

Trendy Spaanse jurken en pumps voor kids. Dat heeft volgens de jury van de Haarlemse Start een bloeiende toekomst en Oléé for kids mocht zich dan ook winnaar noemen van de tweede voorronde van de starterswedstrijd. Een cheque van 500 euro is voor hen de opmaat naar de finale. Plaats van handeling was deze keer poptempel Het Patronaat.

## Haarlemse Start 2e ronde

# ROOD MET WITTE STIPPEN MET STIP OP ÉÉN



**A**ardewerk waar je vrolijk van wordt. Dat is de kern van de activiteiten van Joyce van Ombergen van Joy-Ce (Ceramics). Vanuit een WAO-situatie startte zij wilskrachtig met workshops servies beschilderen voor kinderen, huwelijksgeschenken en gedenkattenties. Ook voor bedrijven zijn er workshops en zo is er ook al een opdracht geplaatst voor een eigen aardewerkontwerp voor een restaurant. Haar inspiratie haalt zij onder meer uit reizen naar Mexico, Azië en Australië. Voor de voormalige ICT-medewerkster een logische zaak om een website op te zetten en snel daarna werd het te druk in het huiskamer atelier. Ze vond een prachtlocatie in het centrum van Haarlem boven Eliza's Table, waarmee een vruchtbaar samenwerkingsverband werd aangegaan.

### Waar wil je staan over vijf jaar?

Een korte, maar prima presentatie en het woord was aan de jury. Die had zich tevoren uitvoerig verdiept in het businessplan en had zodoende een paar stevige vragen in petto. Een leuk product, maar hoe zit het met de cijfers? De site is goed, maar ga je nog betaald adverteren? Zijn de doelgroepen niet te breed? Joyce had haar weerwoord paraat. Het begint nu pas goed op gang te komen na een tijd thuis gezeten te hebben. En wat de doelgroepen betreft: diversiteit heeft haar voorkeur. Uiteraard was daar de onvermijdelijke vraag: waar wil je staan over vijf jaar? Gaat het om persoonlijke groei of financiële groei? Tot slot mocht ze nog uit de doeken doen waar nu precies haar onderscheidende kracht lag. "Het atelier in de binnenstad, de persoonlijke aandacht en de inspirerende omgeving, zijn voor haar de pijlers van het bedrijf.

### Duizenden opzegtermijnen

Een totaal ander bedrijf was James4you.nl, de onderneming van vader en zoon Albeda Jelgersma. En inmiddels snel groeiend en zeer succesvol internet-concept dat zich richt op het in de gaten houden van de termijnen, sociale verplichtingen en dat tegenoffertes kan uitbrengen. De presentatie was weliswaar goed voorbereid, maar niet kernachtig. Maar niet gewanhoopt, geïnteresseerden kunnen kijken op de site. Aanleiding voor de start van het be-



Joyce van Ombergen

drijf was dat 45% van de consumenten denkt er binnenkort financieel op achteruit te gaan en 40% in de problemen komt. Reclame-uitingen leggen intussen meer druk op de consument die er echter steeds minder moeite voor wil doen. James4you.nl biedt daarvoor hulp en houdt duizenden opzegtermijnen, producten en diensten in de gaten. Voor ondernemers bewijst het bedrijf diensten op het gebied van abonnementen, polissen, vergaderingen en afspraken. Paradepaardje vormen rapporten voor marketingprofessionals. Eind dit jaar verwacht James4you dat ca 125.000 gebruikers van de dienst gebruik maken.

Heel erg veel informatie in de presentatie. Dat vond ook de jury en die oordeelde later dat het iets teveel van het goede was. Inhoudelijk werden de initiatiefnemers lof toegedicht. Het onder-

### De ruststand

Op **maandag 25 september** volgt de derde en laatste voorronde van de Haarlemse Start. De winnaar van elke voorronde gaat automatisch door naar de finale op **maandag 11 december**. Bovendien kiest de wild card commissie onder leiding van Kennemerland Business uitgever Rob Wieleman uit de andere zes wedstrijddeelnemers ook nog een vierde finalist. Info en aanmeldingen: [www.haarlemsestart.nl](http://www.haarlemsestart.nl).



Zoon van vader en zoon Albeda Jelgersma

nemersplan ziet er goed uit. Er waren voornamelijk wat kritische noten ten aanzien van de privacy en onafhankelijkheid. De Albeda Jelgersma's verzekerden in elk geval hun onafhankelijke en integere positie. Interessant was de vraag of zij zich als een Haarlems bedrijf zagen, maar de ambities blijken veel verder te reiken. Inmiddels zijn er ook agentschappen aangegaan in het buitenland.

### Marketing-P's

Een collectie rood met witte stippenjurken en bijpassende pumps vormde het

aantrekkelijke decor van de laatste presentatie, die van Olée for kids. Martien van Loo (een dame), werkzaam bij Good Cooking, en importeur Mireilla Pons troffen elkaar in het idee dat stoffen met Spaanse invloed kans van slagen had: traditionele stoffen op een trendy manier in de markt zetten voor kinderen, met eigen ontwerp en eigen productie. Jurkjes, schoenen en sieraden vormen een gezamenlijke collectie die jaarlijks wordt vernieuwd. Martien van Loo: "De reacties bij de introductie waren heel positief. De collectie werd rap

verkocht. Ook op buitenlandse beurzen sprak het zeer aan." Olée for kids richt zich op cadeauwinkels, warenhuizen, woon- en kindere winkels. In het buitenland wordt samengewerkt met distributeurs. Terwijl ze de marketing-P's affiepen gaven de beide ondernemers aan waarde te hechten aan een goede verpakking en uit te gaan van wat de consument bereid is te betalen. Voorts is er veel aandacht voor persbenadering. Ook hierbij blijkt sprake van een succesvol product. Zozeer dat er sprake is van een negatieve cashflow, zodat op zoek moet worden gegaan naar gespreide levering.

De jury genoot zichtbaar van de presentatie, maar maakte zijn kritische rol weer waar. Al eens gedacht aan productie in China? Maar dat was buiten de tussenpersoon gerekend die er niet op zit te wachten dat er rechtstreeks met de fabriek wordt gepraat. En hoe zit het met de tijdsbesteding, als je al een eigen bedrijf hebt? Dat blijkt echter mee te vallen, zeker als je al in het zelfde vakgebied zit. Hoewel de vraag werd gesteld of het niet te vroeg was om je nu ook al met buitenlandse distributie te bezig te houden, trok de jury wel de vergelijking met Olily dat in korte tijd wereldfaam veroverde. Martien van Loo: "Dat je je product overall in winkels ziet hangen, dat is fantastisch!"

tekst: ERIC CITROEN  
 fotografie: KVK AMSTERDAM ■

### Poptempel Patronaat

Het was krap maar sfeervol in het cafézaaltje van het Patronaat. Directeur Antoinette van Zalingen vertelde over de metamorfose die het gebouw heeft ondergaan. De buurthuisfunctie heeft zich ontwikkeld tot popconcertpodium dat zich mag meten met de Melkweg en Paradiso in Amsterdam. Spinvis, De Dijk, de Vliegende Panters, klinkende namen die er hun opwachting maakten. Het Patronaat heeft zalen voor 950, 250 en 75 man. Er zijn 200 medewerkers aan verbonden waarvan 100 vrijwilligers. Interessante locatie voor tal van bedrijfsevenementen, maar let wel: niet rekenen op pluche stoelen. Zingen en swingen!



Trendy Spaanse jurken en pumps voor kids van Martien van Loo.