

Sijbrants en Van Olst vieren jubileum

Sijbrants & van Olst

OPTIEK

'30 jaar getrouwd met onze klanten'

Ruim zeven jaar geleden ging Oculus langs bij Muus Sijbrants en Coen van Olst. Hun zaak in Ouderkerk aan de Amstel was toen juist verbouwd. Dit jaar viert het bedrijf zijn zesde lustrum. Tijd voor een nieuw bezoekje, nu in de plaats waar het allemaal dertig jaar geleden begon: in Uithoorn.

Tekst: Theo Peeters

Fotografie: Emile Waagenaar Fotografie

Muus (links) en Coen runnen al sinds 1988 samen een optiekzaak.

Ooit zaten Muus Sijbrants en Coen van Olst in dezelfde optiekklass bij de Stichting Nederlandse Vakopleiding Opticiens in Haarlem. Na hun studie verloren ze elkaar uit het oog: Muus trad in dienst bij een 'zelfstandige' in Zaandam, terwijl Coen ging werken als vertegenwoordiger bij het Oostenrijkse brillenmerk Silhouette. In die hoedanigheid kwamen ze elkaar weer tegen. Ze raakten aan de praat en bleken dezelfde droom te koesteren: zelf een eigen zaak hebben. Van het een kwam het ander: ze gingen op zoek naar een geschikte zaak om over te nemen en vonden die in Uithoorn, waar de combi-zaak van opticiens en (vooral) juwelier Tops te koop stond. Uiteraard ging het Sijbrants en Van Olst vooral om het optiekgedeelte, maar vanwege de goede naam die Tops in de regio had opgebouwd, bedongen ze dat ze deze naam nog tien jaar na de overname mochten blijven voeren. En zo richtten de compagnons Muus Sijbrants en Coen van Olst in oktober 1988 de V.O.F. Tops Optiek op. Na enkele

maanden op de oude locatie openden ze in maart 1989 hun eigen nieuwe winkel in Uithoorn.

Hokjes

In 2011 verkasten de compagnons hun zaak 'een paar huizen verderop'. "Een betere locatie," zegt Muus Sijbrants, "maar we hebben er heel wat werk aan gehad. Het pand is ontworpen in 1961 en is een mooi voorbeeld van de zakelijke architectuur uit die periode. De bouwstijl van vlak na de oorlog is lange tijd miskend, maar de laatste tijd lijkt er toch meer waardering voor te komen. We hebben het pand meteen grondig verbouwd, met respect voor de 'oude' waarden. Maar sommige aspecten waren gewoon onwerkbaar. Het bestond uit allemaal kleine hokjes. Die hebben we bij elkaar getrokken." De winkel is zo ingedeeld dat je met relatief weinig mensen toch de hele winkel in de gaten kunt houden. "Interieurontwerpers zijn eigenwijs, maar dat zijn wij ook. Zo wilde de ontwerper de kassa achterin de zaak hebben. Wij

wilden juist helemaal voorin afrekenen. We vinden het belangrijk dat onze klanten gastvrij worden ontvangen. In principe gebeurt dat altijd door dezelfde medewerker. We hebben ondervonden dat veel klanten dat weten te waarderen.”

Google

De compagnons lopen elkaar niet in de weg: noch fysiek, noch wat betreft hun specialisaties. Het winkelgedeelte op de bovenverdieping is het terrein van Muus Sijbrants, die zich vooral bezighoudt met oogzorg en contactlenzen. De passie van Coen van Olst is brillen en design. Coen geeft zijn eigen ogen (en dus ook die van zijn klanten) goed de kost op de optiekbeurzen in binnen- en buitenland. “Parijs blijft toch wel mijn favoriet,” zegt Coen, “maar ook München wordt steeds interessanter.” Hij is overigens net terug van een event dat Luxottica jaarlijks organiseert in het Italiaanse Como. “Consumenten gedragen zich tegenwoordig anders dan vroeger”, zegt Coen. “Vaak hebben ze zich online al goed georiënteerd. Maar uiteindelijk willen ze het verhaal toch van ons horen. Laatst nog meldde zich hier een klant die in Amsterdam Zuidoost woonde. Hij had gegoogeld naar contactlenzen en kwam zo bij ons terecht. Om mensen enthousiast te krijgen moet je wel iets toe te voegen hebben. Met alleen de weetjes die je net zo makkelijk kunt googelen heb je geen meerwaarde.”

Paradepaardje

Het dertigjarige optiekbedrijf telt anno nu twee vestigingen en staat er kerngezond bij. Dat wil



Een van de twee filialen van Sijbrants & van Olst, in Uithoorn.

niet zeggen dat alles wat de twee ondernemers aanraken automatisch in goud verandert. Het optometrisch centrum, dat het paradepaardje van Sijbrants & Van Olst had moeten worden, is nooit echt van de grond gekomen. “Het was een mooi initiatief, maar het werkte niet”, zegt Muus Sijbrants. “De oogartsen werkten ons ronduit tegen.” Ook de samenwerking met de huisartsen viel tegen toen puntje bij paaltje kwam. “Ze vergaten gewoon naar ons door of terug te verwijzen. We hebben het anderhalf jaar geprobeerd, maar het bleek een financiële molensteen om onze nek. Uiteindelijk hadden we het nooit moeten doen. Misschien waren we wel te vroeg.”

