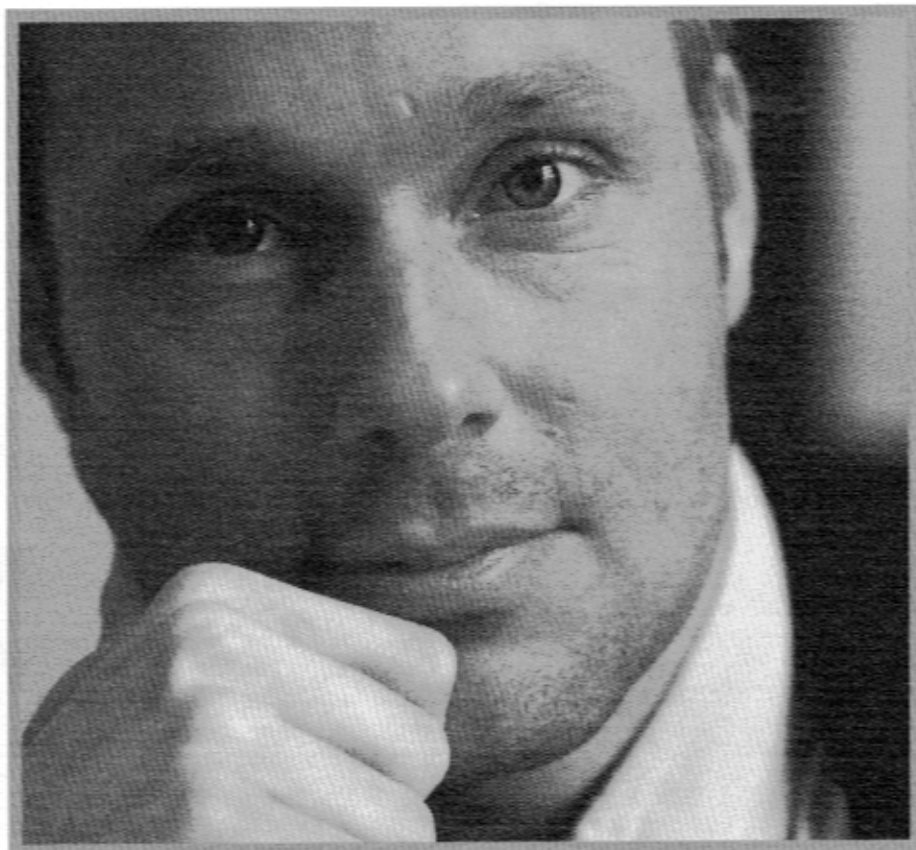


Henk Ceha, 27 jaar

Bedrijf: Business Compass, bedrijfsinformatie. Maastricht. Begonnen in 1990.



Als stagiair bedrijfseconomie schreef Henk Ceha een scriptie over de informatiebehoefte in het midden- en kleinbedrijf. Hij won de wetenschapsprijs van de Rijksuniversiteit Limburg en startte het adviesbureau Business Compass. Vier jaar later heeft het bedrijf zes vestigingen en twintig medewerkers.

"Ondernemers willen een centraal punt waar ze alle informatie kunnen vinden: juridisch, fiscaal of over marketing; van zakendoen in Singapore tot omzetgegevens van de concurrent. Business Compass heeft het antwoord." Het bedrijf gebruikt computernetwerken voor het zoeken naar informatie. Juristen en economen passen die gegevens aan voor de opdrachtgever.

"In het jaar 2000 willen wij net zo gewoon zijn als een advocaat of een huisarts. Op het moment dat een ondernemer met een vraag zit, hoeft hij niet lang te zoeken, dan belt hij ons."

"Startende ondernemers denken te veel aan de gulden van vandaag, en letten te weinig op de gulden die je over twee jaar kunt verdienen. Strategisch denken en lange termijnvisie ontbreken vaak. Durf te investeren in dingen waarvan de opbrengst onzeker is. En geloof in je eigen produkt en concept."

Steven Jacobs, 28 jaar

Bedrijf: Starlog Franchise Corp. Stripboeken en science fiction-spielgoed. Paramus, New Jersey; 20 miljoen dollar. Begonnen in 1992.

Steve Jacobs ("Ik ben een gadget-freak") opende zijn speelgoedwinkel in 1992 en maakte al snel een omzet van 6 miljoen dollar. "Ons eerste miljoen haalden we binnen een week, wat me volkomen overrompelde".

