

Boksring als leerarrangement

Werken aan geloof in eigen kunnen



TEKST EN
FOTOGRAFIE
jan nijman

Ik heb haar bij me, mijn hondje Lente,” zo reageert Tcacika op het YouTube-filmpje als ze sceptische vragen van de jury krijgt. Ze heeft het plan designkleding voor honden op de markt brengen, maar de jury lijkt niet onder de indruk: “Oh, is dat een hond?”

We bekijken dit filmpje als voorbereiding op ‘de boksring’ die vandaag, donderdag 25 februari plaats zal vinden. Het filmpje is een fragment van het kro-programma Dragons Den. In dat programma presenteren beginnende ondernemers

hun plannen aan een jury van potentiële investeerders. In de beste ideeën zullen ze ook echt investeren.

Catwalk

De vijf deelnemers aan de boksring zijn studenten van de Associate Degree opleiding die CAH Drontheim in samenwerking met AOC Oost in Lochem uitvoert. De AD-studenten hebben allen plannen om een veehouderijbedrijf over te nemen. Vanmiddag zullen ze hun plannen presenteren voor een panel. Parallel aan deze workshop, in een ander zaaltje, bereiden vier andere studenten zich voor op ‘Utopia’ (zie

kader). Ze gaan vanmiddag gesprekken aan met een vertegenwoordiger van een gemeente, en een vertegenwoordiger van een burgergroepering.

De boksringdeelnemers willen het vanmiddag beter doen dan Tcacika. Ze zijn, net als de jury op het filmpje, niet onder de indruk van haar presentatie. Ze grinniken als ze haar plannen horen. “Ze is niet erg zeker van zichzelf”, vinden ze. “Ze wordt direct afgeserveerd door de jury.” Het is geen goede presentatie, dat is duidelijk. Maar hoe doe je het dan wel goed? “Dit staat jullie vanmiddag ook te wachten”, zegt Ria Wilzing van het NAJK die de workshop leidt. De



Laat zien wat je wilt bereiken met je bedrijf. Overtuig investeerders, zorg dat ze iets in je plannen zien. Dat is de opdracht die ondernemers in de ‘boksring’ krijgen. Maar hoe overtuig je?

Ondernemen met toekomst

LNV wil de innovatiekracht van de sector versterken door ondernemerschap en innovatie te stimuleren. Daarom startten CLM Onderzoek en Advies en EIM onderzoeksbureau in 2007 in opdracht van LNV met het project ‘Ondernemen met toekomst’. Door persoonlijke kwaliteiten en vaardigheden te versterken willen ze werken aan ondernemerschap en innovatie. Dat kan door te werken in netwerken, gebruik te maken van tools en leerarrangementen. De aandacht is gericht op agrariërs die belangstelling hebben voor innovatie. Het gaat niet om de 5 procent innovatieve koplopers, maar de circa 25 procent volgers.

Na een analytische fase – welke competenties zijn nodig voor innovatief ondernemen – startte de projectgroep met een onderzoeksfase. Ze wilden weten in welke mate ondernemers die competenties bezitten. In vergelijking met MKB-ondernemers scoren agrarisch ondernemers laag op geloof in eigen kunnen, risicobereidheid, motivatie en doorzettingsvermogen en externe en sociale gerichtheid.

Mede geïnspireerd door eerder werk van ECS van Wageningen UR zijn vijf leerarrangementen ontwikkeld waarin ondernemers kunnen werken aan die zwakke competenties. Op verschillende plaatsen in het land organiseert de projectgroep arrangementen waaraan ondernemers kunnen deelnemen. Naast CLM Onderzoek en Advies zijn ook NAJK en Syntens verantwoordelijk voor de uitvoering. Ondernemers kunnen op vrijwillige basis deel nemen. Kandidaten zijn onder meer geworven via de vakpers, LTO, NAJK.

Op donderdag 25 februari vonden in Lochem twee arrangementen plaats: ‘de boksring’ en ‘utopia’. Deelnemers zijn jonge ondernemers, allen student aan de Associate Degree opleiding van CAH Dronten.

jongens realiseren zich dat het niet makkelijk zal zijn je plan goed en overtuigend te presenteren.

