

FD GAZELLEN

De 100 snelste FD Gazellen van 2021

Pim Kakebeeke 24 mrt 17:26

Het bedrijf Winst uit je woning is dit jaar de winnaar van de FD Gazellen top 100, de ranglijst van snelgroeiende Nederlandse bedrijven. Dit zijn de top-Gazellen van 2021.



Gijs de Reeper, mede-oprichter van Winst uit je woning, met de prijs voor de allersnelste groeier van Nederland. Foto: Bastiaan Heus voor het FD

1. Winst uit je woning

Winst uit je woning speelt in op de verduurzaming van

Nederland. Het bedrijf organiseert inkoopacties voor energiebesparende maatregelen, zoals woningisolatie, zonnepanelen, HR++ glas en warmtepompen, en benadert inwoners via gemeenten. De groei komt doordat het bedrijf met meer gemeenten samengewerkt en het dienstenpakket heeft verbreed, zoals adviezen en uitvoerende werkzaamheden.

In de eerste jaren gingen de twee compagnons samen het land in voor fysieke informatieavonden, waar regelmatig honderden bewoners op af kwamen. Die werden in coronatijd vervangen door online sessies. Het succes van het bedrijf schrijven de compagnons toe aan de goede samenwerking: 'we vullen elkaar perfect aan.' Een fout die ze hebben gemaakt is te lang doorgaan met werkzaamheden die teveel energie

- Totalscore: 2681 punten (toelichting zie onderaan)
- Omzetgroei: +443%
- Vast personeel: 25
- Directie: Gijs de Reeper (42) en Lieven Andringa (43)
- Opgericht in: januari 2015
- Vestigingsplaats: Haarlem

kosten. ‘Draag deze over en focus je waar je goed in bent en waar je plezier in hebt,’ antwoorden ze.

Voor de toekomst werkt het Haarlemse bedrijf aan een nieuwe dienstverlening. Dat is hard nodig, want nu de subsidies minder belangrijk worden moeten huiseigenaren geïnteresseerd blijven in verduurzaming.

Zo komt de top 100 tot stand

De top 100 wordt als volgt berekend: de 691 FD Gazellen van dit jaar worden gerangschikt op omzetgroei en krijgen afhankelijk van hun positie punten (de snelste groeier krijgt 691 punten, nummer twee 690 punten, etc.). Op dezelfde manier krijgen de bedrijven ook punten voor hun relatieve werknemersgroei en hun winstmarge.

Het aantal punten bij de omzetgroei telt dit jaar twee keer zo zwaar mee als personeelsgroei en winstmarge. Het totale puntenaantal bepaalt de eindrangschikking. Bij een gelijk aantal punten is de omzetgroei van doorslaggevend belang.

Sinds 2018 wordt de groei van werknemers en de winstgevendheid meegewogen naast de omzetgroei. Hierdoor krijgt de prijs een meer gebalanceerde basis.

Eerdere winnaars van de top 100 waren Finance Club (2020), vastgoedbelegger **Credit Linked Beheer** (2019), arbeidsbemiddelaar **Werken in de Kempen** (2018), diergeneesmiddelenhandelaar **Kernfarm** (2017) en aanbieder van beldiensten **VoIPGrid** (2016).

2. Academy to Innovate HR

‘Corona heeft ons een grote boost gegeven omdat mensen wereldwijd verplicht thuis zaten en daardoor eindelijk meer tijd hadden voor het volgen van online trainingen,’ verklaren de oprichters van Analytics in HR — kortweg AIHR genoemd — de sterke groei van hun bedrijf. Offline training was geen optie meer.

- ➔ Totaalscore: 2626 punten
- ➔ Omzetgroei: +447%
- ➔ Vast personeel: 31
- ➔ Directie: Nando Steenhuis (31) en Erik van Vulpen (31)
- ➔ Opgericht in: september 2016
- ➔ Vestigingsplaats: Rotterdam

AIHR levert ruim veertig online trainingen voor de HR-sector. Vooral gericht op digitalisering in de branche en hoe om te gaan met data. Bij sommige programma's kunnen deelnemers ook certificaten ontvangen. Steenhuis en Van Vulpen: ‘We hebben met e-learning een extreem schaalbaar product, dat we wereldwijd verkopen met een hele efficiënte marketingmachine.’ De Verenigde Staten is de belangrijkste afzetmarkt.