"Ouders vragen zich af waarom hun kinderen naar al die onzin kijken van tegenwoordig. Al die gekke poppetjes en tekenfilms. Het zijn de sprookjes van onze tijd. Kinderen herkennen zichzelf in die figuurtjes. Ze zijn dol op karate, monsters en het onrealistische van dit alles. En dat is nou precies de markt waar ik het van moet hebben".

"Nadat ik alle papierwerk heb gedaan en de winkel is gesloten, beleef ik er de grootste lol aan zelf met het speelgoed te spelen. Als ik een superheld kon zijn, dan koos ik Superman. Ik reis zo veel, dat het fantastisch zou zijn om gewoon omhoog te kunnen springen en weg te vliegen."

Adviesbureau Business-Compass uit Maastricht verwacht dat de komende jaren vele tienduizenden nieuwe bedrijven ontstaan die gaan opereren in de vorm van een coöperatie. Volgens mr H. Bartels van Business-Compass zullen ook veel bestaande kleine en middelgrote ondernemingen een coöperatie worden.

„Coöperatie gouden toekomst MKB”

Samen met adviesbureau KoningsConsultancy uit Ewijk heeft Business-Compass uitgebreid onderzoek gedaan naar de 'vergeten' bedrijfsvorm die coöperatie heet. Volgens geraadpleegde hoogleraren en deskundigen zit deze specifieke vorm van coöperatie wettelijk correct in elkaar. Na de oprichting en omzetting in de afgelopen jaren van zo'n tweehonderd bedrijven in coöperaties lijkt deze bedrijfsvorm een gouden toekomst te hebben.

Problemen hebben zich hierbij namelijk niet voorgedaan volgens Bartels. „De rechtsvorm bestaat sinds 1876. Grote ondernemingen als de Rabobank, de SuikerMaatschappij en CHV zijn coöperaties. Ergens is de misvatting ontstaan dat deze bedrijfsvorm niet geschikt is voor het midden- en kleinbedrijf (MKB). Wij denken dat er binnen enkele jaren tienduizenden coöperaties zullen zijn.”

Een coöperatie is een vereniging die uit minstens twee leden bestaat. Het is een bedrijfsvorm die vergelijkbaar is met een BV: privé- en zakelijk belang zijn strikt gescheiden. Bij een faillissement bijvoorbeeld kunnen de leden niet persoonlijk aangesproken worden. Grote verschil tussen beide bedrijfsvormen is dat een BV een stortingskapitaal van f 40.000 vereist. Een coöperatie kent die eis niet.

Tweede voordeel is dat bij de oprichting van een coöperatie geen onderzoek naar het verleden wordt gedaan. Nu krijgt een eerder failliet gegane ondernemer niet zomaar toestemming om opnieuw een BV te beginnen. Met een coöperatie wel. Lukt dit geen fraudeurs en oplichters? Volgens Bartels niet. „De oprichting van een coöperatie gaat via de notaris, die ook moet toetsen. Natuurlijk zit er kaf onder het koren, maar wij zijn niet bang voor grootscheepse fraude. De coöperatie moet aan dezelfde strenge eisen voldoen als de BV.”

Wie tegenwoordig een eigen bedrijf(je) wil starten, wordt meestal geadviseerd om een Eenmanszaak of een VOF (Vennootschap Onder Firma) op te richten. „Jeziet dan heel vaak dat er problemen

ontstaan”, aldus Bartels.

„Dan namelijk vallen de belastingaanslagen op de mat. Die zijn vaak onoverkomelijk hoog. De meesten hebben geen geld opzij gelegd voor de fiscus en gaan failliet. Ze zijn dan ook nog eens persoonlijk aansprakelijk en raken hun auto, huis en andere eigendommen kwijt. In een coöperatie kun je tevens werknemer zijn zodat je meteen loonbelasting betaalt. Reserveren is dan in mindere mate nodig. Bovendien is niemand persoonlijk aansprakelijk als het toch misgaat.”

Derde voordeel is dat de leden van de vereniging zich als werknemer sociaal kunnen verzekeren voor ziekte, ongeval, arbeidsongeschiktheid en WW. Volgens Business-Compass zullen veel mensen het daarom nu wel aandurven om een eigen zaak te beginnen in de vorm van een coöperatie. De risico's zijn veel kleiner, je kunt je verzekeren en een hoog beginkapitaal is niet nodig”, vat Bartels nog eens samen. „Hiermee zullen duizenden nieuwe bedrijven ontstaan en dus werkgelegenheid. De drempel is immers veel lager.”

