



# Passie bij startende ondernemers

Passie en ondernemerschap zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden, althans zo lijkt het toch uit de vele verhalen van ondernemers die dagelijks op ons afkomen.

Passie wordt in de volksmond vaak beschouwd als datgene wat succesvolle van niet-succesvolle ondernemers onderscheidt. Het is dan ook verbazingwekkend dat, ondanks die populariteit van passie, we zo weinig weten over wat passie nu eigenlijk is, wat de rol ervan is bij ondernemers en hoe we het eventueel beter kunnen stimuleren.

# “Startende ondernemers voelen zich het meest gesterkt door ondernemers die een herkenbaar verhaal brengen.”

En bij wie kunnen we deze vragen beter onderzoeken dan bij een groep jonge, vurige starters die aan het begin staan van hun ondernemersavontuur? Daarom klopten we voor deze Flanders DC studie aan bij BRYO, een initiatief van VOKA dat gericht is op het begeleiden van ondernemend talent in Vlaanderen. En wat blijkt?

## 1. ONDERNEMEN IN HART EN NIEREN

Succesvol ondernemen staat of valt met risico's durven nemen, doorzetten ondanks talloze tegenslagen en het beschikken over een onuitputtelijke bron van energie en inspiratie. Vaak is het echter de passie voor het ondernemen die genoemd wordt als de ultieme kern van al dit moois.

Maar wat is die passie voor ondernemen precies? De algemeen aanvaarde definitie vermeldt twee belangrijke componenten. Ten eerste gaat het over het ervaren van intense, positieve gevoelens. Het is dit aspect van passie waarnaar wordt verwezen wanneer we spreken over een ondernemer met vuur, honger en enthousiasme. Daarnaast omvat het ook de mate waarin men zich identificeert met ondernemen: hoe belangrijk is ondernemen voor mij als persoon? Het geeft een antwoord op de vraag “wie ben ik?”.

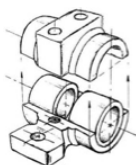
### Uitvinder, oprichter of ontwikkelaar

Op de vraag “wie ben ik?” kunnen we allerlei mogelijke antwoorden bedenken. Je zou kunnen zeggen “ik ben ondernemer”, maar je kan ook specifiekere gaan en antwoorden “ik ben uitvinder”, “ik ben oprichter” of “ik ben ontwikkelaar”. Elk van deze drie rollen omvat een specifiek aspect van het ondernemersproces. Sommige ondernemers identificeren zich uitgesproken met één rol, anderen kunnen zichzelf in meerdere rollen terugvinden.

1. Ondernemers die sterk gepassioneerd zijn door **uitvinden**, zijn vooral bezig met het bedenken van nieuwe ideeën en oplossingen. Ze zijn steeds op zoek naar nieuwe opportuniteiten.



2. Anderen identificeren zich vooral met de rol van de **oprichter**: zij zijn vooral gepassioneerd door het in de realiteit omzetten van hun ideeën en het effectief oprichten van een bedrijf.



3. Een derde rol waarmee ondernemers zich kunnen identificeren is die van **ontwikkelaar**: zij vinden het meeste plezier en energie in het doen groeien en verder uitbouwen van bedrijven.



## Meer passie, meer motivatie

“To succeed you have to believe in something with such a passion that it becomes reality.”

*Anita Roddick, oprichtster van The Body Shop*

Passie is niet rechtstreeks waar te nemen, maar kan je wel onrechtstreeks herkennen in het doen en laten van ondernemers. Zo worden sterk gedreven ondernemers ook vaak gepassioneerde ondernemers genoemd. Dit komt omdat gepassioneerde ondernemers volledig worden opgeslorpt door hun activiteiten, ze komen in een geluk makende *flow* terecht waarin elk besef van tijd verloren gaat en waarin verder bouwen aan hun idee of project het enige is wat telt. Het is ook deze passie die leidt tot meer creativiteit.

## 2. HOE KUNNEN WE PASSIE VOOR ONDERNEMERSCHAP AANWAKKEREN?

### Passie op peil houden

“Die eerste klant vinden is niet altijd eenvoudig. De meesten (...) vinden hun idee fantastisch en denken dat iedereen dat gaat willen kopen. Ondervinden dat sommigen niet enthousiast zijn over je idee is best moeilijk.”

*Deelnemer BRYO, interview*

Uit de interviews bleek dat de passie die ondernemers ervaren voor het oprichten van een onderneming kan dalen door het creëren van onrealistische verwachtingen. Gezien het positief verband tussen ondernemerschapspassie en succes van de startende onderneming is dit natuurlijk nefast. De meeste ondernemers lijken met veel overgave aan de opstartfase te beginnen, maar wanneer de realiteit zich ontplooit, lijkt het vaak minder rozegeur en maneschijn, en niet in het minst wat betreft het marktpotentieel.

