

Nieuwe voorzitter NUVO: Rob Tokkie

“De optiekmarkt is in beweging als nooit tevoren”

Sinds 1 december 2018 is Rob Tokkie de nieuwe voorzitter van de NUVO. Hij loste Marc Asselbergs af, die meer dan 11 jaar de hamer hanteerde. Wat staat bovenaan zijn agenda? “Een krachtiger stem voor de optiek door meer nieuwe leden. En die gaan er komen!”

Tekst: Theo Peeters

“Als spreekbuis van zowat de totale branche krijg je veel meer voor elkaar.”



Ofschoon hij zelf nooit praktiserend opticien is geweest, heeft Rob Tokkie (47) in de 28 jaar die hij actief is in de branche zowat alle kanten van het vak gezien. Na de schoolbanken en een kortstondige flirt met Defensie “na mijn dienstplicht heb ik éven overwogen beroeps te worden” solliciteerde de twintigjarige Rob in 1990 op een vacature voor assistent-boekhouder bij contactlensleverancier Bausch + Lomb in Heemstede. “Ik zou en moest die baan hebben”, blikt Rob terug in het hoofdkwartier van ‘zijn’ EyeCare in Heemskerk. “Ik wilde zó graag dat ik aanbod de reiskosten – ik woonde toen in de kop van Noord-Holland – voor eigen rekening te nemen. Volgens mij vonden ze dat bij Bausch wel aandoenlijk.” Maar kennelijk werd het ook opgevat als een teken van motivatie, want Rob kreeg de baan.

Rob Tokkie heeft er alweer twee NUVO-bestuurstermijnen op zitten, waarvan de laatste als penningmeester.

Commercieel

Als boekhouder bij Bausch + Lomb kreeg Rob de kans om kennis te maken met de andere disciplines binnen het bedrijf. “Gaandeweg kreeg ik het gevoel dat ik beter op mijn plek was aan de commerciële kant. En na zo’n anderhalf jaar mocht ik de weg op als vertegenwoordiger – accountmanager, zouden we nu zeggen.” Rob groeide in zijn werk, kreeg steeds belangrijker klanten in portefeuille en werd sales manager. “In die tijd was Bausch + Lomb nog leverancier van Ray-Ban. Daar ken ik ook Bas de Nes van, de huidige directeur van de NUVO. Maar het beroemde brillenmerk verhuisde naar Luxottica en Martin Friederichs benaderde me of ik ervoor voelde om bij Luxottica te komen werken als hoofd buitendienst. Zo ben ik daar terecht gekomen.”

Friederichs

Na Luxottica werd Rob commercieel directeur bij Ciba Vision in België (dat later opging in Alcon). Vervolgens ging hij in op een uitnodiging van Menrad Duitsland, dat op zoek was naar een algemeen directeur voor de Nederlandse markt. “Daar heb ik uiteindelijk vier jaar gewerkt, totdat ik in mei 2006 een tip kreeg van (alweer) Martin Friederichs: een optiekketen zou op het punt staan

om Brilservice – destijds 31 winkels – over te nemen. Er ontbrak nog één handtekening. Of ik geen interesse had om er samen met Martin en Rutger in te stappen. Zo geschiedde. De keten had het nakijken, wij stapten erin en dat was het begin van mijn huidige functie.”

Met het oog op morgen

Het zojuist verworven optiekbedrijf was nog geen lid van de NUVO, maar daar kwam al na twee jaar verandering in. “Brigitte Wieman kwam bij ons langs om de voordelen van het lidmaatschap uiteen te zetten. Juist in die tijd had de NUVO de leden geraadpleegd over de door hen voorgestane koers. Met de feedback van de leden – onder meer over diploma-eis, kwaliteit, opleiding en instroom – ging in de zomer van 2009 de nieuwe NUVO-commissie Met het oog op morgen aan de slag. Brigitte polste of ik ervoor in was om in die commissie een bijdrage te leveren. Maar ja, dat zou wel inhouden dat ons bedrijf NUVO-lid zou moeten zijn. Ik moest er wel even over nadenken, maar heb uiteindelijk Brilservice aangemeld als lid.” In 2010 ontstonden er twee vacatures in het bestuur van de NUVO. Rob stelde zich kandidaat, werd gekozen en bestierde samen met toenmalig voorzitter Marc Asselbergs de aandachtsgebieden Bedrijfseconomisch en Zorg.

