

# Jonge honden

Gelukkig zijn er nog steeds hele volkstammen jonge ondernemers, die vol enthousiasme in het mooie vak van boomkweker durven te stappen

Als je met de gevestigde orde praat in de boomteeltsector wordt er wel eens geklaagd over het feit dat de sector in een rap tempo aan het vergrijzen is. Je bent dan snel geneigd om zo'n verhaal voor zoete koek aan te nemen, maar gelukkig krijg je dan net op tijd deze uitgave van Boom In Business op je bureau. Uit deze uitgave, maar ook uit eerdere uitgaves blijkt dat er gelukkig nog steeds hele volkstammen jonge ondernemers zijn, die vol enthousiasme in het mooie vak van boomkweker durven te stappen.

**Je zou je kunnen afvragen waarom wij zo graag dat zinnetje: 'We hebben het altijd zo gedaan' gebruiken**

Dat is mooi, maar vooral ook belangrijk. Het is een open deur van jewelste, maar de jeugd heeft echt de toekomst en een sector die geen jonge ondernemers heeft, is ten dode opgeschreven. Als ik die verhalen doorlees, vallen mij een paar dingen op. Natuurlijk weten die jonge boomkwekers nog niet alles, maar dat durven ze ook te delen. Die jonge ondernemers durven zich veel kwetsbaarder op te stellen dan hun voorgangers, die het allemaal wel leken te weten. Misschien kan de oudere generatie daar wel een voorbeeld aan nemen. Als je zaken anders wilt doen en anders wilt organiseren zal je moeten beginnen met twijfel over de oudere manier. En waarbij de oudere generatie twijfelt als iets voor *sissies* ziet, durven deze jonge honden er gewoon eerlijk voor uit te komen dat ze niet alles weten. En hopelijk gaat dat ook nooit gebeuren

want als we de zin 'Dat hebben we altijd zo gedaan' gaan gebruiken gaat de boel op slot en rolt de sector richting een stilstand.

Je zou je kunnen afvragen waarom wij zo graag dat zinnetje: 'We hebben het altijd zo gedaan' gebruiken. Onderzoekers schijnen te hebben aangetoond dat dit niet te maken heeft met –wat je wel zou denken– onze angst voor onzekerheid, maar met een angst om te verliezen. Psycholoog en Nobelprijswinnaar Daniel Kahneman ondervond dat verlies voor ons altijd groter lijkt dan een vergelijkbare winst. Om een voorbeeld te noemen: Duizend euro verliezen voelt vele malen onprettiger dan het winnen van duizend euro.

Met vriendelijk groet,

Hein van Iersel  
(hein@nwst.nl)  
Hoofdredacteur



**Be social**

Scan of ga naar:

[www.boom-in-business.nl/article/27082/column-van-de-hoofdredacteur-jonge-honden](http://www.boom-in-business.nl/article/27082/column-van-de-hoofdredacteur-jonge-honden)