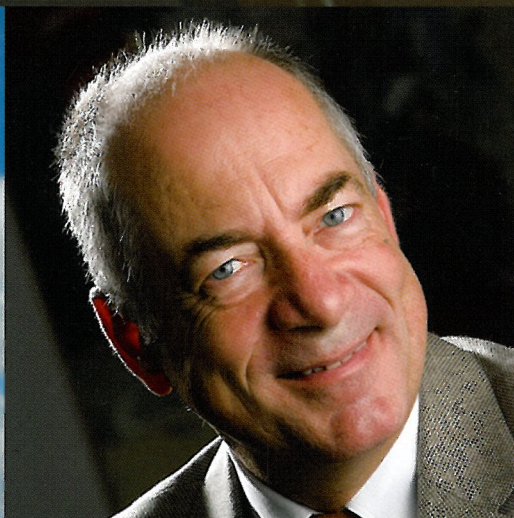




perspectief



Ben Woldring:

Krachtige verbindingen en korte lijnen zijn voorwaarde voor een concurrerende kenniseconomie

Kick van der Pol:

Het positieve van de economische crisis is dat scholing hoger op de prioriteitenlijst is komen te staan

André Timmermans:

Mobiliteit tussen sectoren moet veel groter

Ben Woldring, oprichter en directeur van Bencom BV

KRACHTIGE VERBINDINGEN EN KORTE LIJNEN ZIJN VOORWAARDE VOOR EEN CONCURRERENDE KENNISECONOMIE



Nederland bevindt zich al enige jaren in een transitiefase. Dominante factoren zijn de globalisering, de opkomst van sterke markten elders in de wereld en het wegtrekken van arbeidsintensieve bedrijvigheid. De economische crisis doet de roep om een koerswijziging zelfs nog luider klinken. Om de van oudsher sterke positie te kunnen behouden, moet Nederland met name inzetten op behoud en vergroting van de kennisvoorsprong. Initiatieven als Nederland Kennisland en, in 2000, de ondertekening van het Lissabon-akkoord pogen deze ambitie kracht bij te zetten.

Hoe kijkt een jonge, succesvolle ondernemer, die bovendien bekend is om zijn nuchtere kijk op de dingen, tegen dit alles aan? Duidelijk is dat sterke verbindingen en korte lijnen volgens Ben Woldring voorwaarde voor succes zijn, of het nu gaat over Nederland als zodanig, het onderwijs, het bedrijfsleven of zijn eigen bedrijf. Het is het Leitmotiv in zijn enthousiaste en inspirerende betoog.

Voorsprong is geen vanzelfsprekendheid

"Nederland doet er inderdaad verstandig aan zich te willen onderscheiden als kenniseconomie", vindt Ben Woldring. "Je ziet productie verdwijnen. Laatst zag ik op tv een interview met de gebroeders Van Bommel van de schoenen. Groei van hun bedrijf realiseren zij in het buitenland. Heel logisch, gezien de arbeidskosten. Dat is een factor die op alle bedrijven zwaar drukt. Kennis als zodanig laat zich niet een, twee, drie naar andere delen van de wereld verplaatsen. Maar dat betekent niet dat de tijd deze situatie niet kan gaan inhalen. In landen waar productieactiviteiten worden ondergebracht, neemt het kennisniveau uiteindelijk ook toe. Als we dus niet uitkijken, zijn we straks én de productie én de kennisvoorsprong kwijt. Het is zaak om daar buitengewoon alert op te blijven en om te blijven investeren in kennis."