Tijdens de coronaperiode heeft het Rotterdamse bedrijf zijn team bijna verdubbeld. Dat groeit verder. Door sporten gratis te maken, een goed gevoelde koelkast en flinke borrels probeert het extra personeel te werven. Maar ook door te inspireren en te motiveren.

De marketingmachine heeft het soms lastig. Vanwege de cookie-regelgeving kan het bedrijf de doelgroep minder goed bereiken, en vanwege duurdere advertenties is het soms niet rendabel om te blijven adverteren.

3. Okeedo

Plezier in het werk lijkt de succesformule voor Okeedo, een detacheerder van zorgpersoneel. Op de website staan veel foto's met lachende medewerkers en als missie wordt genoemd: 'Elke organisatie gezond krijgen met gelukkige mensen.'

Nieuwe energieke mensen

dienen te zorgen voor enthousiasme in bestaande teams, verklaart oprichter Wesley Buitenhuis.

Het bedrijf investeert fors in het personeel, en de selectie is gericht op 'jonge, frisse en intelligente medewerkers'. Buitenhuis noemt zijn benaderingsstrategie verfrissend binnen de sector. Hij probeert een bedrijfscultuur te bouwen waar mensen onderdeel van willen zijn. 'Okeedo heeft een duurzame formule gevonden om personeel langdurig binnen de zorg te detacheren. Een winnend model waarin wij landelijk groei realiseren,' zegt hij.

Verder is het bedrijf 'remote' ingericht. Dat wil zeggen dat er niet meerdere kantoren zijn, waardoor Okeedo snel en wendbaar is. De coronacrisis heeft een stuk extra omzet opgeleverd, maar onderliggend weet het bedrijf een stabiele omzetgroei te realiseren.

- ➔ Totaalscore: 2625 punten
- ➔ Omzetgroei: +458%
- ➔ Vast personeel: 10
- ➔ Directie: Wesley Buitenhuis (36)
- ➔ Opgericht in: januari 2018
- ➔ Vestigingsplaats: Amsterdam

4. Matt Sleeps

Een volledig aanpasbaar matras via een website kopen met een proefperiode. Dat is volgens oprichter Joep

Verbunt de sleutel voor het succes van Matt Sleeps.

Goede recensies— van klanten en van de

Consumentenbond — en eigen acties als een bar met

matrassen en een bioscoop met bedden, die beide viraal gingen, hielpen daarbij. En natuurlijk zorgde corona ervoor dat mensen massaal matrassen kochten. Het bedrijf staat nu op het punt om nieuwe producten op de markt te brengen.

Zo is Matt Sleeps bezig om producten te ontwikkelen die uit gerecycled schuim worden gemaakt. De focus ligt nog op de Nederlandse markt.

'We hebben een platte organisatie,' zegt Verbunt. 'We werken in een hecht en klein team waarbij iedereen inspraak heeft.' In de zomer werkt het team een week vanuit Frankrijk, en in de winter gaan ze naar Bali.

Verbunt heeft ervoor gekozen om niet samen te werken met investeerders. Daardoor zegt hij zich op de lange termijn te kunnen richten en productinnovaties als het aanpasbare matras te kunnen doen.

- ➔ Totaalscore: 2615 punten
- ➔ Omzetgroei: +764%
- ➔ Vast personeel: 6
- ➔ Directie: Joep Verbunt (36)
- ➔ Opgericht in: juni 2016
- ➔ Vestigingsplaats: Amsterdam

5. Refinery89

Online marketingbureau

Refinery89 maakte pas een groeispurt na een strategiewijziging in 2018.

Toen ging het bureau zich meer richten op het automatiseren van zijn

advertentietechnologie,

waarmee bedrijven — de klanten dus — hun budget

voor digitale advertenties beter kunnen benutten. En dat in een steeds complexere

advertentiemarkt. ‘Ons doel: hun netto-omzet verhogen!’ licht mede-oprichter Hugo Welkers toe.

Welkers zette samen met Rob Ottens Refinery89 in 2014 op. Beide ondernemers kwamen in aanraking met de adverteerdersmarkt via XGN.nl, een website met nieuws, recensies over games en een discussieplatform voor gameliefhebbers.

De basis van Refinery89 vormt de technologie, een SaaS-oplossing (Software as a Service), waarin het bedrijf verder investeert. Het is een schaalbaar product waarmee het bureau de grenzen is overgestoken. Na een snelle uitbreiding van klanten in Nederland kwam er ook groei vanuit België bij.