Kroon op het werk

De betrokkenheid van Muus Sijbrants bij ‘het vak’ gaat verder dan de muren van zijn eigen zaak. Zeven jaar geleden werd hij gepolst of hij voelde voor een bestuursfunctie bij de NUVO. Hij stelde zich kandidaat en ontloopte zich tot een actief



“De ontwerper wilde de kassa achterin de zaak hebben, wij juist voorin.”



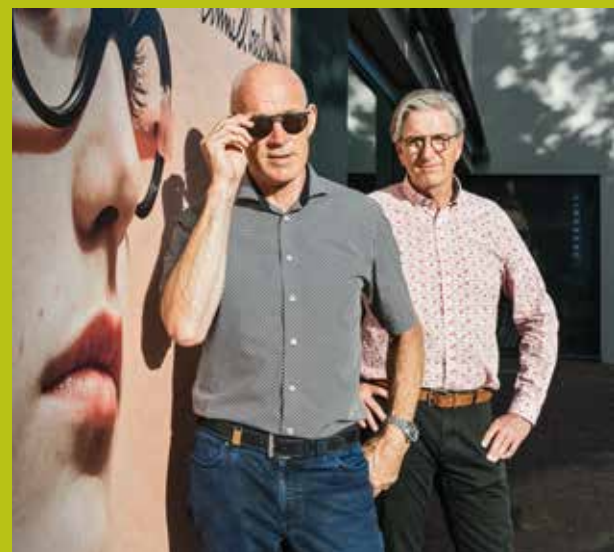
“Een merk als Lindberg stelt hoge eisen op het gebied van presentatie.”

bestuurslid. Zo levert hij een bijdrage aan de totstandkoming van de Kwaliteitsstandaard Oogmeting, waarvan de eerste module dit voorjaar werd ingediend bij het Zorginstituut Nederland. Muus heeft al laten weten dat hij de acht jaar als bestuurder nog gaat volmaken. “Ik hoop van harte dat het ZiN nog voor die tijd de Kwaliteitsstandaard goedkeurt. Na meer dan tien jaar knokken voor een wettelijke erkenning van onze belangrijkste beroepsactiviteit zou dat voelen als de kroon op het werk.” Is de NUVO veranderd gedurende de tijd dat hij in het bestuur zit? “Een wereld van verschil”, vindt Muus. “Toen ik aantrad was de NUVO een degelijke maar ietwat ambtelijke club. Ik had eerlijk gezegd geen idee dat ‘we’ zoveel deden. De NUVO is de laatste tijd wel een stuk dynamischer geworden en gaat meer de barricaden op. Er wordt meer geluisterd naar de leden en er wordt wat gedaan met hun feedback. Aan de ene kant waarderen leden dat we meer kleur bekennen (al mag het van sommigen nog wel wat minder voorzichtig) aan de andere kant is het onvermijdelijk dat het af en toe schuurt.”

Bijleren

Hoe zien de heren de toekomst van de optiek en – uiteraard – speciaal die van hun eigen bedrijf? “Ik vind het opvallend dat steeds meer zakenmensen de optiek ‘ontdekken’. Kennelijk zien ze het als een lucratieve business”, zegt Muus Sijbrants. “En dat is het natuurlijk ook. Maar het gaat ze puur om het geld. De kwaliteit van de diensten en producten is voor hen van ondergeschikt belang.” Coen van Olst vindt het “intrigerend dat de consument nog steeds het verschil ziet. Wel is het zo dat ze steeds meer uitleg vragen. ‘Waarom is die bril bij jou zo duur?’ Ze zeggen wel eens dat Nederlanders altijd uit zijn op voordeeltjes, en dat vooroordeel wordt ook steeds weer bevestigd.” Als ‘man van de brillen’ volgt Coen uiteraard de technische ontwikkelingen op de voet. “De materialen worden steeds lichter, duurzamer en hoogwaardiger. Dat betekent ook wel dat je voortdu-

rend moet bijleren. Neem een merk als Lindberg, dat stelt hoge eisen op het gebied van presentatie. En je moet het hele verhaal met verve kunnen vertellen. Hetzelfde geldt overigens voor onze glasleverancier Hoya. Gelukkig ondersteunen ze daar goed bij met seminars en trainingen.” Een punt van zorg vinden beide ondernemers dat “sommige grote fabrikanten de neiging hebben om de opticiens buiten spel te zetten.” Coen van Olst: “Wij zelfstandige opticiens waren nuttig voor ze om de consument te bewerken. Nu de producten bekend zijn worden we bedankt voor de moeite en doen ze rechtstreeks zaken met de eindgebruiker.” Echt zorgen maken ze zich vooralsnog niet: “Zeker in Uithoorn wonen veel mensen die er graag goed uit zien, kwaliteit weten te waarderen en daarvoor ook willen betalen. En Ouderkerk is een interessante mix: de traditionele agrariërs, mensen die bij wijze van spreken op hun klompen de winkel in komen, maar ook rijke Amstelbewoners. Wel beginnen we zo af en toe na te denken over hoe het met de zaak zal gaan ‘na ons’. Maar voorlopig is dat nog niet aan de orde. Eerst vieren we ons 30-jarig huwelijk met onze klanten!”



Muus en Coen zaten ooit bij elkaar in dezelfde optiekklass.