Het eerste contact met consumenten valt vaak tegen, dromen worden doorprikt, met een mogelijke daling in ondernemerschapspassie tot gevolg. Dit zou kunnen vermeden worden door een betere inschatting van de markt. Het is belangrijk om zo vroeg mogelijk naar potentiële klanten te stappen. Hoe vroeger men dit doet, hoe kleiner de kans op negatieve ervaringen bij de oprichting van een bedrijf.

In vergelijking hiermee lijkt de administratieve rompslomp die bij het oprichten van een onderneming komt kijken, weinig invloed te hebben op de passie van startende ondernemers. Zelden wordt het op een positieve manier ervaren, maar ze beschouwen het eerder als een noodzakelijk kwaad waar ze gewoon door moeten.

### **Helpt passie beginnende ondernemers ook echt vooruit?**

Om dat te onderzoeken volgden we gedurende een jaar startende ondernemers uit BRYO. BRYO is een programma van VOKA dat ongeveer 2 jaar loopt en waarbij regelmatig ontmoetingen worden georganiseerd om te leren van elkaar, van ervaren ondernemers en van experts uit verschillende domeinen. Ook individuele coaching is een optie.

Om niets aan het toeval over te laten, hebben we in een longitudinaal onderzoek gepeild naar de passie en de opstartactiviteiten van de BRYO's. Op het eerste meetmoment bereikten we 274 startende ondernemers, wat betekent dat we gegevens konden verzamelen over meer dan de helft van alle op dat moment actieve BRYO's. Uiteindelijk konden we 114 ondernemers tot 3 maal toe bevragen, wat een unieke dataset opleverde. De deelnemers aan ons vragenlijstonderzoek bestonden ongeveer voor 80% uit mannen en 20% vrouwen, de gemiddelde leeftijd lag net boven de 30 jaar en de meesten waren hoog geschoold: meer dan 70% had een diploma op Master-niveau waarvan een aanzienlijke grote groep zelfs een MBA- of Ph.D.-diploma kon voorleggen. Met meer dan een derde van de deelnemers was de ICT-sector met ruime voorsprong de sterkst vertegenwoordigde sector in ons onderzoek.

Een eerste bevinding was dat alle BRYO's gemiddeld hoog tot zeer hoog scoorden op passie voor ondernemen, en dit zowel voor de rol van de uitvinder, oprichter én ontwikkelaar. De groep van ondernemers die het hoogste scoorden waren wel duidelijk het meest ervaren in het ondernemen, investeerden het meeste tijd in hun onderneming en

maakten vaker deel uit van een team van ondernemers. Een ruime meerderheid van de BRYO's was reeds ver gevorderd in het ontwikkelen van een product of service. Op meetmoment 3 gaf bijna 50% van de deelnemers aan klaar te zijn voor de markt.

Analyses bevestigden ook het positief verband tussen ondernemerschapspassie en de vooruitgang die men als startende ondernemer maakt. Vooruitgang werd gemeten aan de hand van verschillende indicatoren waaronder gemaakte investeringen, marketing acties en zo meer. De resultaten tonen aan dat de intense positieve gevoelens die men ervaarde bij het ondernemen het belangrijkste zijn om vooruitgang te boeken. Voor de uitvinders en ontwikkelaars onder de ondernemers moet er tegelijkertijd ook een sterke identificatie met de rollen van uitvinder en ontwikkelaar zijn om progressie te maken. Voor de oprichters lijkt dit minder sterk te spelen.

Gezien deze resultaten, was het verrassend en enigszins verontrustend om te zien dat gedurende het jaar dat we deze BRYO's volgden er een duidelijke daling was in de intens positieve gevoelens die ze ervaarden t.a.v. het oprichten van een onderneming. Een daling zou immers kunnen betekenen dat men minder stappen onderneemt om ideeën concreet te maken en in de markt te zetten. We zochten naar mogelijke verklaringen voor deze daling bij de BRYO's zelf. Hiervoor werden bijkomend een dertigtal BRYO's geïnterviewd, wat leidde tot een verhelderend verhaal en een aantal praktische aanbevelingen voor. Een belangrijk aandachtspunt was de invloed die gepassioneerde rolmodellen kunnen hebben.