Zo ver is het natuurlijk nog lang niet. Er wordt nog sceptisch aangekeken tegen de coöperatie, die toch vooral het imago van een boerenvereniging heeft. Daarbij komt dat de af te dragen vennootschapsbelasting starters afschrikt. „Adviseurs en Kamers van Koophandel verwijzen starters conservatief meestal naar de VOF-, Eenmans- of BV-vorm. Aan de coöperatie wordt eenvoudigweg niet gedacht.”

Informatiemakelaar lijkt hèt vak van de jaren '90 te worden

Van een onzer verslaggevers

MAASTRICHT — De fabrikant die nieuwsgierig is naar de wereldmarkt voor hondevoer, de uitvinder van een nieuw kozijn die een ondernemersplan nodig heeft, de baas die wil weten of hij zijn personeel kan ontslaan, de aannemer die wil weten hoe hoog een sporthal in Japan moet zijn en de advocaat die op zoek is naar jurisprudentie. Allemaal kunnen ze voor hulp aankloppen bij Business Compass. De informatiemakelaar is hèt vak van de jaren '90, die gekenmerkt worden door een ondoorgrondelijke stroom informatie gecombineerd met makkelijk toegankelijke computersystemen.

Het bedrijf presenteert zich in Maastricht, Nijmegen, Tilburg, Haarlem, Rotterdam, Zeist en Amsterdam als een oplosser van het lokettenleed.

Klanten zijn ondernemers in het midden- en kleinbedrijf die willen weten hoe bepaalde regelingen in elkaar zitten en geen tijd hebben om zelf alle instanties te bellen of op te zoeken. Business Compass is een informatie-makelaar in adviezen op economisch, juridisch en fiscaal gebied. Opmerkelijk is dat het bedrijf daarbij weinig anders doet dan vrij verkrijgbare, openbare informatie verzamelen.

Het bedrijf bestaat nu vijf jaar. Economiestudent Henk Ceha kwam er via een scriptie-opdracht bij de Kamer van Koophandel achter dat de informatie van allerlei instellingen niet goed is afgestemd op de behoeften van ondernemers. Ceha (28 jaar) zag een gat in de markt en met financiële steun van de universiteit in Maastricht startte hij — samen met twee medestudenten — een bedrijfje.

Eén van mede-oprichters is Rob Adriaens (nu 30 jaar). Hij herinnert zich nog goed hoe hij samen met Ceha vijf jaar geleden naar de eerste klant fietste en het rijwiel om de hoek stalde om niet te armoedig over te komen: de jonge pummels kwamen de ervaren ondernemers even vertellen hoe het moest. Ondanks aanvankelijke scepsis werkte hun aanpak goed. Tientallen ondernemers bleken het lokettenleed beu: ze waren het zat om van het kastje naar de muur te worden gestuurd voor een simpele vraag of een vergunning.

Ambtenaren

Adriaens: „Dat komt omdat daar ambtenaren werken die niet

aanvoelen wat een ondernemer wil. Wij zijn zelf ondernemers en hebben er dus geen moeite mee in die huid te kruipen.” De informatiewinkel waar iedereen 'tegen een redelijke prijs' (165 gulden per uur) met alle problemen terecht kan en bovendien snel wordt geholpen, bleek een gat in de markt. Het is voor ondernemers steeds moeilijker om van alle veranderende regels op de hoogte te blijven. Maar Business Compass kent de weg in het papier oerwoud en is voorzitter van een uitgebreide bibliotheek, experts op de computer en toegang tot alle databanken.

Het bedrijf gaat overigens verder dan alleen informatie verstrekken. „We zorgen desgewenst ook dat het zaakje rondkomt. Want opdrachtgevers blijken vaak weinig te doen met het handzame rapportje waarin we advies uitbrengen. Daarom stellen we ook vaak de subsidie-aanvraag op, of we maken een bedrijfsplan.”

Business Compass zit nu in een fraai herenhuis aan de Pieterskade in Maastricht en heeft daar twaalf mensen (vooral aankomende juristen en economen) op de loonlijst. Twee jaar geleden zijn franchise-vestigingen geopend in Nijmegen, Tilburg, Rotterdam, Haarlem en Zeist. In oktober startte een kantoor in Amsterdam. De omzet is stormachtig gegroeid tot 'enkele miljoenen' per jaar en het bedrijfsresultaat schommelt rond de dertig procent, aldus Adriaens.

