

Bijeenkomst OndernemersLift 'Bijzonder Ondernemerschap 2.0'

Bossche Jos 'product' Nima-Z: marketing Zonder benul

Bijzonder Ondernemerschap 2.0. Het thema van de bijeenkomst die OndernemersLift dinsdag 25 november organiseerde bij Avans Hogeschool in 's-Hertogenbosch. Bijna honderd (startende) ondernemers luisterden geboeid naar de verhalen van drie inspirerende collega-ondernemers. Met name het verhaal van Bosschenaar Jos Baijens, van huis uit interieurarchitect, maar inmiddels ook productontwerper, sprak tot de verbeelding. De manier waarop hij zijn merk JOS in de markt heeft gezet, is opvallend. Zijn methode, Nima-Z; marketing Zonder benul!

JOS is naar eigen zeggen misschien wel het leukste, gekste, exclusiefste, origineelste en kleinste merk van Nederland. Van bril ('framed by JOS') tot tas ('bagged by JOS') en van geur ('JOS airlines') tot horloge ('JOS tym diezyn'). Elk jaar ontwerpt Jos Baijens, Bossche Jos, nieuwe producten die in een gelimiteerde oplage worden vervaardigd. Om aan te geven dat Baijens een blijvertje is, qua brillen is hij inmiddels toe aan zijn zevende collectie en zijn monturen zijn te koop bij zo'n honderdvijftig zelfstandige opticiens in Nederland. Zijn image? "Ik ben mijn image", stelt hij. 'Een man een man; een Jos een Jos' om er maar eens een tegeltjeswijsheid tegenaan te gooien. "Ik kan kletsen en schetsen en dat heeft me gebracht waar ik nu ben", aldus Baijens die nog altijd enkele optiekinterieurs per jaar ontwerpt, zijn oorspronkelijke corebusiness. "Ik kan mezelf nauwelijks organiseren, laat staan anderen. Daarom doe ik alles zelf", vertelt Baijens verder. "Dit betekent wel dat ik niet meer voor iedereen kan werken. Dat laat de tijd namelijk niet toe. Vijf tot zes interieurs per jaar is dus echt het maximaal haalbare."

Marathon365

Voor Jos Baijens vertelden twee andere ondernemers hun verhaal: Richard Bottram en Arjen

Hemelaar. Bottram vertelt over zijn project Marathon365 - run against cancer. De Udenaar startte op 30 juli 2006 met het streefdoel om dagelijks een marathon te lopen in 365 aaneengesloten dagen. Door onder meer een aanrijding in Italië en een hondenbeet in Twente is dit niet helemaal gelukt. Enkele marathons heeft Bottram op de fiets afgelegd en een aantal marathons hebben andere lopers noodgedwongen in zijn plaats volbracht. Het marathonproject is echter zonder meer geslaagd, Bottram hierover: "Het was geen recordpoging, maar een initiatief om meer bewustwording te creëren betreffende de ziekte kanker." De ziekte waaraan zijn vrouw Elise op 37-jarige leeftijd overleed. Bottrams verhaal toont aan dat je heel veel kunt, op eigen kracht. Zijn geheim? "De weg om je doel te bereiken, altijd opknippen in kleine stukjes. Voor mij één marathon per dag."

Arjen Hemelaar, de man achter iKi bier, een bovengistend bier op basis van groene thee, sloot zich aan bij deze laatste filosofie. "Het bereiken van een doel, begint met visualisatie", stelt hij. "Je hebt een droom en hier werk je stapje-voor-stapje naartoe. Mijn droom? Dat iKi bier groot wordt in Japan." iKi is inmiddels verkrijgbaar bij onder meer AlbertHeijn, in een honderdtal kroegen in Spanje, op het vlieg-



Arjen Hemelaar



Jos Baijens



Richard Bottram



veld van Milaan en op het Rode Plein. Stapje-voor-stapje richting Japan is het devies van Hemelaar.

OndernemersLift

Dat de regio Noordoost-Brabant over veel economische potentie beschikt, bewijzen de verhalen van deze drie ondernemers. Mensen met ondernemersdrift, creatieve en vernieuwende ideeën. Als netwerk van Overheid, Ondernemers en Onderwijs ondersteunt, faciliteert en stimuleert OndernemersLift groei en innovatie voor ondernemers binnen het mkb. Dit onder meer door het organiseren van bijeenkomsten als deze. Voor meer informatie: www.ondernemerslift.nl.

Tekst: Sandra Kagie Fotografie: Sam Walravens