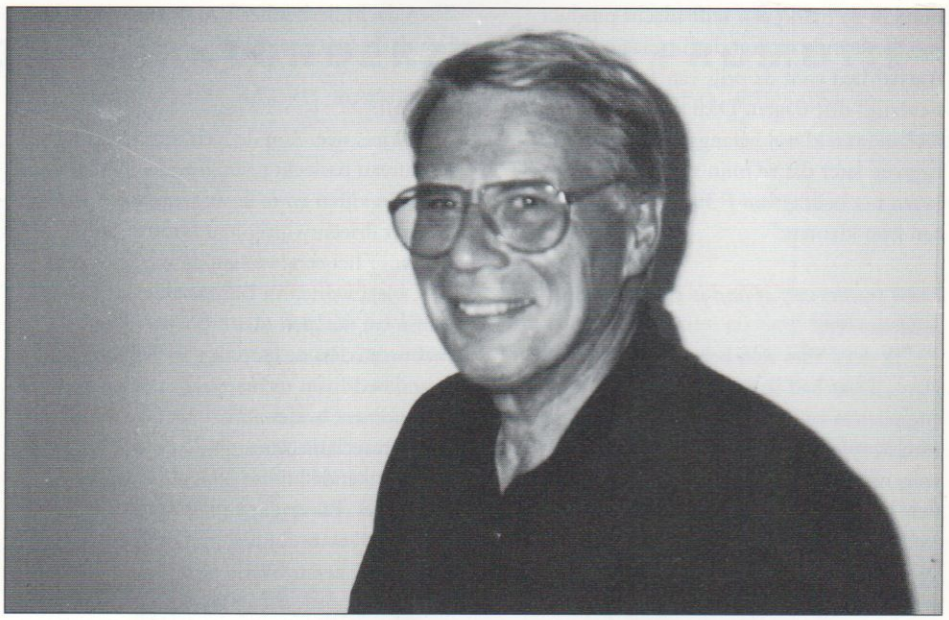
Janny Lok interviewt Jaap Veldkamp

'Gedegen, behoedzaam en gestaag'

Jaap en Betsy Veldkamp wonen heel idyllisch, in de bossen rond Apeldoorn. We drinken eindeloos koffie, hebben veel bij te praten. Soms turen we aandachtig naar buiten, want ik wil dolgraag 'hun' boomklevers zien. Een ideaal plekje voor een vogelfreak als ik. Het bord met het Veldkamp-motto 'gedegen, behoedzaam en gestaag' zoek ik vergeefs, maar wordt als het ter sprake komt, uit de kast gehaald. Een teken om maar eens aan de slag te gaan: de geschiedenis van Bureau Veldkamp, van de oprichting tot het vertrek van Jaap Veldkamp: 1958-1983.



Wanneer is Bureau Veldkamp opgericht?

"In juli 1958 ben ik zoals dat heet 'voor mezelf begonnen'. Dat is dus nu bijna eenenveertig jaar geleden. Vorig jaar hebben we het veertigjarig jubileum gevierd. Ik ben zelf vijfentwintig jaar bij bureau Veldkamp gebleven. In 1983 heb ik afscheid genomen."

Waarom begon je voor jezelf?

Lacht: "Zoals zoveel marktonderzoekers van mijn generatie begon ook ik als enquêteur. Ik studeerde sociale psychologie aan de GU in Amsterdam (Gemeente Universiteit, nu UvA geheten, JNL) en zag op een gegeven moment een annonce bij het SPI (Sociaal Psychologisch Instituut) op het prikbord hangen waarin enquêteurs werden gevraagd. Ik wilde zo langzamerhand wel wat verdienen. Was ook al wat ouder. Drie jaar diensttijd in Indonesië achter de rug en al vijf jaar verloofd. We wilden wel eens gaan trouwen. Ik reageerde dus op die oproep en werd aangenomen."

Wat was het voor een project?

