

'EEN FAMILIERUZIE, IK MOET ER NIET AAN DENKEN'

Jeroen Akkermans,
Akkermans leisure & golf



Sinds 1988

Vader en moeder richtten de zaak op, maar inmiddels hebben ze bijval gekregen van hun twee zonen. Samen runnen zij Akkermans leisure & golf. En hoewel de derde zoon elders werkt, is hij wél verantwoordelijk voor de website. Zo is het gezin Akkermans volledig betrokken.

TEKST LONNEKE GILLISSEN

LANGZAAM VINDT DE ECHTE opvolging plaats: na 25 jaar trekken vader Jos en moeder Mimi Akkermans zich beetje bij beetje terug uit het familiebedrijf dat actief is op het gebied van golf, bedrijfsuitjes en familiefeesten. Er komen steeds meer taken bij de zonen Jeroen en Robbert te liggen. 'Ik werk op kantoor, Robbert is verantwoordelijk voor het buitengebeuren, mijn moeder bakt nog wel de heerlijke huisgemaakte taart en mijn vader klust op de golfbaan', vertelt Jeroen Akkermans. Het klinkt zo vanzelfsprekend. Maar dat was het niet. 'Het kwam in mijn jeugd regelmatig ter sprake: "kom toch bij ons werken", maar ik wilde eerst van het bedrijfsleven proeven. Ik vond dat ik dan pas een weloverwogen keuze zou kunnen maken; en dat bleek. Ik werd niet echt gelukkig in loondienst. Mijn ondernemersgeest borrelde van binnen. En stiekem borrelde het familiegevoel ook. Ik zou nu nooit meer anders willen.'

Privé gescheiden?

Gesprekken gaan vaak over werk. Maar ja, is dat erg? Het hele gezin is immers betrokken bij het familiebedrijf. 'Soms trekt mijn broertje aan de rem. Hij is zijdelings betrokken bij ons golfbedrijf en wil niet elk moment over de zaak praten. "Er is meer", zegt hij en daar heeft hij gelijk in. Over dat soort dingen moet je open met elkaar kunnen praten. We zijn daar heel scherp op: op onze goede relatie onderling, iedereen moet hier blij van worden. Er bestaan natuurlijk minder rooskleurige verhalen van familiebedrijven, waar familieleden elkaar de tent uit vechten. Wij zijn heel zuinig op onze bloedband. Dat is de reden dat een coach ons heeft begeleid toen mijn broer en ik in het bedrijf stapten. We hebben heel open naar elkaar uitgesproken wat we uit het bedrijf willen halen en hoe we het zien. Dat inzicht is verhelderend. Iets waar je naar terug kunt grijpen, mocht er een moment zijn waarin we in al onze openheid onredelijk zijn naar elkaar. Dat overkomt iedereen op het werk wel een keer. We zijn per slot van rekening allemaal mensen. Dankzij onze coach zijn we beter voorbereid. Want laat ik duidelijk zijn: ik wil heel graag ondernemen, maar ik wil per se geen ruzie binnen de familie. Onze hechte band is me heel veel waard.' ●



Sinds 1896

De geschiedenis begint met het brood dat Aagje Hartog bakt in het West-Friese Aartswoud. In 1901 start zij een winkel in de Ruyschstraat in Amsterdam. Tachtig jaar later wordt daar een nieuw pand gebouwd, waar bakkerij Hartog nu nog is gevestigd. Fred Tiggelman zwaait er de scepter.

TEKST LONNEKE GILLISSEN

'VAN AAGJE TOT MIJ, dat zijn zes generaties', vertelt Tiggelman. 'We werken tegenwoordig met tien bakkers, er is een extra productieruimte en sinds 2008 is Hartog's Boterham ruimte en sinds 2008 is Hartog's Boterham een feit. Na Wim Zander, een aangetrouwde neef die in 1958 de bakkerij onder zijn hoede kreeg, ben ik het eerste niet-familie lid. Gelukkig staat Willem Hartog met zijn 89 jaar oud me nog altijd drie dagen per week bij. Op papier is Ronnie, Willems zoon, samen met mij eigenaar, maar eigenlijk bemoeit hij zich al ruim vijftien jaar niet meer met de bakkerij. En ook Ronnies zoon heeft andere interesses. We hebben onze hoop nu gevestigd op de kleindochter van Ronnies zus in Amerika, die naar Nederland wil komen. We houden de familielijn graag in stand.'