In april komen er liefst vijftien vestigingen, verspreid over het hele land tegelijk bij. Dan heeft Business Compass voldoende schaalgrootte om een eigen digitaal kenniscentrum uit te breiden, waarin alle reeds opgedane informatie wordt vastge-

Een antwoord op elke vraag

Het gat in de markt vinden en binnen een paar jaar veel geld verdienen. Het is de droom van duizenden ondernemers, die slechts voor weinigen is weggelegd. Het bedrijf van Henk Ceha uit Maastricht lijkt zo'n voltreffer. In vijf jaar groeide Business Compass uit tot een onderneming met duizenden klanten.



** Directeur
Henk Ceha
(links) van
Business
Compass en
marketing-
manager Ro
Adriaens.*

*Foto FRANZ
WELTER*

Henk Ceha studeerde in 1989 nog economie aan de Rijkuniversiteit Limburg in Maastricht toen hij de basis legde voor Business Compass. Hij was als stagiair betrokken bij een onderzoek onder het midden- en kleinbedrijf (mkb), constateerde dat bedrijven veel problemen hadden bij het vinden van informatie en besloot een bedrijf te beginnen dat een vraagbaak moest worden voor dolende ondernemers.

„Het was eigenlijk niet mijn bedoeling om een bedrijf te beginnen”, vertelt de nu 27-jarige Ceha in zijn mooie oude bedrijfspand aan de rand van het Maastrichtse centrum. „Maar het was zo logisch, het ging vanzelf.” De stagiair/student zag tijdens zijn onderzoek dat

kleinere bedrijven vaak grote moeite hadden met het aanvragen van vergunningen en subsidies, dat ze van het kastje naar de muur werden gestuurd en dat ze voor eenvoudige adviezen peperdure rekeningen gepresenteerd kregen.

Hokjes

Ceha: „In Nederland zijn zo'n zesduizend instanties waar informatie verstrekt wordt. Er zijn veel overlappingen. Nederland is verdeeld in hokjes, probeer daar maar eens de juiste loketten te vinden. Een vergunning om je bedrijf uit te breiden kun je zelf zien te krijgen. Dat lukt ook wel, maar het kost vaak heel veel tijd. En tijd is geld, vooral voor de kleine ondernemer die geen juristen of andere specialisten in dienst heeft.

Als die weer ingehuurd moeten worden, is dat erg duur. Het was mijn idee om een bedrijf op te richten waar de ondernemer met elke vraag terecht kan. Een

centrale plek van waaruit alles geregeld wordt.” Het idee sloeg aan in wetenschappelijke kring. Het leverde Henk Ceha niet alleen de economie-bul op, maar ook de wetenschapsprijs van de Limburgse universiteit. Met dat steuntje in de rug leende de Maastrichtenaar f 40.000, bedacht de naam *Business Compass*, liet briefpapier drukken en ging aan de slag. Samen met de huidige marketingmanager Rob Adriaens werden potentiële klanten bestookt vanuit een kamertje ergens in de wijk Randwyck.

Moelijk

„De eerste twee jaren waren moeilijk”, weet Adriaens nog heel goed. „Wij zeiden dat we elke vraag konden beantwoorden. Als ze dan ons 'kantoor' zagen en hoorden dat we met zijn tweeën werkten, haakten veel ondernemers af. Ze dachten dat we onze beloften niet konden waarmaken.” Tegen de stroom in ging het

duo stug door. De weinige klanten waren tevreden en uiteindelijk sloeg de formule aan. Die strategie is in wezen vrij simpel: één loket dat *Business Compass* heet waar de ondernemer een vraag of probleem neerlegt. Dat kan van alles zijn. Iemand wil bijvoorbeeld in België een vestiging openen en vraagt zich af hoe het zit met de wetgeving, de milieu-eisen of de grondprijzen. De informatiemakelaars zoeken dat allemaal uit en verwerken dat vervolgens in hun advies.