"De opdrachtgever was het Landbouwschap en het bureau dat het onderzoek uitvoerde heette Vorm. Bij Vorm werkten twee mensen in vaste dienst. Vorm was een zelfstandige afdeling van het reclamebureau Vorstelman. Dat soort constructies had je meer in die tijd. Ik vond het enquêteren heel leuk en raakte thuis bij Vorm. Overigens ging het daar financieel niet zo best; met name dat gigantische landbouwschap-onderzoek bracht het bureau in grote problemen. Ik had goed om me heen gekeken en gezien hoe je de dingen wel en niet moest aanpakken. Toen het bij Vorm misging dacht ik: waarom ga ik niet zoiets opzetten. Zo gezegd, zo gedaan."

En je studie dan? De praktijk leert dat daar dan niets meer van komt.

"Klopt, maar weet je, die studie voldeed al een hele tijd niet meer aan mijn verwachtingen. Het was voor mij te theoretisch. In het marktonderzoek zag ik goede mogelijkheden. En ik dacht ook: wordt het niets dan kan ik altijd nog mijn studie weer oppakken. Dat is er dus inderdaad nooit meer van gekomen."

Hoe ben je te werk gegaan?

"Ik kan je de geschiedenis van Veldkamp, althans de vijfentwintig jaar die ik heb meegemaakt, het beste vertellen aan de hand van de locaties waar we domicilie kozen. Ik was inmiddels getrouwd en we woonden in de

Milletstraat, vier hoog achter in Amsterdam Zuid. We hadden daar twee zolderkamertjes. We konden er een kleine ruimte bijhuren en daartussen bevond zich een kale zolder, een soort niemandsland. Die heb ik toen maar geannexeerd. We hebben daar gewoond en gewerkt van 1958 tot 1960."

Waar haalde je je opdrachten vandaan?

"De twee mensen die bij Vorm werkten waren bij reclamebureaus in dienst gegaan en van hen kreeg ik opdrachten. Ik had de schulden van Vorm overgenomen en betaalde aan de schuldeisers steeds 10% van de omzet die ik met hun opdrachten binnenhaalde. Dat was de deal. Op die manier heb ik hun schulden langzaam maar zeker afgelost. En verder bood ik de markt een zelfbedacht product aan, bestaande uit honderd straatinterviews in Amsterdam voor de prijs van *f* 300,-. Levertijd drie dagen. Daar was vanuit de reclamewereld wel belangstelling voor. Ik begreep later dat ze mijn rapportjes voor vele keren het bedrag van *f* 300,- doorverkochten aan hun klanten."

Deed je alles zelf of had je vanaf de start medewerkers?

"Ik deed alles zelf, behalve de straatinterviews. Daar had ik een pool van zo'n dertigtal enquêtrices voor. Ik nam de opdracht in ontvangst, typte de vragenlijst, stencilde die vervolgens in honderdvoud, ging op de motorfiets langs de enquêtrices om ze af te geven en reed de dag daarna dezelfde route om de ingevulde lijsten weer in ontvangst te nemen. Dan als een haas naar de Milletstraat, coderen, tabellen maken, rapportje typen en wegbrengen. Dag en nacht werken, maar veel plezier en voldoening."

1960: Van Milletstraat naar Buitenveldert

"Het ging goed met de opdrachtenstroom en inmiddels hadden Betsy en ik ons eerste kind gekregen. De ruimte werd mede daardoor echt te klein en we besloten te verhuizen naar Buitenveldert. Die stadswijk was op dat moment in aanbouw. We kochten daar een huis en bekostigden de aankoop deels met de verdiensten van twee jaar marktonderzoek, een maximale hypotheek en de steun van een trouwe opdrachtgever. Die zei: als jij dit jaar elke maand een onderzoek voor mij doet, dan betaal ik het restant. Fantastisch toch?

In Buitenveldert kwamen er ook medewerkers bij. Op freelancebasis weliswaar, maar toch! Ik kon al het werk absoluut niet meer alleen af."

Zijn daar bekende namen bij?

"Ja, bijvoorbeeld Joop Groote Woortman, de latere directeur van reclamebureau Prad. En Jenneke Miedema, die volgens mij nog steeds actief is in het kwalitatieve marktonderzoek.

