

Networking 2.0 kan toch nog altijd in De Warande

De Warande, de Vlaamse zakenclub in hartje Brussel, heropent zijn deuren na maandenlange renovaties. Maar hoe relevant zijn de klassieke netwerksalons nog voor jonge ondernemers?

EMMANUEL VANBRUSSEL

De dertiger Pieterjan Bouten wordt regelmatig gepolst om lid te worden van een businessclub. Hij is een van de jonge ondernemers achter de Gentse IT-beloften Showpad en In The Pocket. ‘Maar ik heb er geen tijd voor’, zegt hij. ‘Onze bedrijven mikken internationaal en daarom reis ik veel, naar New York of San Francisco. Een samenkomst op een vast tijdstip in de week of maand, dat lukt me niet. Ik kan me voorstellen dat een businessclub interessant is voor zelfstandigen of ondernemers uit traditionele industrieën, maar voor ons niet.’

Bouten heeft een eigen strategie bedacht om te netwerken. ‘De beste manier is zelf als spreker uitgenodigd te worden, op technologiecongressen of andere ad-hocevents. Dat geeft je de grootste visibiliteit naar mogelijke klanten en zakenpartners. Zo spreek ik over enkele weken op een jongerenmeeting van Voka. Je moet er meer tijd in steken, maar je krijgt er ook meer voor terug.’ Als dotcom-ondernemer netwerkt hij uiteraard ook via sociale media. ‘Vooral LinkedIn is interessant om het eerste contact te leggen. Maar er gaat niets boven een face-to-face-ontmoeting.’

Ook Daniëlle Vanwesenbeeck, zaakvoerster van het directmarketingbedrijf Master Mail heeft het niet zo voor de vaste kalender bij pakweg de Rotaryclub. ‘Het probleem van de klassieke businessclub is dat het engagement qua tijd te hoog ligt. Een meeting bij De Warande heeft vaak om zeven uur ’s avonds plaats. Het is vanuit mijn uitvalsbasis Leuven een hele klus om daar te geraken. Voor networking vertrek ik liever van het principe: koppel het nuttige aan het aangename. Ik kies vooral lokale netwerken.’

Vanwesenbeeck neemt deel aan de sessies van Network@OHL. Dat is het vier jaar oude businessnetwerk van OH Leuven, de voetbalclub waar



De statige businessclub De Warande kreeg een grondige facelift.

Jonge ondernemers houden van sociale media. Maar in een businessclub kunnen ze hun hart luchten.

JONGERENRAAD DE WARANDE
CAROLINE VANDER STRAETEN

een modernere manier in te vullen’, legt co-zaakvoerder en ex-journalist Jeroen Wils uit. ‘We verzamelen top-ondernemers voor een weekend in een mooie stad als Parijs, met topsprekers rond een actueel thema. Deze keer gaat het over de limieten van de drang naar groei in onze samenleving.’ De sponsors van het event zijn bedrijven die telkens tien mensen, vijf koppels, uitnodigen. De prijs per deelnemer is confidantieel. Betekent de opkomst van alternatieve netwerken dat de traditionele businessclub veroudert? ‘Nee’, zegt Caroline Vander Straeten, opkomend manager bij de dierenvoedingsgroep Nutreco en lid van de Jongerenraad van De Warande. ‘Integendeel zelfs. Ik heb nog nooit zoveel jonge ondernemers lid zien worden als de voorbije maanden.’ Al is jeugd in businessclubs een rekbaar begrip. Bij De Warande word je

tineerde sectorgenoot Michel Moortgat, CEO van Duvel-Moortgat. Het event, dat 85 euro per deelnemer kost, wordt beperkt tot minder dan 100 deelnemers. ‘Dat wordt geen klassiek debat’, zegt Vander Straeten. ‘Financiën en economie zullen ter sprake komen, maar het is de bedoeling eerder over persoonlijke thema’s te praten. Wat doet het ondernemerschap met hun familie? Wat zijn de verwachtingen van de omgeving?’

De beslotenheid van een businessclub is de ideale plaats voor entrepreneurs om over zulke kwesties te praten, vindt Vander Straeten, die zichzelf ‘intrapreneur’ noemt bij Nutreco. ‘De jonge generatie is erg actief op sociale media en houdt van de snelheid ervan. Maar er zijn ook nadelen. Er is het aspect privacy. De onlineberichten worden geregistreerd en staan in zekere zin ‘op papier’. Het contact blijft ook oppervlakkig. In een businessclub kunnen de leden hun hart luchten bij collega’s, in alle discretie. De Warande is door de hoge kwaliteit van de leden ook een bron van informatie.’

De club blijft wel een mannenbastion. ‘Er is sprake van vervrouwelijking, maar nog steeds mondjesmaat. Hoewel, de negenkoppige jongerenraad telt vijf vrouwen’, besluit Vander Straeten hoopvol.

De Warande is niet de enige businessclub die wil verruimen. In Louvain-la-Neuve verhuisde de jonge zakenclub Le Cercle du Lac zopas naar een nieuw pand. De club groeide in acht jaar tijd van 30 naar 800 leden. Directeur Eric van der Schueren maakt van het aantrekken van jongeren en vrouwen - amper een op de zeven leden is een vrouw - een prioriteit én lonkt ook naar de Vlaamse ondernemerswereld.

Van der Schueren: ‘Het beeld leeft nog dat een ondernemersclub een ontmoetingsplaats is van oude industrieën, in de Britse traditie. Maar de gemiddelde leeftijd van onze leden daalt vlot. De nieuwe generatie wil vooral snel en goed netwerken, en dat is wat wij willen aanreiken.’

De klassieke zakenclub maakt zich dan ook sterk complementair te zijn met de nieuwe alternatieven, waardoor ze ook voor de jonge generatie interessant moet blijven.

Option-baas Jan Callewaert voorzitter van is. ‘Zo’n event combineert het recreatieve met networking. De sfeer is vanzelf meer ontspannen.’ Ze is ook te vinden op de ontbijtsessies van Business Breakfast Club Leuven. ‘De ideale formule. Je networking is al achter de rug voor je dagtaak begint.’

De voormalige vrouwelijke Ondernemer van het Jaar neemt komend weekend ook deel aan de driedaagse Leaders Meeting in Parijs, samen met 120 tot 140 andere bedrijfsleiders en leidinggevend. Op het sprekersprogramma staan kleppers als Europees Raadsvoorzitter Herman Van Rompuy, N-VA-voorzitter Bart De Wever, Adecco-CEO Patrick De Maeseneire en de Indiase topdiamantair Dilip Mehta. ‘Time is money’ geldt voor CEO’s meer dan voor wie ook, is het uitgangspunt van organisator Bepublic. ‘We proberen networking op