Zolang het leefklimaat in Nederland beter is dan elders, loopt het zo'n vaart niet

Heel bevreesd voor de toekomst is Ben overigens nog niet. "Nee, het zal heus zo'n vaart niet lopen. Wat enorm scheelt, is dat Nederland voorop loopt met Internet. De penetratie van breedband is zeer hoog, er zijn iets meer dan 35 breedbandaansluitingen per 100 inwoners. Daarmee behoren we echt tot de top van de wereld. Die infrastructuur is cruciaal voor de kenniseconomie, Internet maakt alle kennis die er is voor iedereen toegankelijk. Dat wordt misschien nog niet door iedereen onderkend, maar het is absoluut zo. Ook is het belangrijk dat het glasvezelnet snel voor elkaar wordt gemaakt. KPN is er druk mee bezig, maar het duurt lang. Het is dan ook een kostbaar project. Daarnaast is hoge kwaliteit van andere infrastructuur – wegennetwerk, treinverbindingen, elektriciteitsnetwerk – essentieel om als kennisland voorop te kunnen blijven lopen. In Nederland hebben we dat relatief goed voor elkaar. In de arme landen waar productie plaatsvindt is juist sprake van een onaantrekkelijk en zelfs ongezond leefklimaat. Dat schept voor Nederland het voordeel dat mensen met kennis liever hier blijven. Maar als de situatie in die landen ooit wel beter wordt, waarom zou je dan hier blijven hangen? Laten we niet de illusie hebben dat alles blijft zoals het is."

De overheid moet wel de juiste prioriteiten stellen

Ben verbaast zich wel over de wijze waarop in de politiek discussies worden gevoerd over infrastructurele voorzieningen en hun aanbieders. "Kijk nu naar het gedoe rondom de verkoop van de grote energiebedrijven. Nog steeds gaat het om de vraag of het wenselijk is dat deze bedrijven in buitenlandse handen komen. Hogere en lagere overheden staan daarbij niet op één lijn, maar slingeren juist verwijten in elkaars richting. De energiebedrijven moeten wel verbijsterd zijn over het feit dat de essentie zó uit 't oog wordt verloren. Het is namelijk helemaal niet erg als een buitenlandse partij eigenaar wordt. Risico's

laten zich tenslotte afdekken met contractvoorwaarden. De politiek moet gewoon strakke afspraken maken. In de wet is al vastgelegd dat zelfs het meest afgelegen huisje in de polder van stroom wordt voorzien. Elk bedrijf dat op de Nederlandse markt opereert, heeft zich aan de Nederlandse wet te houden. Daarom zie ik het probleem niet. En wat is nu eigenlijk gekker: een provincie als eigenaar of een buitenlands energieconcern? Veel onlogischer is het dat met de privatisering van het telefoonnetwerk aan KPN niet de eis is gesteld om ook in de toekomst elke huishouding met nieuwe technieken zoals glasvezel te bedienen. Mede dankzij de werking van concurrentie is dat met de ADSL-dekking wel gelukt. Nu zijn we afhankelijk van die ene commerciële partij bij de uitrol door heel Nederland van een belangrijk netwerk als glasvezel. KPN zal per geval de rekensom maken of het uitkan. Een slimme overheid had middels regelgeving een veel steviger vinger in de pap gehouden waar het om zulke belangrijke netwerken gaat. Nu maar hopen dat er snel een concurrent van KPN opstaat zodat via marktwerking alsnog landelijke uitrol wordt bereikt. Want nogmaals, de kenniseconomie vereist een 100% dekking. Niemand mag worden buitengesloten... ook de inwoners van Usquert niet!"

Onderwijs moet creativiteit en ondernemerschap prikkelen

Behalve infrastructuur is onderwijs de tweede belangrijke peiler waar de kenniseconomie op rust. Met name de economische studies moeten er volgens Ben veel nadrukkelijker op gericht zijn om creativiteit te prikkelen, wil het bedrijfsleven sterk blijven. "Ik heb een paar jaar economie gestudeerd. Mijn ervaring is dat ik op de middelbare school meer over ondernemerschap heb geleerd dan op de universiteit. Economische studies stomen je klaar voor een functie bij een multinational of in Brussel. Aandacht voor zelfstandig ondernemerschap of in ieder geval een ondernemende instelling is er vrijwel niet. Alles draait er om denken in modellen. Ik zie dat bijvoorbeeld bij studenten

die hier stage komen lopen en een afstudeerscriptie moeten inleveren. Zo'n scriptie telt zo maar 90 pagina's en zit vol met modellen, terwijl het verhaal zich ook in vijf pagina's laat vertellen. Aan de aansluiting op het bedrijfsleven valt veel te verbeteren. De markt heeft behoefte aan creatieve, besluitvaardige en slagvaardige mensen die het aandurven om van de gebaande paden af te wijken."

