

DE UITDAGINGEN VAN VIVIENNE VAN EIJKELBORG (DIFRAX)

“IK WIL HET VERSCHIL MAKEN”

Difrax is marktleider in Nederland met babyproducten. Ook internationaal timmert het Bilthovense bedrijf stevig aan de weg. Het is de verdienste van CEO Vivienne van Eijkelenborg, Zakenvrouw van het Jaar in 2016. “Jonge vrouwen lijken ambitieuzer, minder terughoudend dan mijn generatie destijds. Het old boys-netwerk heeft zijn langste tijd gehad.”

Op haar achttiende wist ze het zeker: werken in het bedrijf van haar ouders Dimpna en Frank – Difrax; dat nooit. Trainee bij grote concerns en dan de wijde wereld in; dat was het pad zoals Vivienne van Eijkelenborg het voor zichzelf zag. Na een studie bedrijfskunde ging ze aan de slag bij V&D en DA. “Inkoop en verkoop, een waardevolle leerschool.”

Na haar vertrek bij DA maakt ze toch de overstap naar Difrax. “Aanvankelijk voor een jaar. Reken nergens op, zei ik tegen mijn ouders.” Maar al snel werd Van Eijkelenborg gegrepen door de mogelijkheden van het bedrijf. “Babyproducten waren destijds vooral roze en blauw; de truttigheid ten top. Qua uitstraling en design was er nog een wereld te winnen. Verder was Difrax alleen actief in Nederland. Met jeugdig enthousiasme zag ik alle kansen om de wereld te veroveren.”

NIEUWE ROLLEN

Voldoende reden om in 1999 het roer over te nemen van haar ouders. “Daarbij hebben we heldere zakelijke afspraken gemaakt. Ik kocht het bedrijf voor de volle 100% en was financieel volledig verantwoordelijk. Alle risico’s lagen bij mij en ik kon mijn eigen keuzes maken. Dat zorgde voor duidelijkheid. Mijn ouders zijn nog een aantal jaren bij het bedrijf betrokken gebleven. We gaven elkaar de ruimte voor onze nieuwe rollen. Daar ben ik erg dankbaar voor.”

Van Eijkelenborg zette vol in op productontwikkeling. “Om het aanbod te optimaliseren, heb ik veel gesproken met artsen en deskundigen. We ontwikkelen alle producten zelf, met eigen mallen. De combinatie van innovatie, kwaliteit en een aantrekkelijke vormgeving is hét onderscheidend vermogen van Difrax.”

CRUCIALE PARTNERS

Tweede speerpunt is internationale groei. Difrax-producten zijn verkrijgbaar in ruim twintig landen. “Met sommige artikelen hebben we in Nederland ruim 40% marktaandeel. Groei moet dus uit het buitenland komen. Daar komt bij dat de ontwikkeling van producten zoals de kolf en flessenwarmer kostbaar is. Om die investeringen terug te verdienen, is veel volume nodig.”

Overall worden baby’s geboren, alle ouders willen het beste voor hun kinderen. “Bij onze producten draait het om vertrouwen. Daarom moeten we het verhaal van Difrax in elk land voor het voetlicht brengen. Een intensief traject waarbij distributeurs een sleutelrol spelen. Het vinden van de juiste partners is cruciaal voor buitenlands succes.”

BEKRONING MET EEN MISSIE

De prestaties van Vivienne van Eijkelenborg bleven niet onopgemerkt. In 2016 werd zij Zakenvrouw van het Jaar. “Een bekroning met een missie. Door mijn verhaal te delen, hoop ik mijn ambitie over te brengen op andere vrouwen en ze vertrouwen te geven dat het kan! Onderliggende drijfveer is de overtuiging dat Nederland baat heeft bij gemengde teams met een substantieel aandeel vrouwen. Niet alleen in het bedrijfsleven, ook in de politiek, onderwijs en zorg.”

De parttimecultuur zorgt er volgens Van Eijkelenborg voor dat mannen dominant zijn in de vijver met toptalent. “Dat moet veranderen. Zoiets lukt alleen als meer vrouwen lef tonen en topfuncties ambiëren. Vrouwen hebben wel de neiging om als ze 70% van een uitdagende nieuwe baan beheersen, te denken dat zij onvoldoende gekwalificeerd zijn. Mannen zien dat amper als een belemmering.” Los van talent en vaardigheden zijn vlieguren nodig om succesvol te zijn. “Dat betekent offers brengen en keuzes maken. Je betaalt een prijs. Ben je daartoe bereid dan is er veel mogelijk. Daarbij helpt het als vrouwen die ervoor gaan, gesteund worden door hun omgeving. Niet alleen moreel, ook praktisch. Want de combinatie van carrière en gezin is voor vrouwen nog altijd lastiger dan voor mannen.”

