

Marco de Jong gooit het roer om

Hij is het gezicht van websitebouwer theFactor.e (TFE). Oprichter en voorzitter van belangenvereniging Noordelijke Online Ondernemers ook. Marco de Jong (48), een strategisch planner, heeft de touwtjes uit handen gegeven en zich in de onzekerheid van start-ups en spin-offs gestort.



Marco de Jong: „Dingen worden nu besloten zonder dat ik er weet van heb.” FOTO ARCHIEF SIESE VEENSTRA

JEAN-PAUL TAFFIJN

GRONINGEN „Moeilijk? Natuurlijk. Ik had het pad precies uitgestippeld. Toen ik vijf jaar geleden alle aandelen in handen kreeg, heb ik gezegd: dit doe ik nog vijf tot zeven jaar. Daarna is het tijd voor verjonging. In mijn privé-omgeving vonden ze dat destijds heel goed, dat ik zo ver vooruit keek en nadacht over mijn houdbaarheid. Maar ik merkte het afgelopen jaar dat er ook nadelen aan zitten.”

Want hoe gaat dat als je weet dat je over een tijdje wat anders gaat doen? Je gaat nadenken over wat dan, er komen ideeën op, je krijgt er zin in en voor je het weet zit je daar met je hoofd. „Dat had ik dus. Ik was vooral met de toekomst bezig. Dat is ondermijnd voor je motivatie voor waar je dagelijks mee bezig bent.”

Het laatste duwtje in de goede richting gaf een coach het afgelopen jaar. „Daar werd heel duidelijk dat ik van het leiden van het bureau onvol-

doende energie kreeg. Maar des te meer als ik dacht aan het werken met nieuwe dingen, aan het bezig zijn met start-ups en spin-offs. Diep van binnen wist ik dat, maar het is confronterend om het zo duidelijk te zien. Die coach zei: waarom niet nu meteen stoppen. Zit je jezelf en je team niet in de weg als je zo door gaat?”

Hoe het ook zij, sinds De Jong een stapje terug deed, loopt het als een trein bij TFE. Het managementteam (MT) waarin ook de andere twee aandeelhouders, commercieel directeur Arjan Wessels en operationeel directeur Ronald Schipper, zitting hebben, nam het stokje over. De Jong ziet zelf ook wel een verband. „De manier van leiding geven is wat veranderd. De organisatie is platter geworden en dat komt de creativiteit van de medewerkers ten goede. Dat heeft resultaat.”

Het is best eng om het bedrijf dat in een decennium je eigen bedrijf geworden is, aan andermans scepter

‘Het managementteam wilde geen vervanger’

over te laten. „Ik heb daar wakker van gelegen, ja. Wie vervangt mij straks? Gaat dat allemaal wel goed? Wie houdt het overzicht? Maar het managementteam was er heel duidelijk over. Het wilde geen vervanger. ‘We redden ons wel’, zeiden ze.”

De Jong is nog steeds statutair directeur. „Als zij er met elkaar echt niet uitkomen, dan kan ik de knoop doorhakken. Maar het is meer een symbolische functie. Ik heb geen eigen kamer meer op kantoor, ik zit het MT niet meer voor. Dat is wenen. Dingen worden besloten zonder dat ik er weet van heb.”

De Jong houdt zich nu vooral bezig met start-ups en spin-offs. „Het kwam de afgelopen jaren best vaak voor dat ik tandenknarsend vasthield aan de corebusiness van theFactor.e. We zijn een soort digitale aannemer, bouwen in opdracht. Dat hebben we bewust altijd zo gehouden omdat je helder en gefocust moet zijn. Maar regelmatig heb ik gedacht: hé, dat zou een mooie app zijn, of een interessante website. Soms zit er een project bij waarin je op maat iets maakt voor een klant, terwijl er een geweldige dienst met een grotere markt voor is. Dat noem ik spin-offs. Nu kan ik me daar eindelijk op focussen. Zie TFE als een groot schip; ik houd me bezig met de speedbootjes die daaromheen varen.”

Onder de paraplu van TFE is al een aantal van dat soort concepten in ontwikkeling. Maar erbuiten is De Jong ook druk. Met start-ups. „Daar heb ik me volledig in ondergedompeld afgelopen maanden. Ik bekijk

welke razend interessante dingen er in Groningen allemaal worden bedacht. Voor ik het wist, had ik twintig projecten op mijn bordje. Die probeer ik te begeleiden richting succesvolle bedrijven. En ja, dat is dus waar mijn hart echt sneller van gaat kloppen.”

Briljantjes

Marco de Jong begon precies 10 jaar geleden bij theFactor.e, na een carrière van 10 jaar bij Essent Kabelcom, waar hij persoonlijk de bel- en internetmarkt op de kop had gezet. „Ik bedacht in 1997 de eerste vorm met gratis internet vanuit Castel, Free Access. Dat was een megasucces. Mensen zeiden me toen: als je dat voor jezelf had gedaan, had je honderden miljoenen euro's verdiend. Maar dat deed me niets, ik haalde er veel voldoening uit. Bovendien: er komt wel weer zo'n briljantje langs. Daar ben ik van overtuigd.”