Hoogste tijd om naar de markt te luisteren

Bencom is het bewijs dat het omverwerpen van heilige huisjes lonend is. 'Traditiegetrouw lag de macht bij de grote bedrijven. De klant had het maar te slikken', verklaart Ben. 'Door met vergelijkingssites een fair playing field te creëren, zijn we erin geslaagd om oude machtsposities aan het wankelen te brengen. Aanbieders moeten nu luisteren naar wat de consument wil. En het grappige is dat wij aan het klikgedrag van mensen veel meer kunnen aflezen over wensen en behoeften in de markt dan wat uit marktonderzoek af te leiden valt. Acceptgiro's bijvoorbeeld: veel grote aanbieders willen daar vanaf. Maar wij zien juist dat veel consumenten nog altijd de voorkeur aan deze betaalwijze geven omdat zij daarmee zelf kunnen bepalen wanneer zij betalen. De tijd dat de grote marktpartijen de consument iets voor konden schrijven waar hij helemaal niet op zat te wachten, is voorbij.

Je zult straks zien dat nieuwe, kleine aanbieders de acceptgiro weer als unique selling point in de strijd werpen. Nog even over het fenomeen marktonderzoek trouwens. Zulke onderzoeken worden veelal uitbesteed aan externe bureaus die daar hoge fees voor vragen. Wat ik vaak hoor van grote bedrijven met wie ik zaken doe, is dat zij conclusies terugkrijgen die zij ook zelf hadden kunnen trekken. In mijn bedrijf neem ik de meeste beslissingen op basis van gevoel, niet op basis van onderzoek. Daarmee bespaar ik geld en veel belangrijker nog: beslissingen zijn de resultante van experiment en speurwerk. Werkt iets niet, dan slaan we gewoon een andere weg in. We komen vanzelf op de juiste weg en onderweg hebben we veel meer kennis en inzicht opgedaan dan een marktonderzoek ons had kunnen opleveren."

Een lerende organisatie waar iedere medewerker zijn eigen manager is

Kennis is de kurk waar het bedrijf van Ben Woldring op drijft. Dat is waarom dagelijks tienduizenden mensen een bezoekje aan één van de sites brengen. Hoe zorgt het bedrijf er eigenlijk zelf voor om het onderscheidend hoge niveau te waarborgen? De tekst onder de knop Vacatures op de website van Bencom zegt daar al iets over: 'Bencom is altijd op zoek naar nieuw loslopend talent. Binnen Bencom worden eigen initiatieven en goede ideeën zeer op prijs gesteld. Je hebt dus voldoende vrijheid om je volledig te kunnen ontplooiën op creatief gebied.'

Ben zelf daarover: "Wij hebben een jong team, de oudste is 41, mijn moeder niet meegerekend. De meeste werknemers zijn pas afgestudeerd. Sommige hebben al een beetje werkervaring of zijn zelfs nog bezig met hun studie. Het is in dit bedrijf niet nodig om opleidingen aan te bieden of om persoonlijke ontwikkelingsplannen te maken. Deze mensen zijn van zichzelf nieuwsgierig en ambitieus genoeg om vooraan te willen blijven lopen. Zij leren van elkaar, van nieuwkomers in het bedrijf en ze lezen alles wat los en vast zit over hun vak en de markten waar wij ons mee bezig houden. Leren is binnen Bencom een continu proces. Dat brengt deze tak van sport natuurlijk ook met zich mee. Mensen die niet creatief, leergierig, zelfstandig en ondernemend zijn, passen eenvoudigweg niet in het team. Wat ook helpt, is dat we een platte organisatie hebben. De lijnen zijn kort. Allerlei tussenlagen kosten in mijn optiek veel geld en er staat nauwelijks productiviteit tegenover. Dat vertraagt alleen maar en leidt tot spraakverwarring en frustratie. Bedenken we met elkaar iets moois, dan gaan we ermee aan de slag. Elk idee is welkom, maakt niet uit wie er mee komt. Onze mensen zijn hun eigen manager en spreken elkaar vooral collegiaal aan. Ze dragen bij tot het succes en delen daar in mee. De enige scheiding die in het bedrijf is aangebracht, is die tussen de markten waarop we actief zijn. Elke vestiging heeft zijn eigen specialisatie en eigen resultaatverantwoordelijkheid. Dat werkt beter dan wanneer we met zijn twintigen op dezelfde locatie zouden zitten. Bovendien ontkom je met zoveel mensen al snel niet meer aan een zekere mate van hiërarchie. Dat wil ik zo lang mogelijk voorkomen."