In ons huis, respectievelijk onze werkplek in Buitenveldert konden we groeien tot maximaal vijf man, mijzelf meegerekend. Dus dat betekende op den duur weer uitkijken naar een nieuwe locatie."

1966: Van Buitenveldert naar Keizersgracht

"Ik zag op een gegeven moment in een tien dagen oude krant een advertentie van een notaris die een etage aanbood aan de Keizersgracht. Ik er op af; ik bleek de achtentwintigste gegadigde te zijn. Het was een bijzonder plezierig gesprek, maar ik gaf mezelf geen schijn van kans. Na een paar dagen begon ik zelf te aarzelen of ik het financieel wel aan zou kunnen en belde de notaris op om hem te zeggen dat ik er vanaf zag. Hij zei: dat is heel jammer, want ik heb u uitgekozen. Toen dacht ik: het heeft zo moeten zijn en heb ik de stap gewaagd."

En spijt?

"O jee, nee. Aan de Keizersgracht zijn we als bureau pas echt gaan groeien. We kwamen met zijn vijfen en toen we weggingen waren we met drieëntwintig man/vrouw. Ik heb toen ook voor het eerst wonen en werken gescheiden, bleef wonen in Buitenveldert.

En we werkten niet meer vooral voor reclamebureaus. In de loop der jaren had al een aantal bedrijven rechtstreeks contact met mij opgenomen, onder andere toen ze doorkregen dat hun reclamebureau wel een erg grote marge rekende bij het doorverkopen van mijn rapportjes. En verder zijn er op de Keizersgracht de eerste contacten met de overheid gelegd. De eerste overheidsopdracht herinner ik me nog goed: dertig kwalitatieve interviews voor het Ministerie van O.K.&W. (Onderwijs, Kunsten en Wetenschappen, JNL).

Het ging ons goed. We begonnen op de Keizersgracht met één etage en toen we weggingen hadden we er nog een hele grote zolder, het hele voorhuis en een gedeelte van het achterhuis bijgehuurd. Toen was het op; meer kon de notaris niet voor ons doen. Op de Keizersgracht kwamen mensen als Karel Slootman, Peter Mulder (later hoofd marktonderzoek bij Verkade) en Rob de Flines bij ons werken. We werden een echt bedrijf, met een officiële telefoniste/receptioniste en alles wat er verder zo al bij hoort.

We gingen ook veel meer de kwalitatieve onderzoeksrichting uit. De sociale psychologie ging een steeds belangrijkere rol spelen. Daar genoot ik van; dat had mij ook altijd voor ogen gestaan."

1972: Van Keizersgracht naar Stadhouderskade

"Na zes jaar Keizersgracht heb ik een makelaar in de arm genomen om een geschikt pand voor ons te zoeken. Dat werd het bekende pand aan de Stadhouderskade. Daar heb ik in 1983 afscheid genomen. Bureau Veldkamp is er vervolgens nog blijven zitten tot 1986."

Kun je wat vertellen over de rechtsvorm en de eigendomsverhoudingen?

"Veldkamp is als een eenmansbedrijf gestart en is dat ook gebleven tot we ons vestigden in het kooppand op de Stadhouderskade. Toen is het een N.V. geworden en op het moment dat de B.V. mogelijkheid werd geboden heeft omzetting plaatsgevonden.

Bij Bureau Veldkamp hebben vanaf het begin heel veel mensen op freelancebasis gewerkt. Op de Keizersgracht is een aantal medewerkers in vaste dienst gekomen, maar vierde het freelanceschap nog hoogtij. Op de Stadhouderskade is daar verandering in gekomen; daar werd een vast dienstverband usance."

Hoe ging het met aandelen?

"Toen Bureau Veldkamp een B.V. was geworden werd natuurlijk ook het onderwerp aandelen actueel. Ik ben daar altijd zeer duidelijk over geweest. Iedereen die belangstelling had, kon daar met mij over komen praten. Ik bood de aandelen aan voor de prijs die ze op dat moment boekhoudkundig waard waren, dus zonder goodwill en zo. Dat vond bijna niemand interessant. Alleen Karel Slootman is er op ingegaan. Hij heeft op een gegeven moment 20% gekocht. Vanaf dat ogenblik is hij ook officieel mededirecteur van Veldkamp geworden."