We bekijken een ander voorbeeld – ook op YouTube – van Eugène Jans die een musical met super models wil uitvoeren. Jort Kelder, de presentator, vraagt hem of hij de nieuwe Joop van den Ende is. “Nog niet, maar over een paar jaar misschien wel.” Hij laat een stukje catwalk zien. De jury is onder de indruk: “Ik ben met stomheid geslagen.”

Handen in je zakken

“Een impressie geven van wat je wilt, is een manier om investeerders

Arrangementen boksring en utopia

De boksring beoogt versterking van het geloof in eigen kunnen en de risicobereidheid. In dit arrangement presenteren ondernemers – geïnspireerd door het TV-programma Dragons' Den – hun innovatieve plannen. Doel is een panel met potentiële investeerders te overtuigen van dit plan.

In het arrangement Utopia gaat het om overtuigen, onderhandelen en communiceren. Ondernemers proberen individuele financiers of vertegenwoordigers van maatschappelijke partijen (bijvoorbeeld een ex-wethouder, buurtvereniging, milieuorganisatie) de gesprekspartner te winnen voor hun ondernemingsplan. Dit moet ertoe leiden dat deze persoon bereid is om medewerking te verlenen, zoals investeren, gezamenlijk een nieuw product op de markt brengen of een bedrijf oprichten, vergunningverlening of naamsbekendheid.



Overtuigen en onderhandelen. Als jonge ondernemer leer je in het arrangement 'Utopia' met vertegenwoordigers van maatschappelijke partijen samen te werken

te overtuigen”, zegt Wilzing. Ik vraag me af wat je daar mee moet als veehouder in een schoollokaal. Je kunt moeilijk je eigen varkens meenemen. Lijkt me niet makkelijk. Uitbreiding van een melkveestal is natuurlijk niet zo hip als een musical opzetten. De jonge ondernemers in het tv-programma vragen geld aan investeerders. In ruil daarvoor bieden ze aandelen, ze hebben wat te bieden. Maar wat heb je te bieden als varkenshouder die wil investeren in uitbreiding van het bedrijf?

“Moet je het daar straks ook over hebben, over wat je te bieden hebt?” vraagt Bart Jannink. Hij is 22 jaar en denkt er over een varkensbedrijf in Twente van zijn ooms over te nemen en te moderniseren. Een investering van 1,3 miljoen. Wat kan hij de jury bieden? “Ik kan zeggen dat ik in staat zal zijn de rente te betalen. Is dat het?” Wilzing legt uit dat hij de jury moet zien als investeerders. “Je vraagt hen wat. Je moet duidelijk maken wat je biedt, dat het een goede investering is. En je moet het zo geloofwaardig doen.”

Hoe doe je dat? Hoe maak je duidelijk wat je wilt. Hoe begin je je verhaal? Hoe maak je het aantrekkelijk? Alle oefeningen die Wilzing inzet, zijn bedoeld om de jongens te helpen bij de voorbereiding van hun presentatie. Ze maken een mindmap om hun plannen structuur te geven. Ze krijgen aanwijzingen - ‘niet met je handen in je zakken’, ‘ook niet met een pen in je handen spelen, dat leidt af’, ‘let op hoe je staat’ en ‘ga er niet bij zitten’. Dirk de Groot, docent aan de CAH, helpt de jongens met een structuur voor de opbouw: Begin met wie je bent. Vertel wat je situatie is, wat je wilt bereiken en hoe. Vertel hoeveel geld je wilt en wat je te bieden hebt.

Spanning

Om half een – wanneer iedereen zich voorbereid heeft op de presentatie – gaan we proefdraaien. Bart begint, hij vertelt wie hij is, wat hij wil. Hij volgt de indeling die De Groot heeft voorgesteld en krijgt commen-

taar: Begin eerder te vertellen wat je wilt. Aarzel niet te veel. Zorg voor een goed slot. ‘Dit was het wel zo’n beetje’, is geen slot. De anderen maken gebruik van de tips die Bart krijgt. De presentaties worden steeds beter. Maar soms gaat het even mis.

Frank Helmes, die een melkveebedrijf wil uitbreiden, valt na een paar zinnen stil. Hij weet niet meer wat hij moet zeggen. “Ik raak verstrikt in alles wat ik wil vertellen. Ik ben de draad kwijt.” Hij wil het nog een keer proberen, gaat er bij zitten, maar ook nu lukt het niet. Na de lunchpauze probeert hij het nog eens. Nu staand, want zitten mag niet. Het lijkt beter te gaan, maar toch raakt hij halverwege de draad weer kwijt.

