managementstijlen op na houden. Ik denk hierbij meteen aan Bart Van Coppenolle (*Metris, Right Brain Interface*).

Succesvol netwerken is een 'kunst' in het actuele kmo-ondernemerschap. Geert Conard verstaat die kunst en maakt er met dit nieuwe boek een "sexy" onderwerp van.

#### BRONNEN:

1 | Agentschap Ondernemen: <http://www.agentschapondernemen.be/artikel/family-friends-and-fools>

2 | Rik Donckels, *"De regel van Benedictus & KMO's: wat KMO'ers en monniken van elkaar kunnen leren"*, Roeselare: Roularta, 2011

GEERT CONARD

# Hoe **sexy** ben jij als **ondernemer?**

CREATIEF NETWERKEN OP MAAT VAN  
KMO-ONDERNEMERS

 STORY PUBLISHERS