OLD BOYS, YOUNG GIRLS

Van Eijkelenborg ziet een positieve tendens. “Onlangs volgde ik een opleiding voor commissarissen aan Nyenrode. Ruim een derde van de deelnemers was vrouw.



Ik denk echt dat het old boys-netwerk zijn langste tijd gehad heeft. Jonge vrouwen lijken ambitieuzer, minder terughoudend dan mijn generatie destijds. Dat is hoopgevend."

Als inderdaad meer vrouwen topfuncties nastreven, moeten ze wel gevraagd worden. "Stichting Topvrouwen beschikt over een grote database met hooggekwalificeerde kandidaten. Daar kan nog veel meer gebruik van worden gemaakt." De opmars van vrouwen gaat gestaag maar langzaam. Over quota twijfelt de Difrax-CEO echter. "Je wilt dat je wordt gevraagd omdat je de beste papieren hebt voor een job, niet omdat je vrouw bent."

NIET SCHRIKKEN

In 2019 staat Vivienne van Eijkelenborg twintig jaar aan het roer van Difrax. "In het begin ben je onbevangen. Dat draagt bij aan de drive die elke ondernemer nodig heeft en ik nog altijd ervaar. Een andere cruciale eigenschap is veerkracht. Ik schrijf trouw een jaarplan maar het loopt altijd anders. Je moet flexibel zijn, om kunnen gaan met teleurstelling en tegenslag. Ervaring helpt daarbij. Ik schrik niet zo snel meer."

Toch is ondernemerschap soms eenzaam. "Voor mijn ontwikkeling heb ik veel aan Entrepreneurs' Organisation, een wereldwijd netwerk met 12.000 ondernemers. Zij bieden tal van opleidingen aan die je zowel zakelijk als persoonlijk verder brengen. Ook het onderling uitwisselen van ervaringen is zeer waardevol. Ik heb er geleerd om open te zijn over valkuilen en tegenslagen. Daar leer je

"Nederland heeft baat bij gemengde teams met een substantieel aandeel vrouwen."

TOVERFEE MET ZELFSPOT

Difrax-producten zijn bedoeld voor kinderen van nul tot vier. "We moeten dus telkens nieuwe klanten aan ons binden. Eerdere ervaringen van familie en vrienden spelen een belangrijke rol." De boekjes die Difrax uitgeeft, helpen om de klantrelatie te verstevigen. Onderwerpen zijn onder meer voeding en zindelijkheid. "Op een speelse manier geven we hiermee advies aan jonge ouders. De boekjes zijn in meerdere talen uitgebracht en worden enthousiast ontvangen." Vivienne van Eijkelenborg figureert er zelf in, als heuse toverfee. "Enige zelfspot op zijn tijd is een gezonde eigenschap."

"HET IS RAZEND MOEILIK OM EEN MERK INTERNATIONAAL UIT TE BOUWEN"

veel meer van dan van succesverhalen." Van Eijkelenborg was president van de Nederlandse afdeling van Entrepreneurs' Organisation. Nu leidt ze de Europese Regio met negentien chapters. "Ik geloof in ondernemerschap en ondernemers; zij kunnen van grote betekenis zijn. Niet alleen in hun bedrijf, ook voor de maatschappij. Daaraan lever ik graag een bijdrage."

ONGEDULDIG

Bestuursfuncties zoals bij Entrepreneurs' Organisation geven Van Eijkelenborg de prikkels en afwisseling die zij nodig heeft. "Ik ben ongeduldig, wil me op allerlei gebieden blijven ontwikkelen en het verschil maken. Maar ook binnen Difrax zijn er uitdagingen genoeg. Productinnovatie blijft een continu aandachtsveld. En vergis je niet; het is razend moeilijk om een merk internationaal uit te bouwen. In verschillende culturen moeten we telkens de passie voor het merk overbrengen. Een forse klus, maar onze producten verdienen het. Daarmee draagt Difrax bij aan de gezondheid van kinderen en het welbevinden van hun ouders. Het vergroten van die impact zie ik als mijn belangrijkste opgave."