Het laatste nieuws over zaken die ondernemers raken.
Tip en ideeën? Mail naar **ondernemen@dft.nl**

Gabi Ouwerkerk

'Vastgoed opschudden met mensen van buiten'

Wie bij vastgoedtechbedrijf Healthy Workers solliciteert, hoeft geen jarenlange ervaring in de sector mee te brengen. Sterker nog: een frisse blik van buiten is volgens mede-eigenaar Jonatan Roose juist hard nodig om een vastgeroeste markt in beweging te krijgen.

Healthy Workers levert software en diensten die het binnenklimaat en energieverbruik in gebouwen verbeteren. „Over het binnenklimaat zijn veel klachten", aldus Roose. „Maar er verandert weinig, omdat iedereen met dezelfde oplossingen blijft komen."

Toen het bedrijf software wilde bouwen die in verschillende gebouwen toepasbaar is, kreeg het vanuit de sector te horen dat dit niet mogelijk was, omdat elk gebouw anders is. „Om de gebouweigenaar te overtuigen, moet je het niet alleen technisch uitleggen, maar ook vertalen naar wat het betekent voor comfort, klachten en uiteindelijk rendement", aldus Roose.

RAKE raad

Als voorbeeld noemt hij de vervanging van een luchtbehandelingskast, die zorgt voor ventilatie in een gebouw. Een installateur kan goed uitleggen waarom zo'n installatie vervangen moet worden, maar die technische uitleg landt volgens Roose niet altijd bij vastgoedeigenaren die vaak „meer bankiers dan vastgoedmannen zijn."

Healthy Workers zet daarom projectmanagers in die de vertaalslag kunnen maken. „Veel van onze mensen komen uit de horeca, die hebben een paar belangrijke dingen geleerd. Klant-gefocust, hard werken, altijd zelf nadenken voordat je hulp nodig hebt."

Nieuwe medewerkers krijgen wel een intensief inwerktraject waarin ze de basis van vastgoed en techniek leren. Maar ze hoeven uitdrukkelijk niet alles te weten. „Je mag eerlijk tegen je klant zeggen: dit weet ik niet, maar ik zoek het wel voor je uit."

Die aanpak draagt volgens Roose bij aan de groei van het bedrijf, dat de afgelopen vier jaar jaarlijks met 100 procent groeide en inmiddels dertig medewerkers telt.

Gabi Ouwerkerk

Dit is een verhaal uit de rubriek ***'Rake Raad'***, waarin ondernemers hun best gegeven advies delen. Ook een goed advies gekregen, dat je wilt delen? Mail je verhaal met naam en telefoonnummer naar: ondernemen@dft.nl

VAN LOSSE MEUBELS NAAR TOTAALINTERIEUR

'Klant geen nummer hier'

Bij meubelmakerij De Stoof worden al bijna 45 jaar meubels gemaakt voor particulieren. Lotte (38) en Wouter (37) Tielemans namen het bedrijf in 2022 over van hun ouders Frans en Mieke.

door **Sophie Zimmerman**

Lotte en Wouter Tielemans namen in 2022 de meubelmakerij over van hun ouders Mieke en Frans.
FOTO'S THIJS ROOIMANS

de GENERATIEWISSEL

Wat in 1982 begon als een eenmanstimmerbedrijf van Frans, groeide uit tot een onderneming die complete interieurs verzorgt. Mieke sloot zich al snel aan en opende een showroom.

„Ik denk dat er in de kern niet veel veranderd is", zegt Lotte. „Klanten zijn bij ons nog steeds namen en geen nummers. Mensen zijn gewend om alles online te bestellen, maar dat kan bij ons niet. We hebben altijd persoonlijk contact om alle wensen te bespreken."

Het opbouwen van een persoonlijke band met klanten keken Wouter en Lotte van hun ouders af. „Door die werkwijze onderscheiden we ons van de concurrentie." Lachend: „We horen regelmatig van klanten dat ze het jammer vinden dat de meubels klaar zijn, omdat ze het zo'n fijn proces vonden."

Moeder Mieke (65) ziet met plezier dat de kinderen van oude klanten nu klant worden bij haar eigen kinderen: „Klanttevredenheid is cruciaal. We zijn grotendeels afhankelijk van mond-tot-mondreclame." Al is dat wel veranderd ten opzichte van vroeger: „Sociale media vormen tegenwoordig ook goede reclame", stelt ze. „Het is als ondernemer ook heel leuk dat je nu kunt lezen wat mensen van je producten vinden."

Die sociale media zijn een voorbeeld van zaken die anders gaan sinds er een nieuwe generatie aan boord is, „maar we hebben niet alles omgegooid toen we het overnamen", stelt Lotte.

