

Op bezoek bij een gepassioneerde vulpendokter Akkermans

Walhalla voor pennenliefhebbers

16

Kantoor Business Magazine Mei 2002

Het versturen van een e-mailtje waarin over gevoelens wordt gerept, zou heilzaam zijn voor de gezondheid, kopte de krant onlangs. Wie de dagelijkse sleur van het versturen van onpersoonlijke miltjes wil onderbreken, kan echter maar beter een vulpen ter hand nemen. Ouderwets? Absoluut niet. De vulpen is een onverslaanbaar en vooral ook modieus product geworden. Steeds meer consumenten worden er graag mee gezien. Daar weten ze bij Vulpenspecialzaak Akkerman alles van.

Door Laurens van Aggelen

“Als je een vulpen kiest, moet die natuurlijk wel helemaal bij je passen. Niet alleen qua uiterlijk maar ook qua grip en penpunt”, vertelt Paul Rutte van Akkerman, gevestigd in De Passage in Den Haag. Rutte is behalve inkoper en verkoper vooral pennenliefhebber en Akkermans wandelende encyclopedie.



Geschiedenis

Het bedrijf P.W. Akkerman werd in 1910 opgericht door de grootvader van de huidige eigenaar Arthur Akkerman. Aanvankelijk zat het bedrijf een paar deuren verder. Sinds 1936 is de winkel gevestigd in het huidige pand. In de beginjaren was het een bedrijf waar stempels verkocht werden maar toen in 1918 de eerste vulpen in Nederland werd geïntroduceerd werd al snel gekozen voor de verkoop van schrijfwaren. In die tijd stond het bedrijf vooral als de “Vulpendokter” bekend, vanwege de grote expertise op het gebied van het repareren van schrijfinstrumenten.

die. Het is maar goed dat hij ondanks zijn elektronica-opleiding toch voor dit vak gekozen heeft en uitgerekend bij Akkerman is terecht gekomen. Zijn liefde voor het vak is groot, waardoor je welhaast mag spreken van een roeping. Juist de winkel van Akkerman is voor hem een walhalla, zoals het dat ook al jaren is voor de vele klanten uit binnen- en buitenland. Deze populariteit heeft het bedrijf vooral te danken aan het zeer uitgebreide assortiment, maar ook de grote deskundigheid die men in huis heeft. Akkerman behoort tot een der weinige vulpenspecialisten waar alle reparaties nog in huis kunnen worden uitgevoerd, ongeacht de leeftijd, het model en merk van de pen. Met de passende luxe uitstraling van de winkelrichting is het maar goed dat dit oude

Arthur Akkerman (l) en Paul Rutte.



bedrijf gevestigd is in de oudste passage van Nederland, op een steenworp afstand van het Binnenhof. Een passend decor voor een winkel als deze. De lucht is er bezwangerd van nostalgie en het winkelende publiek kan zich er even losweken van alle hectiek van het drukke centrum.

Exclusiviteit

Het aanbod van exclusieve schrijfinstrumenten is bij Akkerman beslist imposant te noemen. Naast de bekende merken zoals Parker, Waterman, Montblanc, Lamy, Pelikan en Caran d’Ache kan men hier ook terecht voor exclusieve merken uit Italië, Japan, Engeland en de VS die men zelf importeert. Van alle modellen pennen zijn bovendien alle penpunten in huis en kan de klant altijd terugvallen op de eigen service-afdeling van het bedrijf.

Indrukwekkend is het grote aantal zogenaamde limited editions dat in de vitrines is uitgesteld. Zo behoren de vulpennen van Namiki tot de absolute topklasse-modellen. “Het gaat hier om een fraai stukje traditioneel handwerk. De beschilderingen zijn aangebracht met behulp van de Japanse maki-e techniek.” Bij deze techniek wordt gebruik gemaakt van het sap van de Japanse lacquerboom. Op het moment dat de aangebrachte sap nog vochtig is, worden er volgens een be-



Akkerman, gevestigd in de passage.

paald ontwerp poedergoud, zilver en verschillende kleurenpigmenten aangebracht, waarna het geheel de oven ingaat. Geen enkele pen is daardoor ook hetzelfde. Door gebruikmaking van deze techniek ogen de pen- nen bovendien zeer fraai en vooral exclusief. De prijs van die pennen kan oplopen tot zo'n 18.000 gulden. "Zoals veel van de limited editions die we verkopen, worden deze pennen vooral gekocht door verzamelaars", aldus Rutte. Die komen trouwens veelvuldig over de vloer bij Akkerman. De meest exclusieve pennen worden dan ook niet eens altijd gebruikt om er mee te schrijven, maar blijven ongebruikt als postzegels in hun dure opbergdoosjes liggen. Toch ziet Rutte een groeiend aantal klanten regelmatig terugkomen voor de aanschaf van een duurdere vulpen die wel veelvuldig wordt gebruikt. Voor het nodige advies neemt Rutte graag de tijd. "De aanschaf van een vulpen is iets heel persoonlijks. Daardoor krijg je vaak een hele goede band met zo'n klant. Wie een vulpen koopt laat daarmee vaak ongemerkt veel van zichzelf zien."

