



De hogesnelheidslijn, de nieuwe vleugel van het Van Gogh Museum en het bezoekerscentrum IJburg; een kleine greep uit de projecten waar het civieltechnische bureau FDN Engineering uit Amsterdam een bijdrage aan heeft geleverd. "Met elf medewerkers zijn wij relatief klein en toch doen we met de grote jongens mee", vertelt directeur Dil Tirimanna. "We moeten wel, want we hebben geen andere keus. FDN heeft hoogopgeleide ingenieurs in dienst en die mensen zijn natuurlijk niet goedkoop. Je hebt dan ook grote opdrachten nodig om die te kunnen betalen. Overigens zijn ook kleine

opdrachtgevers bij ons van harte welkom, maar de basis wordt gelegd door een aantal grote klanten."

Hoe haalt Tirimanna die grote opdrachten voor zijn bedrijf binnen? "Om te beginnen moet je een duidelijke toegevoegde waarde kunnen bieden. Als daar enige twijfel bij een opdrachtgever over bestaat, gaat het sowieso niet door. Op het moment dat je iets unieks in huis hebt, kunnen ze niet om je heen. Daarom concentreren wij ons ook sterk op vernieuwende producten. Voor een Griekse haven hebben we bijvoorbeeld een van de grootste drijvende golfbrekers ter wereld ontwikkeld. Wanneer je een aantal goede referenties kunt laten zien, is dat natuurlijk mooi meegenomen. Voorbeelden van aansprekende projecten wekken vertrouwen.

Daarnaast is een goed netwerk onontbeerlijk. Wanneer je de juiste mensen kent, verhoogt dat je kansen. Of je de opdracht uiteindelijk krijgt is voor een belangrijk deel een kwestie van gunnen."

Doorbijten

Wanneer u een grantje wilt meepikken van grote projecten, moet u als kleine ondernemer wel over een lange adem beschikken. "Grote concerns gaan in principe niet graag met kleine bedrijven in zee," weet Tirimanna uit eigen ervaring. "Ze doen het liefst alles in eigen huis. Neem bijvoorbeeld de pijlers die we hebben ontworpen voor de brug

over het Hollandsch Diep voor de hogesnelheidstrein. FDN deed dit in opdracht van het Projectbureau HSL, dat de uitvoering vervolgens overliet aan een grote aannemer. Hoewel deze aannemer onze plannen inclusief de technische uitwerking zo in handen kon krijgen, deden zij ons werk nog eens dunnetjes over. En dat zonder ons om advies te vragen."

Bij grote opdrachtgevers loopt Tirimanna regelmatig tegen een muur van onwillige managers aan. "Daar moet je echt doorheen bijten. Er bestaat ook nog zoveel wantrouwen bij het grootbedrijf over kleine ondernemingen. Beschikken ze over voldoende liquide middelen, dragen ze hun premies wel af? Met dergelijke vooroordelen kun je te maken krijgen. Opvallend genoeg kan de directie van zo'n groot bedrijf vaak veel meer begrip voor de inspanningen van een kleine ondernemer opbrengen. Dat merk je als je met de directeur zelf aan tafel zit. Het is een kwestie van wederzijds respect, denk ik. Zo iemand is vaak ook klein begonnen."

Professioneel zijn

Tirimanna wijst erop dat je als klein bedrijf altijd op basis van gelijkwaardigheid met grote concerns om tafel moet gaan zitten. "Veel kleine ondernemers schamen zich er bijna voor dat ze zo klein zijn. Daardoor manoeuvreren ze zichzelf in een onderdanige positie, terwijl ze per medewerker misschien wel meer omzet maken dan bij die grote ondernemingen het geval is. Zorg wel dat je als klein bedrijf een professionele uitstraling hebt. Dat zit hem vaak in kleine dingen, bijvoorbeeld je visitekaartje. Ook je website moet er picobello uitzien."

Hoeveel inspanningen u ook moet leveren om grote opdrachten binnen te halen; het is volgens Tirimanna zeker de moeite waard. "Naast de financiële zekerheid word je er als ondernemer ook sterker van. Iedere nieuwe opdracht levert weer nieuwe kennis op, die je kunt inzetten voor een nieuw project. Op deze manier bouw je steeds meer referenties op, waarmee je nieuwe grote orders kunt binnenhalen." **Z**