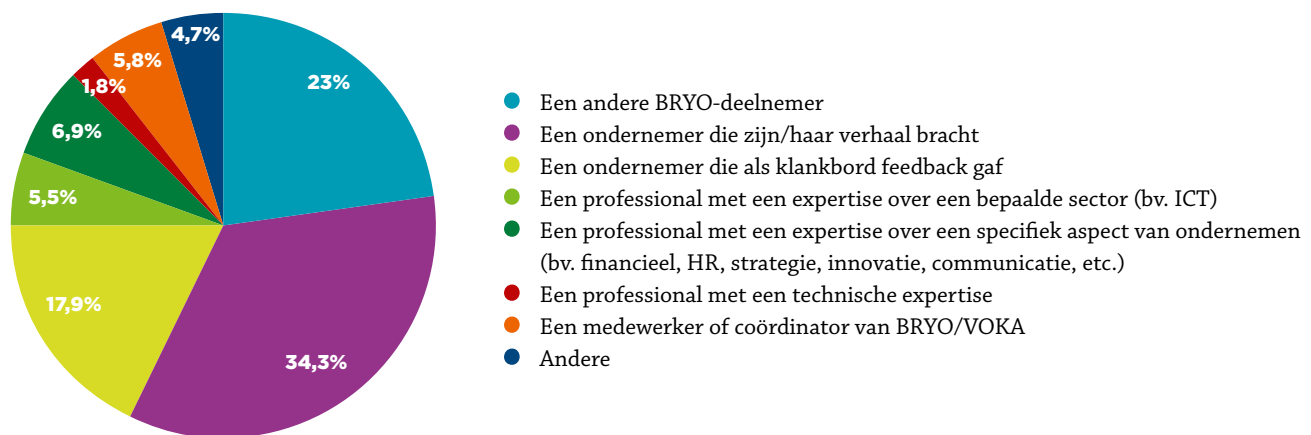
## Rolmodellen

“Waar ik een slecht gevoel bij krijg, zijn mensen bij wie alles goed is, die altijd supergoed bezig zijn en waar niets lijkt tegen te slaan. Ik vind dat raar.”

*Deelnemer BRYO, interview*

Veel ondernemers hebben rolmodellen, en ook ondernemersprogramma's doen vaak beroep op rolmodellen met de hoop dat 'de vonk' overslaat. Opvallend is echter dat bijna een kwart van de starters het meest geïnspireerd wordt door andere starters (zie figuur). Identificatie is dan ook heel belangrijk en verklaart waarom niet zomaar elk type ondernemer in aanmerking komt als rolmodel. Klinkende namen,

of sprekers die de grote succesverhalen brengen, kunnen de passie voor ondernemen zelfs doen dalen. Dit onderzoek leert ons ook dat als je passie voor het oprichten van een onderneming wil aanwakkeren, je beter rolmodellen engageert die zelf ook vooral gepassioneerd zijn door het oprichten. Rolmodellen die sterk gepassioneerd zijn door het uitvinden kunnen bij starters immers de passie voor het oprichten doen afnemen. Startende ondernemers voelen zich meer gesterkt door ondernemers die een herkenbaar verhaal brengen over het oprichten van een onderneming, door ondernemers die een verhaal van vallen en opstaan achter de rug hebben en daar realistisch en genuanceerd over vertellen.



Figuur: rolmodellen voor startende ondernemers

## Weet als ondernemer waar je passie voor ondernemen ligt

“Sommigen hebben wel een mooi idee, maar zijn niet het type mens om daar geld mee te verdienen.”

*Deelnemer BRYO, interview*

Als starter kan je ook zelf actie ondernemen om gepassioneerd te ondernemen. Het is belangrijk dat je als starter je sterktes uitspeelt. Een ondernemer met lumineuze ideeën, maar zonder de vaardigheden om een product op de markt te brengen is niet noodzakelijk veroordeeld tot mislukking. Ondernemers die zich bewust zijn van hun passie voor de uitvinders-, oprichters- of ontwikkelaarsrol hebben kunnen verschillende kanten uit.

1. Zo kan een uitvinder, die zich vooral toelegt op het bedenken van ideeën een team vormen met een ondernemer die gepassioneerd is door het oprichten van een onderneming. Door zo'n complementaire samenwerking wordt ook de identificatie met de eigen ondernemersrol en dus de passie ervoor versterkt.

2. Is een team vormen geen optie, weet dan dat passie voor de verschillende ondernemersrollen kan verschuiven over tijd, zo bleek ook uit de interviews die we voor deze studie deden. Bijvoorbeeld, het aan den lijve ondervinden van wat het betekent om effectief een onderneming op te richten kan verrassend positief ervaren worden, ook voor iemand die dacht dat zijn/haar passie uitsluitend in de rol van de uitvinder lag. Algemeen kunnen we stellen dat het belangrijk is om als ondernemer buiten je comfortzone te treden, zodat passie voor andere aspecten van ondernemerschap kan groeien. Programma's om ondernemerschap te stimuleren zijn dan ook best actiegericht in plaats van enkel een ideeëntank.

### Referentie:

*Alles wat u nog niet wist over passie bij ondernemers.*

Door Jacob Vermeire en Veroniek Collewaert (Flanders DC Kenniscentrum aan de Vlerick Business School), 2013.