Tiggelman vindt het belangrijk om het oorspronkelijke familieconcept te bewaken en te ontwikkelen. 'We vergeten niet waar we vandaan komen. Het draait bij ons om het volkorenbrood. En om eenvoud. Onze receptuur is 116 jaar oud, onze ingrediënten zijn vers. Dat geldt voor nieuwe producten, maar ook voor onze Boterhammenwinkel, meer een kantine dan een lunchcafé. We blijven bij de kern: we malen zelf.'

Allemaal aanschuiven

Bij een familiebedrijf hoort een vaste klantenkring. Soms is dat leuk, soms minder, vindt Tiggelman. 'Iedereen heeft zeggenschap. Kenmerkend is dat we gastvrij zijn: iedereen is welkom. De drempel is laag en mensen durven aan te schuiven in onze kantine. Willem loopt daar zo af en toe tussendoor; dan gaat-ie aan een tafeltje zitten en maakt hij een praatje met de klanten. Hij is een bekend gezicht. Vele generaties kennen hem.'

Het gaat om een stuk familiegevoel: 'Dat proberen we klanten te laten voelen, maar ook ons personeel. De familie Hartog komt nog regelmatig in de bakkerij, dat helpt natuurlijk een stuk.'

**'ONZE RECEPTUUR IS
116 JAAR OUD,
ONZE INGREDIËNTEN
ZIJN VERS'**

Fred Tiggelman, Bakkerij Hartog

'ZORG DAT JE
MEER GOED DOET
DAN FOUT, DAN
KOMT HET GOED'

Benno Leeser, Gassan Diamonds



Sinds 1945

In 1973 kwam Benno Leeser in het bedrijf van zijn opa werken. Toen deze tien jaar later overleed, nam hij samen met zijn broer Guy, Gassan Diamonds over. Twee jaar geleden kocht Benno Leeser zijn broer uit, en bezit hij 100 procent van de aandelen.

TEKST LONNEKE GILLISSEN

BIJ DE ENTREE VAN GASSAN staat de buste van grootvader Leeser en op de eerste etage, waar de toeristen uitleg krijgen over diamanten, hangt de familiestamboom. 'Vijf familieleden, mijn kinderen en hun partners, werken in ons bedrijf. Daar ben ik enorm trots op. De vierde generatie loopt zich dus warm voor opvolging. Dat is een fijne geruststelling,' lacht de eigenaar breeduit. 'Mijn broer zat er net iets anders in, het was voor ons allen dus heel logisch dat ik de zaak overnam. Aan de continuering van het familiebedrijf hechten wij nu eenmaal grote waarde.'

Wishful thinking

Het familiale gezicht is een sterk signaal naar klanten, vindt Benno Leeser. 'Ja, klanten ervaren dat als zeer prettig. Dat krijgen we van ze terug. Het gaat om vertrouwen, en de familie is herkenbaar, dat geeft een vertrouwd gevoel. Eerlijkheid loopt daarbij als een rode draad door het bedrijf en de familie. Dat is ons met de paplepel ingegoten. Er is een zin die net zo belangrijk is als dat vertrouwen: "Kwaliteit, kwaliteit, kwaliteit en service." Het feit dat we voor 100 procent een familiebedrijf zijn, geeft ons het vermogen om controle uit te oefenen op die kwaliteit en op de service. Dat betekent overigens niet dat alles altijd maar lukt. Dat is iets anders. Van mijn opa heb ik dat geleerd. Hij zei: "Het is wishful thinking dat alles wat je onderneemt een succes wordt. Zorg ervoor dat je meer goed dan fout doet, dan komt het goed." Dat vond ik een mooie gedachte. Die is me altijd bijgebleven.'

Het familiegevoel heeft invloed op andere werknemers van Gassan. 'In principe vertrekken mensen bij ons na zes maanden, of ze blijven heel lang zitten. Pas je wel of pas je niet bij ons familiebedrijf. De mensen die blijven, die zien we vaak jaren voor ons werken. En soms komen familieleden van hen hier vervolgens ook werken. Ja, dat vind ik een groot compliment. Jaarlijks organiseren we zo'n drie jubilarissenborrels, waarbij we per keer zo'n tien medewerkers in het zonnetje zetten die hier 12,5 of zelfs 25 jaar werken. Dat zegt mij genoeg. Dat geeft mij een fijn gevoel.'