De coronacrisis raakte aanvankelijk de omzet. Welkers: ‘Wij zagen gemiddeld zo’n 30% omzetsdaling over de hele linie in 2020.’ Maar Refinery89 zette snel in op het werven van nieuwe klanten en het omzetverlies bij bestaande klanten werd ruimschoots gecompenseerd met de aanwas.

En inmiddels staat het bedrijf er weer gunstiger voor. ‘Nu de prijzen weer stijgen en adverteerders weer budget hebben, kunnen we dus nog harder groeien.’ Ondertussen zijn ook de markten van Spanje, Frankrijk en Italië betreden. In Madrid heeft het bedrijf een nieuwe vestiging opgezet. ‘Daar is veel talent beschikbaar, tegen betere tarieven,’ zegt Welkers.

- Totaalscore: 2614 punten
- Omzetgroei: +311%
- Vast personeel: 3
- Directie: Hugo Welkers (32) en Rob Ottens (32)
- Opgericht in: juni 2014
- Vestigingsplaats: Amsterdam

6. Amsterdam Data Collective

Amsterdam Data Collective,

vijf jaar geleden opgericht,

speelt met zijn adviesdiensten

in op de trend om

beslissingen te nemen op

basis van data. Inmiddels zijn

er meer dan vijftig

medewerkers. Het bedrijf

heeft ervoor gekozen om

sector voor sector te groeien,

om sectorspecialisatie op te

bouwen. Zo werkt het bedrijf

voor de financiële sector, de

- Totaalscore: 2594 punten
- Omzetgroei: +288%
- Vast personeel: 20
- Directie: Rik van der Woerd (35), Frank Pardoel (37), Joël Tjong-A-Tjoe (34) en Govert van Koningsveld (57)
- Opgericht in: maart 2017
- Vestigingsplaats: Amsterdam

gezondheidszorg en de detailhandel.

‘Data science stelt besluitvormers in staat elke keer de beste beslissing te nemen,’ verklaart medeoprichter Rik van der Woerd de groeiende vraag naar data-analyse. ‘Of het nu gaat om het maximaliseren van winst, het minimaliseren van risico’s of het hebben van een positieve impact op de samenleving.’

Eind 2019 werd een onderdeel van het Utrechtse adviesbureau Solid Professionals, een oud-FD Gazelle, overgenomen om de groei te versnellen. Veel is ook gelegen aan de werving van goed personeel. Daar ligt de lat hoog. Bovendien zegt Van der Woerd goede arbeidsvoorwaarden te bieden: ‘zo krijgen alle medewerkers uiteindelijk aandelen in de organisatie via een Stichting Administratiekantoor’.

In 2021 is Amsterdam Data Collective begonnen met de internationale expansie, en in het najaar is een kantoor in Denemarken opgezet. Het bedrijf ziet dat als een ideale plek vanwege de cultuur, technologische kennis en innovatieve bedrijven.

7. Humanoids

Humanoids groeide

afgelopen jaren onder meer dankzij het netwerk dat de twee oprichters, Maarten Hoogvliet (UX-designer) en Robbin Habermehl (Front-End developer), in loop van de jaren hebben opgebouwd. Het in 2017 opgerichte bedrijf ontwerpt en ontwikkelt interactieve producten, zoals apps en platformen.

- Totaalscore: 2584 punten
- Omzetgroei: +492%
- Vast personeel: 20
- Directie: Maarten Hoogvliet (37) en Robbin Habermehl (35)
- Opgericht in: 2017
- Vestigingsplaats: Rotterdam

De groei is mede te danken aan traineeships die ze hebben opgezet. Hierbij worden afgestudeerden in korte tijd opgeleid voor de praktijk, om vervolgens als trainee bij Humanoids aan het werk te gaan. ‘En natuurlijk hebben we ook keihard gewerkt om de groei te realiseren,’ voegen Hoogvliet en Habermehl toe.

‘We zijn ervan overtuigd dat de kwaliteit van ons bedrijf altijd begint bij de mensen,’ aldus de oprichters. ‘Daarom leiden we nieuwe Humanoids in-house op met trainingsprogramma’s voor academici.’ Twee keer per jaar starten ze de traineeships. Ook klanten kunnen van die traineeships gebruik maken om eigen talenten op te leiden.

Het bedrijf heeft geen last gehad van de coronacrisis. Het Rotterdamse bedrijf heeft relatief veel langlopende klussen aangenomen voor (semi-)overheden. Het voordeel daarvan is dat het werk tijdens coronapandemie gewoon kon doorlopen.