Vers bloed

Inmiddels heeft Rob er alweer twee bestuursstermijnen op zitten, waarvan de laatste als penningmeester. Heeft hij er nog geen genoeg van? “De eerlijkheid gebiedt me te zeggen dat ik in de aanloop naar de ALV in november wel met de gedachte speelde om plaats te maken voor ‘vers bloed’. Maar de kaarten werden opnieuw geschud. GrandVision zegde zijn lidmaatschap op. Dat vonden we – en vinden we nog steeds – erg jammer, om meer dan een reden. En er ontstond ook een acuut probleem. De bestuurbaarheid van de NUVO noopte ons tot een statutenwijziging, waardoor Brilservice, inmiddels omgedoopt tot EyeCare, verhuisde naar segment 3. Verder had Marc aangegeven dat hij er wel voor voelde om afscheid te nemen als voorzitter. Tegelijkertijd begint de NUVO nieuwe stijl nu echt vorm te krijgen. Dat motiveert mij om die kar te gaan trekken.”

Huiselijk

Heeft Rob Tokkie naast zijn bedrijf en het voorzitterschap nog andere hobby’s? “Natuurlijk gaat het wel enigszins ten koste van mijn privé-tijd. Maar meestal probeer ik de weekends vrij te houden. Ik vind het fijn om thuis te zijn. We hebben een

zogenoemd 'samengesteld gezin', met in totaal vier kinderen waarvan er twee de deur uit zijn. Ik luister graag naar verschillende genres muziek, sta graag in de keuken om vervolgens in goed gezelschap van het resultaat te genieten. En zo op zijn tijd waai ik graag even uit op de motor."

Spreekbuis

Volgens Rob Tokkie is de optiekmarkt "in beweging als nooit tevoren. Technologische ontwikkelingen stellen leveranciers en fabrikanten in staat om rechtstreeks zaken te doen met consumenten. Het produceren van brillen gaat steeds eenvoudiger worden. Er ontstaan nieuwe machtsposities. Dat concerns als Essilor en Luxottica samen optrekken is nog maar het begin. Het is zaak om feeling te houden met onze leden en ze waar mogelijk te helpen succesvol te zijn in de onontkoombare transitie." Volgens Rob is draagvlak daarbij het sleutelwoord. "Daarom zetten we vol in op nauwere samenwerking met partijen in de markt. Ik ben ook heel blij met de toenadering met Centrop en Optitrade. Als spreekbuis van zowat de totale branche krijg je veel meer voor elkaar. Ik denk dan ook dat elke optiekondernemer lid zou moeten zijn van de NUVO. En die nieuwe leden gaan komen, dat weet ik zeker. Wat mij betreft hoeven we voor niemand bang te zijn. Ik neem nota van de bezorgdheid van onze leden, maar we gaan zien dat traditionele scheidslijnen tussen zelfstandigen, ketens, steen en online steeds meer zullen vervagen. Voor mij loopt de rode lijn tussen gediplomeerd en gekwalificeerd aan de ene kant, en ongediplomeerd aan de andere kant."

Concreet

Is het NUVO Keurmerk in de zes jaar van zijn bestaan voldoende geland bij de consument? "Daar valt nog veel werk te doen", zegt Rob Tokkie. "We hameren wel op het belang van een diploma, maar blijven tot op heden nog veel te abstract. De consument heeft geen idee. We moeten aan het grote publiek veel duidelijker en concreet uitleggen wat de competenties van een gediplomeerd opticien inhouden." Hoe staat de NUVO er over pakweg tien jaar voor? "Dat kan ik niet voorspellen", zegt Rob. "Ik kan wél zeggen wat ik hoop: dat de NUVO dan nog steeds representatief is voor de branche, en dat het Keurmerk wordt gezien als een waarborg voor kwaliteit, een goede kijkoplossing van de consument."

Rob in zijn kantoor in Heemskerk.