Contacten waar geen hoorcollege tegenop kan

En wat Bens eigen schoolcarrière betreft ten slotte? Tot een academische graad is het immers niet gekomen. 'Nee, deels is dat jammer, maar het ontbrak me aan tijd en bovendien bracht ik het niet op om vakken te volgen waar ik persoonlijk het nut niet van inzag. Dat gold natuurlijk niet voor alle vakken, maar wel waar het bijvoorbeeld de 'tweede verdieping van de tweede verdieping' in statistiek en wiskunde betrof. Maar natuurlijk leer ik voortdurend. Door mijn bekendheid en de prijzen die ik heb gewonnen, heb ik toegang tot vooraanstaande mensen met veel kennis en ervaring. Zo vindt vier keer per jaar een bijeenkomst op Nijenrode plaats van alle ondernemers die ooit tot Entrepreneur of the Year zijn uitverkozen. Daar steek ik enorm veel van op. Ik voer gesprekken en bezoek bijeenkomsten waar geen hoorcollege tegenop kan."

Over Ben Woldring

Ben Woldring werd in 1985 geboren in het Groningse Usquert. Een opdracht van school om een website te bedenken bracht hem op zijn dertiende op het idee om tarieven van telefoonaanbieders met elkaar te vergelijken. Het project liep danig uit de hand; zo'n onafhankelijke en transparante site was waar de consumenten- en zakelijke markt grote behoefte aan bleek te hebben. Met de inzet van vriendjes slaagde hij er in zijn vrije uren in om van Bellen.com de meest geraadpleegde site op dit gebied te maken. De media-aandacht was vanaf het prille begin overweldigend, wat Ben er ondermeer toe bracht om in 2000 zijn autobiografie 'Ik Ben Internet-ondernemer' te schrijven.

Aan de Rijksuniversiteit van Groningen studeerde hij International Economics & Business, evenals Kunstgeschiedenis, maar de verdere ontwikkeling van zijn bedrijf Bencom en lonkende nieuwe marktkansen deden hem na een paar jaar besluiten zijn studieactiviteiten op een laag pitje te zetten.

De lijst van nominaties en prijzen die Ben ten deel vielen is lang en indrukwekkend. Een aantal hoogtepunten. In 2003 won hij de uitverkiezing tot Entrepreneur of the Year in de categorie Technology, Communication en Entertainment, een initiatief van Ernst & Young. En in 2006 werd hij door het Amerikaanse zakenblad Business Week uitgeroepen tot Europees ondernemer van het Jaar onder de 25. In 2007 riep het publiek Bellen.com tot populairste telecomsite uit en in 2008 kon de titel Beste ISP & Telecomsite in de wacht worden gesleept.

Inmiddels is Bencom, met vestigingen in Usquert, Groningen en het Gelderse Voorthuizen en twintig medewerkers, uitgegroeid tot marktleider. Het bedrijf exploiteert acht onafhankelijke sites in Nederland en België waar tarieven, producten en diensten op het gebied van bellen, internetten, digitale tv en energie met elkaar worden vergeleken. Een negende is in aantocht en ook deze is weer bedoeld om een complexe markt met een 'oerwoud aan tarieven' transparant te maken voor consumenten, instellingen en bedrijven. Samen trekken de sites tussen de 750.000 en 900.000 bezoekers per maand.