Hoe is de omzetontwikkeling geweest?

"In ons eerste jaar - van juli tot eind december 1958 - hebben we *f* 6.000,- omgezet! Toen we in 1972 de Keizersgracht vaarwel zeiden was de omzet ruim twee miljoen. In 1983 - bij mijn vertrek - was de omzet circa 3,5 miljoen." Het personeelsbestand liep van één – ikzelf - in de Milletstraat, via vijf in Buitenveldert naar ruim twintig toen we de Keizersgracht verlieten. Toen ik in 1983 wegging, werkten er circa vijfendertig mensen bij Bureau Veldkamp."

Veldkamp staat bekend als het instituut dat veel overheidsopdrachten doet. Kun je iets zeggen over het cliëntenbestand?

"Aanvankelijk werkten we vrijwel alleen voor de reclamewereld. Toen ik net gestart was, ben ik bij alle zichzelf respecterende reclamebureaus op bezoek gegaan om ze over het nut van marktonderzoek te informeren. Dat leverde me veel werk op. Later nam het bedrijfsleven een steeds belangrijker deel van de omzet voor zijn rekening en in de tweede helft van de jaren zestig deed de overheid haar entree als klant. Het belang van de overheid werd steeds groter; toen ik in 1983 wegging was dat zeker 50% van de omzet. Met overheid bedoel ik dan met name ministeries, Den Haag dus."

Wat zie je zelf als je belangrijkste beslissing in vijfentwintig jaar Bureau Veldkamp?

"Het kopen van het pand aan de Stadhouderskade. Dat was een mijlpaal in de

ON THE ROAD

Met **VMP**. Wij zijn een onafhankelijk facilitair bedrijf ten behoeve van marktonderzoek. **VMP** verzorgt het veldwerk met eigen enquêtebussen door het gehele land. De enquêtebussen hebben 4 afgesloten kabines van 1,5 / 1,5 m. en een keuken met koelkast, diepvries en kookgelegenheid.

U heeft toch ook graag dat uw product op een duidelijke en representatieve wijze getest wordt?

Of laat u uw product liever op een minder professionele manier, in een achteraf zaaltje, open en bloot voor het publiek uittesten.

VMP enquêtebussen zijn te gebruiken voor:

- face-to-face onderzoek
- product-testing
- testen van advertenties en commercials
- testen gebruiksvriendelijkheid van apparatuur

VMP **VERSTEEGH-MARKTONDERZOEK EN PROMOTIE**

Mevr. M.H. Heijen • Herenstraat 113 • 1406 PC Bussum Tel. 035 - 691 97 98 • Fax. 035 - 693 76 72

geschiedenis van het bureau."

Waar heb je het meeste plezier aan beleefd?

"Om te beginnen heb ik de pioniersfase heel spannend gevonden. Proberen of het lukte. Ik had een beleidsplan gemaakt dat uit twee elementen bestond:

Zorg dat je het vertrouwen van je klant wint. Je moet overbrengen dat onderzoek bij jou in goede handen is en zorg dat je de best mogelijke kwaliteit levert. Alleen het allerbeste is goed genoeg.

Met deze twee uitgangspunten heb ik mijn bureau opgebouwd en dat bleek te lukken. Daar genoot ik van. Verder vond ik de contacten met mijn opdrachtgevers heel stimulerend. Data leveren waar ze iets mee konden, dat was waar ik op uit was. Hard werken, dat wel, maar ik had het er graag voor over. En dan de eerste tijd op de Stadhouderskade. Dat waren fantastische jaren. Iedereen was enthousiast en actief. Een hele inspirerende periode."

Wat heb je erg gevonden?

