

HOE JOOP HARMANS ZICH OPNIEUW UITVINDT DOOR TRADITIE EN INNOVATIE TE COMBINEREN

Fietswinkel Joop Harmans is een vaste waarde in Amsterdam. Dit familiebedrijf, opgericht door de grootvader van de huidige eigenaren, heeft zich ontwikkeld tot een begrip in de regio. Vorig jaar verhuisde de winkel naar een nieuw pand, wat nieuwe mogelijkheden biedt om door te groeien. Maar één ding staat vast: "Joop Harmans moet Joop Harmans blijven. Naast het verkopen van fietsen, hebben we ook nog een maatschappelijke functie."

Je kunt wel zeggen dat Joop Harmans XXL een ras Amsterdams familiebedrijf is. "Joop Harmans bestaat al 77 jaar en is opgericht door onze opa en daarna overgenomen door onze ouders. We zijn er echt in opgegroeid", vertelt mede-eigenaar Eric Blom. Hij vervolgt: "Richard Blom, mijn broer en mede-eigenaar, is al sinds zijn zestiende werkzaam in het bedrijf, hij is technisch opgeleid. Zelf heb ik eerst detailhandel- en juridische opleidingen gevolgd voordat ik bijsprong in de drukte van de winkel en nooit meer ben weggegaan."

We vragen de broers hoe ze het ervaren hebben om in het familiebedrijf te stappen. "Onze ouders gaven ons altijd de vrijheid om ons te ontwikkelen, onze mening te geven en mee te denken. Nu wij het bedrijf voortzetten, vinden we het belangrijk om jonge talenten dezelfde kansen te geven. De ontwikkelingen gaan

zo hard, het is daardoor belangrijk om met elkaar in gesprek te gaan. Hoe denk jij hierover? En waarom? Die gesprekken houden ons ook scherp." Met een team van tien mensen zijn de rollen duidelijk verdeeld: Eric regelt alles achter de schermen, Richard bestiert de werkplaatsen en beiden werken ze mee in de winkel.

Uitdaging nieuw pand

De zoektocht naar een nieuw pand in Amsterdam bleek een grote uitdaging. "Drie jaar geleden wisten we al dat we weg moesten uit ons vorige pand vanwege woningbouw. Vanaf dat moment zijn we actief gaan zoeken, maar de panden liggen niet voor het oprapen", vertelt Eric. "Of het was te duur, of het was te klein. We wilden een grote winkel voor Amsterdamse begrippen. En we wilden in de buurt blijven. Uiteindelijk hebben we via onze contacten een plek gevonden in Amsterdam-Noord." Maar het krijgen van een vergunning was nog niet zo gemakkelijk. "Je moet de gemeente nog meekrijgen voor een vergunning omwille het bestemmingsplan. Dan ben je aan het knokken voor het bestaan van je bedrijf. Terwijl je alles moet regelen, blijft je zaak natuurlijk wel doordraaien." Sinds april 2024 bevindt Joop Harmans zich op de nieuwe locatie, een nieuwbouwpand in Amsterdam Noord van meer dan 1100 vierkante meter vlak bij het NDSM-terrein, een gebied dat volop in ontwikkeling is. "Amsterdam-Noord is booming. Binnenkort worden hier appartementencomplexen gebouwd en er trekken veel jonge mensen naar het gebied. Het is een gouden kans voor ons om te groeien."



Groots project

Onze redactie krijgt een rondleiding van de twee broers. "De inrichting van de winkel is door Richard zelf bedacht. Daarbij hebben we hulp gehad van fabrikanten zoals Gazelle om de ideale winkelindeling te realiseren. Richard leidde het project van de nieuwe winkel, terwijl ik onze oude winkel draaiende hield", vertelt Erik. "Op 1 januari kregen we de sleutel en na veel avonden en weekenden doorgewerkt te hebben, gingen we op 1 april open."

Ondanks de hulp van vele bedrijven en fabrikanten vonden de broers het belangrijk dat de winkel zijn eigen sfeer behoudt. "Joop Harmans moet Joop Harmans blijven. Bij ons komt ook iemand binnen die een leuke band heeft, een kop koffie wil drinken of hun problemen wil vertellen", benadrukt Eric. "Of je een fiets van 500 euro koopt of eentje van 7000 euro, iedereen is gelijk. Dat is onze basis."

