

Moeder uit Zeist ontdekt ondernemerschap

“Veel, zo niet alles, draait om promotie”

Een rapport voor mama en papa, ingevuld door de kinderen. Moeder Heidi von Weiler kwam jaren terug op het idee, maar sinds begin vorig jaar is het echt ‘serious business’. “Het begon met een bescheiden idee, nu is het één groot avontuur.” ■ tekst Mart Rienstra ■ fotografie Michel Mees



Heidi von Weiler: “Vooralsnog kost mijn bedrijf meer dan het oplevert, maar het break-even punt komt in zicht.”

“Ik had behoefte aan feedback over mijn moederschap”, vertelt de 39-jarige Heidi von Weiler. “Als fulltime moeder met kleine kinderen twijfel je – zoals elke ouder – of je het wel goed doet. Er zomaar bij je kinderen om vragen, levert niet altijd de meest waardevolle input op. Dus verpakte ik het in de vorm van een rapport, met cijfers en opmerkingen. Dat werkte uitstekend.” Blij met haar concept, sloeg ze het aanvankelijk op in haar map met andere ideeën voor een

betere communicatie tussen ouders en kinderen. “Dat dit onderwerp mijn passie is, heeft ook te maken met de gewijzigde relatie tussen ouder en kind. In vergelijking tot vroeger, werken ouders nu veel meer. Kinderen op hun beurt vinden eerder hun eigen weg en zijn op hun eigen kamer actief met computers. Het natuurlijke gezinscontact van vroeger is veranderd, terwijl de behoefte aan een waardevolle en bewuste relatie tussen ouders en kinderen juist sterk is gegroeid.” Om vooral kinderen een stem hierin te geven, bracht Von Weiler het idee met rapporten voor mama, papa, maar ook voor opa en oma, begin vorig jaar tot uitvoer. “Daarbij heb ik bestaande schoolrapporten vertaald naar de gezinssituatie en dit verder creatief uitgewerkt met opmerkingen, tekeningen, et cetera.”

De remmen gaan los

Inmiddels zijn van deze speels opgemaakte documenten zo’n tienduizend exemplaren verkocht. Vooral via boeken- en cadeauwinkels en via haar eigen website. “Veel, zo niet alles, draait om promotie. Slaag

je erin je product voor het voetlicht te brengen, dan zie je meteen een stijging in de verkoop.” Daarom tuitert Von Weiler veel en is ze erg actief op andere sociale netwerken. “Het is gratis, maar het kost wel tijd.” Tijd waar ze als fulltime moeder niet altijd over beschikt. “Ik doe alles tussen de boodschappen, het strijken en de zorg voor de kinderen door. Niet ideaal, maar ik zou niet anders willen: onze kinderen gaan voor!” Toch is tijd in toenemende mate een knellende factor, want het rapport-concept staat ook nog eens op het punt van doorbreken op televisie. Samen met vriendin Sandra Hilster schreef Von Weiler namelijk een format, waarbij kinderen hun ouders – die in een klas zitten – een rapportcijfer geven. Het format is inmiddels door Endemol omgezet in een pilot-aflevering. Binnenkort horen we of de omroep interesse hebben in deze productie. Als het verkocht wordt, gaan de remmen echt los.”

Typisch Amerikaans

De remmen gaan sowieso deze zomer los, want de Zeister onderneemster

brengt dan een bezoek aan New York. Niet zonder reden. Ze staat daar op een grote cadeaubeur. “Veel mensen gaven mij het afgelopen jaar de suggestie de rapporten, aangepast en wel, ook te verkopen in de VS. Vooral omdat prestatie en cijfers zo typisch Amerikaans zijn. Ik heb dat toen laten onderzoeken en inderdaad, ze zijn daar erg enthousiast.” Zodanig zelfs dat Heidewietska inmiddels verkooppunten heeft in de VS. “De eerste ‘Report Cards’ lagen daar in december onder de kerstboom”, klinkt het trots. Zonder hulp van de Kamer van Koophandel was dit alles nagenoeg onmogelijk geweest, weet Von Weiler. “Ik heb gebruik kunnen maken van Prepare2Start, een subsidieregeling voor startende exportbedrijven. Naast veel ondersteuning vanuit de KvK over onder meer specifieke leverings- en betalingsvoorwaarden in de VS, krijg ik via Prepare2Start vijftig procent van de kosten vergoed die ik maak voor onder andere huur, transport en opbouw om mijn producten op deze buitenlandse beurzen te presenteren.” Deze financiële meevaller kan de enthousiaste onderneemster goed gebruiken;

“Ik onderzoek nu de mogelijkheden voor een agentschap in de VS”

vooral nog kost haar bedrijf meer dan het oplevert. “Maar het break-even punt komt in zicht, zeker als de rapporten in Amerika een succes worden.” Om dit te realiseren, gaat ze niet over één nacht ijs. “Ik onderzoek nu de mogelijkheden voor een internationale webshop en voor een agentschap in de VS. Tegelijkertijd denk ik na over hoe ik ook elders in de wereld mijn producten aan de man kan brengen.” Weer een andere kans ziet ze in de Meaningful Profit Award; een initiatief van onder andere de Telegraaf, dat zinvol ondernemerschap stimuleert. “Mijn bedrijf staat daar hoog genoteerd, misschien win ik deze prijs wel.”

Elke dag een nieuwe verrassing

Von Weiler praat over haar ondernemerschap als één groot avontuur. Het overkomt haar allemaal, lijkt het. “Elke dag brengt

een nieuwe verrassing”, zegt ze bijna verontschuldigend. Natuurlijk had ze een ondernemingsplan en duidelijke ideeën over de aanpak en de werkwijze. “Ik zou de rapporten uitsluitend in Nederland gaan verkopen, via mijn website, vanuit huis. De praktijk is anders, maar vooral leuker.” Wat ze heeft geleerd, is dat je flexibel moet zijn en open moet staan voor ideeën van anderen, die beter kunnen zijn. Ook weet ze nu dat ze niet alles zelf moet doen. “Een netwerk van mensen om mij heen, die adviseren, ondersteunen en vooral eerlijk tegen mij zijn, is essentieel.” Waar Heidewietska over vijf jaar staat? “Ik heb geen vastomlijnde ideeën, anders dan producten op de markt brengen die het contact tussen ouders en kinderen stimuleren. Dat blijf ik dus de komende jaren doen. Als ik met mijn bescheiden bijdrage hierin slaag, ben ik pas echt tevreden!” ■

Bedrijf Heidewietska
Eigenaar Heidi von Weiler-Verburg (39)
Vestigingsplaats Zeist
Opgericht 12 maart 2009
Aantal medewerkers 1
Website www.heidewietska.nl
Droom van Heidewietska een wereldberoemd merk maken, dat staat voor allerlei producten die op een originele, positieve manier de persoonlijke communicatie bevorderen tussen kind en volwassene.