"De laatste tien jaar op de Stadhouderskade waren minder leuk. De interne verhoudingen lieten te wensen over, er waren spanningen. Het werkte bij mij fysiek uit in een maagbloeding. Dat was in 1978. Daar zat natuurlijk een psychische component bij. Ik heb in die tijd ook een strategische fout gemaakt. Je weet dat er bij Veldkamp een aantal bijzonder knappe koppen zat. Naast de mensen die ik al eerder noemde kwamen Fred Bronner, Pieter Nagtegaal, Cees van Rooy, Yolanda Schothorst, Dick Verzijden, Jac Wilbrink - om er maar een paar te noemen - bij ons werken. Ik merkte dat deze mensen vaak beter rapporteerden dan ik en liet dat daarom ook graag aan hen over. Tot zover prima. Maar ik vond dat ze dan ook het hele traject - van briefing tot presentatie - moesten doen. Dat leek mij logisch en inspirerend voor hen. Na verloop van tijd was ik door deze stellingname vrijwel al mijn vaak moeizaam opgebouwde en waardevolle klantencontacten kwijt. Gewoon uit handen gegeven. En precies dat onderdeel van het vak waar ik altijd zoveel plezier aan had beleefd.

De laatste jaren bij Veldkamp hield ik me eigenlijk alleen nog maar bezig met managen, probleempjes oplossen en administratief werk. Dat was niet erg leuk.

Wat ik ook niet zo leuk vond, was de achterblijvende groei. Er waren jaren dat de groei nauwelijks tred hield met de inflatie. Veel projectleiders overdreven mijn credo: 'alleen de allerbeste kwaliteit is goed genoeg' nogal. Zelfs een vrij eenvoudige onderzoeksvraag werd ingewikkeld gemaakt. Nóg uitvoeriger onderzoeken, nóg meer kruistabellen, nóg dieper graven, was aan de orde van de dag, ook als de budgetten dat niet meer toelieten. Dat vrat aan mij, maar ik kon het tij niet meer keren."

Ben je daarom in 1983, na je 25-jarig jubileum, weggegaan?

"Dat zou financieel niet gekund hebben. Ik was daar ook nog te jong voor. Nee, ik ben weggegaan nadat AGB Bureau Veldkamp had overgenomen.

In 1982 kwam Coen de Koning (oud-directeur van Attwood Statistics, later AGB Dongen) buurten om te sonderen hoe we daar tegenover zouden staan en begin 1983 werd een dergelijk bezoek herhaald door Frits Becht (oud-directeur Intomart, later AGB Nederland). Kort daarna is Veldkamp verkocht aan AGB. Ik ben toen overgestapt naar Intomart in Hilversum en Karel Slootman is tot algemeen directeur van Veldkamp benoemd. Ik heb nog ruim twee jaar bij Intomart een aantal specifieke klussen geklaard en ben vervolgens - op 61-jarige leeftijd - gestopt."

Zijn er nieuwe bureaus voortgekomen uit Veldkamp Marktonderzoek?

"Nee."

Welk huidig bureau zou je graag opgericht willen hebben?

"Ik het altijd een groot respect gehad voor Mary Zeldenrust en haar IPM. Die kant heb ik ook altijd opgewild met mijn bureau en dat is deels ook wel gelukt. Maar wij schroomden ook het getalsmatige onderzoek niet en dan ben je misschien niet altijd even duidelijk naar de markt.'

Een verder zou ik elk bureau wel opgericht willen hebben dat de allerbeste kwaliteit levert en tegelijkertijd een goed rendement haalt."

Denk je dat het anno 1999 moeilijker of makkelijker is een bureau op te richten?

"Mijn eerste reactie is: moeilijker, want de concurrentie is gigantisch groot geworden. Laatst heb ik voor de aardigheid het aantal marktonderzoekbureaus uit het telefoonboek van Amsterdam eens geteld. Ik kwam tot achtenzestig stuks! Dat was in mijn tijd wel even anders. Maar aan de andere kant: waarom zou iemand die echt gemotiveerd is nu niet in zijn eentje een bureau kunnen beginnen. Net als ik in 1958 deed. Met een goede pc en met de uitgangspunten vertrouwen winnen en kwaliteit leveren, moet dat ook nu nog mogelijk zijn."