Bedrijf: P.W. Akkerman
Opgericht: 1910
Aantal personeelsleden: 8

Advies

"Het verkopen van een vulpen vraagt veel vakkennis", zegt Arthur Akkerman. "Om personeel de nodige knowhow bij te brengen, leiden we ze intern op. Afhankelijk van de feeling met het product gaat er al gauw een half jaar of meer overheen voor een medewerker ook echt voldoende kennis heeft om een goed advies te geven. Daarbij is het natuurlijk van wezenlijk belang dat hij ook echt wil verkopen", benadrukt Akkerman. Rutte: "Belangrijk is natuurlijk allereerst om te weten met welk doel de klant een pen koopt. Maar ook hoe hij schrijft, hoeveel druk hij met de pen op het papier uitoefent, welke grip hij nodig heeft en welke pendikte het beste past bij iemands manier van schrijven." Wie denkt dat het comfortabeler is om te schrijven met een ballpoint of rollerball, wordt tijdens een bezoek aan Akkerman wel op andere gedachten gebracht. "Waarom een ballpoint?", zal het antwoord van Rutte steevast klinken. "Met de juiste pen is het veel prettiger schrijven. Bovendien is het ook veel beter voor de ontwikkeling van een mooi handschrift. Het is goed dat er tegenwoordig op scholen weer veel aandacht is voor het ontwikkelen van een goed handschrift. Om die reden wordt er in het onderwijs ook steeds vaker een vulpen voorgeschreven." Dat er op school veel aandacht wordt besteed aan een goede ontwikkeling van het handschrift, is van groot belang. Wie eenmaal een

verkeerde schrijfhouding heeft aangeleerd zal daar later zelden nog vanaf komen.

Mode

De keuze voor een pen is heel persoonlijk. Omdat met name vulpennen geliefde geschenken zijn die ter gelegenheid van bijvoorbeeld het behalen van een diploma veel worden verkocht, zou je veronderstellen dat er heel wat klanten met pen en kassabon terugkomen om te ruilen. "Dat valt juist heel erg mee. Wie bij ons een pen koopt, heeft twee weken de tijd om de pen om te ruilen maar dat komt niet eens zoveel voor", gaat Akkerman verder. "Het leuke is juist bij cadeau's dat we naderhand van de gebruiker zelf horen dat hij tot dezelfde keuze zou zijn gekomen als hij de pen zelf zou hebben gekocht. Dat is voor ons een teken dat we een goed advies hebben kunnen geven op basis van hetgeen de gever van de pen ons kon vertellen."

De aanblik van de vitrines van Akkerman laat in een oogopslag zien dat er voor iedereen wel een pen van zijn of haar smaak is. "Bij het ontwerp wordt er natuurlijk ingespeeld op trends die je ook in andere producten ziet terugkomen, zoals bij horloges", aldus Rutte. Een goed voorbeeld zijn het grote aantal pennen dat is uitgerust met een platinum beslag. In plaats van goudkleurige accenten zijn het meer de zilverkleurige accenten die de nieuwe pennen sieren. Anderzijds is er volgens Rutte een duidelijke hang naar vroeger. "Klassiek vormgegeven pennen verkopen we veel. Daaronder ook de pennen die gemodelleerd zijn naar ontwerpen van de jaren twintig. Zo ook de Parker Duofold bijvoorbeeld." Veel van de pennen die nu op de markt komen, zijn overigens wel dikker dan voorheen.

Ondanks de toename van het gebruik van tekstverwerkers en het gebruik van nieuwere soorten schrijfgerei zoals ballpoints met gel, is men er bij Akkerman van overtuigd dat de markt voor de betere schrijfwaren nog altijd weinig te vrezen heeft. "Daarbij speelt natuurlijk mee dat ook de jeugd tegenwoordig weer meer met de vulpen is gaan schrijven. Maar al zou dat niet zo zijn, die behoefte komt vroeg of laat vanzelf." Dat mag alleen al blijken uit de grote groep klanten tussen de dertig en de veertig die bij Akkerman over de vloer komt. "Velen van hen komen meerdere keren per jaar binnen om er weer een vulpen bij te kopen." En natuurlijk voor een agenda, want die liggen ook in de schappen bij Akkerman. Ook zo'n product dat het ondanks elektronische alternatieven nog altijd goed blijft doen. ■