Showroom

We lopen naar boven, waar de showroom zich verder uitstrekt. "Op onze vorige locatie was het magazijn en de werkplaats groter en de showroom wat kleiner. Hier hebben we besloten de rollen om te draaien. Dit moest gewoon een mooie toonzaal worden, waar we alles ruim en overzichtelijk opstellen." Naast de extra vierkante meters biedt de locatie ook nieuwe kansen. "We hebben ons assortiment uitgebreid met de merken Tenways en Riese & Müller. We hebben Tenways voor het jongere publiek toegevoegd. Onze winkel ligt in het NDSM-gebied: hip, trendy, expats en studenten, het merk past daar perfect bij. Terwijl Riese & Müller in het topsegment zit. Zo bedienen we met onze andere merken een nog bredere klantengroep."

In de showroom zit een verkoopkantoor. "Hier kunnen we rustig met klanten zitten en via een tv aan de wand een fiets samenstellen. Zo hoeft je niet samen met de klant op een klein computerschermpje te kijken."



Jaren geleden was een fiets gewoon iets wat je kocht en je niet veel voor betaalde. Nu verwachten je klanten ook meer service voor wat je ervoor betaalt", aldus Eric. "Daarnaast werken we samen met zakelijke klanten, zoals zorginstellingen en woningbouwverenigingen. We leveren fietsen voor het personeel, zodat zij makkelijk naar cliënten kunnen fietsen. We zitten ook op een bedrijventerrein en zien nog vele mogelijkheden voor samenwerkingen met zakelijke klanten. Een mooi doel voor het nieuwe jaar!", voegt Richard toe.

Klantgerichte zichtbaarheid

De broers zijn trots op wat ze hebben bereikt, maar realiseren zich ook dat groei noodzakelijk is om relevant te blijven. "Online is daarbij belangrijk geworden. We hebben een groot klantenbestand, maar deze moesten bij onze opening ook geïnformeerd worden over onze verhuizing." Eric vervolgt: "We hebben een marketingteam samengesteld van familieleden die daar kennis van hebben. Voor de opening hebben we een plan opgesteld en op 1 april zagen we dat het echt werkte. Dit plan richtte zich ook op een nieuw publiek, één die je niet meer via krantenadvertenties bereikt. Er zijn zoveel mogelijkheden om (toekomstige) klanten te informeren en je moet je niet blindstaren op één manier. Dat was een eye-opener voor ons."

“
**DE BROERS ZIJN TROTS OP WAT ZE HEBBEN BEREIKT,
MAAR REALISEREN ZICH OOK DAT GROEI NOODZAKELIJK IS
OM RELEVANT TE BLIJVEN**
”

Eric vertelt verder: "Dit geldt natuurlijk ook voor de onlineverkoop. We zien hier wel dat veel klanten liever naar de winkel komen voor hulp. Maar klanten komen hierbinnen lopen met steeds meer kennis van de fiets." Richard voegt toe: "Vroeger kwam een klant binnen met alléén de vraag: 'Ik heb een fiets nodig'. Voor ons als verkoper is het alleen maar gunstig als een klant weet wat ze wil door het online gezien te hebben. Zo kunnen we hen optimaal helpen naar de fiets die bij hen past. We hebben een supergoede basis en blijven trouw aan hoe onze ouders en hun ouders de zaak gerund hebben, maar het is belangrijk om met de tijd mee te gaan en altijd op zoek te blijven naar nieuwe kansen."

Investing waard

Tijdens de rondleiding zien we hoe trots de twee broers zijn op hun familiebedrijf. "We zijn ontzettend trots op het personeel waarmee we werken en hoe we de familiezaak blijven doorzetten. Het was spannend om te verhuizen en zo een grote investering te bekostigen, maar het is de moeite en reacties waard." Eric voegt trots toe: "We hebben het afgelopen jaar zelfs een onderscheiding gekregen van de gemeente Amsterdam-Noord, de Knoop van Volten, voor onze maatschappelijke inzet. Dat doet goed, want wij vinden het belangrijk om iets terug te geven aan de gemeenschap waarin we al 77 jaar actief zijn."

Meer informatie: Joop Harmans

Tel. 020 636 9752 | mail@joopharmans.nl | www.joopharmans.nl