Omdat Bert Groot Wesseldijk van de Rabobank, een van de panelleden binnenkomt, is er geen tijd meer voor nog een proefpresentatie. Als even later Erik Colenbrander redacteur bij Agrio uitgeverij binnenkomt, kan de Dragons' Den beginnen.

De setting is anders dan wat we 's ochtends op het YouTube-filmpje hebben gezien. Geen chesterfield banken en sfeervolle verlichting, maar een nieuw en wit lokaal met felle lampen. De grote lange tafels in het leslokaal bieden nauwelijks ruimte voor een jurytafel. In de hoek van het lokaal komt een kleine tafel, waarachter de ondernemers hun plannen staand kunnen presenteren. De beide juryleden zit op enige afstand. Wij zitten elders in het lokaal en volgen hoe het gaat. Als Frank zijn plan moet presenteren, zijn we allemaal een beetje gespannen. Zou het nu goed gaan?

Persoonlijke klik

Hij begint zijn presentatie nu heel wat zekerder: ‘Ik ben Frank Helmes en wil het bedrijf van 180 melkkoepen met 100 koeien uitbreiden naar 280.’ Helder en beknopt vertelt hij, zonder hapering wat hij wil, hoe hij dat wil bereiken. Hij eindigt er mee dat hij een gezond bedrijf wil opbouwen met scherpe resultaten,

een bedrijf dat klaar is voor de toekomst. Is het de druk van de jury die zorgt dat het nu wel goed gaat? vraag ik me af.

“Ik heb het verhaal helemaal herschreven”, vertelt een zichtbaar tevreden Frank me achteraf. Natuurlijk heeft de jury nog wel wat te vragen. Groot Wesseldijk wil weten wat Frank het mooiste vindt in het werk. Colenbrander vraagt of hij heeft nagedacht over het feit dat hij met een zwaardere procedure voor vergunningen te maken krijgt, omdat hij de grens van 200 koeien overschrijdt.

Terugkijkend op de presentatie vertelt Groot Wesseldijk dat hij het belangrijk vindt dat mensen iets vertellen van hun passie, wat hen beweegt. “Als financier wil je iemand ook iets gunnen. Daarom is een persoonlijke klik belangrijk.” Colenbrander raadt de jongens aan de jury voor te zijn. “Noem zelf mo-



gelijke dilemma's, iets waarover ik zou kunnen vallen.”

De presentaties zijn misschien niet zo flitsend als die van Eugène Jans, maar ze hebben niet de blunders gemaakt die Tcacika met de hondendesignkleding heeft gemaakt. Frank, Bart en de anderen vinden dat ze veel geleerd hebben:

presenteren en zelfvertrouwen. Ze geloven in hun plan. Op YouTube zie ik een paar dagen later dat de musical van Eugène Jans geflopt is. Je kunt ook te veel zelfvertrouwen hebben.

[Een goede presentatie begint met een gedegen voorbereiding. Robert Beernink en Bart Jannink maken een mindmap van hun ondernemingsplan. Workshopleider Ria Wilzing helpt](#)

Adverteren?

Het tijdschrift vakblad groen onderwijs is het enige blad dat zich speciaal richt op het groene onderwijs en agrarische belangenorganisaties. Het verschijnt 15 maal per jaar. Met vakblad groen onderwijs kunt u dus gericht deze doelgroep benaderen.

Voor inlichtingen over advertentiemogelijkheden, vraag naar: Pieter Boetzkes, Tormentilbeek 8, 5709 PK Helmond
Telefoon (0492) 55 69 03
Fax (0492) 55 69 04
E-mail pieter.boetzkes@silo.nl.

Verschijningstabel 2010

editie sluitingsdatum verschijning

05 06-04-2010 14-04-2010

06 20-04-2010 28-04-2010

07 11-05-2010 19-05-2010

08 01-06-2010 09-06-2010

09 22-06-2010 30-06-2010

10 24-08-2010 01-09-2010

11 21-09-2010 29-09-2010

12 12-10-2010 20-10-2010

13 02-11-2010 10-11-2010

14 23-11-2010 01-12-2010

15 07-12-2010 15-12-2010

S[i]LO