„Informatiemakelaars, ja wel”, zegt Ceha. „Dat zijn medewerkers van ons die met behulp van moderne telecommunicatie-apparatuur alle wereldwijd beschikbare informatie snel kunnen vinden. Uit de pers, van ambassades, uit archieven, van bibliotheken, van ministeries, gemeenten, vakorganisaties en noem maar op.” Verder heeft het bedrijf specialisten in dienst, zoals juristen, marktonderzoekers, bedrijfseconomen en subsi-

die-specialisten. „We beantwoorden dus niet alleen vragen”, aldus Adriaens. „We kunnen alles regelen voor de ondernemer.” Gratis gebeurt dat natuurlijk niet, maar de tarieven zijn alleszins redelijk als we Ceha moeten geloven. „Ons bedrijf doet niets anders dan informatie verzamelen en opslaan. Hoe meer we hebben, hoe makkelijker het wordt om vragen te beantwoorden. Als je één keer een vergunningprocedure hebt doorlopen, weet je de volgende keer precies waar je moet zijn. Dan gaat het sneller. Op die manier krijgen we ervaring en kunnen we de tarieven laag houden.” Hij trekt een vergelijking met het passeren van een hypotheekakte. „De notaris drukt op een knop van de computer en klaar is Kees. De tarieven zijn echter nog gebaseerd op de tijd dat alles met pen en inktpot moest gebeuren. Veel informatie of werk moet zwaar betaald worden terwijl dat niet meer hoeft. De burger mag best

profiteren van de nieuwe formatietechnologie.”

In 1991 en 1992 vonden per tweehonderd klanten weg naar *Business Compass* nu zijn er dat duizenden. Het bedrijf heeft inmiddels vijf vestigingen in ons land. Er staan dertig mensen op de loonlijst. Daarnaast schijnt het bedrijf veel freelancers in. Ceha overweegt ook in Polen een kantoor te openen om ondernemers Oosteuropese markt op te helpen. Omzetcijfers en winstbedragen wil Henk Ceha niet geven, hoewel die geponeerd dienen te worden bij de Kamer van Koophandel. Merkwaardig voor een bedrijf dat het juist moet hebben van informatieverzameling.

Wel wil Ceha kwijt dat een tevreden man is. „Ik gaat goed, zo goed dat ik een *kick* van krijg. Maar ben niet gek. Ik heb nog een privéleven en dat is ook belangrijk.”

JOS CORTENRAA

De recente valutacrisis en het Barings-debacle hebben weer de vraag opgeworpen of we wel zo blij moeten zijn met de omvangrijke kapitaalstromen die met elektronische snelheid wereldwijd hun weg zoeken.

Financiële kopstukken uit Europa en de Verenigde Staten discussiëren er dezer dagen over tijdens het jaarlijkse Financial Panel, een conferentie onder auspiciën van het European Research Center in Vlaardingen. Van Bundesbank-bestuurder Otmar Issing tot VVD-leider Frits Bolkestein was er deze week overeenstemming op een punt: de weg terug loopt

liberalisering van het kapitaalverkeer is onlosmakelijk

Speculanten machtiger dan banken

voorzicht van een hoger groeitempo van de wereld-economie, maar ook met alle nadelen van dien.

Europa is bijvoorbeeld de controle kwijt over de valuta-ontwikkelingen. Voorzitter Santer van de Europese Commissie moet niet denken dat een gecoördineerde interventie van de G-7, de grootste zeven industrielanden, de dollarval kan stuiten, maakte Bundesbank-bestuurder Issing gisteren pijnlijk duidelijk. „Het is een naïef idee te denken dat je zo de monetaire problemen in de wereld kunt oplossen”, sneerde hij. De macht van de speculanten

seerd station. Een eerder voorgestelde 'Tobin-tax', een belasting op internationale kapitaalstransacties, zou alleen maar leiden tot handelsbeperkingen. De vorming van in zichzelf gekeerde handelsblokken (Europa, de VS/Mexico/Canada en Asean) zou alle ijver van de afgelopen jaren voor vrijmaking van de wereldhandel teniet doen.

Europese landen met verzwakte valuta hoeven nergens op te rekenen. De Verenigde Staten zullen niet met een renteverhoging de dollar tegemoet komen, omdat ze daarvoor de noodzaak niet inzien. De dollar mag zwak

verschaffen. Iedereen moet zelf z'n broek maar ophouden, was de boodschap van Issing. „De G-7 kunnen in plaats van gezamenlijk interneren beter hun eigen huis op orde houden. Stabiliteit van wisselkoersen begint thuis.”

Knieval

Een kleine knieval voor de veranderde wereld wilde Issing nog wel maken. De Bundesbank zal niet met een plotse rentestap dwars door de porseleinkast rennen. De snelheid en overdreven felheid waarmee de wereldwijde financiële markten tegenwoordig reageren, moet

„Moet je wel geld steken in Mexico als je de kans loopt vijftig tot zestig procent van de waarde te verliezen door een koersval van de peso”, was gisteren de retorische vraag van Jean-Daniel Tordjman, investerings-ambassadeur van het Franse ministerie van Economie en Financiën. Teleurstellingen in opkomende markten zijn in ieder geval niet uit te sluiten, zo heeft de crisis in Mexico bewezen. ING, Nederlands grootste investeerder in nieuwe, kansrijke gebieden, voelt ze naderbij komen.