8. ON. Digital Marketing

Het Groningse online marketingbureau ON. Digital Marketing heeft afgelopen jaren gewerkt aan een constante stroom aan nieuwe klanten, terwijl het de uitstroom wist te beperken.

- Totaalscore: 2537 punten
- Omzetgroei: +303%
- Vast personeel: 15
- Directie: Johan Siefkes (28), Jeroen Schiphuis (26) en Vincent Schiphuis (28)

bedrijf geen langdurige contracten met klanten af, maar zijn er maandelijkse opzegtermijnen.

- Opgericht in: januari 2017
- Vestigingsplaats: Groningen

Het bedrijf zet wachtlijsten in als de capaciteit van het bedrijf uitkomt op 90%. Dat gaat weliswaar ten koste van extra omzet op de korte termijn, maar daardoor blijft de kwaliteit gewaarborgd. In 2019 is de bedrijfsnaam veranderd. Ontraction werd ingeruild voor ON. Digital Marketing.

De bedrijfscultuur is plat, er zijn volgens het bedrijf goede arbeidsvoorwaarden en er is een leerbudget. Regelmatig zijn er borrels en er is een jaarlijkse vakantie. 'Eigenlijk zijn we één groot vriendenteam,' zegt medeoprichter Johan Siefkens, die commercieel verantwoordelijk is.

In 2020 is de interne structuur aangepast, om een goed fundament neer te leggen voor een verdere groei. Het Groningse bedrijf denkt de komende vijf jaar met ongeveer €0,5 mln tot €1,0 mln per jaar te groeien. Over vijf jaar moet een omzet van €5 mln binnen bereik zijn. De ondernemers erkennen aan dat het grote uitdaging is om door te groeien naar meer dan vijftig werknemers.

9. KAYA Sieraden

KAYA Sieraden verkoopt niet alleen gepersonaliseerde sieraden voor vrouwen, maar heeft ook een mannencollectie. In de webwinkel zijn bijvoorbeeld lederen armbanden en sleutelhangers voor mannen te vinden. Maar het begon tien jaar geleden toen de

- Totaalscore: 2517 punten
- Omzetgroei: +215%
- Vast personeel: 13
- Directie: Tanja Rakhou (44)
- Opgericht in: januari 2012
- Vestigingsplaats: Leiden

dochter van Tanja Rakhou, Kaya, hetzelfde sieraad wilde hebben als haar moeder. Er was geen moeder-dochter-setje, en Rakhou kwam op het idee om dat zelf maar te ontwerpen.

De groei van de laatste jaren is te danken aan de uitbreiding van de collecties — waaronder de lancering van een mannencollectie —, goede klantenrecensies en investeringen in merkbekendheid door samenwerkingen met bloggers, influencers en tijdschriften.

Ook heeft Kaya geïnvesteerd in klantenservice, om klanten te helpen per telefoon, whatsapp, e-mail of livechat. 'Veel klanten waren op zoek naar contact zoals ze in de winkel gewend waren', aldus Rakhou.

Kaya Sieraden kampte ook met tegenvallers. Door de brexit werd het papierwerk een te zware belasting en ontstonden grote vertragingen. Daarom besloot het bedrijf in 2020 te stoppen met de Engelse webshop. En de importkosten rezen de pan uit, onder meer doordat zeecontainers flink duurder zijn geworden, waardoor de winstmarges onder druk kwamen te staan.

Voor de komende jaren zet het bedrijf in op verdere groei. Tijdens de coronacrisis ontwikkelde Kaya al nieuwe producten. Zoals een kindertekening op een sleutelhouder voor opa, en kettingen met namen van kleinkinderen voor oma. In het najaar van 2021 kwamen er echte leren tasjes, portemonnees en sleutelhangers bij. Verder zet de webwinkel in op een groter bereik door nog meer in te zetten op sociale media.

10. Ledhandel24

De Laudermarke Groep, in Nederland bekend van Ledhandel24, maakte afgelopen jaren een snelle internationale groei door. In 2018 was het Groningse bedrijf alleen nog in Nederland actief en daar zijn Duitsland, Denemarken en Noorwegen bijgekomen. Sinds 2021 verkoopt het bedrijf zijn producten ook in Polen en Frankrijk.

