



POWERVROUWEN IN HET BOLLENVAK

‘Ik ben wat zij niet zijn’

den werd ze director of sales voor Zuid-Amerika bij Van den Bos.

MEEBEWEGEN

Tang van den Borg en Paessler vinden niet zozeer dat vrouwen dingen ‘beter’ doen, maar vooral ‘anders’. Gevraagd naar wat hen onderscheidt van mannen op verkoopposities in het bollenpak antwoordt Tang: “Ik ben alles wat zij niet zijn. Wat mij opvalt, is dat vrouwen goed luisteren en meebewegen. Op basis van onze intuïtie voelen we situaties aan. Vooral in de Aziatische cultuur, die formeel en hiërarchisch is, komt dat goed van pas. We zitten meer op de relatie, weten partijen bij elkaar te brengen en zijn tegelijkertijd resultaatgericht. Deze business gaat in essentie niet over ‘dirt and bulbs’, maar over mensen. En daar zijn vrouwen vaak goed in.”

In Zuid-Amerika ondervindt Paessler geen problemen in het zakendoen vanwege haar vrouw-zijn. “Integendeel, in Zuid-Amerika zitten veel vrouwen op directie- en managementposities. Om serieus genomen te worden, is je functie belangrijker dan je geslacht. In Nederland moet je jezelf als vrouw eerst bewijzen.” Over de grenzen heen hebben ze dat gevoel niet. Tang: “Toen ik met mijn mannelijke collega’s in China was, deed ik alle onderhandelingen, met prima resultaten.” Overigens valt hen op dat ook in Nederland steeds meer vrouwen op cruciale functies in bedrijven functioneren.

‘vooral in Nederland’, ervaart Beerepoot. “Een vrouw die verstand heeft van techniek, dat verwachten ze niet. Als klanten naar de zaak belten, naar een vertegenwoordiger vragen en mij aan de lijn krijgen, denken ze dat ze verkeerd zijn doorverbonden. Eenmaal in gesprek merken ze dat ik weet waarover ik praat, en dan draaien ze bij.”

Beerepoot doet graag zaken in Colombia. “Daar worden veel bedrijven gerund door vrouwen.” Wat haar opvalt, is dat het haar beter lukt om bij een nieuwe klant binnen te komen dan haar mannelijke collega’s. “Ik besteed veel aandacht aan het opbouwen van de relatie. Ik denk dat daar de kracht van vrouwen ligt.” Als vrouw heeft zij bovendien ‘een andere kijk op het proces’. “Ik kijk naar het totaalplaatje. Een klant wil een bosmachine, maar welke stappen volgen daarna in het proces? Wat is dan de beste oplossing? En vrouwen hebben oog voor details.”

EIGEN STIJL

Haar directeur Piet Stroet nam Beerepoot niet bewust aan ‘omdat zij een vrouw is’. “Ik heb Rowy aangenomen omdat zij de beste kandidaat voor de functie was. Daarbij pakt zij dingen snel op, ze herkent de rode draad in het verhaal en speelt daar goed op in. Dat zij beter of anders is dan mannen in de verkoop, kan ik niet zeggen. Ze hebben allemaal hun eigen stijl. Wel zie ik dat vooral in Nederland vrouwen op deze posities nog niet geaccepteerd zijn, daarin is een wereld te winnen. Als zij binnenkomt, staat ze direct met 2-0 achter vanwege de vooroordelen. In Scandinavische landen speelt dat bijvoorbeeld helemaal niet. Rowy levert kwaliteit en is toegewijd aan haar werk. Dat is voor mij het belangrijkste.”

Anna-Marie van der Drift heeft als mede-directeur en -eigenaar van Kébol bv veel met mannen te maken. “In menig overleg ben ik de enige vrouw.” Dat ervaart ze niet als een probleem, maar de verschillen ziet ze wel. “In veel van die overleggen wordt eindeloos gepraat voordat er een besluit wordt genomen. Ze ervaren mij vaak als ‘direct’ en ‘praktisch’, en dat klopt ook wel: als het doel duidelijk is, wil ik daar graag naartoe.” Van der Drift ervaart niet dat ze niet serieus wordt genomen. “Wat wel gebeurt, is dat mensen bij de eerste kennismaking aannemen dat ik de administratie doe. Is dat erg? Nee, daar stap ik overheen, ik neem niet eens de moeite om het uit te leggen. Ze komen er vanzelf wel achter dat het anders zit.”