Topman Aad Jacobs sprak

markten. De versnelde ontwikkeling van niet- of minder industrialiseerde economieën heeft weer andere nadelige gevolgen voor Europa. Europese landen raken hun vooraanstaande positie in de wereld-economie kwijt, zo luiden voorspellingen van de Wereldbank. In het jaar 2020 is niet de Verenigde Staten maar China de grootste economische wereldmacht, en zijn India en Indonesië de Duitse economie gepasseerd.

Bij het vechten tegen de bedreiging heeft Europa ze ook touwtjes in handen. vindt de Franse investeringsmanager Tordjman. Hij onderscheidde zich van collega-sprekers die de to

“In brallerige studentenverenigingen leer je hoe het niet moet”

Oud-economiestudent Henk Ceha is pas 33, maar om zijn oude dag hoeft hij zich niet meer te bekommeren. Niettemin heeft de succesvolle ondernemer

relen, dat ontstond tijdens een afstudeeropdracht, slaat aan. Na zeven jaar (in 1997) werken in Ceha's organisatie vijftig mensen verspreid over twaalf vestigingen in het land.

Ceha's formule slaat dermate aan dat de ING-bank zijn bedrijf voor een smak geld overneemt. Hij is nog enige tijd directeur maar zijn visie komt helemaal niet overeen met die van de nieuwe eigenaren. Na moeizame, vergeefse pogingen om nader tot elkaar te komen, lijft de bank in 1998 het gehele bedrijf in. Ceha vertrekt.

Tijdens de hoogtijdagen is hij om klanten te werven bij pakweg duizend bedrijven, van metaalboeren tot landbouwondernemingen, over de vloer geweest. Wat zijn hun specifieke wensen, behoeften? “Je kunt als student eigenlijk geen zinnig woord over marketing zeggen als je nooit met het handwerk te maken hebt gehad. Het vertegenwoordigerswerk, twintig keer nee op je bord krijgen, de moeite die het



tropenjaren achter de rug.

Na zijn studie richt de kersverse doctorandus *Business Compass* op, een informatiecentrum waar bedrijven antwoord kunnen krijgen op uiteenlopende vragen, van subsidieaanvragen tot gemeentelijke vergunningen. Het idee van één loket zonder kastje-muur-tafe-

kost om bij een bedrijf binnen te komen, een offerte maken, omgaan met de concurrentie."

Eigen baas zijn bevalt hem prima. Het gebruikelijke ellebogenwerk, dat nodig is om stapje voor stapje hogerop te komen, ligt hem niet. Daarom was hij tijdens zijn studie al op zoek naar dit soort gaten in de markt.

Inmiddels heeft hij een bedrijfsadviesbureau op poten gezet. Een kantoortje aan huis, want aan personeel begint hij niet meer. "Werknemers eisen ontzettend

veel aandacht. Allemaal hebben ze hun eigen beweegredenen, doelen, onderlinge mot, noem maar op. Belangrijk is dat je goed luistert naar je personeel. Met afzeiken en een grote bek schiet je niets op. In een brallerige verenigings sfeer, waar ik me steeds verre van heb gehouden, leer je precies hoe het niet moet."

Ook tijdens de studie - "te veel abstract geleuter" - komen dit soort vaardighe-

den volgens Ceha niet aan bod, al maken studenten er als voorzitter van een onderwijsgroep wel kennis mee. "Leidinggeven valt eigenlijk niet te leren uit een boek."

Ceha voelt zich geen "oude lul" maar is wel cynischer, sceptischer geworden, dan hij als student was. Aan de andere kant kan hij nu beter relativeren, maakt bewust tijd vrij voor vrouw en kinderen. Nee, zestig uur per week draait hij

Topper Henk Ceha in 1989 en nu (foto Philip Driessen)

niet meer. Een dag of drie, vier, meer niet. En alleen leuke projecten, zoals het begeleiden van de Jurofoon, een telefonisch loket (ook op internet) waar studenten en afgestudeerden 'eerste hulp' bieden bij juridische problemen. "Over twee jaar hoop ik dat deze organisatie beurswaardig is." (MT)