

# START UP: Equine MERC

Startende ondernemers kunnen altijd wel wat publiciteit gebruiken. Eén telefoontje was dan ook genoeg om Luc en Daisy te enthousiasmeren voor een interview. Zij zullen de komende jaren in opdracht van Stal Hendrix de Limburgse Veulenvailing en de Dutch Sport Horse Sales organiseren. De ondernemende twintigers zijn in januari van 2014 het bedrijf Equine MERC gestart. MERC staat voor Marketing, Events, Relations en Communication. Zij ondersteunen ondernemers bij het organiseren van hippische evenementen. Daarnaast helpen zij bedrijven in de paardensector om hun marketingstrategie helder te krijgen en uit te voeren. Op deze manier wordt drukbezette entrepreneurs werk uit handen genomen en kunnen zij zich bezighouden met hun kernactiviteiten. We spreken af in het altijd gezellige 's-Hertogenbosch om meer te horen van hun plannen.

## Wie is Daisy van Nieuwkastele?

De Rotterdamse Daisy van Nieuwkastele (27) sloot in 2009 haar HBO studie Small Business & Retailmanagement af. Paardrijden deed ze van kinds af aan. Een baan bij het KWPN op de afdeling afzetbevordering was dan ook de ideale combinatie van haar hobby en studierichting. Gedurende drie jaar organiseerde zij onder andere de KWPN Select Sale en overheidsgesubsidieerde handelsmissies naar India, China en Rusland. Daarnaast was ze verantwoordelijk voor buitenlandse marketingcampagnes. Begin 2014 was het tijd voor een nieuwe stap. Samen met Luc van Moorsel begon ze het bedrijf Equine MERC.



## Wie is Luc van Moorsel?

Luc van Moorsel (25) komt uit het Brabantse Erp en woont in 's-Hertogenbosch. Hij volgde de HBO opleiding International Business & Languages. Hiervoor was hij onder andere zes maanden in China werkzaam bij de Nederlandse ambassade om voor het KWPN een marktonderzoek uit te voeren. Luc schreef zijn eindscriptie in opdracht van de Sligro Food Group in Veghel. In 2012 trad hij in dienst bij Stal Hendrix waar hij verantwoordelijk was voor de organisatie van de Dutch Sport Horse Sales, Limburgse Veulenvailing en de marketing van het handelsbedrijf. Zijn hobby's zijn het africhten van jonge paarden en fotografie.

## “Het geeft een goed gevoel dat Stal Hendrix vertrouwen in ons heeft”

De voordeur zwaait open en de goedlachse Luc doet open, we zijn bij hem thuis te gast. “Welkom, we hebben nog geen kantoor. De kosten moeten laag blijven hè?!” Daisy wacht ons bovenaan de trap op. Niet veel later wordt de koffie geserveerd met, hoe kan het ook anders, een Bossche Bol. Zowel Daisy als Luc rijden al van jongs af aan paard en hebben de sport sindsdien niet meer losgelaten. Daisy begon na haar studie bij dressuurrutter Laurens van Lieren. Ze hielp Laurens door de marketingactiviteiten en de organisatie werkzaamheden voor haar rekening te nemen. Daisy vertelt: “Door mijn eerste baan bij Laurens realiseerde ik me dat werken in ‘de paardenwereld’ niet alleen het uitmesten van stallen hoeft te zijn. Wat is er nu leuker dan van je hobby je werk te maken?”

Luc kwam daar twee jaar geleden ook achter toen Paul Hendrix hem benaderde voor de organisatie van de Dutch Sport Horse Sales en de Limburgse Veulenvailing. Hij legt uit: “Voor die tijd was ik niet van plan iets in de paardensector te gaan doen. Maar het idee om te werken bij een gerenommeerd handelsbedrijf als Stal Hendrix stond me ontzettend aan. Je kunt zoveel leren van hun visie en manier van zaken doen.”

Daisy vertelt over de motivatie om Equine MERC op te richten terwijl Luc nog een keer op het Senseo-apparaat drukt: “Toen ik bij het KWPN werkte, merkte ik dat hippische ondernemers vaak zoekende waren naar een manier om hun bedrijf optimaal te presenteren. Ze hebben vaak geen kaas gegeten van marketing en communicatie.” Luc haakt daar op in: “Ons unique selling point is dat we van beide zaken verstand hebben. Door onze opleidingen en jarenlange ervaring met paarden zijn wij de schakel tussen de hippische ondernemer en de marketingtools.” Daisy geeft een voorbeeld: “Je kunt wel een goed lopend bedrijf hebben, maar om dit in een promotievideo helder over het voetlicht te krijgen, dat is weer een vak apart.”

Hun eerste klant is Stal Hendrix met de Limburgse Veulenvailing en Dutch Sport Horse Sales. Luc: “Dit is een heel goed voorbeeld van onze toegevoegde waarde. Paul en Emile moeten hun aandacht bij de paarden en hun klanten hebben. Zij moeten niet bezig zijn met de opmaak van de catalogi en of de hoekmannen wel op tijd zijn.” Daisy neemt een slok van haar thee en zegt: “Het geeft ons een goed gevoel dat Paul en Emile vertrouwen in ons hebben. Projecten als deze zijn voor ons mooie kansen om te laten zien wat we waard zijn.”