Tricia Tang van der Borg (r) en Veronika Paessler: ‘Wij doen het niet beter, wel anders’

Het bollenpak bestaat grotendeels uit mannen, zonder wetenschappelijk onderzoek is dat al zichtbaar. Toch spelen vrouwen een belangrijke rol, op cruciale plekken in het vak, in de sales en op directieniveau. Hoe ervaren zij deze mannenbusiness? En in hoeverre is het een bewuste keuze voor ondernemingen om met vrouwen te werken? Een verhaal over verbinden, sfeer en succes.

Tekst: Monique Ooms
Fotografie: René Faas

Hij schreef erover in zijn column in BloembollenVisie, maar had daarvoor de daad al bij het woord gevoegd. Hans Kleijwegt, directeur van Artemis Nurseries en Van den Bos, heeft de verkoopdirectie binnen Van den Bos uitgebreid met twee vrouwen: Tricia Tang van der Borg en Veronika

Paessler. “In het bollenpak heerst een macho-cultuur”, vindt Kleijwegt. “Mannen denken op een voorspelbare manier en zijn competitief. Vrouwen zoeken juist verbinding, benaderen de business op een vriendelijke manier. Er is minder strijd en toch zijn ze gefocust op het doel. Vrouwen kunnen goed samenwerken en sfeer creëren. Dat heeft een positief effect, ook op de mannen waarmee ze samenwerken. Dus toen ik ons verkoopteam wilde uitbreiden,

koos ik bewust voor vrouwen.”

Er is nog wel het nodige te overwinnen, erkent hij. “In sommige culturen kost het een vrouw meer tijd om serieus genomen te worden. Dat is vooral in Nederland zo. Maar, deze vrouwen laten zich daardoor niet uit het veld slaan. Ze staan voor wie ze zijn en wat ze doen. Dat vind ik heel krachtig.”

SPOREN VERDIEND

Kleijwegt heeft dan ook niet de eerste de beste vrouwen zijn bedrijf ingehaald. Zo had Tricia Tang van den Borg – volgens eigen zeggen ‘made in Taiwan’ en opgegroeid in de VS – haar sporen in de sierteeltbusiness al verdiend voordat ze bij Van den Bos kwam. Van hulp in een bloemenzaak ontwikkelde ze zich in korte tijd tot manager. Ze werkte in de bloemdesignwereld voor onder andere de filmindustrie en was de eerste vrouwelijke general manager bij groothandelaar Mayesh, waar ze vanuit de vestiging in Miami de e-commerce ontwikkelde. Via haar Nederlandse partner Henri van der

Borg, ook actief in het sierteeltvak, ontmoette ze Kleijwegt. Lang verhaal kort: nu is ze director of sales voor de regio Azië, en verantwoordelijk voor customer service en marketing bij Van den Bos.

De van oorsprong Duitse Veronika Paessler studeerde op haar 21^e af in economie en trok daarna de wereld in. Ze viel als een blok voor Zuid-Amerika en besloot daar een tijdje te blijven, ook al sprak ze aanvankelijk geen woord Spaans. Ze begon een business in leerproducten en startte haar eigen veehouderijbedrijf. Het naburige bedrijf was in handen van Joop van Veen, inmiddels overleden, maar jarenlang toonaangevend in de lelies, toen nog met Kwekerij De Plas. “Joop vroeg of ik voor zijn bedrijf de logistiek wilde doen. Ik werd direct gegrepen door het bollenpak: de bloemen, de dynamiek van de export, het uitdagende klantenbestand.” Ze kwam zo’n tien jaar geleden naar Nederland om voor Van den Bos en Artemis Nurseries te gaan werken. Anderhalf jaar gele-

STAGE

Een mooi voorbeeld daarvan is Rowy Beerepoot die met haar 23 jaar succesvol accountmanager is bij Potveer bv dat machines ontwikkelt voor de sierteeltsector. Beerepoot verdiende in haar tienerjaren haar zakgeld in het bollenpak. Toen ze voor haar studie technische bedrijfskunde een stageplek zocht, besloot ze bollenbedrijven door te lichten. Dat deed ze onder andere bij Potveer. In haar derde studiejaar mocht ze voor Potveer op stage naar Colombia waar ze een kwekersgroep hielp hun productieproces te optimaliseren. Haar afstudeerstage deed ze bij een boekettenbedrijf in Miami. Inmiddels werkt ze bijna twee jaar als accountmanager voor Potveer in Avenhorn en reist ze regelmatig naar Colombia, Duitsland en binnen de Benelux om klanten te bezoeken, te adviseren en producten te verkopen.

“Ik loop wel tegen dingen aan, moet mezelf steeds opnieuw bewijzen. Dat vind ik niet erg, ik zie het als een uitdaging.” Overigens is dat