Frans en Wouter Tielemans aan het werk in de meubelmakerij.

Maatwerk

Toch is er wel veel veranderd sinds zijn vader als zelfstandige meubelmaker begon, benadrukt Wouter. „Mijn vader maakte echt vooral losse meubels, maar tegenwoordig willen veel mensen het grotere maatwerk, zoals wandkasten en kasten *en suite*. Ik ben veel onderweg naar klanten om in te meten; dat deed mijn vader vroeger bijna nooit."

'Online bestellen, dat kan bij ons niet'

„Wij werken veel met massief hout", zegt Mieke. „Frans maakte dressoirs, tv-meubels en tafels. Tegenwoordig wordt er vooral spaanplaat gebruikt en bouwen de kinderen en hun team hele keukens in." Ze vindt die ontwikkeling logisch: „Ze kijken goed om zich heen en bewegen mee met de tijd."

Klanten willen tegenwoordig niet alleen een meubel, maar advies over hun hele interieur, vult Lotte aan. „Ze komen voor het totaalplaatje. Bij een op maat gemaakte tafel willen ze ook passende stoelen en een lamp." In de showroom verkoopt de familie daarom ook meubels, lampen en tapijten van andere merken.

Hoewel Wouter voorheen ook werkte als meubelmaker, is hij nog weinig in de werkplaats te vinden sinds hij en zijn zus de zaak overnamen. „Ik leid de meubelmakerij nu vooral vanachter mijn bureau", lacht hij. „En ik ga nog vaak naar klanten toe om in te meten." Lotte regelt 'eigenlijk alles daarnaast', vertelt ze. „Van de agenda, tot de showroom en het personeel."

Familiebedrijf

Die rolverdeling is vanzelf zo ontstaan, vertelt Lotte. „Ik weet echt weinig van meubels maken", lacht ze. „Maar ik heb 13 jaar in de hotellerie gewerkt en de kennis die ik daar heb opgedaan, kan ik goed gebruiken in mijn contact met onze klanten en medewerkers."

Moeder Mieke ziet dat haar kinderen op hun plek zijn in de zaak. „Het was nooit ons plan om de zaak over te dragen aan onze kinderen. We hebben echt keihard gewerkt altijd, dus toen Wouter stopte met zijn opleiding en zei dat hij bij ons wilde werken, schrokken we wel even. Maar het bleek al snel de juiste stap te zijn." En toen Lotte de familiezaak kwam ondersteunen tijdens de coronaperiode en besloot te blijven, viel alles samen. „Het klikt. En dat maakt ons als ouders natuurlijk heel trots."

VRAAG & ANTWOORD

Wat zijn de innovatiefste sectoren?

Als ondernemer probeer ik vooruit te kijken. Welke sectoren zijn het meest innovatief en waar liggen de grootste kansen?

Als je iemand twee jaar geleden had gevraagd welke sectoren het meest innovatief waren, was het antwoord waarschijnlijk weinig verrassend geweest: tech, fintech en misschien klimaat. En ja, die sectoren doen het nog steeds goed.

Maar de lijst van 2026 is veel verrassender. De grootste verrassing is defensietechnologie. Wereldwijd haalden defensie-gerelateerde start-ups in 2025 bijna 50 miljard dollar op. Dat is geen niche meer, maar een industrie die hard op stoom komt.

Robotica groeit minstens zo snel. De financiering steeg vorig jaar met 70 procent. Niet voor de vriendelijke, wat stuntelige robots van vroeger, maar voor fysieke AI-systemen die fabrieken, logistiek en zorg veranderen.

In de gezondheidszorg gebeurt net zo iets. Die sector investeerde in 2025 meer dan 2 miljard dollar in verticale AI-toepassingen. Denk aan gepersonaliseerde medicijnen, vroegdiagnostiek en biotech. De combinatie van data en biologie zorgt dat producten sneller ontstaan.

Wat zegt dit over ondernemen? Vooral dat de interessantste kansen niet altijd liggen waar iedereen al naar kijkt. De zogenaamd saaie sectoren – zorg, logistiek, industrie – veranderen ineens in de spannendste plekken voor innovatie, omdat de technologie eindelijk goed genoeg is om er écht iets te veranderen.

De ondernemers die daar al jaren zitten, hebben nu een voorsprong die ze misschien zelf nog maar half beseffen. Zij kennen de problemen en de processen. Die ervaring verandert nu in een duidelijke voorsprong.

Jamy Goewie is partner bij Shaping Impact Group. Ook een vraag? Mail naar: ondernemen@dft.nl.