- Totaalscore: 2498 punten
- Omzetgroei: +196%
- Vast personeel: 12
- Directie: Rob Haarhuis (37) en Dominique Haarhuis-Spreuwers (36)
- Opgericht in: april 2016
- Vestigingsplaats: Ter Apel

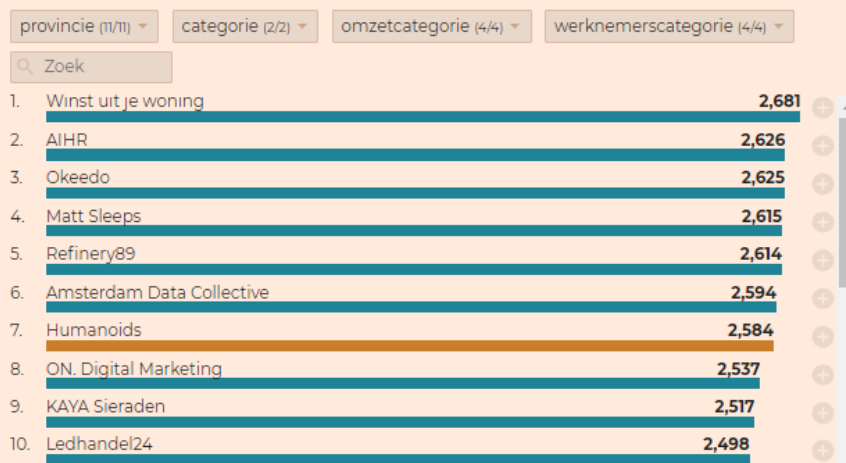
De oorsprong van het bedrijf gaat terug naar 2015. Toen werkte Rob Haarhuis vaak in het donker op het veebedrijf van zijn familie en was hij op zoek naar goede werkverlichting. 'We hebben vaak goedkope oplossingen gebruikt, die achteraf altijd de duurste en vervelendste zijn gebleken,' zegt hij. Toen hij led-verlichting ging gebruiken, zag hij de potentie.

Die goede ervaring groeide uit tot een handel. Eerst via Marktplaats en Facebook, later via een eigen webwinkel. Doordat de verlichting niet altijd van goede kwaliteit bleek te zijn, heeft hij in 2018 producten laten maken naar eigen specificatie. Veel van de led-verlichting die hij, via Ledhandel24 en andere websites verkoopt, zijn van zijn eigen merk.

Haarhuis weet dat het door globalisering steeds makkelijker is om producten rechtstreeks uit China te halen. 'Het is dus steeds belangrijker unieke toegevoegde waarde aan de keten toe te voegen.' Daarbij gaat het niet alleen om unieke producten, maar ook om marketing. 'En dat valt niet altijd mee,' verklaart Haarhuis.

FD Gazellen-top 100 (2021)

De honderd snelste groeiers van Nederland (naar score)



De criteria voor FD Gazellen 2021

Eind oktober 2021 verdienden 691 bedrijven het predicaat FD Gazelle. Dat zijn bedrijven die tenminste 20% in omzet groeiden van 2018 tot en met 2020. De ondergrens voor de omzet in het eerste meetjaar bedraagt €250.000 en 2020 moet winstgevend zijn afgesloten.

De top drie (in de categorieën klein, middelgroot en groot) in de vier regio's werden tijdens een online bijeenkomst op 24 maart 2022 extra in het zonnetje gezet. Zij ontvingen ook de Gouden, Zilveren en Bronzen Gazelle.

Tijdens dezelfde bijeenkomst zijn twee extra prijzen uitgereikt. Naast de winnaar van de top 100 (zie boven) is ook de winnaar van de juryprijs, **de Oryx**, bekendgemaakt. Dit jaar gaat die prestigieuze prijs naar meubelmaker **Table du Sud**. Eerder ging de prijs naar leverancier van bevestigingssystemen voor zonnepanelen **Esdec** (2020), scriptiecontroleur **Scribbr** (2019), het duurzame energiebedrijf **Slim Opgewekt** (2018), sms-dienstverlener **Messagebird** (2017) en producent van 3D-printers **Ultimaker** (2016).

In de jury zitten dit jaar: Heleen Dura-van Oord (oprichter van DQ&A Media Group en partner bij twee investeringsmaatschappijen), Kees de Jong (serieondernemer en initiatiefnemer van NLGroeit) en Marcel Broersma (investeerder en oprichter van bedrijvendokter Peak Value).



Pim Kakebeeke

